

Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A. Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 1 van 10

1.0 Inleiding

Visser & Smit Hanab (V&SH) ontwikkelt, bouwt en onderhoudt verbindingen, netwerken en installaties voor water, energie en communicatie. In deze branche willen wij ons profileren als duurzame partner in de huidige energietransitie. Dit uit zich onder andere in onze keuze van projecten die we de afgelopen jaren hebben uitgevoerd, de producten die wij hebben ontwikkeld en de dialogen die wij met onze opdrachtgevers hebben gevoerd. Zo hebben wij projecten gerealiseerd op het gebied van toepassing van restwarmte, geothermie, drinkwaterwinning, opslag van CO₂ en het hergebruik van CO₂ in kassen. Verder ontwikkelden wij concepten voor onder meer de aanleg van wind- en zonneparken en de winning van lage temperatuur aardwarmte. Wij willen onze klanten de meerwaarde bieden van een duurzame samenwerking in het kader van de E-transitie en op gebied van CO₂-reductie, zonder kostenreductie, kwaliteitsbewaking en planning uit het oog te verliezen. Deze meerwaarde creëren wij niet alleen, maar realiseren wij in dialoog met de keten.

Wij vinden transparantie van groot belang als het gaat om onze emissies en behaalde reducties. Op projectbasis koppelen wij de behaalde besparingen naar onze opdrachtgever terug. Wij stellen ons als doel de meerwaarde voor de opdrachtgever uit te drukken in concrete getallen. Voor stakeholders binnen en buiten het bedrijf zijn kennisgeving van onze strategie, doelstellingen, vooruitgang en innovaties van groot belang. Het identificeren van alle belanghebbenden is een belangrijk doel van dit plan. Een persoonlijke dialoog met direct belanghebbenden en het bijsturen van onze strategie op basis van de input van onze stakeholders zijn speerpunten van de organisatie.

Dit communicatieplan is opgesteld in overleg tussen de KAM-afdeling en de afdeling Communicatie van Visser & Smit Hanab (V&SH) en beschrijft de wijze waarop V&SH haar ambities en maatregelen op het gebied van CO₂-reductie zowel intern als extern kenbaar maakt. Uitgangspunt daarbij zijn direct overleg met onze stakeholders en publicaties aangaande productinnovaties, onze CO₂-footprint, ketenanalyses en de halfjaarlijkse CO₂-rapportage van het bedrijf.

2.0 Strategie

Het CO₂-communicatieplan onderschrijft het belang van CO₂-reductie voor Visser & Smit Hanab en borgt de gestructureerde communicatie van onze prestaties naar de juiste stakeholders. Het CO₂-reductieprogramma van V&SH richt zich er op een meerwaarde te creëren voor onze opdrachtgevers en in samenwerking met de keten onze negatieve impact op het milieu te verkleinen, of deze zelfs om te keren tot een positieve impact. Zowel intern als extern geeft dit communicatieplan inzicht in het CO₂-beleid en de prestaties en innovaties. Allereerst moet de noodzaak van CO₂-reductie voor iedereen duidelijk zijn (kennisoverdracht). Naast kennis moet de communicatie bijdragen aan een positieve houding ten opzichte van CO₂-reductie en leiden tot een milieubewust gedrag.

De meerwaarde die onze inzet levert aan onze producten en diensten willen wij op de juiste wijze communiceren met externe stakeholders. In onze samenwerking in de keten, staan het halen en brengen van informatie centraal, zodat wij de concrete reductie die wij als sector kunnen behalen optimaliseren. Daarnaast wordt positief gestuurd op het implementeren van succesvol gebleken maatregelen bij leveranciers en onderaannemers.

De verantwoordelijke voor communicatie heeft als taak om aan de hand van de inhoudelijke input te bepalen welke communicatiemiddelen er ingezet moeten worden om de informatie zo effectief mogelijk aan de verschillende doelgroepen te communiceren. De communicatieadviseur is in samenwerking met de KAM-afdeling verantwoordelijk voor de uitvoering en het actueel houden van het plan.

09 september 2019
 Lilian van Diemen
 HR en Communicatie V&SH

Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A. Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 2 van 10

3.0 Communicatiedoelstellingen

In dit hoofdstuk worden de algemene doelstellingen benoemd. Doelstellingen over wat we als organisatie precies willen bereiken en wanneer we dat willen bereiken. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen interne en externe doelstellingen. Ook is er onderscheid tussen de doelstellingen die gehaald moeten worden om certificering mogelijk te maken en de doelstellingen met een belang voor onze stakeholders en eigen medewerkers, die los staan van deze certificatie.

Voor certificering op de CO₂-prestatieladder (niveau 5) moet de structurele interne en externe communicatie minimaal omvatten: het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van ons bedrijf voor scope 1, 2 en 3, zoals vastgelegd in het energiemangementprogramma, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie met betrekking tot het huidig energiegebruik en trends en ontwikkelingen binnen het bedrijf. Daarnaast dienen ook minimaal 2 ketenanalyses en een analyse van de meest materiële emissies in scope 3 te worden gepubliceerd.

Algemeen: de CO₂-communicatie moet bijdragen aan bewustwording (kennis), veranderingsbereidheid (houding) en reductie van energieverbruik (gedrag). Daarnaast is het verzorgen van inzicht voor alle stakeholders en belanghebbenden een belangrijk speerpunt.

Bij de interne doelgroepen moet duidelijk zijn:

- wat de ambities van V&SH inhouden en hoe deze praktisch uitvoerbaar zijn;
- wat het belang en de noodzaak van deze ambities en reductiemaatregelen zijn en waar de aangekondigde reductiemaatregelen verplicht genomen dienen te worden;
- wat de voortgang is ten opzichte van deze ambities in relatie tot de genomen maatregelen.

Visser & Smit Hanab communiceert extern over:

- het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf;
- het huidig energiegebruik en trends en ontwikkelingen binnen het bedrijf;
- initiatieven waarbij het bedrijf betrokken is;
- de behaalde CO₂-reductie in scopes 1, 2 en 3;
- een analyse van de meest materiële scope 3 emissies;
- ketenanalyses die ten grondslag liggen aan onze scope 3 reducties;
- de mogelijkheden voor individuele bijdrage door medewerkers.

4.0 Toepassing

Dit plan is van toepassing op de organisatorische grens (organizational boundary) van Visser & Smit Hanab, zoals vastgelegd in de CO₂-management software.

5.0 Wijziging ten opzichte van vorige revisie

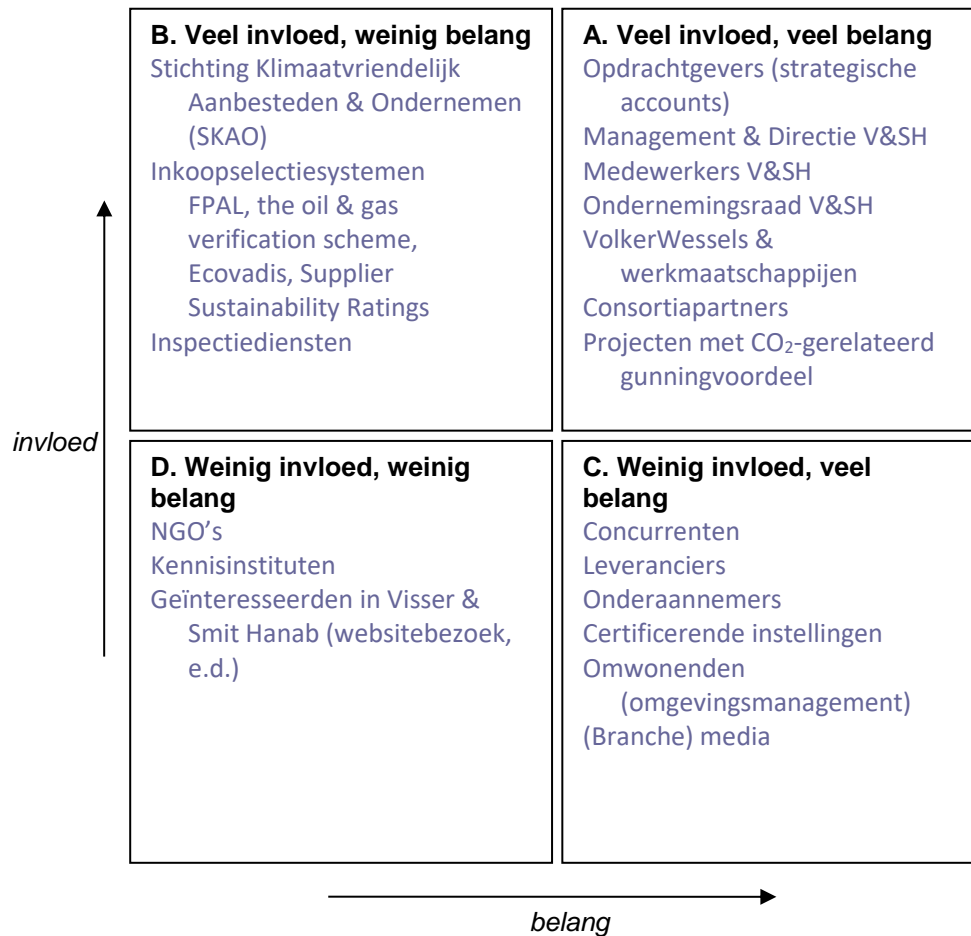
Jaarlijks revisie op basis van effectiviteit op basis van markt- en strategische wijzigingen aangaande de huidige energietransitie.

Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A.Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 3 van 10

6.0 Doelgroepen

6.1 Stakeholderanalyse

Stakeholderanalyse is leidend geweest voor het opstellen van dit communicatieplan. In onderstaand schema komen partijen die in enige mate belang hebben bij Visser & Smit Hanab. Het schema is verdeeld in kwadranten naar belang en invloed. De communicatieaanpak kan per kwadrant verschillen.



Groep A

Deze groep heeft veel invloed op en veel belang bij het beleid dat gevoerd wordt, en is dan ook de belangrijkste groep stakeholders. Zij dienen overal van op de hoogte gehouden te worden en indien noodzakelijk vooraf geraadpleegd.

- Opdrachtgevers hebben veel belang bij de CO₂-reductie-ambities en voortgang, aangezien dit een meerwaarde is voor de producten en diensten die V&SH levert. De invloed is ook hoog aangezien zij eisen kunnen stellen in contracten en inkoopvoorwaarden. Daarnaast kunnen nieuwe samenwerkingsverbanden en opdrachten worden gegenereerd door de meerwaarde die V&SH levert op het gebied van duurzaamheid, zoals nieuwe product markt combinaties. Steeds vaker zoekt V&SH direct contact met opdrachtgevers over CO₂-reducerende oplossing met als focus projecten op het gebied van 'nieuwe' / duurzamer vormen van energie (ofwel duurzame opwekking, transport, gebruik en opslag) in het kader van de huidige energietransitie. Onder deze stakeholders bevinden zich ook overheden.
- Het management & de directie zijn beleidsbepalend en richtinggevend. Zij zijn verantwoordelijk voor capaciteit/inzet van de medewerkers en voor het uitvoeren van de maatregelen en behalen van de doelstellingen. Daarom wordt maandelijks een managementrapportage (MARAP) uitgebracht met de

Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A. Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 4 van 10

voortgang van het bedrijf ten opzichte van de doelstellingen op het gebied van KAM. Daarnaast is een separaat CO₂-jaarplan opgesteld in overeenstemming met de centrale directie en zijn verschillende stakeholderdialogen opgezet met management, directie en KAM-deskundigen aangaande de energietransitie en Levenskwaliteit.

- De medewerkers van V&SH behoren operationeel tot de voornaamste groep stakeholders. Zij zijn verantwoordelijk voor de dagelijkse uitvoering van de werkzaamheden van het bedrijf en voor Visser & Smit Hanab is de feedback vanaf de projecten van onschatbare waarde als input voor onze maatregelen en het energiemanagementprogramma.
- De OR heeft veel invloed als vertegenwoordiger van de medewerkers en in haar rol als advies- en instemmingsorgaan. Dit is met name van belang wanneer regelingen of beleid aangepast dienen te worden om onze reductiedoelstellingen te behalen.
- VolkerWessels heeft veel invloed het Corporate Social Responsibility (CSR) programma en het stellen van strategie, beleid, ambities, doelstellingen en communicatie voor de werkmaatschappijen. Een geheel dat bij VolkerWessels wordt geduid als een bijdrage aan Levenskwaliteit. Data over onze CO₂-uitstoot wordt op concernniveau geconsolideerd en jaarlijks geverifieerd door een accountants- en adviesorganisatie. Deze data wordt door het concern gepubliceerd in een duurzaamheidsverslag. V&SH heeft periodiek een overleg met VolkerWessels in het kader van CSR op directieniveau en middels een werkgroep waaraan KAM-adviseurs deelnemen. In deze overlegvormen is de CO₂-uitstoot van de werkmaatschappijen het voornaamste onderwerp. Het belang van deze cijfers wordt onderstreept door het gelijktijdig bespreken en publiceren met de financiële jaarcijfers.
- Consortiapartners zijn onder groep A gekwalificeerd, omdat bij een aanbidding met CO₂-gunningcriteria de laagste trede van de individuele bedrijven in het consortium maatgevend is voor de totale aanbidding. Daarnaast wordt nauw samengewerkt met andere werkmaatschappijen om onze doelstellingen op het gebied van CO₂-reductie te behalen, zoals bijvoorbeeld onze materieeldiensten. Er vinden zowel structurele vergaderingen plaats, als ad-hoc overleg met partners binnen de sector.
- Het correct informeren van projecten met gunningvoordeel en de betrokken partijen in deze projecten (met name de opdrachtgever) heeft uiteraard ook directe aandacht. V&SH hecht grote waarde aan transparante communicatie over het inlossen van de beloftes die bij aanvang van het project zijn gemaakt. Ook is reeds voor enkele projecten zonder gunningvoordeel een project footprint opgeleverd in overeenstemming met de opdrachtgever.
- Overleg over onze doelstellingen met overheden -die tevens opdrachtgevers kunnen zijn- is van toenemend belang voor V&SH. Met de overheid vind een dialoog plaats vinden onze strategie en onze innovaties. Het doel is enerzijds het aanscherpen van onze doelstellingen en sturen van onze maatregelen, zodat ze beter aansluiten bij de wens van onze opdrachtgevers en de overheid. Daarnaast is het tijdig bespreken van wettelijke belemmeringen in wetgeving en subsidieregelingen van toenemend belang met betrekking tot innovaties en de energietransitie.

Groep B

In algemene zin hebben de stakeholders in deze groep veel invloed maar weinig direct belang. Het is daarom van belang deze stakeholders periodiek op de hoogte te houden van specifieke vorderingen die voor hen van belang zijn. Wanneer er een goede relatie bestaat met de partijen uit deze groep kunnen zij hun invloed in positieve zin aanwenden.

- Stichting Klimaatvriendelijke Aanbesteden en Ondernemen (SKAO) heeft veel invloed op het CO₂-beleid van de organisatie middels de inhoud van de CO₂-prestatieladder, maatregelenlijsten, conversiefactoren, etc. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan.
- Voor inkoopselectiesystemen, zoals bijvoorbeeld FPAL of Ecovadis, is het van belang dat V&SH helder communiceert over de meerwaarde die onze inzet op het gebied van CO₂-reductie heeft voor potentiële opdrachtgevers.
- Naleven van wet- en regelgeving staat hoog op de managementagenda. In het kader van handhaving worden inspectiediensten waar mogelijk vooraf geïnformeerd over emissiebronnen en alternatieve werkwijzen als het bijvoorbeeld gaat om standaardmaatregelen ten behoeve van energiereductie. Een positief imago van Visser & Smit Hanab zal in de uitvoering het voordeel bieden dat wij een dialoog op

Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A.Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 5 van 10

positieve wijze kunnen starten. In het kader van het melden van onze milieuactiviteiten, is het bevoegd gezag tijdig op de hoogte gesteld. Al dan niet door het inzenden van de Activiteitenbesluit Internet Module

Groep C

Dit is de grootste groep stakeholders. Deze groep heeft weinig directe invloed maar het is in het belang van het energiebeleid van V&SH de reductiedoelstellingen en maatregelen te delen. Omdat deze partijen niet veel invloed hebben op de directe emissies, zijn zij zeker niet altijd betrokken bij het nemen van beslissingen. Het belang van deze groep is echter sterk aan het stijgen, gezien het toenemend aantal maatregelen en doelstellingen op het gebied van CO₂-reductie in de keten. Niet alleen wordt ad-hoc gecommuniceerd met deze partijen met het doel maatregelen te implementeren, of doelstellingen te overleggen. Ook raadplegen wij deze partijen regelmatig om op de hoogte te blijven van initiatieven in de sector (halen van informatie). V&SH communiceert ook structureel met deze partijen door middel van externe publicaties (brengen van informatie).

- Concurrenten zijn zeer geïnteresseerd in de positie en invulling van V&SH met betrekking tot de CO₂-prestatieladder. Dit kan voor hen een behoorlijk concurrentievoordeel of –nadeel opleveren. Daarnaast zijn concurrenten toenemend geïnteresseerd in de invulling die V&SH aan CO₂-reductie geeft bij aanbestedingen, gezien het onderscheidend vermogen van V&SH op dit gebied. Tijdig delen wij informatie om initiatieven over de sector te verspreiden en halen wij informatie op bij onze concurrenten om succesvolle maatregelen toe te passen binnen V&SH.
- Leveranciers en onderaannemers zijn betrokken in het energiebeleid omdat deze partijen diensten of materieel/materiaal leveren dat een directe impact heeft op onze uitstoot. Daarnaast wil V&SH de uitstoot in de keten ook verder reduceren. Dit betekent dat de zakelijke relatie onder druk komt te staan wanneer een leverancier niet wil meewerken om een reductie van uitstoot in de keten te bewerkstelligen. Een reductie van de CO₂-uitstoot is echter vaak voordelig voor beide partijen en V&SH weet dit vaak succesvol over te brengen op leveranciers en onderaannemers. Gezien V&SH wil gaan opschuiven naar een meer strategisch partnerschap, schuiven deze stakeholders steeds verder richting groep A. De partijen die op dit moment of structureel verantwoordelijk zijn voor de grootste inkoopomzet, zijn het primaire doel voor externe communicatie. Een voorbeeld van ad-hoc communicatie met deze partijen zijn twee zogenaamde leveranciersdagen die zijn georganiseerd in 2016, waarbij duurzaamheid en veiligheid voornaam onderwerpen waren. Tevens is een structureel overleg opgezet met onze voornaamste materieelleverancier in het kader van duurzaamheid en kostenreductie.
- Certificerende instellingen controleren de werkwijze van V&SH op het gebied van duurzaamheid, milieu en CO₂-reductie. Bij de ene audit is het van belang dat wij onze CO₂-reductie doelstellingen behalen, bij andere audits is het van belang dat wij ons houden aan de huidige regelgeving op het gebied van milieu, of dat gewerkt wordt volgend de opgestelde procedures. Het is van belang dat V&SH de certificerende instellingen kan voorzien van de juiste informatie.
- Omwonenden of passanten van projecten die worden uitgevoerd zijn van grote waarde voor het imago van V&SH. Het is belangrijk deze partijen correct te informeren over de zorg die V&SH heeft voor de uitvoering van het project in het heden en het duurzaam voortbestaan van onze omgeving in de toekomst. De tevredenheid van omwonenden en passanten over onze projecten is in toenemende mate een belangrijke meerwaarde voor onze opdrachtgever, dus daarmee neemt ook indirect het belang van omgevingsmanagement toe voor V&SH.
- Media zijn geïnteresseerd in nieuwsvergaring en kunnen worden ingezet om imago van Visser & Smit Hanab positief te beïnvloeden.

Groep D

Deze groep heeft weinig invloed en weinig belang in de stuurcyclus en verdient daarmee minder aandacht dan de overige stakeholders. Wel is communicatie ingericht zodat ook deze groep geïnformeerd kan blijven via algemene middelen, zoals bijvoorbeeld de website van V&SH en SKAO.



Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A. Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 6 van 10

- Voor non-gouvernementele organisaties en kennisinstituten geldt dat ze meer geïnteresseerd zijn in algemene trends of uitzonderlijke innovaties. Een uitzondering hierin zijn partijen met wie wij zelf een actieve samenwerking hebben om onze CO₂-uitstoot (in de keten) te reduceren. Een overleg met deze partijen heeft zelfs geleid door een landelijke ondertekening van de Green Deal het Nieuwe Draaien door verschillende ketenpartijen. V&SH is trots mede-initiatiefnemer te zijn van deze Green Deal.
- Geïnteresseerden in Visser & Smit Hanab, bijvoorbeeld website- of beursbezoekers, voor zover niet één van de eerder genoemde stakeholders.

N.B. Een relatie kan in verschillende vormen voorkomen. Zo kan de onderaannemer van het ene project, opdrachtgever op een ander project zijn en kan een opdrachtgever op één project, leverancier zijn op een ander werk.

6.2 Interne stakeholders

De belangrijkste interne belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de interne communicatie:

- Management & directie V&SH
- Medewerkers V&SH
- Ondernemingsraad V&SH
- VolkerWessels & werkmaatschappijen

6.3 Externe stakeholders

De belangrijkste externe belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de externe communicatie:

- Opdrachtgevers (strategische accounts)
- Consortiapartners
- Onderaannemers
- Leveranciers
- Inkoopselectiesystemen
- Concurrenten
- Certificerende instellingen
- Projecten met gunningsvoordeel
- Overheden
- NGO's
- Kennisinstituten
- SKAO
- (Branche) media
- Omwonenden en passanten (omgevingsmanagement)
- Geïnteresseerden en incidentele bezoekers van onze website

Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A. Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 7 van 10

7.0 Communicatiemiddelen

Elke doelgroep wordt benaderd door middel van vooraf bepaalde communicatiemiddelen. Sommige doelgroepen kunnen de informatie krijgen via verschillende middelen en sommige middelen kunnen meerdere doelgroepen bereiken. Onderstaand schema geeft aan welke communicatiemiddelen er ingezet worden, welke voornaamste doelgroepen deze zullen bereiken en hoe vaak er een bericht geplaatst zal worden aangaande zaken omtrent de CO₂-Prestatieladder.

Er wordt gebruik gemaakt van onderstaande communicatiemiddelen:

Intern	Doelgroep	Frequentie
Score (intranet)	Alle medewerkers Visser & Smit Hanab met een login op het netwerk (vakmensen, staf & deel tijdelijke medewerkers)	Indien relevant
Blog directeur	Alle medewerkers Visser & Smit Hanab	Ad hoc
VolkerWessels Actueel	Alle medewerkers VolkerWessels	Minimaal maandelijks, ad hoc
Personeelsbijeenkomsten	Intern Top 50 overleg	Elke 6 maanden
Directie-overleg	Directie	Elke 2 maanden
Managementrapportage	Directie & management (indirect alle medewerkers V&SH)	Maandelijks
Toolbox	Vakmensen V&SH	Ad hoc
Social Media	Alle volgers #vshanab / Linked-In contacten	Ad hoc
CSR-report	VolkerWessels Raad van Bestuur	Elke 3 maanden

Extern	Doelgroep	Frequentie
Website	Alle internetbezoekers	continue
VolkerWessels duurzaamheidsverslag	Alle stakeholders	Jaarlijks
Vak- branchebladen	Alle stakeholders	Bij certificering & ad hoc. met betrekking tot ontwikkelingen en innovaties
Brancheverenigingen	Consortiapartners en concurrenten	Ad hoc en volgens ketenanalyse
Dialogo ter aanscherping van doelstellingen/ strategie	Overheid en NGO of extern deskundige	jaarlijks
Social Media	Alle volgers #vshanab / Linked-In contacten	Ad hoc
Kennisdeling in het kader van Het Nieuwe Draaien	Natuur & milieu, consortiapartners en concurrenten	Minimaal jaarlijks intern en vanuit het initiatief ad hoc
Periodieke rapportage en eventueel separate projectrapportage	Alle internetbezoekers en specifiek opdrachtgevers van projecten met CO ₂ -gerelateerd gunningvoordeel	Elke 6 maanden en op aanvraag / volgens contract

8.0 Planning

Communicatieplanning tot en met Q2 2019



Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A.Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 8 van 10

	Doelgroep	Boodschap	Middel	Moment	Verantwoordelijke
	Raad van Bestuur VW	Voortgang en strategie V&SH	CSR-report en overleg CSR-platform	Ieder kwartaal	Directie
	Management & directie, projectleiding en uitvoering	Uitstoot CO ₂ en afval afgelopen kwartaal met toelichting	MARAP	2 ^e maandag van de maand	Hoofd KAM
	Management & directie	Strategie en vorderingen in de markt	Directie- & managementoverleg en VolkerWessels Actueel	Iedere 2 maanden en ad hoc	Directie + Hoofd KAM + Communicatie VolkerWessels
	Medewerkers	CO ₂ -reductie in projecten	Score, blog en/of internet	Indien relevant	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Initiatieven met betrekking tot CO ₂ -reductie	Internet	Q3 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Energiemanagementprogramma – doelen CO ₂ -reductie	Internet	Q2 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Checklist maatregelen PRM 01-01	BMS	Q4 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Meest materiële emissies scope 3 en ketenanalyses	Internet	Q4 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	CO ₂ -reductie & besparingsmogelijkheden	Folder / Score / internet	Via VG plan	Hoofd KAM + Communicatie
	Productie-medewerkers	Toolbox CO ₂ -reductie	Toolbox / Score / e-mail	beschikbaar	Dossier-verantwoordelijke
	Medewerkers	Periodieke rapportage H2 2018	Internet	Q1 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Presentatie footprint 2019 middels energiemangementprogramma	Internet	Q2 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Directiebeoordeling 2019	BMS	Q1 2020	Hoofd KAM
	Medewerkers	KAM-jaarplan 2019	BMS	Q1 2019	Hoofd KAM
	Medewerkers	Periodieke rapportage H1 2019	Internet	Q3 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Resultaat audit	Score / Blog directeur	December 2020	Hoofd KAM + uitvoering Communicatie
	Medewerkers	Initiatieven met betrekking tot CO ₂ -reductie	Internet	Q3 2020	Hoofd KAM + Communicatie



Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A.Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 9 van 10

	Medewerkers	Checklist maatregelen PRM 01-01	BMS	Q4 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Meest materiële emissies scope 3 en ketenanalyses	Internet	Q4 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Periodieke rapportage H2 2019	Internet	Q1 2020	Hoofd KAM + Communicatie
EXTERN	Overheid / bevoegd gezag	Wijziging in activiteiten vestiging mbt. milieu (indien van toepassing)	AIM of separate melding	Q3 2019	Vestigings-verantwoordelijke
	Betrokkenen project met gunning	Opdrachtgever	Nader te bepalen	Periodieke rapportage	Hoofd KAM + uitvoering Communicatie
	Concurrenten en kennisinstututen	CO ₂ reducerende maatregelen, innovaties en werkwijzen	Vakbladen en brancheverenigingen	Volgens ketenanalyses	Hoofd KAM + afdelings-verantwoordelijke
	Alle	Initiatieven met betrekking tot CO ₂ -reductie	Internet / Website SKAO	Q3 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Ontwikkelingsprojecten en sectorbreed reductieprogramma	Internet/ Website SKAO	Q3 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Meest materiële emissies scope 3 en ketenanalyses	Internet/ Website SKAO	Q4 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Voortgang 2018 en strategie VolkerWessels	Duurzaamheidsverslag	Q2 2019	Communicatie VolkerWessels
	Alle	Presentatie footprint 2018 middels energiemangementprogramma	Internet	Q2 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Overheid & NGO / extern deskundige	Dialogo voortgang doelstellingen & strategie V&SH	Dialogen V&SH, VW & werkgroep Green Deal	jaarlijks	Hoofd KAM + directie
	Alle	Periodieke rapportage H1 2019	Internet	Q3 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Initiatieven met betrekking tot CO ₂ -reductie	Internet / Website SKAO	Q3 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Ontwikkelingsprojecten en sectorbreed reductieprogramma	Internet / Website SKAO	Q3 2019	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Meest materiële emissies scope 3 en ketenanalyses	Internet / Website SKAO	Q4 2019	Hoofd KAM + Communicatie

Programma	PRM 01-h Communicatieplan CO ₂ -Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
L. van Diemen	A.Alblas	R. Schoo	06	09-09-2019	Pagina 10 van 10

	Alle	Periodieke rapportage H2 2019	Internet	Q1 2020	Hoofd KAM + Communicatie

9.0 Effectiviteit communicatieplan

In de directiebeoordeling over 2018 is vastgesteld dat het communicatieplan effectief is uitgevoerd en op dezelfde voet dient te worden gecontinueerd. Sinds die evaluatie is de wens ontstaan om effectiever te communiceren over onze emissies op projectniveau. Dit vanwege nieuwe productontwikkelingen, contractverplichtingen en mogelijke projecten met CO₂-gerelateerd gunningvoordeel.

10.0 Budget

Alle geplande communicatieactiviteiten vallen binnen het vastgestelde (lopende) communicatiebudget en het budget van de afdeling KAM.