

# CO<sub>2</sub>-Prestatieladder

---

Communicatieplan  
Klaver Giant Groep

## **Inhoudsopgave**

Inhoudsopgave .....	2
Inleiding.....	3
1. Communicatiedoelstelling.....	4
1.1 Interne communicatiedoelstelling .....	4
1.2 Externe communicatiedoelstelling.....	4
1.3 Doelgroepen.....	5
1.3.1 Intern.....	5
1.3.2 Extern .....	5
1.3.3 Communicatieschema .....	5
2. Communicatiemiddelen en Verantwoordelijkheden.....	6
2.1 Communicatiemiddelen .....	6
2.2 Verantwoordelijkheden.....	6
3. Logboek Communicatie.....	7

## Inleiding

In 2014 heeft de Klaver Giant Groep B.V. het initiatief genomen om zich te laten certificeren voor de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder. Goede communicatie is een stuk gereedschap voor het laten slagen van dit initiatief. Daarop volgend zal een CO<sub>2</sub>-reductie strategie worden opgesteld wat gecommuniceerd zal worden naar het personeel, leveranciers en klanten.

Prorail, spoornetbeheerder in Nederland, heeft het initiatief genomen om te zorgen voor minder CO<sub>2</sub>-uitstoot en heeft daartoe een instrument ontwikkeld om CO<sub>2</sub>-uitstoot te controleren en uiteindelijk ook te reduceren. Prorail wil zichzelf en alle leveranciers stimuleren om duurzame producten te leveren en een duurzame bedrijfsvoering uit te oefenen. Prorail heeft hiervoor een instrument ontwikkeld genaamd CO<sub>2</sub>-Prestatieladder. De Prestatieladder is opgedeeld in een 6-tal niveaus. Bij niveau 0 heeft een bedrijf geen inzicht in het energieverbruik en heeft het geen ambitie om energieverbruik / CO<sub>2</sub>-emissie te verminderen. Bij niveau 5 heeft een bedrijf een volledig inzicht in de CO<sub>2</sub>-emissie, vereist dit ook van al haar A-leveranciers, rapporteert frequent over de reductie doelstellingen en resultaten en neemt deel aan (sector brede) CO<sub>2</sub>-reductieprogramma's of zet deze zelf op. Ondertussen is de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder ondergebracht bij de Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden en Ondernemen (SKAO).

De niveaus tussen 0 en 5 moeten voldoen aan één of meerdere van de bij niveau 5 beschreven aspecten. Deze activiteiten worden geverifieerd worden door certificerende instellingen en bij certificatie ontvangt het bedrijf een CO<sub>2</sub>-bewust certificaat.

Niveau 4 houdt in dat de Klaver Giant Groep het energieverbruik en brandstofverbruik registreert en communiceert. Ook heeft Klaver Giant Groep kwantitatieve doelstellingen geformuleerd om de CO<sub>2</sub>-emissie te reduceren, welke tevens worden gecommuniceerd volgens dit plan. Verder neemt de Klaver Giant Groep actief deel aan (sector)initiatieven om CO<sub>2</sub>-emissie te reduceren. Tevens dient er gecommuniceerd te worden over de up- en downstream CO<sub>2</sub>-uitstoot.

Verder wordt er in dit plan aangegeven wanneer de Klaver Giant Groep op welke wijze communiceert en wie voor deze communicatie verantwoordelijk is.

## 1. Communicatiedoelstelling

Eén van de invalshoeken van de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder is transparantie. Dit houdt in dat de Klaver Giant Groep B.V. open is over haar bezigheden met betrekking tot CO<sub>2</sub>-emissie. Zowel intern als extern. Om keuze te kunnen maken uit de verschillende manieren waarop gecommuniceerd kan worden inzake CO<sub>2</sub>-emissie, moet eerst een doel voor ogen worden gehouden. Wat moet er bereikt worden met de communicatiemiddelen? Onderstaand is beschreven wat de Klaver Giant Groep wil bereiken met het uiten van haar werkzaamheden op het gebied van CO<sub>2</sub>-reductie.

De communicatie van gegevens, doelstellingen en resultaten moet op een dusdanige wijze worden gecommuniceerd dat het bijdraagt aan de bewustwording (kennis), veranderingsbereidheid (houding) en vermindering (gedrag) in energieverbruik/CO<sub>2</sub>-emissie bij personeel, leveranciers en klanten. Tevens moet het inzicht geven aan de medewerkers, klanten, overheden en andere belanghebbenden.

Klaver Giant Groep wil een inspiratiebron zijn voor partner bedrijven. Dit betekent onder andere dat de communicatiestukken alle bedrijven binnen het netwerk van de Klaver Giant Groep dienen te bereiken. Doel hiervan is om de bewustwording van CO<sub>2</sub>-uitstoot een extra motivatie te geven.

Door de introductie van de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder heeft de Klaver Giant Groep een extra instrument om haar werknemers, maar natuurlijk ook opdrachtgevers en andere samenwerkingspartijen, helder te maken wat de prestaties zijn op het gebied van CO<sub>2</sub>-uitstoot. Dit instrument helpt bij de stimulering van de duurzaamheidgedachte, niet alleen binnen maar ook buiten de keten.

### 1.1 Interne communicatiedoelstelling

*Bewustwording:*

Het bewust integreren van een CO<sub>2</sub>-reductiebeleid in de organisatie moet bij alle medewerkers leiden tot bewustwording van, gedragsverandering en daardoor vermindering van het energieverbruik.

### 1.2 Externe communicatiedoelstelling

Als onderdeel van haar duurzaamheidsbeleid communiceert de Klaver Giant Groep op een inzichtelijke en structurele wijze over haar CO<sub>2</sub>-footprint naar haar externe doelgroepen. Tevens wordt de voortgang over de behaalde kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen in CO<sub>2</sub>-reductie naar buiten gebracht.

## 1.3 Doelgroepen

### 1.3.1 Intern

De interne communicatie is er met name op gericht om de afstand te overbruggen tussen management en uitvoerend personeel. Om de medewerkers het gewenste CO<sub>2</sub>-niveau te laten bereiken, wordt de interne communicatie structureel gevolgd. Vanwege het belang om de duurzaamheid te verbeteren en daarmee tevens de reductie in CO<sub>2</sub> is het belangrijk dat alle medewerkers van de Klaver Giant Groep B.V. zich hier voor inzetten.

Het gehele personeelsbestand vormt de doelgroep van de interne communicatie:

- Directie
- Managementteam
- Stafmedewerkers
- Vast- en tijdelijk uitvoerend personeel

### 1.3.2 Extern

Het is van belang dat het streven naar CO<sub>2</sub>-reductie overal wordt uitgedragen, zowel binnen als buiten de organisatie. CO<sub>2</sub>-reductie zal niet alleen binnen Klaver Giant Groep B.V. moeten worden behaald, maar dient binnen de gehele keten te worden bereikt. Alleen op deze manier kan een optimale uitstoot reductie worden behaald. De voornaamste externe doelgroepen zijn:

- Publieke opdrachtgevers (overheden)
- Private opdrachtgevers
- Leveranciers grondstoffen
- Leveranciers diensten
- Onderaannemers
- Collega-bedrijven
- Deelnemingen
- Zusterbedrijven
- Niet-gouvernementele organisaties

### 1.3.3 Communicatieschema

Wat?	Wie communiceert?	Hoe?	Doelgroep?	Wanneer?
<b>CO2 footprint (intern)</b>	Marketing (input KGID)	Via toolbox en internet	Intern	April en September
<b>CO2 footprint (extern)</b>	Marketing (input KGID)	Via internetsite en mailing	Extern	April en September
<b>CO2 reductiedoelstellingen en maatregelen</b>	Marketing (input KGID)	Via toolbox en internetsite	Intern	April en September
<b>CO2 reductiedoelstellingen en maatregelen</b>	Marketing (input KGID)	Via internetsite en mailing	Extern	April en September

Tijdens de interne audits wordt gecontroleerd of de bovenstaande periodieke acties zijn uitgevoerd conform vastgestelde frequentie.

## 2. Communicatiemiddelen en Verantwoordelijkheden

Met betrekking tot de communicatiedoelstellingen die nagestreefd worden, dienen verantwoordelijken toegewezen te worden. In dit communicatieplan wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende communicatiemethodieken. Door de verschillende wijze van communicatie binnen en buiten de groep is het van belang de verantwoordelijkheden duidelijk weer te geven. Onderstaand wordt duidelijk gemaakt wie verantwoordelijk is voor de verschillende communicatiewegen.

### 2.1 Communicatiemiddelen

De communicatie met betrekking tot de CO<sub>2</sub>-prestaties zullen intern verspreid worden binnen de gehele groep. Hier zijn meerdere kanalen voor:

#### Intern

- Toolbox, maandelijkse magazine met topics over het correct uitvoeren van de werkzaamheden op de werkplaats. Één van deze toolboxes zal worden geweid aan het CO<sub>2</sub>-reductieprogramma van Klaver Giant Groep;
- Interne mailing

Eveneens als de interne communicatie zijn er meerdere communicatiekanalen mogelijk voor de externe communicatie. Dit zijn de volgende:

#### Extern

- Mailings
- Overige informatieverstrekkingen welke beschreven zijn in hoofdstuk 1.3.3.

### 2.2 Verantwoordelijkheden

De directie van de Klaver Giant Groep B.V. is eindverantwoordelijk voor de communicatieresultaten. De uitvoering voor van de communicatiemiddelen worden getoetst door de aangewezen procesverantwoordelijk van de CO<sub>2</sub>-ladder.

#### Afkorting / Afdeling

Dir = Directie

Mrkt = Marketing

KGID = Klaver Giant ID

#### Naam

P.Th.W. Klaver / A.C.A. Ham

S. Klaver / S. van de Wiel

V. van de Kraats

### 3. Logboek Communicatie

*In de onderstaande tabellen zijn overzichten weergegeven van de geplande acties en structureel terugkerende communicatiemomenten. De volledige communicatie activiteiten staan benoemd in hoofdstuk 1.3 doelgroepen.*

<b>Communicatievorm</b>	<b>Datum</b>	<b>Naam</b>	<b>Aantal</b>
Intern / Extern	dd-mm-jjjj	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	x

*Logboek ingevuld aanwezig binnen de Klaver Giant Groep B.V.*