

## Communicatieplan

Gerard Bos Machineverhuur B.V.  
te Ammerstol



Opgesteld door:

De heer G. Bos  
(Directie)

Mevrouw E. Drijfhout  
(CO<sub>2</sub>-functionaris)

Revisie 2 opgesteld 22 maart 2018 te Ammerstol



## Inhoud

1.	Introductie	3
2.	Doelstellingen en doelgroepen	4
2.1	Communicatiedoelstelling	4
2.2	Overzicht belanghebbenden	4
3	Media	6
3.1	Interne communicatie	6
3.1.1	Medewerkersbijeenkomsten	6
3.1.2	Nieuwbrieven	6
3.1.3	Internet	6
3.2	Externe communicatie	6
3.2.1	Internet	7
3.2.2	Persberichten	7
3.2.3	Actieve deelname aan werkgroepen	7
3.2.4	Gesprekken NGO's en overheden	7
3.2.5	Twitter en facebook	8
4	Uitvoering	9
4.1	Doelstellingen en beleid	8
4.2	Verantwoordelijkheden	8
4.2.1	Interne communicatie	10
4.2.2	Externe communicatie	10



## 1. Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan in het kader van certificering op de CO2-prestatieladder bij Gerard Bos Machineverhuur B.V.

Dit document geeft een beschrijving van de wijze waarop Gerard Bos Machineverhuur B.V haar ambities en maatregelen op het gebied van CO2-reductie zowel intern als extern kenbaar maakt als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het document, CO2-prestatieladder samen zorgen voor minder CO2-Handboek 2.2. en uitgebracht door de stichting SKAO, is geregeld, binnen Gerard Bos Machineverhuur B.V

Uitgangspunt daarbij is de CO2-footprint van Gerard Bos Machineverhuur B.V. De communicatie is niet eenmalig, maar structureel van aard.

Interne en externe communicatie over de CO2-footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen worden gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in verschillende communicatie-uitingen.

### Strategie

De CO2-communicatie beschrijft het belang van CO2-management voor Gerard Bos Machineverhuur B.V.

Belangrijk bij communicatie is dat:

De communicatie zowel intern als extern inzicht geeft in het CO2-beleid en de prestaties

De noodzaak van CO2-reductie voor iedereen duidelijk is (kennis)

De communicatie daarnaast bij de interne doelgroepen resulteert in een attitude- en gedragsverandering

Deze duidelijk en regelmatig plaatsvindt.

In het communicatieplan worden de verantwoordelijkheden, de wijze van communicatie en de daarbij behorende taken uitgeschreven. Taken zijn daarbij toegewezen aan functionarissen.

In hoofdstuk 2 worden de doelstellingen en de verschillende doelgroepen benoemd en uitgewerkt

In hoofdstuk 3 worden de verschillende media beschreven, die zullen worden gebruikt.

In hoofdstuk 4 worden de verantwoordelijkheden en taken beschreven en wordt een planning gegeven.

## 2. Doelstellingen doelgroepen

### 2.1. Communicatiedoelstellingen

De CO2-communicatie moet bijdragen tot bewustwording (kennis), veranderings-bereidheid (houding) en vermindering (gedrag). Daarnaast moet de communicatie zorgen voor inzicht voor alle stakeholders.

Het communicatiedoel rondom de CO2-prestatieladder is het structureel overbrengen van het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf. Dit communicatieplan bevat de vastgelegde taken en verantwoordelijkheden en de wijze van communicatie.

Na het behalen van het CO2-bewust certificaat zal Gerard Bos Machineverhuur B.V regelmatig (tweemaal per jaar) intern en extern communiceren over (minimaal)

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf
- Het huidige energiebedrijf en trends binnen het bedrijf
- De behaalde besparing in CO2-uitstoot
- De mogelijkheden voor individuele bijdrage(n) door medewerkers.

Communicatie houdt in:

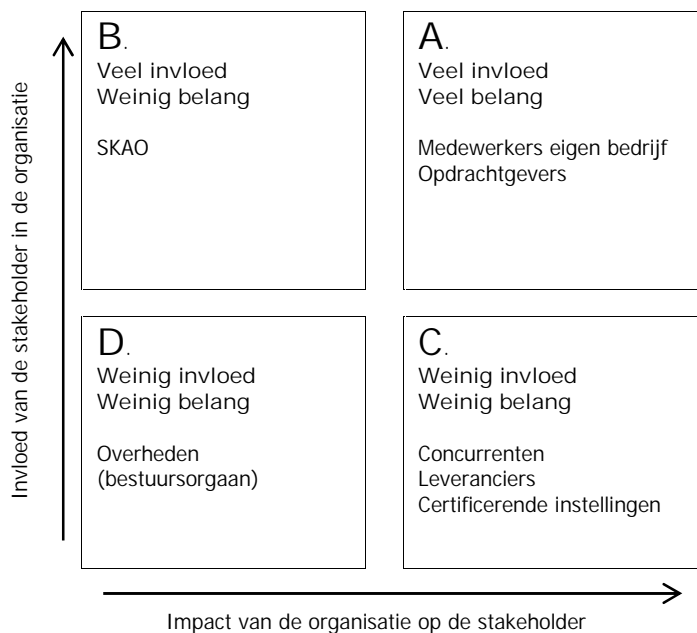
Informereren --- Overtuigen --- Activeren --- Relatie-onderhoud

Om de communicatie vorm te geven zijn diverse acties uitgezet. Deze kunnen per doelgroep verschillend zijn.

### 2.2 Overzicht belanghebbenden

Doelgroepen

Stakeholderanalyse





#### Groep A

Deze groep heeft veel invloed op en veel belang bij het gevoerde beleid en is dan ook de belangrijkste groep stakeholders. Zij worden overal van op de hoogte gehouden en waar nodig geraadpleegd.

Medewerkers: het energiebeleid is van invloed is op hun dagelijkse werkomgeving. Zij hebben veel invloed op het beleid omdat zij het moeten uitvoeren en met ideeën moeten komen  
Opdrachtgevers hebben veel belang bij de CO2 reductie ambitie, aangezien een hoge ambitie ook kan uitstralen naar deze opdrachtgevers. De invloed is ook hoog aangezien zij eisen kunnen stellen in de inkoopvoorwaarden. [aannemers]

#### Groep B

De stakeholders in deze groep hebben veel invloed, maar weinig belang en worden daarom geïnformeerd. Wanneer er een goede relatie bestaat met de partijen uit deze groep kunnen zij hun invloed in positieve zin aanwenden.

- Stichting Klimaatvriendelijke Aanbesteden en Ondernemen (SKAO) heeft veel invloed op het CO2-beleid, omdat zij eigenaar is van de CO2-prestatieladder. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan.

#### Groep C

De groep die weinig invloed heeft maar veel belang heeft in het energiebeleid en de reductiedoelstellingen is de grootste groep. Omdat ze niet veel invloed hebben zullen deze niet geraadpleegd hoeven te worden bij het maken van beslissingen, maar ze zullen wel in tevreden moeten worden gehouden.

- Concurrenten (loonwerkbedrijven, grondverzetbedrijven) zijn zeer geïnteresseerd in de mate waarop de Gerard Bos Machineverhuur B.V scoort op de CO2-prestatieladder. Het kan namelijk voor hen een behoorlijk concurrentievoordeel of- nadeel opleveren.
- Leveranciers zijn betrokken in het energiebeleid, omdat deze in kan houden dat een groot deel van de leveranciers ook de footprint moet aanleveren. Dit wordt in de inkoop-eisen opgenomen. De verwachting is dat de meeste vaste leveranciers goed gestemd zijn over de reductie van CO2-uitstoot en willen hier graag aan meewerken.
- Certificerende instellingen hebben er belang bij dat er goed gewerkt wordt aan het energiebeleid, en dat er ambitie is om op de CO2-prestatieladder te scoren. Dat betekent namelijk werk voor hen.

#### Groep D

Deze groep heeft weinig invloed maar ook weinig belang en zal dus de minste aandacht verdienen. Wel wordt deze groep geïnformeerd via algemene middelen, zoals de website.

- De overheden in wiens invloedssfeer Gerard Bos Machineverhuur B.V ligt zijn over het algemeen geïnteresseerd in de prestaties van bedrijven op duurzaamheidsgebied, maar ze zullen niet bovengemiddeld geïnteresseerd zijn in de precieze score van Gerard Bos Machineverhuur B.V op de CO2-prestatieladder.

#### Intern

De belangrijkste interne belanghebbenden die uit de stakeholdersanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de interne communicatie.

- Uitgevoerde medewerkers
- Managementteam

#### Extern

De belangrijkste externe belanghebbenden die uit de stakeholdersanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de externe communicatie.

- Leveranciers, klanten, media, belangorganisaties
- Derden (overige bezoekers van onze internetsite)



### 3. Media

Voor het informeren van verschillende doelgroepen, worden verschillende media ingezet. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

#### 3.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie gebruikt men de volgende media:

- Direct via medewerkersbijeenkomsten
- Direct via managementoverleg
- Geschreven via nieuwsbrieven, via e-mail en prikborden
- Geschreven via berichten op papier en digitaal
- Internet

##### 3.1.1 Medewerkersbijeenkomsten

Tijdens de medewerkersbijeenkomsten/toolboxmeetings wordt de CO2-uitstoot en de voortgang van de doelstellingen als onderdeel besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Minimaal tweemaal per jaar vindt er een personeelsbijeenkomst plaats.

##### 3.1.2 Managementoverleg

Tijdens het managementoverleg wat gehouden wordt met de directie, projectbegeleiding en administratie wordt minimaal per kwartaal de voortgang van de doelstellingen als onderdeel besproken. Hiervan wordt een verslag gemaakt.

##### 3.1.3 Nieuwsbrieven

De CO2-footprint wordt minimaal tweemaal per jaar aan het personeel gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief.

##### 3.1.4 Internet

Op internet is een aparte link naar een 'CO2-prestatieladder' gecreeërd ([www.gerardbos.nl](http://www.gerardbos.nl)). Daarbij wordt tevens de voortgang op dit gebied weergegeven. In de nieuwsbrieven zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

Intern	Doelgroep	Frequentie
Medewerkersbijeenkomsten/ Toolboxmeetings	Medewerkers	Minimaal tweemaal per jaar
Managementoverleg	Directie, Projectbegeleiding, Administratie	Minimaal per kwartaal

#### 3.2 Externe communicatie

Externe communicatie is afhankelijk van de doelgroep.

De volgende media worden onderscheiden:

- Internet ([www.gerardbos.nl](http://www.gerardbos.nl))
- Persberichten
- Actieve deelname en initiatie van werkgroepen
- Gesprekken met NGO's en overheden



### 3.2.1 Internet

Gerard Bos Machineverhuur B.V heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een onderdeel inzake de CO2 ingericht op de site [www.gerardbos.nl](http://www.gerardbos.nl). Dit onderdeel bestaat uit de volgende stukken.

- Informatie over het beleid, de doelstellingen en voortgang op het gebied van CO2-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal tweemaal per jaar of bij grote afwijkingen, meerdere malen per jaar. De volgende gegevens zijn op de site te vinden.
  - CO2 bewust certificaat
  - Rapportage footprint
  - Energie Management Actieplan –extern
- Deelname in initiatieven

Onze voorwaarden voor publicatie zijn:

1. Gegevens moeten minimaal de looptijd van het certificaat of 2 jaar op de website staan.
2. Informatie moet bereikbaar zijn op de bedrijfsnaam en vervolgens op de term CO2-prestatieladder.
3. Wanneer een nieuwe versie van een document wordt uitgegeven, dan wordt dit document op de website bijgewerkt.

### 3.2.2 Persberichten

Gerard Bos Machineverhuur B.V. communiceert middels persberichten haar activiteiten op het gebied van CO2-emissie en CO2-reductie. Dit gebeurt wanneer deze meldingen actueel of relevant zijn.

### 3.2.3 Actieve deelname in werkgroepen

Binnen de maatschappelijke omgeving waarin Gerard Bos Machineverhuur B.V opereert zijn er verschillende initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren en waarin Gerard Bos Machineverhuur B.V dan ook actief participeert en tevens communiceert zij in deze werkgroepen haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

Gerard Bos Machineverhuur B.V heeft haar eigen initiatief

- Initiatief met Rens de Bruijn uit Lopikerkapel

### 3.2.4 Gesprekken met NGO's en overheden

In de toekomst kunnen er gesprekken gaan plaatsvinden met de volgende NGO's/overheden:

- Gemeenten en provincie

Doelstelling van deze gesprekken is:

- Het CO2-reductiebeleid van Gerard Bos Machineverhuur B.V benoemen en daarbij mogelijkheden in het kader van CO2-reductie aan te geven.
- De geformuleerde punten van zorg bespreken.
- Daar waar mogelijk gezamenlijke initiatieven te ontplooiën om te komen tot CO2-reductie.

Extern	Doelgroep	Frequentie
Internet site	Opdrachtgevers, leveranciers en derden	Elke 6 maanden
Persberichten	Opdrachtgevers, leveranciers en derden	Onbekend
Actieve deelname in werkgroepen	Opdrachtgevers, leveranciers en derden	Jaarlijks



### 3.2.5 Twitter en Facebook

Van de volgende communicatiemiddelen zal onderzocht worden of deze vanaf 2018 zal toegepast kunnen gaan worden door Gerard Bos Machineverhuur B.V

Intern/Extern	Doelgroep	Frequentie
Twitter	Medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en derden	Minimaal maandelijks een tweet
Facebook	Medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en derden	Minimaal maandelijks een post



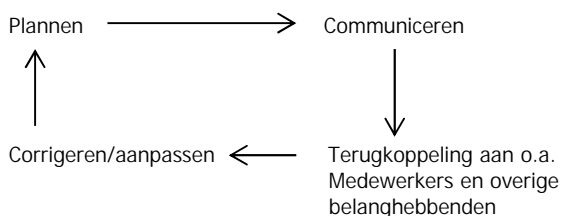
## 4 Uitvoering

In dit hoofdstuk wordt de uitvoering van de communicatie beschreven.

Verantwoordelijk voor de communicatie is de CO<sub>2</sub>-functionaris, hier mevrouw E. Drijfhout. Binnen Gerard Bos Machineverhuur B.V is de CO<sub>2</sub>-functionaris verantwoordelijk voor het beheer van de CO<sub>2</sub>-footprint. Deze heeft als belangrijke taken:

- Het periodiek vaststellen van veranderingen binnen de CO<sub>2</sub>-footprint van Gerard Bos Machineverhuur B.V en de effectiviteit van ingevoerde reductiemaatregelen.
- De verkregen input te vertalen in toegankelijke teksten/illustraties en die vervolgens zowel intern als extern te publiceren.

De cyclus is als volgt:



Wat zal leiden tot een continue verbetering voor het bedrijf en de projecten waar CO<sub>2</sub>-gunningsvoordeel op is verkregen.

### 4.1 Doelstellingen en beleid (Plan, Do en Act)

Tweemaal per jaar wordt het volgende getoetst en vastgesteld middels een MT-besluit:

- Energiebeleid
- Energie reductiebeleid
- CO<sub>2</sub>-reductie doelstelling (bijstelling meerjarenplan)

Ieder halfjaar wordt de volgende informatie geactualiseerd:

- CO<sub>2</sub>-prestatieladder resultaten scope 1 en 2
- Voortgang resultaten versus doelstellingen
- Diverse lopende projecten en initiatieven om CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren

### 4.2 Verantwoordelijkheden (Check)

Namens Gerard Bos Machineverhuur B.V is de CO<sub>2</sub>-functionaris verantwoordelijk voor het communicatieplan. Dit betekent dat onder andere dat deze persoon checkt of de termijnen en inhoud word gerealiseerd.

Mogelijke toetsingen door CO<sub>2</sub>-functionaris steekproefgewijs:

- Zijn de verantwoordelijken op de hoogte?
- Weten ze wat wordt gecommuniceerd en hoe vaak?
- Worden bijzondere gebeurtenissen genoemd en behandeld?



#### 4.2.1 Interne communicatie

De structurele communicatie intern ziet er als volgt uit:

Aan de medewerkers worden de volgende boodschappen gegeven:

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen
- Het huidige energieverbruik en trends binnen het bedrijf
- De behaalde besparingen in CO2-uitstoot
- Individuele bijdragen van medewerkers

Activiteit	Termijn	Verantwoordelijke
Medewerkersbijeenkomst/toolboxmeeting	Minimaal tweemaal per jaar	CO2-functionaris/KAM-coördinator
MT-overleg met CO2 en energie op de agenda	Minimaal jaarlijks	Directie
Nieuwsbrief personeel	Minimaal tweemaal per jaar	CO2-functionaris/KAM-coördinator
Website	Minimaal halfjaarlijkse update	CO2-functionaris/KAM-coördinator

#### 4.2.2 Externe communicatie

Aan de opdrachtgevers en leveranciers en andere belanghebbenden worden de volgende boodschappen gegeven

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen
- Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf
- De behaalde besparingen in CO2-uitstoot
- Individuele bijdragen

Activiteit	Termijn	Verantwoordelijke
Internet	Minimaal halfjaarlijkse update	CO2-functionaris/KAM-coördinator
Persberichten	Ad hoc	Directie
Actieve deelname in werkgroepen	Minimaal jaarlijks	Directie/CO2-functionaris