

Afdeling Presentatie &
Marketingcommunicatie
Amsterdamseweg 53
3812 RP Amersfoort
Postbus 47
3800 AA Amersfoort
Telefoon 033 - 467 15 11
Fax 033 - 461 38 30
pmc@wolterendros.nl
www.wolterendros.nl

Communicatieplan CO₂ prestatieladder

Datum opgesteld
18 juni 2010
Datum gewijzigd
15 november 2010
Blad
1 van 12

Auteur(s)
E.M.Groot-D'hondt, Hoofd PMC

Inhoud

Introductie

1.	Doelstellingen en boodschap	4
2.	Doelgroepen en boodschap	5
3.	Middelen en Media	7
4.	Planning	11
5.	Organisatie en Financiën	12

Introductie

Voor u ligt het communicatieplan in het kader van de CO₂ prestatieladder van Wolter & Dros. Dit document geeft een beschrijving van de manier waarop de communicatie is geregeld binnen Wolter & Dros als bedoeld in het document 'De CO₂-Prestatieladder/het certificeren' 14 mei 2009 Definitief 1.0, uitgebracht door ProRail.

Informatie over de CO₂-footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen worden zowel intern als extern gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden meegenomen in diverse communicatievormen.

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

Het communicatieplan heeft de volgende opbouw:

In hoofdstuk 1 worden de communicatiedoelstellingen toegelicht

In hoofdstuk 2 worden de verschillende doelgroepen benoemd en uitgewerkt en de boodschap per doelgroep.

In hoofdstuk 3 worden de verschillende media en middelen beschreven, die hiervoor worden gebruikt.

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

In hoofdstuk 5 wordt toegelicht hoe de organisatie en financiën zijn ingericht en op welke wijze de monitoring en evaluatie van de communicatie plaatsvindt.

1. Doelstellingen en boodschap

Het resultaat van het communicatieplan is het ontwikkelen en produceren van een reeks communicatie uitingen. Het doel van deze uitingen is om de doelgroepen ten aanzien van het onderwerp - de certificering voor de CO2-prestatieladder van Wolter & Dros: te informeren, te overtuigen en te activeren.

Bovendien wil Wolter & Dros met de communicatieuitingen binding houden met klanten en medewerkers en zo de relatie met de doelgroep onderhouden.

Informeren

Lezer wordt geïnformeerd en doet kennis op over:

het Wolter & Dros energiebeleid, inzicht in onze carbon footprint, doelstellingen en initiatieven en de status van onze energiemaatregelen.

Overtuigen en inspireren

Lezer wordt overtuigd van en geïnspireerd door:

In het algemeen het belang van ons energiebeleid en de zorg voor onze samenleving en het milieu en specifiek, de genomen initiatieven van Wolter & Dros op het gebied van CO2-reductie.

Activeren

Boodschap: Lezer wordt aangespoord om ook actief mee te denken en te doen zodat meer energie wordt bespaard en de CO2-uitstoot wordt gereduceerd.

Relatieonderhoud

Boodschap: Onze uitingen dienen positief bij te dragen aan het "groene imago van Wolter & Dros als opdrachtnemer en als werkgever.

2 Doelgroepen en boodschap

De doelgroepen die worden onderscheiden, zijn in te delen naar de interne organisatie en externe organisatie.

2.1 Interne doelgroepen

Binnen Wolter & Dros zijn diverse doelgroepen te onderscheiden. Het onderscheid in de manier van communiceren is afhankelijk van de functie die wordt uitgeoefend en in de wijze waarop mensen zijn te bereiken. Echter, niet elke medewerker van Wolter & Dros heeft de beschikking over een eigen werkplek. Deze groep die voornamelijk in de montage werkt (zie Buitenpersoneel rest) kan niet met digitale hulpmiddelen worden benaderd Dit is een aspect waarmee rekening moet worden gehouden bij de in te zetten middelen en media.

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Directie en management inclusief hoofden stafdiensten;
- Medewerkers
Op kantoor
Op de bouwplaats of werkzaam in service en onderhoud:

2.2 Externe doelgroepen

Externe doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Algemeen: Opdrachtgevers, leveranciers, en arbeidsmarkt
- Specifiek: NGO's en GO

1.1.1 Opdrachtgevers

Belangrijke klanten voor Wolter & Dros zijn:

- Architecten
- Bouwmanagementburo's en adviesburo's
- Aannemers, projectontwikkelaars vastgoedbeheerders
- Opdrachtgevers zakelijke dienstverlening
- Opdrachtgevers zorg
- Opdrachtgevers onderwijs
- Opdrachtgevers industrie en infra
- Opdrachtgevers energie
- Opdrachtgevers woningbouw (woningbouwcorporaties)

1.1.2 Leveranciers

Leveranciers en onderaannemers leveren een bijdrage aan het reductiebeleid dat Wolter & Dros heeft ingezet met betrekking tot haar CO₂-emissie. Teneinde de leveranciers te betrekken, te informeren en aan te geven hoe zij kunnen participeren, is het van groot belang een goede relatie te hebben en te onderhouden met de leveranciers.

Leveranciers dienen zich aan te sluiten bij de doelstellingen die Wolter & Dros zich stelt inzake de reductiedoelstellingen van de CO₂-emissie.

1.1.3. Arbeidsmarkt

Deze doelgroep bestaat uit

- Werkzoekenden
- Studenten in de techniek
- Scholieren in de techniek

1.1.3 Niet Gouvernementele Organisaties (NGO's)

NGO's zijn organisaties met een maatschappelijk karakter die hun invloed aanwenden om beleid van overheden en bedrijfsleven te veranderen.

Er zijn zeer veel NGO's op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen actief.

Deze NGO's zijn geïnteresseerd in de activiteiten die Wolter & Dros uitvoert op het gebied van de reductie van de CO₂-emissie. Tevens zijn zij bereid, mee te denken bij serieuze plannen om te komen tot maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaam ondernemen. Ze fungeren als klankbord voor Wolter & Dros en ons energiebeleid. Het in gesprek zijn met, en informeren over, gebeurt zowel individueel als via de brancheorganisatie.

Belangrijke andere NGO's of gerelateerde organisaties zijn:

- Brancheorganisatie Uneto VNI
- Klimaat Bureau Nederland
- SVE Stichting Viba Expo
- Stichting IDET

1.1.4 GO's, Overheden en overheidsinstellingen

Overheden en overheidsinstellingen behoren tevens tot de doelgroep van Wolter & Dros bestaande uit:

- Landelijke overheden: Ministerie van Economische Zaken, VROM;
- Provincies, rol: als opdrachtgever en als de provincie waar Wolter & Dros is gevestigd
- Gemeenten: rol als opdrachtgever en als gemeente waar Wolter & Dros is gevestigd
- Overheidsinstellingen: RGD, RWS, Waterschappen, Politie (gemeente en landelijk), Brandweer etc.: rol als opdrachtgever en als instelling waar Wolter & Dros als vestiging mee van doen heeft.

3. Middelen en Media

Klavertje vier

De uitingen van Wolter & Dros zijn herkenbaar door het klavertje vier. Het klavertje vier staat symbool voor het energiebeleid van Wolter & Dros en de initiatieven voor energie- en CO2-reductie. Het klavertje vier hier niet alleen symbool voor voorspoed en geluk. Klavers zijn ook nuttig als hoogwaardige voedingsstof voor vee. En als bodemverbeteraar. Het plantje neemt stikstof op uit de atmosfeer en geeft dit, via bacteriën in de wortels, terug aan de bodem waarmee het de beschikbaarheid van voedingsstoffen in de bodem verhoogt

Om de verschillende doelgroepen te informeren, worden diverse media gebruikt. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne communicatie en externe communicatie.

3.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie over het onderwerp energiebeleid en CO₂ worden de volgende media gebruikt.

- Werkoverleg MVO team
- Personeelsbijeenkomst
- Personeelsblad OET
- Intranet
- CO₂-Posters/CO₂ .Competitie
- Directiemailing via post of email
- Digitale Nieuwsbrief

3.1.1 Werkoverleg MVO team

In het werkoverleg van het MVO team wordt over de status van onze certificering, onze doelstellingen, behaalde resultaten, ingekomen ideeën en de voortgang van ons H2 initiatief doorgenomen. Het werkoverleg van het MVO vindt minimaal eenmaal per maand plaats

3.1.2 Personeelsbijeenkomst eindejaar

Tijdens de eindejaarsbijeenkomsten op de vestiging word door (vestigings-) directie het energiebeleid en de voortgang van de doelstellingen medegedeeld aan het personeel. Minimaal eenmaal per 1 maal per jaar vindt een eindejaarsbijeenkomst op dit kan zijn op vestigingsniveau en/of op landelijk niveau.

3.1.3 Personeelsblad

Het energie- en CO₂-beleid en de doelstellingen worden 2 maal per jaar aan het personeel gecommuniceerd via het personeelsblad. De tekst omvat bevat minimaal:

- Het geformuleerde energiebeleid;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energieverbruik en CO₂-reductie;
- De reductiemogelijkheden, zowel bedrijfsbreed als op persoonlijk niveau;
- De trends van energieverbruik en CO₂-uitstoot in het algemeen

3.1.4 Directieteam overleg

Periodiek worden in het directieoverleg het energiebeleid, de carbon footprint, de reductiedoelstellingen en de trends en de ontwikkelingen besproken.

3.1.5 Intranet

Op intranet is onder het hoofdstuk facilitair is het energie- en CO₂-beleid en de bijbehorende reductiedoelstellingen beschreven De informatie op het intranet heeft minimaal dezelfde inhoud als vermeld in het personeelsblad. Daarnaast geeft het nadere informatie over gerelateerde onderwerpen zoals "het nieuwe rijden" en "het fietsplan"

3.1.6 Directiemailing

Het personeel wordt via een directiemailing geïnformeerd over het energiebeleid, onze CO₂ footprint en de reductiedoelstellingen. Personeel wordt tevens opgeroepen eigen tips in te zenden.

3.1.7. CO₂ – posters/ CO₂ competitie

Via posters of competitie wordt het personeel geïnformeerd over ons energiebeleid en eigen ideeën te aan te dragen. Hiermee kweken we bewustwording en wordt het personeel gestimuleerd zelf ook maatregelen te nemen om energie te besparen en/of CO₂ uitstoot te reduceren op de werkplek.

3.2 Externe communicatie

Afhankelijk van de doelgroep worden verschillen middelen en media ingezet
De volgende media worden hierbij onderscheiden:

- Internet www.wolterendros.nl/CO2;
- Nieuwsuitingen en persberichten in dag- en vakbladen
- Corporate magazine dat Wolter & Dros uitgeeft voor opdrachtgevers
- Communicatie met H2 werkgroep
- Actieve deelname aan en initiatie van werkgroepen.
- Gesprekken met NGO's en GO's

3.2.1 Internet

Wolter & Dros heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een CO₂-loket ingericht op internet. (www.wolterendros.nl/CO2); met als onderdelen

- Informatie -> informatie over het beleid, doelstellingen en voortgang op het gebied van CO₂-uitstoot en energiereductie wordt gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks of, bij grote afwijkingen, meerdere keren per jaar;
- Deelname in initiatieven -> het is mogelijk voor belanghebbenden om te participeren in initiatieven die door Wolter & Dros zijn geïnitieerd om CO₂-uitstoot en energieverbruik te reduceren;
- Informatie-uitwisseling: Het is mogelijk voor leveranciers en onderaannemers om per project aan te geven hoeveel CO₂ reductie zij hebben bewerkstelligd om het project te realiseren. Hiervoor is een stuk 'tooling' ingericht

3.2.2 Nieuwsuitingen en persberichten

Wolter & Dros communiceert via dag- en vakbladen haar CO₂-footprint, haar reductiedoelstellingen, trends en haar initiatieven op het gebied van CO₂-emissie vermindering, zoals Telegraaf, Cobouw, Energiegids. Utilities.

3.2.3 Corporate magazine

Wolter & Dros brengt jaarlijks een corporate magazine uit.
Het blad wordt dat gestuurd aan de top 1000 van relaties en de top 200 van leveranciers. Verder wordt het blad het geheel jaar door via de leestafels op de vestiging en op beurzen en evenementen verspreid. Wolter & Dros communiceert via dit blad haar CO₂-footprint, haar reductiedoelstellingen, trends en haar initiatieven op het gebied van CO₂-emissie vermindering,

3.2.4 Communicatiemiddelen H2 werkgroep overleg

Wolter & Dros heeft het Waterstof initiatief gelanceerd. Deelnemers aan dit initiatief hebben via een intentieverklaring hun deelname aan dit project bevestigd. Alle communicatie rondom dit initiatief, zoals rapportage van de bijkomsten, onderzoeksresultaten, verslagen van de pilots en persberichten, worden door de projectleider van het initiatief afgestemd met het hoofd PMC.
Deze nieuwsbrief zal periodiek digitaal worden uitgegeven met als doel alle participanten aan het H2 initiatief, de directie en het management van Wolter & Dros en het MVO team te informeren over de voortgang van het H2 project.

3.2.5 Actieve deelname aan en initiatie van werkgroepen.

Binnen de maatschappelijke omgeving waarin Wolter & Dros opereert, bestaan diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. Wolter & Dros participeert in deze initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van klimaattechniek voor een actieve bijdrage in de werkgroepen CO₂-emissiereductie in het kader van processen in de QRSbranche. Zij communiceert in deze werkgroepen ook haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

Voorbeelden van dergelijke deelnemingen zijn:

- Initiatief Intuitief gebouw van HVL
- Initiatief Biogas Ballast Nedam
- Initiatief Elektrische scooters service en onderhoud Croon

Communicatie- uitingen: Rapportages van de bijeenkomsten en van de eigen bijdragen.

3.2.6 Gesprekken NGO's en GO's

Jaarlijks vinden gesprekken plaats met:

- Overheid zoals provincie Utrecht en gemeente Amersfoort
- Brancheorganisaties zoals Uneto VNI
- NGO's zoals het Klimaatbureau, stichting IDET, SVE,

Doelstelling van deze gesprekken is samen met de instantie de CO₂-uitstoot te verminderen door wijziging van processen en activiteiten die Wolter & Dros uitvoert voor de betreffende instantie, of het onder de aandacht brengen van initiatieven die men heeft genomen of waar de organisatie reeds aan deelneemt onder de aandacht te brengen zoals met het H2 initiatief.

4. Planning

Elk jaar wordt een nieuwe communicatieplanning gemaakt waarin is aangegeven wanneer, door wie en met welke middelen met de verse doelgroepen wordt gecommuniceerd.

Zie planning 2010 en 2011.

5. **Organisatie en Financiën**

Uitvoering

- Hoofd PMC
- Directie
- Hoofd Kwaliteit
- Kartrekkers van deelnemingen aan initiatieven
- Energiecoördinator
- Projectleider initiatief Wolter & Dros

Het hoofd van de afdeling Presentatie Marketing Communicatie (PMC) is verantwoordelijk voor alle uitingen extern en intern wat betreft

- Bewaking van de planning (in overleg met MVO team)
- Voortgang

NB. De auteur van elke communicatie-uiting is zelf inhoudelijk verantwoordelijk.

Financiën

Kosten met betrekking tot de CO₂ website, CO₂ postercampagne, alle overige CO₂-communicatiemiddelen en de groene attentie voor ingezonden ideeën worden doorbelast naar kostenplaats nummer voor certificering. Jaarlijks (november) begroot de afdeling PMC de te maken kosten in overleg met de projectcontroller.

Monitoring en evaluatie

In de planning wordt aan de hand van meetpunten, periodiek de voortgang bewaakt en zonodig bijgesteld. Jaarlijks (november) wordt de inzet van de middelen geëvalueerd (zie MVO verslagen). Op basis van deze evaluatie wordt de planning voor het volgende jaar gemaakt.