

Communicatieplan

1. Doel van het communicatieplan

Maatschappelijk verantwoord en milieubewust ondernemen is een oneindig proces dat inzet, transparantie en betrokkenheid vraagt.

Door transparantie stimuleert een bedrijf de betrokkenheid van haar medewerkers. Betrokken medewerkers zijn van groot belang voor de professionaliteit van ons bedrijf. Samen met hen zijn wij gegroeid tot een gezond bedrijf met een modern machinepark en vakkundige, gemotiveerde medewerkers.

Medewerkers zijn het gezicht van een bedrijf. Betrokken medewerkers dragen het CO2-beleid van het bedrijf uit en hanteren dit als uitgangspunt bij al hun werkzaamheden. Door het geven van openheid over onze CO2-uitstoot worden medewerkers bovendien gestimuleerd mee te denken en ideeën aan te dragen voor verdere reductie.

In onze relatie met opdrachtgevers hechten wij veel belang aan kwaliteit, flexibiliteit en betrouwbaarheid. Op basis van deze kwaliteiten mogen wij ons verheugen in langdurige relaties met veel van onze opdrachtgevers.

Ook voor opdrachtgevers is maatschappelijke verantwoordelijkheid en duurzaamheid actueler dan ooit. Transparantie geeft onze opdrachtgevers steeds een actueel inzicht in onze te realiseren en gerealiseerde doelstellingen, welke informatie van essentieel belang is voor bijvoorbeeld de duurzaamheidsdoelstellingen van de opdrachtgever zelf.

Daarnaast is het belangrijk dat ook derden kennis kunnen nemen van onze CO2-voetafdruk en de daaraan gekoppelde reductiedoelstellingen. Door openheid over ons CO2-beleid kunnen we derden stimuleren of motiveren in hun eigen duurzaamheidsgedachte. Bovendien vinden we het belangrijk te laten zien dat we als bedrijf, samen met onze medewerkers, oog hebben voor mens en milieu.

We houden ons graag aanbevolen voor suggesties of verbetering van ons milieubeleid, dat evenals ons mvo-beleid een oneindig proces zal zijn.

2. Doelgroepen

Er zijn twee relevante doelgroepen die we met communicatie over ons CO2-reductiebeleid willen bereiken:

- de interne doelgroep
- de externe doelgroep

De interne doelgroep

Onze interne doelgroep bestaat uit eigen medewerkers, ingeleende medewerkers, stagiaires en mensen op werkervaringsplaatsen.

De externe doelgroep

Onze externe doelgroep bestaat uit (potentiële) opdrachtgevers en derden.

Onder opdrachtgevers vallen ook aanbestedende diensten van projecten met gunningvoordeel.

Onder derden verstaan we ZZP'ers, onderaannemers, leveranciers, opleidingsbedrijven, scholen, gemeenten, DCMR en andere (maatschappelijke) organisaties waar een bedrijf direct of indirect mee te maken krijgt.

Derden zijn ook omwonenden, bezoekers van onze website, volgers op social media en bijvoorbeeld de media.

3. Wat en hoe wordt er gecommuniceerd?

Minimaal tweemaal per jaar (medio januari en medio augustus) wordt zowel intern als extern gecommuniceerd over (de voortgang van) ons CO2-reductiebeleid.

Op onze website www.minekus.nl onder het kopje 'CO2-prestatieladder' is hiervoor permanent een pagina ingericht waarop de volgende actuele documenten kunnen worden geraadpleegd:

- Document NRM 3A - Energiemanagementsysteem/CO2-reductieplan en -voetafdruk
- Document NRM 3B1 - Voortgang CO2-reductieplan
- Document NRM 3B2 - Gunningvoordeel projecten
- Document NRM 3C - Communicatieplan
- Document NRM 3D - Keteninitiatieven
- CO2-bewust certificaat

Ook op de website van SKAO www.skao.nl staat een link naar onze website, zodat bovenstaande documenten gemakkelijk gevonden kunnen worden.

De KAM-coördinator is verantwoordelijk voor het up-to-date houden van de informatie en het halfjaarlijks communiceren van de voortgangresultaten op de website.

Voor de verschillende doelgroepen worden verschillende middelen gebruikt.

In onderstaande communicatiematrix is opgenomen welke middelen voor de communicatie van welke informatie voor de doelgroepen worden gebruikt.

Communicatiematrix

Wat (document)	Middel	Doelgroep	Doel
Energiemanagementsysteem/CO2-reductieplan en -voetafdruk (NRM3A)	Website	Intern en extern	Transparantie, informeren en uitdragen duurzame partner
Voortgang CO2-reductieplan, mogelijkheden voor individuele bijdrage, huidig energiegebruik en trends binnen het bedrijf. (NRM3B1)	Toolbox, nieuwsbrief en/of digibord	Intern	Transparantie, informeren, betrokkenheid, draagvlak creëren
	Website	Intern en extern	Transparantie, informeren en uitdragen duurzame partner
Komende, lopende en afgeronde projecten waarop gunningvoordeel is verkregen (NRM3B2)	Toolbox en/of projecthandout	Intern	Transparantie, informeren en betrokkenheid
	Website	Intern en extern	Transparantie, informeren en uitdragen duurzame partner
	Projectdossier	Extern	Opdrachtgever informeren over voortgang projecten met gunningvoordeel
Communicatieplan (NRM3C)	Website	Intern en extern	Transparantie
Keteninitiatieven (NRM3D)	Website	Intern en extern	Transparantie, kennisdeling en uitdragen duurzame partner
CO2-reductietips	Toolbox, nieuwsbrief en/of digibord	Intern	Betrokkenheid, draagvlak creëren
Communicatie over CO2-beleid in het algemeen	Toolbox, nieuwsbrief en/of digibord	Intern	Betrokkenheid, draagvlak creëren
	Social media (Facebook Twitter)	Intern en extern	Uitdragen duurzame partner

4. Middelen

Om de interne en externe doelgroepen te bereiken worden diverse middelen gebruikt zoals in de communicatiematrix genoemd.

De directie onderschrijft het belang van transparantie en stelt daarom voldoende tijd, middelen en budget beschikbaar om aan de communicatiedoelstellingen te kunnen voldoen. De directie stelt jaarlijks het beschikbare budget vast.

Daarnaast beoordeelt de directie jaarlijks of hetgeen naar de verschillende doelgroepen is gecommuniceerd, conform het communicatieplan is gecommuniceerd. Tevens beoordeelt de directie of er verbeterpunten kunnen worden vastgesteld.

Zuidland, 14 februari 2022

G. Wolters, directeur