



# Communicatieplan

<b>Bedrijf:</b>	<b>Siemens Holding BV</b> Siemens Beheer BV Siemens Grondwerkbedrijf BV Siemens Transportbedrijf BV Siemens Grondwerken BVBA Siemens Transport BV Siemens Grondwerken BV
<b>Periode:</b>	<b>2020</b>
<b>Auteur:</b>	M. Siemons en K. Lambregts
<b>Datum:</b>	05-03-2020
<b>Documentcode:</b>	X-204 – Communicatieplan
<b>Status:</b>	Definitief
<b>Voor akkoord:</b>	Jack Siemons (algemeen directeur)

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a rectangular box. The signature appears to be 'Jack Siemons'.



## INHOUDSOPGAVE

<b>1</b>	<b><i>Inleiding</i></b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b><i>Doelstelling en doelgroepen</i></b>	<b>3</b>
<b>2.1</b>	<b>Interne belanghebbenden</b>	<b>3</b>
<b>2.2</b>	<b>Externe belanghebbenden</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b><i>Overzicht externe belanghebbenden</i></b>	<b>4</b>
<b>4</b>	<b><i>Media</i></b>	<b>5</b>
<b>4.1</b>	<b>Interne communicatie</b>	<b>5</b>
4.1.1	Toolboxen	5
4.1.2	Nieuwsbrieven	5
4.1.3	Bedrijfswebsite	5
4.1.4	Vierwekelijks uitvoerdersoverleg	6
<b>4.2</b>	<b>Externe communicatie</b>	<b>6</b>
4.2.1	Bedrijfswebsite	6
4.2.2	De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO	6
4.2.3	Nieuwsbrieven	6
4.2.4	Actieve deelname in werkgroepen	7
<b>5</b>	<b><i>Uitvoering – stuurcyclus communicatie</i></b>	<b>7</b>
<b>5.1</b>	<b>Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)</b>	<b>7</b>
<b>5.2</b>	<b>Uitvoering van de communicatie</b>	<b>8</b>
5.2.1	Communicatie op projecten met gunningsvoordeel	8
5.2.2	Controle van de communicatie	8
5.2.3	Bijdragen en terugkoppeling over het CO <sub>2</sub> -reductiebeleid	9
5.2.4	Corrigerende maatregelen	9

## 1 Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan van Siemens Holding BV en haar werkmaatschappijen. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als beschreven in het Handboek CO<sub>2</sub>-Prestatieladder 3.0 en uitgebracht door de Stichting SKAO, is geregeld.

Gegevens over de CO<sub>2</sub>-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductiemaatregelen en -initiatieven alsmede de voortgang hiervan worden gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in verschillende communicatie-uitingen.

In dit communicatieplan worden de doelgroepen, verantwoordelijkheden met daarbij behorende taken en de wijze van communicatie beschreven.

## 2 Doelstelling en doelgroepen

Het communicatiedoel rondom CO<sub>2</sub>-reductie is het structureel overbrengen van het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en -maatregelen van het bedrijf. Zo krijgen onze medewerkers, andere bedrijven, opdrachtgevers en leveranciers een goed beeld van onze ambities en kunnen ze leren van onze ervaringen.

### Doelgroepen

Binnen ons communicatiebeleid onderscheiden wij twee doelgroepen: interne belanghebbenden bij CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf.

### 2.1 Interne belanghebbenden

Om succesvol te zijn in ons reductiebeleid dienen onze eigen medewerkers goed op de hoogte gehouden te worden omtrent de ontwikkelingen rond het CO<sub>2</sub>-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om de CO<sub>2</sub>-uitstoot verder te reduceren en hiervoor concrete voorstellen te doen.

Deze doelgroep bestaat uit:

- De kantoormedewerkers (administratie, werkvoorbereiding, projectleiding);
- De planner;
- De uitvoerders;
- De chauffeurs;
- De machinisten;
- De grondwerkers;
- Het management team;
- De interieurverzorgster;
- De medewerkers van de werkplaats.

### Communicatiedoelstellingen interne belanghebbenden

Het doel van communicatie met deze doelgroep is met name:

informereren, overtuigen en activeren.

Wij kunnen onze doelstellingen alleen bereiken als onze medewerkers daar actief aan meewerken. Tevens kunnen onze medewerkers een bron zijn van nieuwe ideeën om reductie te bereiken. De communicatiemiddelen die gebruikt worden om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 3.

## 2.2 Externe belanghebbenden

Externe belanghebbenden zijn partijen die belang hebben bij reductie van energie en van de meest materiële CO<sub>2</sub>-emissies, en potentiële partners om mee samen te werken aan CO<sub>2</sub>-reductie, zowel bij de initiatieven van ons bedrijf als bij de maatregelen in projecten waarop CO<sub>2</sub>-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.

Deze doelgroep bestaat uit

- (Potentiële) Opdrachtgevers
- Leveranciers
- (Lokale) overheden
- De onderaannemers
- SKAO
- Brancheverenigingen

**Communicatiedoelstellingen Externe belanghebbenden**

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is:

informer, kennisdelen en relatieonderhoud.

De communicatiemiddelen om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 3.

## 3 Overzicht externe belanghebbenden

Groep belanghebbenden	Belanghebbende	Wat is de link met ons CO <sub>2</sub> -reductiebeleid?	Media
(Potentiele) opdrachtgevers	Div. hoofdaannemers	Samenwerking bij (mogelijke toekomstige) opdrachten; Niveau 3 gecertificeerd op de CO <sub>2</sub> prestatieladder Mogelijke samenwerking sector- en/of keten initiatief.	Bedrijfswebsite SKAO website
	Diverse collegabedrijven inzake verhuur	Samenwerking bij (mogelijke toekomstige) opdrachten.	Bedrijfswebsite
	Diverse gemeente(n), provincie(s) en Rijkswaterstaat	Eisen op het gebied van CO <sub>2</sub> -reductie	Bedrijfswebsite SKAO website
Onderaannemers	Div. onderaannemers	Invloed op CO <sub>2</sub> uitstoot van de machines en mogelijke samenwerking reductiebeleid	Bedrijfswebsite Nieuwsbrief Contractbesprekingen
Leveranciers	Energieleverancier	Als leverancier van stroom en gas	Bedrijfswebsite
	Brandstofleverancier	Leverancier brandstof, brandstof registratie, brandstof alternatieven	Bedrijfswebsite
	Brandstofleverancier	Leverancier Acetyleen	Bedrijfswebsite
	Brandstofleverancier	Leverancier Propaan	Bedrijfswebsite
Overheden en bevoegd gezag	Gemeente(n), provincie(s), Rijkswaterstaat	Eisen op het gebied van CO <sub>2</sub> -reductie	Bedrijfswebsite SKAO website
Overig	SKAO	Als beheerder van de CO <sub>2</sub> prestatieladder	SKAO website
	Brancheverenigingen: CUMELA en TLN	Samenwerking met andere bedrijven in werkgroepen en met behulp van branche-gerelateerde kennis.	Bedrijfswebsite Nieuwsbrief Werkgroepen

## 4 Media

Voor de communicatie met de verschillende doelgroepen, worden verschillende media ingezet. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

### 4.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie gebruikt men volgende media:

- Toolboxen
- Nieuwsbrieven/memo
- Internet/website
- Vierwekelijks uitvoerdersoverleg

#### 4.1.1 Toolboxen

Tijdens de toolboxen wordt de CO<sub>2</sub>-uitstoot en de voortgang van de doelstellingen als onderdeel besproken en gedeeld met de medewerkers. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Minimaal eenmaal per jaar vindt een toolbox gehouden met dit onderwerp. De inhoud van deze toolbox bevat:

- Het geformuleerd energiebeleid;
- De huidige status van de gerealiseerde CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie;
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen;
- Reductiemogelijkheden, zowel bedrijf breed als op project- en persoonlijk niveau;
- Methoden die zijn ingezet om reducties te realiseren.

Deze bijeenkomsten zijn ook een mooie gelegenheid om hun input te vragen over het beleid en ideeën die zij hebben die bij kunnen dragen aan het reduceren van het energie verbruik/ CO<sub>2</sub> uitstoot.

#### 4.1.2 Nieuwsbrieven

De CO<sub>2</sub>-footprint wordt minimaal eenmaal per half jaar aan de medewerkers gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- De huidige status van de gerealiseerde CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie;
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen;
- Methoden die zijn ingezet om reducties te realiseren;
- De voortgang van de projecten waar gunningsvoordeel op is verkregen;
- De mogelijkheid tot individuele bijdrage door de medewerkers.

De nieuwsbrieven worden gepubliceerd op de prikborden in de kantines en de keten. Deze zijn ook beschikbaar voor eenieder op de website van het bedrijf.

#### 4.1.3 Bedrijfswebsite

Op internet is een aparte link 'CO<sub>2</sub> prestatieladder' gecreëerd (<https://www.siemensgrondwerken.nl/co2-prestatieladder/>). Op deze pagina wordt het beleid, de CO<sub>2</sub>-footprint en de doelstellingen van het bedrijf met betrekking tot CO<sub>2</sub>-reductie omschreven. Deze webpagina wordt een keer in het half jaar bijgewerkt. In de nieuwsbrief zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie. Zie ook punt 4.2.1. voor meer inhoudelijke informatie.



#### 4.1.4 Vierwkelijks uitvoerdersoverleg

Vierwkelijks wordt overleg gepleegd tussen de directeur, de KAM-coördinator en tevens COF-functionaris, commercieel technisch manager, projectleider de planner en de uitvoerders. Hierbij worden de actuele ontwikkelingen in het werk, de veiligheid en het gedrag van werknemers/onderaannemers met betrekking tot energie verbruik en CO<sub>2</sub>- uitstoot besproken. Van dit overleg worden notulen opgesteld.

## 4.2 Externe communicatie

De vorm van externe communicatie is afhankelijk van het type belanghebbende binnen deze doelgroep. Informatie over het beleid, doelstellingen en voortgang op het gebied van CO<sub>2</sub>-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks, of bij grote afwijkingen meerdere keren per jaar.

De volgende media worden onderscheiden:

- Internet ([www.siemonsgrondwerken.nl](http://www.siemonsgrondwerken.nl));
- Digitale nieuwsbrieven;
- Actieve deelname aan werkgroepen.

#### 4.2.1 Bedrijfswebsite

Siemons Holding BV heeft voor haar medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en andere belanghebbenden een aparte webpagina op haar website die via de link 'CO<sub>2</sub> Prestatieladder' te bereiken is. De website bestaat uit een aantal onderdelen:

- Informatie: Informatie over het beleid, doelstellingen en voortgang op het gebied van CO<sub>2</sub>-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks of, bij grote afwijkingen, meerdere keren per jaar;
- De emissie inventarisatie voor scope 1 en 2;
- De reductie doelstellingen en plan van aanpak m.b.t. de bovenstaande ketenanalyse;
- Deelname in initiatieven: Hier wordt aangeven aan welke initiatieven/projecten wordt deelgenomen of welke geïnitieerd zijn om CO<sub>2</sub>-reductie te bereiken.

#### 4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO

De volgende documenten worden op de SKAO website gepubliceerd (conform de eis van verplichte internetpublicatie; artikel 6.8 van het SKAO handleiding 2.2 reglement');

- Informatie over de inhoud van het keteninitiatief waar het bedrijf aan deelneemt

Op de website van SKAO dient elk document een pdf te zijn, met vermelding van een versienummer, een handtekening van de autoriserende verantwoordelijke manager en de autorisatiedatum. Bij een initiële ladderbeoordeling heeft het bedrijf nog geen pagina op de website van SKAO. Inlogcodes en instructies worden na afgifte van het certificaat toegestuurd.

De bovenstaande documenten worden actueel gehouden en minimaal eens per jaar gecontroleerd op actualiteit.

#### 4.2.3 Nieuwsbrieven

Siemons Holding BV en haar werkmaatschappijen communiceren middels nieuwsbrieven op haar website haar activiteiten op het gebied van CO<sub>2</sub>-emissie en CO<sub>2</sub>-reductie aan interne en externe belanghebbenden. Dit gebeurt eens per half jaar. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- De huidige status van de gerealiseerde CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie;





- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen;
- Methoden die zijn ingezet om reducties te realiseren.

#### 4.2.4 Actieve deelname in werkgroepen

Binnen de maatschappelijke omgeving waarin de organisatie opereert, zijn er diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. Siemons Holding BV en haar werkmaatschappijen participeren in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van grondverzet en transport voor een actieve bijdrage in de werkgroepen. Zij communiceert in deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

## 5 Uitvoering – stuurcyclus communicatie

Om te waarborgen dat de communicatie m.b.t. CO<sub>2</sub>-beleid van het bedrijf hun doel(en) bereiken is een efficiënte stuurcyclus noodzakelijk. Hieronder zijn de stappen omschreven die bij Siemons Holding BV en haar werkmaatschappijen gevolgd worden om dit te realiseren. De stappen zijn gebaseerd op de Deming cyclus: Plan-Do-Check-Act. Deze stuurcyclus is geïmplementeerd en geborgd middels procedure C 8.8 van ons handboek van het managementsysteem voor CO<sub>2</sub>-bewust handelen.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is de mevr. Michelle Siemons, KAM-coördinator (COF).



*Voor het bedrijf en de projecten waar CO<sub>2</sub>-gunnings voordeel op is verkregen. Plannen – communiceren – terugkoppelen – corrigeren/aanpassen. Terugkoppeling o.a. aan medewerkers en overige belanghebbenden.*

### 5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)

Jaarlijks wordt het volgende besproken ten aanzien van de communicatie:

- De externe belanghebbenden en doelgroepen worden (opnieuw) bepaald;
- Eventuele terugkoppelingen en communicaties aan het bedrijf van belanghebbenden (intern en extern);
- De frequentie van het communiceren;
- De actualiteit c.q. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie;
- Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO<sub>2</sub>-prestatie ladder m.b.t. communicatie.

De KAM-coördinator (COF) levert de benodigde informatie aan voor het bovenstaande. De bevindingen worden vastgelegd in de directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd word.

## 5.2 Uitvoering van de communicatie

In de onderstaande tabel staat aangegeven wie verantwoordelijk is voor welke communicatie, met welke frequentie de communicatie uitgevoerd moet worden en de inhoud die de communicatie bevat in relatie tot de eisen van de CO<sub>2</sub> prestatieladder.

Communicatie / activiteit	Doel groep(en)	Frequentie & planning	Eis	Inhoud van de communicatie	Verantwoorde lijke uitvoering
Bedrijfswebsite	Alle, intern en extern	1x per half jaar  actualiseren van de informatie  April en oktober	3.B.1  3.C.1  3.D.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2 (het Energie management actieplan).  Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF
Website SKAO	Alle, intern en extern	1x per jaar april	3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF
Toolboxen	Alle medewerkers intern	Min 1x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	Uitvoerders
Nieuwsbrief	Alle medewerkers intern	2x per jaar maart en oktober	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2 incl. projecten	COF
Vierwkelijks overleg	Directie Projectleiding Commercieel technisch manager Planner Uitvoerders VGM Coördinator/COF	Wekelijks	3.C.1	Uitvoer reductie maatregelen, gedrag medewerkers m.b.t. CO <sub>2</sub> reductie	Directie
Externe nieuwsbrief	Onderaannemers Opdrachtgevers	2x per jaar maart en oktober	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF
Active deelname werkgroepen	Mede actieve deelnemers	2x per jaar Afhankelijk van planning bijeenkomsten	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductie maatregelen op projecten, diensten en producten	COF

### 5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel

De communicatie op projecten met gunningsvoordeel vindt op dezelfde manier plaats als voor het gehele bedrijf. Op verzoek van de opdrachtgever kan de communicatie van de CO<sub>2</sub>-reductie mogelijk in de bouwvergadering worden besproken. Ook kan de opdrachtgever een andere vorm van communicatie eisen. Voor dit project wordt dan een apart communicatieplan opgesteld. Per project wordt bepaald wie de belanghebbenden zijn, welke communicatiemiddelen gebruikt zullen worden, wie verantwoordelijk is voor de communicatie en met welke frequentie gecommuniceerd zal worden. Het projectcommunicatieplan wordt opgesteld door de KAM-coördinator (COF) in samenwerking met de directeur.

### 5.2.2 Controle van de communicatie

De KAM-coördinator (COF) is verantwoordelijk voor de controle op de juiste uitvoer van de verschillende communicaties volgens het communicatieplan.

Jaarlijks controleert de KAM-coördinator (COF) dat:

- Alle afgesproken communicaties hebben plaatsgevonden;





- De inhoud van de communicatie actueel is en alle onderwerpen bevat zoals in dit plan is beschreven is.

Indien blijkt dat niet alle communicaties correct of volledig uitgevoerd zijn dan wordt dit met de directeur besproken.

### 5.2.3 Bijdragen en terugkoppeling over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid

Naar aanleiding van de communicatie over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid kan het bedrijf bijdragen of terugkoppeling ontvangen van derden. Dit kan bijvoorbeeld een communicatie zijn van een externe belanghebbende (b.v. opdrachtgever) of medewerker van het bedrijf.

Bijdragen of terugkoppelingen kunnen bestaan uit (maar zijn niet beperkt tot):

- ideeën voor maatregelen om tot CO<sub>2</sub>-reductie te komen;
- klachten m.b.t. energie verspilling of milieu overlast;
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid;
- (wijzigingen m.b.t.) eisen van opdrachtgevers over het CO<sub>2</sub>-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid van het bedrijf worden door de KAM-coördinator (COF) verzameld en in de overlegstructuur besproken.

### 5.2.4 Corrigerende maatregelen

In de volgende situaties zijn corrigerende maatregelen nodig:

- Communicatie wordt niet conform de planning uitgevoerd of informatie is inhoudelijk niet correct;
- De terugkoppeling van derden heeft gevolgen voor of kan gevolgen hebben voor het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid van het bedrijf bijvoorbeeld bij:
  - Wetswijzigingen;
  - Veranderingen van eisen van opdrachtgevers;
  - Klachten/berichten over energie verspillingen.

De bovenstaande situaties worden in de overlegstructuur besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt door de KAM-coördinator (COF).