

Communicatieplan

Koopmans Bouw b.v.

Marssteden 66

7547 TD Enschede

Postbus 461

7500 AL Enschede

Telefoon 053 - 4 600 600

Fax 053 - 4 600 622

enschede@koopmans.nl

www.koopmans.nl

Bank 59.24.39.100

KvK Veluwe en Twente 06038150

ISO 9001 gecertificeerd

Datum

17 maart 2011

Behandeld door

R. Falkmann

Communicatieplan

Versie beheer

Versie	Datum	Status	Titel
0.1	30-06-2010	Concept	Communicatieplan opzet
1.0	02-12-2010	Definitief	Communicatieplan
2.0	17-03-2011	Definitief	Communicatieplan

Interne goedkeuring

Naam	Afdeling	Handtekening	datum
Heleen Lodeweeg	KAM		24-03-2011
Eric Groothuis	Directie		

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
Inleiding.....	5
1 Uitgangspunten.....	6
1.1 Eisen uit de CO ₂ -prestatieladder	6
1.2 Eisen uit energie managementprogramma	7
2 Strategie	8
2.1 Doelgroepen.....	8
2.2 Taken en verantwoordelijkheden	9
2.3 Documentatie en documentbeheer	9
2.4 Huisstijl	9
3 Instrumenten.....	10
3.1 Website	10
3.2 Intranet	10
3.3 Personeelsblad.....	10
3.4 Persbericht	10
3.5 Flyer/Folder	11
3.6 Poster	11
3.7 Persoonlijk aanschrijven.....	11
3.8 Bijeenkomsten/ Vergaderingen	11
3.9 Toolbox bijeenkomst	11
4 Actieplan	12
4.1 Visie Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en Duurzaamheid	13
4.1.1 Doelgroep.....	13
4.1.2 Instrument / media.....	13
4.1.3 Hulpmiddelen / begroting	13
4.1.4 Activiteitenplanning	13
4.1.5 Taken en verantwoordelijkheden	13
4.2 Carbon Footprint	14
4.2.1 Doelgroep.....	14
4.2.2 Instrument / media.....	14
4.2.3 Hulpmiddelen / begroting	14
4.2.4 Activiteitenplanning	14
4.2.5 Taken en verantwoordelijkheden	14
4.3 Reductiedoelstellingen en maatregelen	15
4.3.1 Doelgroep.....	15
4.3.2 Instrument / media.....	15
4.3.3 Hulpmiddelen / begroting	15
4.3.4 Activiteitenplanning	15
4.3.5 Taken en verantwoordelijkheden	15
4.4 Deelname markt en sector initiatieven	16
4.4.1 Doelgroep.....	16
4.4.2 Instrument / media.....	16
4.4.3 Hulpmiddelen / begroting	16
4.4.4 Activiteitenplanning	16
4.4.5 Taken en verantwoordelijkheden	16
4.5 Bewustzijn en persoonlijke bijdrage medewerkers.....	17
4.5.1 Doelgroep.....	17
4.5.2 Instrument / media.....	17
4.5.3 Hulpmiddelen / begroting	17
4.5.4 Activiteitenplanning	17

4.5.5	Taken en verantwoordelijkheden	17
4.6	Energiebewuste bouwplaats	18
4.6.1	Doelgroep	18
4.6.2	Instrument / media	18
4.6.3	Hulpmiddelen / begroting	18
4.6.4	Activiteitenplanning	18
4.6.5	Taken en verantwoordelijkheden	18

Inleiding

De wijze waarop Koopmans intern en extern gaat communiceren over haar energieverbruik, reductiedoelstellingen en aanverwante zaken is beschreven in dit communicatieplan.

Effectieve interne en externe communicatie is essentieel voor een succesvolle interpretatie van het energie managementprogramma en de energiereducerende maatregelen. Om een goed communicatieplan op te stellen is het belangrijk om te vertrekken van een eenvoudige vraag: wat communiceren we, naar wie en hoe doen we dat? Deze vraag bevat de drie basiselementen van het communicatieplan

- Wat-vraag: welke **boodschap** willen we inzetten om onze doelstelling te bereiken?
- Wie-vraag: wie of welke **doelgroep** willen we met onze communicatie bereiken?
- Hoe-vraag: hoe en met welke **instrumenten** gaan we die boodschap brengen?

In hoofdstuk 1 (Uitgangspunten), 2 (Strategie) en 3 (Instrumenten) worden de algemene handvaten van het communicatieplan beschreven. In hoofdstuk 4 (Actieplan) wordt de communicatie weergegeven van Koopmans over het energiebeleid.

Koopmans streeft naar het betrekken van haar medewerkers bij het reduceren van de CO₂-uitstoot. Door gerichte communicatie naar haar medewerkers wil Koopmans bewustzijn en stimulatie creëren om te participeren in het reduceren van de energiebehoefte. Deze ideeën en voorstellen zullen bijdragen aan optimalisatie op zowel persoonlijk vlak als binnen het bedrijf.

1 Uitgangspunten

In dit hoofdstuk worden de achtergronden voor het communicatieplan beschreven. Dit plan is geschreven om invulling te geven aan de interne en extern communicatie voor de CO₂-prestatieladder en het energiemangementbeleid van Koopmans.

1.1 Eisen uit de CO₂-prestatieladder

In het document "het certificeren" in invalshoek C worden de eisen gesteld aan de interne en extern communicatie van Koopmans in het kader van de CO₂-prestatieladder. Koopmans moet minimaal aan de volgende communicatie-eisen voldoen:

- *3.C Bedrijf communiceert intern en extern over haar carbon footprint en reductiedoelstelling(en).*
- *3.C.1. Bedrijf communiceert structureel intern én extern over haar CO₂ footprint (scope 1 & 2 emissies) en de kwantitatieve reductiedoelstelling(en). De communicatie omvat minimaal het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidig energiegebruik en trends binnen het bedrijf (minimaal 2 maal per jaar).*
- *3.C.2. Bedrijf beschikt over een gedocumenteerd intern én extern communicatieplan met vastgelegde taken, verantwoordelijkheden en wijzen van communicatie.*

Vooraf vanaf niveau 3 is het extern communiceren een vereiste en nodig voor een doeltreffende werking van de CO₂-prestatieladder binnen de sector en daarbuiten. In wijzigingsblad 5 wordt extern communiceren nader gespecificeerd. Onderdeel hiervan is het opstellen van een specifiek op CO₂ toegespitste website.

Eisen met betrekking tot de externe communicatie via een website vanuit Wijzigingsblad 5:

- *Bereikbaar op de bedrijfsnaam (zoals vermeld op het certificaat) en vervolgens via de zoekterm "CO₂-prestatieladder".*
- *Slechts één website met daarin waarnodig verwijzingen middels weblinks.*
- *Statische inhoud: Voor niveau 3 zal tenminste de vereiste informatie (en documentatie) zoals aangegeven bij de eisen **3.B.2**, **3.C**, en zover als van toepassing **3.D.1** gepubliceerd moeten worden. Deze informatie is hetzelfde als die, op basis waarvan de CI het certificaat heeft verleend of verlengd. Deze informatie blijft op het internet beschikbaar tenminste gedurende de looptijd van het certificaat.
Voor niveau 4 en 5 zal de informatie zoals aangegeven bij de eisen 4.A.1, 4.B.2, 5.B.1, , 5.C", 5.D.3 en zover als van toepassing 4.D.1 ook gepubliceerd moeten worden.*
- *Dynamische inhoud: tenminste rapportages zoals vereist onder 4.B.2 en 5.B.1 en uitgebracht na de laatste (her)certificatie.*
- *De informatie opslagstructuur volgt de nummering van de eisen uit de audit checklijsten.*
- *Volledige kopieën van uitgereikte certificaten zoals vermeld op de ProRail website.*
- *Ingeval zal deze website met bekwame spoed worden bijgewerkt.*

1.2 Eisen uit energie managementprogramma

Onderdeel van de CO₂-prestatieladder is het opstellen van een energie managementprogramma, deels conform de norm EN16001. Vanuit deze norm worden er eisen aan de communicatie gesteld. Onderstaand bied een overzicht van eisen aan de communicatie uit deze norm.

NEN-EN 16001:2009

A.4.3 Communicatie

Doeltreffende communicatie is onmisbaar voor een succesvolle implementatie en uitvoering van het managementsysteem. Relevante en regelmatig verstrekte informatie over het energiemanagementsysteem draagt bij tot motivatie en betrokkenheid van werknemers bij de naleving van het energiebeleid van de organisatie en tot het leveren van een actieve bijdrage aan het halen van de energiedoelstellingen en taakstellingen van de organisatie.

De interne communicatie behoort onder meer de volgende aspecten te omvatten:

- energiebeleid, -doelstellingen en -taakstellingen van de organisatie;*
- kansen van individuele werknemers om een bijdrage te leveren;*
- informatie over actueel energiegebruik en trends binnen de organisatie;*
- naleving van wettelijke en andere eisen die de organisatie onderschrijft;*
- kansen voor verbetering, zowel in de organisatie als individueel;*
- financiële voordelen van energiemangement, andere voordelen zoals voordelen voor het milieu, de maatschappij enz.;*
- contactpersonen die men kan benaderen voor meer informatie.*

De organisatie behoort ervoor te zorgen dat werknemers op alle niveaus van de organisatie worden aangemoedigd en ondersteund in het doen van aanbevelingen en het indienen van relevant commentaar op het energiemanagementsysteem. Dergelijke suggesties en opmerkingen behoren te worden beoordeeld en er behoort op te worden gereageerd. De organisatie kan een plan voor interne communicatie met werknemers inrichten, implementeren en onderhouden. Dit plan kan de volgende informatie bevatten:

- wie verantwoordelijk is voor de interne communicatie met betrekking tot het energiemanagementsysteem;*
- relevante informatie over de inrichting, implementatie en uitvoering van het energiemanagementsysteem;*
- methoden waarmee deze informatie kenbaar wordt gemaakt (interne vergaderingen, seminars, bedrijfsbladen, intranet, e-mail, energiefora, bewustwordingscampagnes enz.).*

Als de organisatie besluit externe communicatie uit te brengen, moet de organisatie een plan voor externe communicatie vaststellen, implementeren en documenteren waarin is vastgelegd:

- wie verantwoordelijk is voor de externe communicatie met betrekking tot het energiemanagementsysteem;*
- de methoden waarmee de informatie kenbaar wordt gemaakt.*

Er behoren registraties te worden bijgehouden van deze communicatie.

2 Strategie

In dit hoofdstuk wordt de communicatiestrategie van Koopmans besproken. Het beschrijft de manier waarop Koopmans effectief wil gaan communiceren en haar communicatiedoelstellingen wil bereiken.

Koopmans wil intern en extern open communiceren over haar inspanningen om duurzamer en energiezuiniger te ondernemen. Zo wil Koopmans ondermeer transparant en inzichtelijk maken:

- Wat de visie van Koopmans op duurzaamheid is;
- Wat het energieverbruik van Koopmans is;
- Welke trends in het energieverbruik waargenomen kunnen worden;
- Wat het energiebeleid van Koopmans is.
- Welke maatregelen genomen worden om het energieverbruik te verminderen;
- Welke energiereducties Koopmans bereikt heeft.
- Aan welke duurzame initiatieven Koopmans deelneemt.

Dit communicatieplan biedt een overzicht van de strategie die Koopmans wil gaan inzetten voor transparante communicatie.

Naast het informerende karakter van vele onderwerpen wil Koopmans tevens haar medewerkers stimuleren actief aan duurzaamheid bij te dragen en hiertoe maximale inspanning te leveren.

Bij het communiceren is het belangrijk om eerst vast te stellen wie de doelgroep is. Het afstemmen van de communicatie op deze doelgroep is belangrijk. In de actieplannen voor de verschillende communicatie zal geanalyseerd worden welk doel overgebracht moet worden en hoe de inhoud afgestemd moet worden op de beoogde doelgroep.

2.1 Doelgroepen

Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen twee doelgroepen: de interne en de externe doelgroep. Bij het opstellen van de actieplannen zal gekeken worden op welke wijze de betrokken doelgroep benaderd moet worden. Voor welk type communicatie hier het beste bij past zal worden besproken in hoofdstuk 4.

De interne belanghebbenden zijn alle medewerkers van Koopmans.

De extern belanghebbenden bestaan uit diverse partijen. Zoals:

- Nederlandse overheid
- gemeenten
- woningbouwverenigingen
- opdrachtgevers
- onderaannemers
- leveranciers

Klanten zullen Koopmans steeds nadrukkelijker beoordelen op het aspect duurzaamheid. De klanten van Koopmans hechten daarom waarde aan een goede communicatie. Koopmans wil ook haar leveranciers bij het duurzaam en klimaatbewust ondernemen betrekken. Alle leveranciers van Koopmans zijn daarom ook externe belanghebbenden bij goede communicatie door Koopmans. Het nadrukkelijk betrekken van onderaannemers en leveranciers zal opgepakt worden vanaf niveau 4 en 5 op de CO₂-prestatieladder. Tot slot helpt een duurzame uitstraling om potentiële nieuwe medewerkers een beeld te geven van Koopmans. Potentiële werknemers kunnen daarom ook tot de externe doelgroep gerekend worden voor communicatie.

2.2 Taken en verantwoordelijkheden

De KAM afdeling is verantwoordelijk voor het aanleveren en opstellen van de documenten. Deze documenten zal de KAM afdeling, voor verspreiding en publicatie op de website, aanvoeren aan de afdeling commerciële zaken. Eindverantwoordelijke voor alle communicatie is directeur Erik Groothuis. Het aanleveren van informatie valt onder de taken van de KAM-afdeling.

2.3 Documentatie en documentbeheer

Alle communicatie dient geregistreerd te worden in het documentregistratie en gearhiveerd te worden onder afdeling KAM. De afdeling KAM is eveneens verantwoordelijk voor het verzamelen en archiveren van de documenten. Op deze wijze ontstaat er register waar alle belanghebbende afdelingen toegang tot hebben voor inzage van de communicatiegeschiedenis.

2.4 Huisstijl

Voor de communicatie zal de standaard huisstijl van Koopmans worden toegepast.

3 Instrumenten

In dit hoofdstuk worden de verschillende instrumenten beschreven welke Koopmans kan inzetten voor Communicatie. Er moet zowel intern als extern gecommuniceerd worden. Niet elk instrument is geschikt voor interne of externe communicatie. In onderstaand schema wordt aangegeven welk instrument voor welke doelgroep bestemd is.

	Intern	Extern
1. Website	Ja	Ja
2. Intranet	Ja	Nee
3. Personeelsblad	Ja	Nee
4. Persbericht	Ja	Ja
5. Flyer/folder	Ja	Ja
6. Poster	Ja	Nee
7. Persoonlijk aanschrijven	Ja	Ja
8. Bijeenkomsten/ Vergaderingen	Ja	Nee
9. Toolbox bijeenkomst	Ja	Nee

Korte toelichting op de instrumenten:

3.1 Website

De website van Koopmans is zowel intern als extern toegankelijk en daarom uitermate geschikt om de visie duurzaamheid uit te dragen. Koopmans zal speciaal voor de CO₂-prestatieladder een website opzetten die via een link bereikbaar is op de Koopmans site. De website is altijd raadpleegbaar en kan daarom goed dienen als communicatiemiddel. De website van Koopmans kan zowel statische als dynamische informatie bevatten. Dit instrument is een massacommunicatiemiddel.

3.2 Intranet

Het intranet van Koopmans is alleen intern toegankelijk. Op het intranet zal via de CO₂ pagina communicatie omtrent het energiebeleid plaatsvinden. Het intranet van Koopmans kan zowel statische als dynamische informatie bevatten. Dit instrument is een groepsgewijs communicatiemiddel.

3.3 Personeelsblad

Koopmans publiceert 4 keer per jaar het personeelsblad de Koopmanskoop. Dit blad wordt onder haar medewerkers verspreid en is daarom uitermate geschikt voor interne communicatie. Dit instrument is geschikt voor het informeren van medewerkers over duurzaamheid en is daarom een groepsgewijs communicatiemiddel.

3.4 Persbericht

Wanneer er belangrijk nieuws is kan er een persbericht uitgebracht worden. Een persbericht wordt altijd via de afdeling Commerciële Zaken uitgebracht in overleg met het management. Met dit instrument kan Koopmans zowel de interne als de externe doelgroepen bereiken en is daarom een massacommunicatiemiddel.

3.5 Flyer/Folder

Een flyer en folder kan gebruikt worden om een specifieke boodschap breed te verspreiden. Met dit instrument kan Koopmans zowel de interne als de externe doelgroepen bereiken en is daarom een massacommunicatiemiddel.

3.6 Poster

Een poster zal op de bouwplaats gebruikt worden om een specifieke boodschap te verspreiden naar het bouwplaatspersoneel en CAO'ers. Dit instrument is geschikt voor het informeren van medewerkers over duurzaamheid en is daarom een groepsgewijs communicatiemiddel.

3.7 Persoonlijk aanschrijven

Koopmans kan ook communiceren met medewerkers en relaties via persoonlijk aanschrijven. Met dit instrument kan zowel de interne als de externe doelgroep bereikt worden. Door het aanschrijven van specifieke en individuele personen kan de grootste zekerheid verkregen worden dat de doelgroep bereikt wordt. Dit instrument is een individueel communicatiemiddel.

3.8 Bijeenkomsten/ Vergaderingen

Binnen Koopmans worden regelmatig overleggen en vergaderingen onder de medewerkers gehouden. Zo is er ondermeer:

- Directieoverleg
- Afdelingsoverleg
- Informatiebijeenkomsten

Dit instrument is geschikt voor het informeren van medewerkers en bediscussiëren van specifieke onderwerpen over duurzaamheid. Bovenstaande overleggen zijn specifiek voor delen van het medewerkers en is daarom een groepsgewijs communicatiemiddel.

3.9 Toolbox bijeenkomst

Op de projecten van Koopmans wordt regelmatig een Toolbox meeting gehouden. Middels deze bijeenkomsten worden ook nadrukkelijk de CAO medewerkers bereikt. Een toolbox bijeenkomst is een groepsgewijs communicatiemiddel.

4 Actieplan

In dit hoofdstuk is beschreven over welke onderwerpen wordt gecommuniceerd en op welke wijze.

Koopmans gaat de volgende onderwerpen communiceren:

- Visie MVO / Duurzaamheid
- Carbon Footprint
- Reductiedoelstellingen en maatregelen
- Deelname markt en sectorinitiatieven
- Bewustzijn en persoonlijke bijdrage medewerkers
- Energiebewuste bouwplaats

Per onderwerp is er beschreven:

- Doelgroep
- Instrument / media
- Hulpmiddelen / begroting
- Activiteitenplanning
- Taken en verantwoordelijkheden
- Documentatie en documentbeheer

Er is getracht het actieplan kort en krachtig uit te werken naar concrete acties.

4.1 Visie Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en Duurzaamheid

In deze visie wordt verwoord waar Koopmans voor gaat en geeft aan welke richting Koopmans op wil.

Koopmans wil de volgende boodschap communiceren:

- Visie van Koopmans over het onderwerp MVO en duurzaamheid
- Koopmans wil zich als duurzame maatschappelijk betrokken aannemer profileren.

4.1.1 Doelgroep

Deze visie zal zowel intern als extern gecommuniceerd gaan worden.

4.1.2 Instrument / media

Communicatie over de missie en visie zal voornamelijk via de volgende instrumenten gebeuren:

- Website
- Intranet
- Beleidsplan

4.1.3 Hulpmiddelen / begroting

Voor de communicatie zijn geen hulpmiddelen noodzakelijk. Er zal wel een budget beschikbaar moeten zijn voor de oprichting van de website.

4.1.4 Activiteitenplanning

De volgende activiteiten zullen doorlopen worden.

- De visie overnemen van het beleidsplan
- Bij eventuele aanpassingen m.b.t. CO₂-visie is er goedkeuring door de directie nodig.
- Publicatie

Koopmans zal haar missie en visie ten aanzien van duurzaamheid herzien en communiceren wanneer de ontwikkelingen op de markt hiertoe aanleiding geven.

4.1.5 Taken en verantwoordelijkheden

Afdeling/persoon	Actie	Planning
E. Groothuis	Visie gereed maken voor publicatie	Jan 2011
CZ	Publicatie op intranet en internet	Jan 2011

4.2 Carbon Footprint

De carbon footprint beschrijft de figuurlijke voetafdruk van Koopmans tijdens haar bedrijfsproces, uitgedrukt in aantal ton CO₂ emissie. Koopmans wil haar scope 1 en 2 CO₂-emissies halfjaarlijks gaan rapporteren.

Koopmans wil de volgende boodschap communiceren:

- Verklaring energiebeleid
- Emissie onderzoeksjaar
- Totale emissie onderzoeksjaar
- Belangrijkste emissie indicatoren van het onderzoeksjaar
- Inzicht in waar de emissie wordt veroorzaakt
- Inzicht in hoe de emissie wordt veroorzaakt
- Trends in het energieverbruik

4.2.1 Doelgroep

De carbon footprint zal zowel intern als extern gerapporteerd gaan worden. Er zal in de boodschap geen onderscheid gemaakt worden tussen de interne en de externe doelgroep al zal de externe communicatie compacter zijn dan Interne communicatie.

4.2.2 Instrument / media

Communicatie over de carbon footprint zal voornamelijk via de volgende instrumenten gebeuren:

- Website
- Intranet
- Personeelsblad de Koopmanskoop
- Vergaderingen bijeenkomsten:
 - Directieoverleg
 - Afdelingsoverleggen

4.2.3 Hulpmiddelen / begroting

Voor de communicatie zijn geen hulpmiddelen en budget noodzakelijk buiten de bij de communicatie betrokken personen.

4.2.4 Activiteitenplanning

Communicatie over de carbon footprint zal tweemaal per jaar plaatsvinden in het eerste en derde kwartaal. De volgende activiteiten zullen doorlopen worden.

- Carbon Footprint Analyse verwoorden in een document
- Publicatie

4.2.5 Taken en verantwoordelijkheden

Afdeling/persoon	Actie	Planning
KAM	Selectie maken uit carbon footprint	Halfjaarlijks
Directie	Goedkeuren selectie tbv communicatie	Halfjaarlijks
KAM	Verspreiding aan leidinggevenden voor in de diverse overlegvergaderingen	Halfjaarlijks
CZ	Publicatie op intranet en internet	Halfjaarlijks

4.3 Reductiedoelstellingen en maatregelen.

Koopmans wil haar energiegebruik reduceren en stelt daar periodiek reductiedoelstellingen voor vast. Om het energieverbruik te reduceren gaat Koopmans maatregelen nemen. De reductiedoelstelling en bijbehorende maatregelen moet binnen de organisatie gecommuniceerd worden.

Koopmans wil de volgende boodschap communiceren:

- De doelstelling die Koopmans heeft gesteld ten aanzien van energiereductie voor een vastgestelde periode en de wijze waarop zij deze reductiedoelen wil behalen

4.3.1 Doelgroep

De reductiedoelstellingen en maatregelen zullen zowel intern als extern gecommuniceerd gaan worden.

4.3.2 Instrument / media

Communicatie over de reductiedoelstellingen zal voornamelijk via de volgende instrumenten gebeuren:

- Website
- Intranet
- Flyer/Folder/Poster
- Personeelsblad de Koopmanskoop
- Vergaderingen bijeenkomsten:
 - afdelingsoverleggen

4.3.3 Hulpmiddelen / begroting

Voor de communicatie zijn geen hulpmiddelen en budget noodzakelijk buiten de bij de communicatie betrokken personen.

4.3.4 Activiteitenplanning

De reductiedoelstellingen worden opgesteld voor een vastgestelde periode. Aan het einde van deze periode, indien hiertoe aanleiding is, zullen de reductiedoelstellingen bijgesteld worden. De volgende activiteiten worden doorlopen:

- Opstellen reductiedoelstellingen
- Opstellen maatregelen met implementatieplan
- Opstellen communicatie medewerkers
- Opstellen communicatie extern
- Goedkeuring door directie
- Publicatie

Er zal minimaal 2 maal per jaar gecommuniceerd worden over de reductiedoelstellingen en maatregelen.

4.3.5 Taken en verantwoordelijkheden

Afdeling/persoon	Actie	Planning
KAM	Verzamelen gegevens van de diverse reductiekansen en conclusies opzetten.	Halfjaarlijks
Directie	Doelstellingen nieuwe jaar vastleggen	Jaarlijks
KAM	Verspreiding aan leidinggevenden voor in de diverse overlegvergaderingen	Halfjaarlijks
CZ	Diverse publicaties	Jaarlijks

4.4 Deelname markt en sector initiatieven

Koopmans gaat deelnemen aan markt, sector of keteninitiatieven gericht op de reductie van de CO₂ emissie en wil deelname aan deze initiatieven gaan communiceren.

Koopmans wil de volgende boodschap communiceren:

- Aan welke initiatieven Koopmans deelneemt.
- Welke bijdrage Koopmans levert.

4.4.1 Doelgroep

De deelname aan markt en sector initiatieven zal zowel intern als extern gecommuniceerd gaan worden.

4.4.2 Instrument / media

Communicatie over de deelname aan markt en sector initiatieven zal voornamelijk via de volgende instrumenten gebeuren:

- Website
- Intranet
- Personeelsblad de Koopmanskoop
- Vergaderingen

4.4.3 Hulpmiddelen / begroting

Voor de communicatie zijn geen hulpmiddelen en budget noodzakelijk buiten de bij de communicatie betrokken personen.

4.4.4 Activiteitenplanning

De volgende activiteiten zullen doorlopen worden.

- Vaststellen rol Koopmans bij initiatief
- Vaststellen bijdrage Koopmans bij initiatief
- Publicatie deelname

4.4.5 Taken en verantwoordelijkheden

Afdeling/persoon	Actie	Planning
Directie	Keuze initiatieven	Nov 2010
Directie	Verzamelen intentieverklaringen	Nov 2010
Directie	Interne deelnemers inlichten en verantwoordelijkheden vastleggen	Dec 2010
Interne deelnemers	Voortgang bewaking en rapporteren aan directie en KAM	Jaarlijks
KAM	Verzamelen gegevens voor publicatie	Jaarlijks
CZ	Publicatie op intranet en internet	Jaarlijks
KAM	Verspreiding aan leidinggevendenden voor in de diverse overlegvergaderingen	Jaarlijks

4.5 Bewustzijn en persoonlijke bijdrage medewerkers

Koopmans streeft naar het actief betrekken van haar medewerkers bij het energievraagstuk. Door effectieve en gerichte communicatie naar haar medewerkers wil Koopmans bewustzijn creëren en haar medewerkers stimuleren om te participeren in het reduceren van de energiebehoefte.

Koopmans wil de volgende boodschap communiceren:

- Koopmans wil haar medewerkers stimuleren bewust en efficiënt om te gaan met energie en het milieu.
- Koopmans wil haar medewerkers stimuleren om met ideeën en voorstellen te komen om het energieverbruik verder te reduceren. Het kan hier zowel gaan om een persoonlijke bijdrage als optimalisaties binnen het bedrijf.

4.5.1 Doelgroep

Het betreft hier interne communicatie.

4.5.2 Instrument / media

Communicatie over de kans voor persoonlijke inbreng van medewerkers zal voornamelijk via de volgende instrumenten gebeuren:

- Intranet
- Flyer
- Vergaderingen bijeenkomsten:
 - Directieoverleg
 - Afdelingsoverleggen
 - Toolboxmeetings

4.5.3 Hulpmiddelen / begroting

Voor de communicatie is aanvullend budget noodzakelijk voor drukwerk.

4.5.4 Activiteitenplanning

De volgende activiteiten zullen doorlopen worden.

- Opstellen document
- Publicatie
- Maken Flyer
- Drukken Flyer
- Verspreiden Flyer
- Verzamelen ideeën

Er zal minimaal 2 maal per jaar gecommuniceerd worden over de persoonlijk ingebrachte ideeën. Hieruit zal een selectie gemaakt worden.

4.5.5 Taken en verantwoordelijkheden

Afdeling/persoon	Actie	Planning
KAM	Voorzet geven over de wijze van communicatie en de inhoud van de communicatie	Dec 2010
Directie	Goedkeuren voorstel KAM	Jan 2011
KAM	Uitvoeren plan	Jan 2011
KAM	Vervolgacties op gelijke wijze	Halfjaarlijks

4.6 Energiebewuste bouwplaats

Om speciale aandacht te vragen voor een energiebewuste bouwplaats onder de bouwplaats medewerkers zal er een 'Toolbox' bijeenkomst georganiseerd worden. Koopmans wil de volgende boodschap communiceren:

- Koopmans wil haar medewerkers en aanwezige onderaannemers stimuleren om op projecten bewust en efficiënt met energie om te gaan.

4.6.1 Doelgroep

Het betreft hier zowel interne als externe communicatie.

4.6.2 Instrument / media

Communicatie over energiebewust bouwen zal via de volgende instrumenten gebeuren:

- Toolbox bijeenkomst
- Poster
- Flyer

4.6.3 Hulpmiddelen / begroting

Voor de communicatie is aanvullend budget noodzakelijk voor drukwerk en een duurzaam aandenken.

4.6.4 Activiteitenplanning

De volgende activiteiten zullen doorlopen worden.

- Opstellen documentatie Toolbox
- Maken Poster en Flyer
- Drukken Poster en Flyer
- Verspreiden Poster en Flyer
- Houden van bijeenkomsten

4.6.5 Taken en verantwoordelijkheden

Afdeling/persoon	Actie	Planning
KAM	Voorzet geven van te houden toolboxmeeting	Jaarlijks
Directie	Goedkeuren voorstel KAM	Jaarlijks
KAM	Verspreiden toolboxmeeting aan uitvoerders	Jaarlijks
Uitvoering	Houden van toolboxmeetingen	Jaarlijks