

Communicatieplan

Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan van Klaver Fietsparkeersystemen.

Door middel van dit plan wordt informatie verstrekt over het communicatiebeleid dat Klaver voert in het kader van certificering volgens de CO2 prestatieladder van Prorail.

Dit plan is opgesteld om tegemoet te komen aan de eisen vermeld in onderdeel 3C2 van het document *"Het certificeren van 14 mei 2009 Definitief 1.0"* uitgebracht door Prorail. Met ingang van maart 2011 de stichting skao (CO2 prestatieladder 2.0).

Hierin worden doelen, verantwoordelijkheden en structuren toegelicht, die allen betrekking hebben op zowel het interne als externe communicatiebeleid dat wij binnen onze organisatie voeren.

Het plan bevat twee hoofdlijnen nl. het interne beleid en het externe beleid.

Daarnaast wordt de Carbon – footprint van de onderneming, de bijbehorende reductiedoelen en het procesmatig overleg verder uitgelegd.

Het doel van dit plan is het structureel overbrengen van het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf.

Om het plan zo duidelijk mogelijk over te brengen is het uitgewerkt in vijf onderdelen.

- Het bepalen van de communicatiedoelstellingen.
- Het in kaart brengen van de interne doelgroepen.
- Het in kaart brengen van de externe doelgroepen.
- Het beschrijven van de mediavormen.
- Vaststellen van verantwoordelijkheden en taken.

Doelstellingen en doelgroepen

1. De Communicatiedoelstellingen

Het communicatiedoel rondom de certificering op de CO2 prestatieladder is om zowel intern als extern te informeren over het gevoerde energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf. Het communicatieplan omvat de doelstellingen, taken en verantwoordelijkheden om deze communicatie op een correcte wijze te laten verlopen.

2. Interne doelgroepen

Binnen onze onderneming zijn de volgende doelgroepen te onderscheiden, welke zijn onderverdeeld in functie en afdeling:

- | | |
|-------------------|----------------------|
| • Stafoverleg | Managementoverleg |
| • Toolbox meeting | Aandachtspuntenlijst |
| • E-mail | Informatieborden |

3. Externe doelgroepen

De externe doelgroepen binnen ons bedrijf worden onderverdeeld in:

- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| • (potentiële) Opdrachtgevers | Leveranciers |
| • Huurders en omwonenden | Overheid / Wetgevers |
| • Samenwerkende partijen | Adviesbureaus |
| • Gemeente(s) | |

(potentiële) Opdrachtgevers

Al enige tijd wordt gesuggereerd dat de CO2 ladder een steeds vaker gehanteerd medium gaat worden binnen het bedrijfsleven. Na initiatiefnemer Prorail, gaat ook Rijkswaterstaat de CO2 ladder toepassen in de door hun uitgegeven aanbestedingen. Dit alles zal er toe leiden dat bedrijven zich meer bewust moeten worden van hun CO2 uitstoot en de maatregelen die ze aanwenden om deze uitstoot te reduceren. Voor Klaver zijn de volgende opdrachtgevers erg belangrijk:

- | | |
|-------------|-----------|
| • Prorail | Bedrijven |
| • Gemeentes | Aannemers |
| • Overheden | |
| • Scholen | |

Leveranciers

Leveranciers van Klaver denken mee met duurzaam ondernemen van Klaver. Zij vormen hierbij een belangrijke schakel in de ketting van duurzaam ondernemen. Door goede communicatie betreffende kwaliteit, duurzaamheid en energiebesparend werken, wordt er rekening gehouden met het milieu en de sparing daarvan.

Huurders en omwonenden

Door omliggende bedrijven te informeren over ons beleid spelen zij een indirecte rol voor Klaver. Door middel van de website worden deze partijen geïnformeerd over de mogelijkheden van communicatie binnen Klaver.

Tegenwoordig is de meest gangbare weg van communicatie het internet, daarom heeft Klaver een eigen website waar de meest belangrijke gegevens beschikbaar zijn voor iedereen die belangstelling heeft bij een fietsparkeersysteem.

Overheid / wetgevers

Ook de overheid is een belangrijke schakel in onze ketting.

Doordat de overheid steeds meer waarde hecht aan duurzaam ondernemen is het voor bedrijven noodzakelijk hier bewust mee om te gaan.

Doordat de overheid kortingen onderscheidingen of een voordeel geeft aan bedrijven die hun zaken op orde hebben met betrekking tot het milieu en Co2 uitstoot, worden ondernemingen gedwongen na te denken over hun vorm van ondernemen.

Bij overheden denken we vooral aan:

- Gemeentes
- Prorail
- Overheidsinstellingen

Bij deze laatste denken we vooral een politie / brandweer / ziekenhuizen / gerechtsgebouwen/ belastinggebouwen.

Gemeentes

Gemeenten worden in dit communicatieplan apart vernoemd.

Dit komt omdat voor gemeenten vaker opdrachten worden uitgevoerd, hierbij is geen nauw contact met de overheid maar puur met de desbetreffende gemeente. Het gaat hier dan ook vaak om opdrachten voor straatmeubilair en de plaatsing hiervan.

Media

4. Interne communicatie

Er zijn verschillende manieren waarop binnen de organisatie gesproken kan worden van interne communicatie.

Management team overleg

Frequentie	1 x per maand
Deelnemers	Directeur, Projectleider en Commercieel Manager
Doel	Bespreken van de realisatie van doelstellingen en de voortgang van de proces- en productprestaties, het uitzetten van verbeteracties in de organisatie op het gebied van kwaliteit. De beleidsmatige zaken van de organisatie uitzetten en monitoren.
Agenda	<ul style="list-style-type: none">• Openstaande actiepunten• Doelstellingen• Proces- & Productprestaties• Kwaliteit (klachten, klanttevredenheid, leveranciersprestaties, etc.)• Lopende zaken en ontwikkelingen• Rondvraag

Verslaglegging Door een van de aanwezigen wordt een actie- en besluitenlijst opgesteld

Commercieel overleg

Frequentie	1 x per week
Deelnemers	Directeur, verkoopteam, inkoop, projectleiding en secretariaat
Doel	Bespreken van de lopende zaken en informeren medewerkers.
Agenda	<ul style="list-style-type: none">• Openstaande actiepunten• Forecast• Lopende projecten• Lopende zaken en ontwikkelingen• Rondvraag

Verslaglegging Door een van de aanwezigen wordt een actie- en besluitenlijst opgesteld

Groot overleg

Frequentie	1 x per maand
Deelnemers	Alle medewerkers
Doel	Bespreken van de lopende zaken en informeren medewerkers.
Agenda	<ul style="list-style-type: none">• Openstaande actiepunten• Algehele informatie omtrent Klaver• Lopende zaken en ontwikkelingen• Rondvraag

Verslaglegging Door de aanwezigen wordt een actie- en besluitenlijst opgesteld

Overleg montageploeg

Frequentie	1 x per maand
Deelnemers	Projectleider en alle montage medewerkers
Doel	Bespreken van de lopende zaken en informeren medewerkers.
Agenda	<ul style="list-style-type: none">• Openstaande actiepunten• Lopende zaken en ontwikkelingen• Rondvraag

Verslaglegging Door de Projectleider wordt een actie- en besluitenlijst opgesteld

Overleg assemblageploeg

Frequentie	1 x per maand
Deelnemers	Projectleider en alle assemblage medewerkers
Doel	Bespreken van de lopende zaken en informeren medewerkers.
Agenda	<ul style="list-style-type: none">• Openstaande actiepunten• Lopende zaken en ontwikkelingen• Rondvraag

Verslaglegging Door de Projectleider wordt een actie- en besluitenlijst opgesteld

Overleg productontwikkeling

Frequentie	1 x per week
Deelnemers	Account manager en productontwikkelaar en technisch tekenaar
Doel	Bespreken van de lopende zaken en informeren medewerkers.
Agenda	<ul style="list-style-type: none">• Openstaande actiepunten• Lopende zaken en ontwikkelingen• Rondvraag

Verslaglegging Door de notulist wordt een actie- en besluitenlijst opgesteld

VCA / veiligheidsbespreking

Frequentie	4 keer per jaar;
Deelnemers	KVGM-coördinator, projectleiders, montage medewerkers en monteurs
Doel	Onder de aandacht brengen van kernonderwerpen ter voorkoming van (bijna)ongevallen, (milieu)incidenten en gevaarlijke situaties.
Agenda	Bespreking van de volgende onderwerpen: <ul style="list-style-type: none">• Algemene risico's op het werk• Veiligheidsvoorschriften• Relevante VGM onderwerpen• Recente (bijna) ongevallen, (milieu) incidenten en gevaarlijke situaties• Relevante aandachtspunten uit incidentmeldingen en inspecties• Actuele werkplek gerelateerde zaken

Verslaglegging Door de KVGM-coördinator wordt een verslag met actie- en besluitenlijst opgesteld)

Management review

Frequentie	1x per jaar
Deelnemers	Directeur, Projectleider, Commercieel Manager en KVGM-coördinator
Doel	Nagaan in hoeverre het beleid en de visie, de doelstellingen en het budget zijn gerealiseerd en welke structurele verbeteringen zouden kunnen worden opgepakt in het kader van continuïteit, kwaliteit en klanttevredenheid.
Agenda	<ul style="list-style-type: none">• Bespreking van de volgende onderwerpen:• Actiepunten vorige directiebeoordeling• Verzamelde rapportages conform procedure 1.5• Veranderingen van invloed op managementsysteem (wetgeving, markt)• Corrigerende en preventieve maatregelen• Wijzigingen in het managementsysteem• Rondvraag

Verslaglegging Door de een van de aanwezigen wordt een verslag met actie- en besluitenlijst opgesteld.

EXTERNE COMMUNICATIE

De KVGM-coördinator is beschikbaar gesteld als contactpersoon, voor externe partijen, voor het beantwoorden van vragen en het communiceren van belangrijke milieuaspecten van Klaver.

Internet

Een van de belangrijkste middelen van extern communiceren is wel het internet.

Doordat Klaver bezit over een actuele site kan iedereen die iets van ons bedrijf wilt weten daar de nodige informatie halen.

Van producten tot alles over duurzaamheid en wat wij als organisatie heermee doen tot contact gegevens , het is er allemaal te vinden.

Persberichten

Bij Klaver maken we enkel gebruik van persberichten als de betreffende informatie dat verlangt.

Deze vorm van externe communicatie is dus afhankelijk van de ontwikkelingen binnen ons bedrijf.

Werkgroepen

De directeur van Klaver neemt actief deel in verschillende initiatieven binnen ons marktgebied. Deze initiatieven hebben tot doel de werkwijze binnen de onderneming en haar branche te verbeteren. Binnen deze initiatieven wordt gecommuniceerd over de stimulatie van ondernemerschap met het oog op CO2 reductie, dit is een terugkerend punt op de agenda.

De directeur van Klaver is actief binnen de volgende initiatieven:

- Branchevereniging straatmeubilair – Hierin word actief deelgenomen via een actieve inbreng van kennis en ervaring. Waarbij gestimuleerd wordt te investeren in duurzaam ondernemerschap.
- Sectie Fipavo – Hierin word actief deelgenomen via een actieve inbreng van kennis en ervaring. Ook hier wordt gestimuleerd te investeren in duurzaam ondernemen.
- Werkgroep SenterNovem – Deze werkgroep houdt zich bezig met een duurzaam inkoopbeleid en deelt haar kennis met betrekking tot duurzaam ondernemen.
- Stichting Fietsparkeur – Deze stichting houdt zich bezig met de kwaliteitseisen voor fietsparkeersystemen. Leidraad vormt het “normstellend document fietsparkeersystemen”.

Telefoongesprekken

Bij externe communicatie is de telefoon niet meer weg te denken in onze samenleving, veel vragen worden per telefoon gesteld. Maar ook veel informatie kan er tijdens een gesprek worden uitgewisseld. Het aansporen van externe partijen om mee te werken aan CO2 reductie en mee te werken aan CO2 reductie gaat in eerste instantie vaak per telefoon.

Brieven

Om externe partijen op de hoogte te brengen van onze ontwikkelingen op het gebied van CO2 reductie wordt er ook gebruik gemaakt van de post. Informatie kan daarom makkelijk naar het desbetreffende bedrijf gezonden worden.

Hoogeveensche Courant

Deze vorm van communicatie heeft een oplage van 3.983.200 stuks per jaar. Het is een krant die een keer per week huis aan huis in de bus valt in verschillende gemeenten. Hierin wordt het dagelijks nieuws vermeld, dus als er ontwikkelingen zijn op het gebied van Klaver en CO2 of iets anders belangrijks dan kan dit in de courant vermeld worden.

Uitvoering

Onderstaand wordt beschreven hoe de communicatie binnen de organisatie wordt uitgevoerd.

Verantwoordelijk voor de uitvoering van de communicatie zijn de directeur en de KVGGM coördinator.

6. Doelstellingen en beleid

Twee maal per jaar worden de volgende doelstellingen, resultaten en toekomstperspectieven geanalyseerd en eventueel aangepast en vastgesteld door middel van het managementoverleg.

- Het gevoerde energiebeleid
- Het gevoerde energie reductiebeleid
- Resultaten met betrekking tot het CO2 reductiebeleid, bijstellen van het meerjarenplan.

Daarnaast is het nodig om twee maal per jaar de volgende onderdelen opnieuw te inventariseren.

- CO2 prestaties van scope 1 en 2
- Voortgang van de resultaten met betrekking tot de doelstellingen
- Diverse lopende projecten en initiatieven om CO2 uitstoot te reduceren.

7. Communicatieprocedure en verantwoordelijkheden

Interne Communicatie Procedures	Termijn	Verantwoordelijke
Management review "kort"	1 maal per kwartaal	KVGM coördinator
Commercieel overleg	Iedere maandag	Directeur
Management overleg	1 maal per maand	Directeur
Toolbox meetings	Minimaal 10 keer per jaar	Directeur KVGM coördinator
Actiepuntenlijst	Wordt het hele jaar aangevuld	Directeur KVGM coördinator
E-mail	Wordt aangepast indien nodig	Directeur
Informatie borden	Wordt het hele jaar door aangepast	Directeur / Hoofd Inkoop KVGM coördinator
Website	Wordt aangepast indien noodzakelijk	Directeur Commercieel medewerker
Management review	1 maal per jaar	KVGM coördinator
Externe Communicatie Procedures	Termijn	Verantwoordelijke
Internet	Wordt aangepast indien noodzakelijk	Directeur Commercieel medewerker
Persberichten	Wordt op ad/hoc basis gepubliceerd indien noodzakelijk	Directeur
Werkgroepen	Samenkomsten periodiek	Directeur
Telefoongesprekken	Worden dagelijks gevoerd	Directeur
Brieven	Worden indien noodzakelijk verstuurd	Directeur
Hoogeveensche courant	Indien noodzakelijk	Directeur

Ondertekend te Hoogeveen, d.d. 18 juli 2011

J. Klaver

Directeur