

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 BAM binnen de sectoren waarin zij werkzaam is, wat voordeel op kan leveren bij toekomstige gunningen.

Het Communicatieplan is dan ook opgedeeld in twee delen: interne en externe communicatie. Deze twee delen worden achtereenvolgens behandeld.

2. Interne communicatie

2.1. Doel en doelstellingen

Het doel van de (interne) communicatie is het reduceren van de CO₂-emissie. Om deze reductie namelijk te realiseren, is de medewerking van de medewerkers nodig. Door communicatie worden de medewerkers geïnformeerd en aangespoord om een bijdrage te leveren aan de reductie van de CO₂-emissie.

De doelstelling is de medewerkers periodiek te informeren over het beleid van BAM Rail bv ten aanzien van CO₂-emissie en -reductie. Tenminste 4 keer per jaar, bij voorkeur gelijkmatig verspreid, zullen alle medewerkers worden geïnformeerd over de stand van zaken en waar nodig worden aangespoord een bijdrage te leveren.

2.2. Situatie analyse

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 Rail een aantal doelstellingen en acties in gang gezet om op deze manier tot CO₂-reductie te komen. Dit is gedaan door een projectteam CO₂-reductie samen te stellen.

Duurzaamheid gaat het hele bedrijf aan. Het hele bedrijf zal dan ook te maken krijgen met de acties die voortvloeien uit het beleid en uit dit communicatieplan. CO₂-reductie is dan ook een voortdurend proces, waarvoor blijvend bewustzijn moet ontstaan.



Communicatieplan CO₂

2.3. Knelpunten

Belangrijk knelpunt 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.

2.4. Strategie

Gelet op het belang van de CO₂-reductie is het belangrijk dat het voltallige personeel van BAM Rail 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.

2.5. Aanpak

Overeenkomstig de doelstellingen en strategie zullen alle medewerkers periodiek worden geïnformeerd over het CO₂-beleid en –reductie. Zij zullen op de hoogte moeten worden gebracht van het beleid van het bedrijf, en dan vooral voor die onderdelen die voor hen van belang zijn. Om CO₂-reductie te realiseren, is immers de medewerking van alle medewerkers noodzakelijk.

Binnen BAM Rail werken veel verschillende mensen op verschillende niveau's. Om de reductiedoelstellingen te kunnen halen, zullen alle medewerkers een bijdrage moeten leveren. Milieubeleid en CO₂ in het bijzonder hebben vaak een wollig imago en voor veel mensen zal het onderwerp dan ook een afstandelijk karakter hebben. Daarom is het van belang om 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 (Railplaza) inmiddels te vinden en verder krijgen alle medewerkers het blad 'Teamwerk' 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 nog 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 Rail de volgende communicatiemiddelen in:

- Werkoverleg
- Railplaza (intranet)
- Teamwerk (personeelsblad BAM Rail, 6x per jaar)
- Teamwerk digitaal (elektronisch personeelsblad BAM Rail, 6x per jaar)
- Informatieschermen
- Managementrapportages (rapportage aan Koninklijke BAM Groep)
- Interne memo's (optioneel)

Verder kan aandacht worden besteed aan het onderwerp tijdens bijvoorbeeld de Kaatsheuvelsessies (informatiebijeenkomsten voor hoger personeel), de A&M dagen (ARBO & Milieudagen)



Communicatieplan CO₂

Toepassing van deze middelen is als volgt voorzien:

Communicatiemiddel	Beschrijving	Communicatierichting	Planning	Verantwoordelijke(n)
Werkoverleg	MT, BT, VT	Top-down	Maandelijks Wekelijks	Leidinggevenden
Bijeenkomsten	Kaatsheuvessessies Personeelsbijeenkomsten Toolboxmeetings A&M-dagen	Top-down en Bottom-up	Najaar '09 Voorjaar '10 Ongoing Januari '10	Directie, Afdeling communicatie, organisatoren bijeenkomsten.
Teamwerk	Vaste rubriek	Bottom-up	1x per kwartaal (omstreeks. februari, mei, augustus en november	Business Development/Afdeling communicatie
Teamwerk digitaal	Instructies naar het personeel toe, stand van zaken	Top-down	Wanneer nodig	Directie
LCD-schermen	Zorgen voor snelle nieuwsvoorziening	Top-down en Bottom-up	Ongoing	Business Development/Afdeling communicatie
Intranet (Railplaza)	Actuele stand van zaken	Bottom-up	Ongoing	Afdeling communicatie
Memo's en posters	Informatie over te ondernemen acties door personeel	Top-down	Ongoing	Afdelingen communicatie en facility management
Kwartaalrapportage management	Stand van zaken op het gebied van CO ₂ -emissie en -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.

2.6. Organisatie

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

Taak	(eind)verantwoordelijke
Opstellen reductiedoelstellingen	Directie
Aanleveren informatie mbt CO ₂ -emissie	Directeur Finance & Control
Vaststellen inhoud communicatie	Afdeling Business Development (a.i.)
Uitvoeren communicatie	Hoofd PR & Communicatie
Communicatie-adviseur	Hoofd PR & Communicatie

2.7. 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 in welke opzichten de communicatie moet worden aangepast.



Communicatieplan CO₂

3. Externe communicatie

3.1. Doel en doelstellingen

Het doel van de (externe) communicatie is het reduceren van de CO₂-emissie. Om deze reductie namelijk te realiseren, is niet alleen de medewerking van de medewerkers nodig, maar ook de medewerking van externe partijen, zoals opdrachtgevers, leveranciers en onderaannemers.

De doelstelling is de externe partijen periodiek te informeren over het beleid van BAM Rail bv ten aanzien van CO₂-emissie en -reductie. Tenminste 2 keer per jaar, bij voorkeur gelijkmatig verspreid over het jaar, zullen externe partijen worden geïnformeerd over de stand van zaken en waar nodig worden aangespoord een bijdrage te leveren.

3.2. Situatie analyse

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 Rail een aantal doelstellingen en acties in gang gezet om op deze manier tot CO₂-reductie te komen. Dit is gedaan door een projectteam CO₂-reductie samen te stellen.

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 Rail en/of Koninklijke BAM Groep. Hierbij moet met name gedacht worden aan aandeelhouders en (potentiële) klanten.

3.3. Knelpunten

Belangrijk aandachtspunt bij de externe communicatie is het feit dat BAM Rail onderdeel 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.

3.4. Strategie en doelgroepen

Gelet op het belang van de CO₂-reductie is het belangrijk dat dit breed wordt gedragen, zowel binnen als buiten BAM Rail. Alleen op deze manier kan een optimale reductie worden behaald.

De voornaamste doelgroepen (belanghebbenden) zijn daardoor: klanten, leveranciers en onderaannemers. Daarnaast vormen de aandeelhouders van de Koninklijke BAM Groep een belangrijke partij. Hoewel zij geen directe bijdrage kunnen leveren aan de CO₂-reductie, kan de communicatie over CO₂-emissie en -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 van de medewerkers, ligt de nadruk bij de externe communicatie vooral op het benadrukken van de maatschappelijke betrokkenheid en de voortrekkersrol van BAM Rail/Koninklijke BAM Groep op het gebied van MVO en CO₂-reductie in het bijzonder. De communicatie zal dus een geheel ander karakter hebben dan de interne communicatie.



Communicatieplan CO₂

De boodschap zal officiëler van aard zijn en de positie van Koninklijke BAM Groep/BAM Rail op een relevante wijze presenteren.

3.5. Aanpak

Overeenkomstig de doelstellingen en strategie zal BAM Rail periodiek naar buiten treden over het CO₂-beleid en –reductie. In deze communicatie kan worden ingegaan op de rol van BAM Rail of de mogelijkheden die er voor de externe partijen zijn om reductie te behalen binnen de keten. Om CO₂-reductie (en dan met name op het gebied van productie en lifecycle) te realiseren, is immers medewerking vanuit de gehele keten wenselijk.

Middelen

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

- Website BAM Rail
- Website Koninklijke BAM Groep
- Infra Actie (relatiemagazine)
- Congressen en Symposia

Toepassing van deze middelen is als volgt voorzien:

Communicatiemiddel	Beschrijving	Communicatierichting	Planning	Verantwoordelijke(n)
Website BAM Rail	Actuele stand van zaken	Top-down	2x per jaar, stand van zaken	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

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.

3.6. Organisatie

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

Taak	(eind)verantwoordelijke
Opstellen reductiedoelstellingen	Directie
Aanleveren informatie mbt CO ₂ -emissie	Directeur Finance & Control
Vaststellen inhoud communicatie	Afdeling Business Development (a.i.)
Uitvoeren communicatie	Hoofd PR & Communicatie
Communicatie-adviseur	Hoofd PR & Communicatie



Communicatieplan CO₂

3.7. 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 in welke opzichten de communicatie moet worden aangepast.