

Communicatieplan CO₂

1. Inleiding

Naast het hebben van een CO₂-beleid en (reductie)doelstellingen op dit gebied, is het van belang om te communiceren over dit beleid. Open en transparante communicatie kan bijdragen in het bewust maken en betrekken van medewerkers. Om de doelstellingen te kunnen halen, is het namelijk van belang dat iedere medewerk(st)er, ongeacht zijn of haar positie in de organisatie, zich bewust is van zijn of haar verantwoordelijkheid op dit gebied. Het terugbrengen van de CO₂-uitstoot is immers in het belang van iedereen.

Ook externe communicatie over het CO₂-(reductie)beleid speelt een belangrijke rol. Door externe partijen te informeren, draagt Koninklijke BAM Groep haar maatschappelijke betrokkenheid uit en neemt zij daarmee een voortrekkersrol op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) binnen de bouw- en infrasectoren.

Maatschappelijke betrokkenheid kent ook een commerciële kant. Enerzijds doordat een reductie van de CO₂-uitstoot (door het terugdringen van het energiegebruik) kostenbesparing kan opleveren. Anderzijds doordat een actief CO₂-reductiebeleid bijdraagt aan een positief imago van Koninklijke BAM Groep binnen de sectoren waarin zij werkzaam is, wat voordeel op kan leveren bij toekomstige gunningen.

In het communicatieplan wordt zowel de interne als de externe communicatie beschreven.

2. Doelstelling

Intern

Het doel van de interne communicatie is het bewustzijn en de betrokkenheid van medewerkers op het gebied van CO₂-reductie te vergroten en hen aan te sporen een actieve bijdrage te leveren aan het reduceren van de CO₂-emissie.

Extern

Het doel van de externe communicatie is het uitdragen van de maatschappelijke betrokkenheid en de voortrekkersrol van BAM Civiel/Koninklijke BAM Groep op het gebied van MVO en CO₂-reductie, alsmede het vergroten van het bewustzijn en de betrokkenheid van externe partijen, zodat ze een actieve bijdrage kunnen leveren aan CO₂-reductie.

3. Situatianalyse

Koninklijke BAM Groep heeft duurzaamheid en CO₂-reductie hoog op de agenda staan en streeft dan ook naar een duurzame manier van ondernemen. In de ondernemingsprincipes staat letterlijk: *“Wij treffen alle redelijkerwijs mogelijke maatregelen om onze activiteiten zodanig uit te voeren dat milieueffecten zo minimaal mogelijk zijn. Wij onderkennen onze verantwoordelijkheid ten aanzien van de natuur en streven ernaar elk negatief effect zo klein mogelijk te houden.”*

Om dit binnen de eigen organisatie te bereiken, heeft BAM Civiel een aantal doelstellingen en acties in gang gezet om op deze manier tot CO₂-reductie te komen. Duurzaamheid gaat het hele bedrijf aan. Het hele bedrijf zal dan ook te maken krijgen met de acties die voortvloeien uit het beleid. CO₂-reductie is dan ook een voortdurend proces, waarvoor blijvend bewustzijn moet ontstaan.



Communicatieplan CO₂

CO₂-reductie kan niet alleen binnen het eigen bedrijf worden behaald, maar kan en moet binnen de gehele keten worden bereikt. CO₂-reductie is dan ook een voortdurend proces, waarvoor blijvend bewustzijn moet ontstaan. Externe communicatie vindt altijd in overleg met de centrale afdeling communicatie (Koninklijke BAM Groep) plaats. Externe communicatie kan van invloed zijn op de positie en het imago van BAM Civiel en/of Koninklijke BAM Groep. Hierbij moet met name gedacht worden aan aandeelhouders en (potentiële) klanten.

4. Aandachtspunten

Intern

Belangrijk aandachtspunt bij de interne communicatie is het bereiken van medewerkers. Een groot deel van de medewerkers heeft een buitenfunctie en komt weinig of niet op één van de kantoorlocaties. Ook beschikken zij niet allemaal over een (zakelijk) e-mailadres. Medewerkers met een buitenfunctie zijn daarom via de digitale communicatiekanalen niet altijd bereikbaar. Daarnaast heeft milieubeleid en CO₂ in het bijzonder hebben vaak een wollig imago en voor veel mensen zal het onderwerp dan ook een afstandelijk karakter hebben.

Extern

Een aandachtspunt bij de externe communicatie is het feit dat BAM Civiel deel uitmaakt van de beursgenoteerde Koninklijke BAM Groep nv. Dit houdt in dat de externe communicatie aan strikte regels is gebonden en deels ook via de centrale communicatieafdeling in Bunnik moet lopen.

5. Strategie en doelgroepen

Intern

Gelet op het belang van de CO₂-reductie is het belangrijk dat het voltallige personeel van BAM Civiel hier een bijdrage aan levert. Het volledige bedrijf zal dus moeten worden bereikt met de communicatie over CO₂-reductie. Het voltallige personeelsbestand vormt dan ook de belangrijkste doelgroep van de interne communicatie.

Onder de interne communicatie wordt ook de communicatie naar de Koninklijke BAM Groep verstaan. Het betreft hier bijvoorbeeld kwartaalrapportages.

Extern

Belangrijk is dat het belang van CO₂ breed wordt gedragen, zowel binnen als buiten BAM Civiel. Alleen op deze manier kan een optimale reductie worden behaald. De voornaamste externe doelgroepen (belanghebbenden) zijn daardoor: klanten, leveranciers en onderaannemers. Daarnaast vormen de aandeelhouders van Koninklijke BAM Groep een belangrijke partij. Hoewel zij geen directe bijdrage kunnen leveren aan de CO₂-reductie, kan de communicatie over CO₂-emissie en CO₂-reductie invloed hebben op de aandeelhouders.

De insteek van de externe communicatie verschilt dus wezenlijk van de interne communicatie. Waar bij de interne communicatie de focus vooral ligt op het bewustzijn en de betrokkenheid van de medewerkers, ligt de nadruk bij de externe communicatie vooral op het uitdragen van de maatschappelijke betrokkenheid en de voortrekkersrol van BAM Civiel/Koninklijke BAM Groep op het gebied van MVO en CO₂-reductie in het bijzonder. De externe communicatie zal dus een geheel ander



Communicatieplan CO₂

karakter hebben dan de interne communicatie. De boodschap zal officiëler van aard zijn en de positie van Koninklijke BAM Groep/BAM Civiel op een relevante wijze presenteren.

6. Aanpak

Intern

In overeenstemming met de doelstellingen en strategie zullen alle medewerkers periodiek worden geïnformeerd over het CO₂-beleid en CO₂-reductie. Zij zullen ten minste 4 keer per jaar op de hoogte worden gebracht van het beleid van het bedrijf. Alle medewerkers worden geïnformeerd over de stand van zaken en worden waar mogelijk aangespoord een bijdrage te leveren aan CO₂-reductie.

Om de reductiedoelstellingen te kunnen halen, zullen alle medewerkers een bijdrage moeten leveren. Daarom is het van belang de communicatie laagdrempelig te houden en mensen te prikkelen om een bijdrage te leveren. Verder is het wenselijk mee te gaan met bestaande communicatiemiddelen. De meeste mensen weten de weg naar het intranet (BAM Civiel Plaza) te vinden en verder krijgen alle medewerkers het personeelsblad 'Civieliteiten' thuisgestuurd. Op die manier is een groot bereik te behalen met een minimum aan middelen. Voor het bereiken van de medewerkers wordt de doelgroep (personeel) waar nodig onderverdeeld in uitvoerend en niet-uitvoerend personeel

Middelen

Het streven is om zoveel mogelijk gebruik te maken van bestaande communicatiemiddelen. Voor interne communicatie zet BAM Civiel de volgende communicatiemiddelen in:

- Werkoverleg
- BAM Civiel Plaza (intranet)
- Civieliteiten (personeelsblad BAM Civiel, 4x per jaar)
- Managementrapportages (rapportage aan Koninklijke BAM Groep)
- Interne memo's (optioneel)
- nieuwsbrief salarisstroom (maandelijks)

Toepassing van deze middelen is als volgt voorzien:

Communicatiemiddel	Boodschap	Communicatie richting	Planning	Verantwoordelijke(n)
Werkoverleg	MT, BT, VT, directievergadering	Top-down	Maandelijks Wekelijks	Leidinggevenden
Bijeenkomsten	Halfjaarbijeenkomsten Personeelsbijeenkomsten Toolboxmeetings A&M-dagen	Top-down en Bottom-up	Najaar '09 Voorjaar '10 Ongoing Januari '10	Directie, Afdeling communicatie, organisatoren bijeenkomsten.
Civieliteiten	Vaste rubriek, stand van zaken	Bottom-up	1x per kwartaal (maart, juni, september en december)	KAM/Afdeling communicatie
Intranet (Civiel plaza)	Nieuws	Bottom-up	Ongoing	KAM/Afdeling communicatie
Memo's en posters	Informatie over te ondernemen acties door personeel	Top-down	Ongoing	KAM/Afdelingen communicatie en Civiele Dienst



Communicatieplan CO₂

Nieuwsbrief salarisstrook	Nieuws	Top-down	Maandelijks	KAM/Afdeling communicatie
Kwartaalrapportage management	Stand van zaken op het gebied van CO ₂ -emissie en CO ₂ -reductie	Bottom-up	4x per jaar, na elk kwartaal	Afdeling Finance & Control

Planning

Uitgangspunt is dat de communicatie parallel loopt aan de kwartaalrapportages. Dat wil zeggen, dat de communicatiemomenten telkens volgen na het afronden van een kwartaal en de daarbij behorende rapportage. Op deze manier kan bij elk communicatiemoment worden beschikt over de actuele gegevens en dus ook over de behaalde CO₂-reductie.

Extern

In overeenstemming met de doelstellingen en strategie zal BAM Civiel de externe partijen ten minste 2 keer per jaar informeren over het CO₂-beleid en de CO₂-reductie en waar nodig aansporen een bijdrage te leveren aan de CO₂-reductie. In deze communicatie kan worden ingegaan op de rol van BAM Civiel of de mogelijkheden die er voor de externe partijen zijn om reductie te behalen binnen de keten.

Middelen

Het streven is om zoveel mogelijk gebruik te maken van bestaande communicatiemiddelen. Voor externe communicatie zet BAM Civiel de volgende communicatiemiddelen in:

- Website BAM Civiel
- Website Koninklijke BAM Groep
- Infra Actie (relatiemagazine)
- Congressen en Symposia
- Persberichten en publicaties

Toepassing van deze middelen is als volgt voorzien:

Communicatiemiddel	Boodschap	Communicatie richting	Planning	Verantwoordelijke(n)
Beleidsverklaring	Kwalitatieve reductiedoelstellingen	Top-down	1x in de 3 jaar	Directie, Afdeling communicatie
Website BAM Civiel	Actuele stand van zaken + reductiedoelstellingen	Top-down	2x per jaar	Afdeling Communicatie
Website BAM Groep	Actuele stand van zaken	Top-down	Indien nodig	Directie, Afdeling communicatie, afd. Communicatie BAM Groep
Infra Actie	Vaste rubriek	Top-down	1x per half jaar	Afdeling communicatie
BAM Symposium	Brede discussie binnen de sector/keten	Top-down	1x per jaar	Directie/Infra Overleg
Persberichten, publicaties in tijdschriften etc.	Publicatie over nieuwe ontwikkelingen en/of initiatieven	Top-down	Ongoing	Afdeling Communicatie



Communicatieplan CO₂

Planning

Uitgangspunt is dat de communicatie parallel loopt aan de kwartaalrapportages. Dat wil zeggen, dat de communicatiemomenten telkens volgen na het afronden van een kwartaal of halfjaar en de daarbij behorende rapportage. Op deze manier kan bij elk communicatiemoment worden beschikt over de actuele gegevens en dus ook over de behaalde CO₂-reductie.

7. Organisatie

De volgende taken en bevoegdheden zijn vastgesteld voor de communicatie omtrent CO₂:

Taak	(eind)verantwoordelijke
Opstellen beleid en reductiedoelstellingen	Directie
Aanleveren informatie m.b.t. CO ₂ -emissie	Directeur Financiën & Administratie
CO ₂ -adviseur	Hoofd KAM
Vaststellen communicatieplan	KAM/PR
Bewaken en uitvoeren communicatie	Hoofd PR
Communicatie-adviseur	Hoofd PR

8. Evaluatie

Per kwartaal zullen de resultaten van het communicatiebeleid worden geanalyseerd en geëvalueerd. Als blijkt dat de doelgroep niet (volledig) is bereikt, of als blijkt dat de doelstellingen niet zijn gehaald, zal worden bekeken door de afdeling PR in welke opzichten de communicatie moet worden aangepast.

Gouda, november 2009

