

Communicatieplan CO₂ prestatieladder Coöperatie VGZ

1 Voorwoord

Duurzaamheid is geen trend, het is de toekomst. Het is niet meer weg te denken uit onze dagelijkse activiteiten. Coöperatie VGZ streeft naar het betrekken van haar medewerkers en relaties bij het reduceren van de CO₂- uitstoot en haar activiteiten in het kader van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Vanuit dit thema is het milieubeleid opgemaakt waarin onder andere de CO₂-doelstelling wordt benoemd. De CO₂-prestatieladder is een instrument om deze milieudoelstelling op CO₂ te realiseren. Door gerichte communicatie naar haar medewerkers en andere stakeholders wil Coöperatie VGZ bewustzijn en stimulatie creëren om te participeren in het reduceren van de energiebehoefte en het laten toenemen van het maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Dit communicatieplan is opgesteld in het kader van de CO₂- prestatieladder en maakt onderdeel uit van de integrale communicatie over duurzaamheid / MVO binnen het MVO-beleid en milieubeleid van Coöperatie VGZ. Het is een handleiding voor Coöperatie VGZ om zowel met interne als externe stakeholders te communiceren over onderwerpen in het kader van de CO₂-prestatieladder. Het beschrijft wat wordt gecommuniceerd naar welke doelgroepen, op welke manier, met welke regelmaat en met welk doel. Dit communicatieplan wordt indien nodig, jaarlijks geactualiseerd en valt onder de verantwoordelijkheid van Facility Management.

2 Uitgangspunten

Dit hoofdstuk beschrijft de communicatie-eisen vanuit de CO₂-prestatieladder.

2.1 Communicatie-eisen vanuit de CO₂ prestatieladder

De Prestatieladder stelt een aantal eisen aan de interne en externe communicatie.

Doeltreffende communicatie is onmisbaar voor een succesvolle implementatie en uitvoering van onze doelen met betrekking tot CO₂-reductie. Relevante en regelmatig verstrekte informatie dragen bij tot motivatie en betrokkenheid van werknemers bij de naleving van het duurzaamheidsbeleid van de organisatie en tot het leveren van een actieve bijdrage aan het halen van de duurzaamheidsdoelstellingen van de organisatie.

De interne communicatie behoort onder meer de volgende aspecten te omvatten:

- Milieubeleid/duurzaamheidsaspecten en doelstellingen om de CO₂ uitstoot te verlagen;
- Kansen van individuele werknemers om een bijdrage te leveren;
- Informatie over actuele activiteiten en trends binnen de organisatie;
- Naleving van wettelijke en andere eisen die de organisatie onderschrijft;
- Kansen voor verbetering, zowel in de organisatie als individueel;
- Contactpersonen die men kan benaderen voor meer informatie.

De organisatie behoort ervoor te zorgen dat werknemers op alle niveaus van de organisatie worden aangemoedigd en ondersteund in het doen van aanbevelingen en het indienen van relevant commentaar op het duurzaamheidsbeleid en -activiteiten. Dergelijke suggesties en opmerkingen behoren te worden beoordeeld en er behoort op te worden gereageerd. De organisatie kan een plan voor interne communicatie met werknemers inrichten, implementeren en onderhouden. Dit plan bevat de volgende informatie:

1. Wie verantwoordelijk is voor de interne communicatie
2. Relevante informatie over de inrichting, implementatie en uitvoering van de communicatie
3. Methoden waarmee deze informatie kenbaar wordt gemaakt (interne vergaderingen, seminars, bedrijfsbladen, intranet, e-mail, energiefora, bewustwordingscampagnes enzovoorts).

3 Strategie

In dit hoofdstuk wordt de communicatiestrategie van Coöperatie VGZ toegelicht. Hierin komen de volgende punten aan bod: de doelgroep (intern en extern), de doelstelling en de communicatieboodschap.

3.1 Doelgroep

De communicatie is gericht op de volgende doelgroepen:

Intern:

- Alle medewerkers van VGZ, inclusief management
- Specifiek de stakeholders uit het milieubeleid

Extern:

- Klanten en potentiële klanten
- Zorgverleners
- Alle inwoners, instanties en bedrijven in Nederland

Door middel van een communicatiematrix geven we weer met welke communicatiemiddelen de bovengenoemde stakeholders worden benaderd. Per actie is er gekeken op welke doelgroep deze is gericht en welk communicatiemiddel hierbij het beste past.

3.2 Doelstellingen

De communicatiedoelstellingen zijn gericht op het beïnvloeden van de kennis, de houding en het gedrag van de interne en externe doelgroepen en zijn in de volgende aspecten te benoemen:

- Informeren doelgroepen over het milieubeleid en de hierin genoemde CO₂ reductiedoelstellingen en de daaruit voortvloeiende acties.
- Informeren doelgroepen over en betrekken bij de ontwikkelingen van Coöperatie VGZ op het gebied van milieubeleid en CO₂.
- Vergroten inzicht medewerkers in het onderwerp CO₂. Wat doet Coöperatie VGZ allemaal op het gebied van CO₂.
- Informeren doelgroepen over de CO₂ footprint van Coöperatie VGZ.
- Informeren doelgroepen over de voortgang van de CO₂ reductiedoelstellingen en maatregelen die genomen zijn.
- Informeren doelgroepen over de mogelijkheden voor individuele bijdrage aan de CO₂ reductiedoelen van Coöperatie VGZ.
- Genereren van bewustzijn met betrekking tot CO₂-emissies (scope 1,2 en 3) binnen Coöperatie VGZ.

3.2.1 Informeren over CO₂-emissies

Zowel de interne als de externe doelgroepen worden met vaste regelmaat (minimaal 2x per jaar, en zeker in de maanden februari en september wanneer de meeste verbruiken en daarmee CO₂-uitstoot inzichtelijk zijn) geïnformeerd over metingen, uitslagen, doelstellingen, verbeterpunten en beleid en maatregelen inzake de CO₂-emissies (scope 1, 2 en 3) van Coöperatie VGZ.

Intern moeten alle medewerkers op de hoogte zijn van het milieubeleid en de milieudoelstellingen, zodat ze hieraan een bijdrage kunnen leveren.

De externe stakeholders dienen zodanig te worden geïnformeerd dat Coöperatie VGZ wordt geprofileerd als een organisatie die serieus en actief is op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ze dienen op de hoogte te zijn van de CO₂-emissies, het beleid en de maatregelen die Coöperatie VGZ neemt om dit te verbeteren/reducen.

Tweerichtingsverkeer is van belang om zo transparant mogelijk te zijn en om verbeterpunten te ontvangen.

3.2.2 Genereren van bewustzijn

Om ervoor te zorgen dat Coöperatie VGZ voldoet aan de eisen die wordt gesteld binnen de CO₂-prestatieladder, is het essentieel dat bij zowel de interne als de externe stakeholders bewustzijn wordt gecreëerd met betrekking tot maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit gaat niet alleen over de CO₂-uitstoot van het bedrijf, maar ook over de zorg die we dragen voor het terugdringen van het gebruik van eindige grondstoffen, het terugdringen van de vervuiling van onze leefomgeving, opleidingen, betrokken medewerkers, enz.

Voor de interne stakeholder geldt dat het belangrijk is om bewustzijn te creëren om de betrokkenheid van medewerkers te vergroten. Binnen de afdelingen Concern Inkoop en DataCare moet het milieubeleid ingebed worden in de doelstellingen binnen hun bedrijfsvoering. Het beleid en de aangekondigde maatregelen moeten worden nageleefd. Betrokkenheid en bewustzijn en de gevolgen daarvan, dienen medewerkers te stimuleren om ideeën aan te dragen om onze activiteiten nog duurzamer te maken en de uitstoot nog meer te reduceren. Op deze manier kunnen reductiedoelstellingen steeds verder worden geconcretiseerd, wat leidt tot een duurzamere leefomgeving.

Externe stakeholders dienen ervan bewust te worden gemaakt dat Coöperatie VGZ maatregelen neemt om CO₂-emissies te reduceren en dat ze hiertoe een beleid heeft ontwikkeld.

3.3 Communicatieboodschap

De hoofdboodschap van de communicatie-uitingen m.b.t. CO₂ is:

‘Coöperatie VGZ vindt het belangrijk om milieubewust te ondernemen, waarbij de nadruk gelegd wordt op het verminderen van negatieve milieueffecten in plaats van op het compenseren ervan’.

Coöperatie VGZ wil bijdragen aan een duurzamere omgeving en een zo laag mogelijke CO₂-uitstoot realiseren. Hiervoor heeft Coöperatie VGZ reductiedoelstellingen opgesteld en neemt zij alle mogelijke maatregelen om deze te realiseren.

4 Communicatiemiddelen

Niet elk communicatiemiddel is geschikt voor interne of externe communicatie. Coöperatie VGZ gebruikt voor de communicatie met de stakeholders de volgende middelen:

Instrumenten	Intern	Extern	Frequentie
Website	Intranet en Corporate website	Corporate website	Continu
Nieuwsbrief; Wij Zijn Managers	Ja	Nee	1 x per jaar
E-mail / digitale nieuwsbrief	Ja	Nee	2 x per jaar
Yammer	Ja	Nee	Afhankelijk van actualiteiten
Publicaties	Ja	Nee	2 x per jaar
Maatschappelijk Jaarverslag Coöperatie VGZ	Ja	Ja	1 x per jaar

Tabel 4.1: Communicatiemiddelen

Een korte toelichting op bovengenoemde instrumenten, inclusief doel:

4.1 Website

Het intranet is voor medewerkers van Coöperatie VGZ toegankelijk. Intranet wordt ingezet om medewerkers te informeren en te betrekken bij de ontwikkelingen van Coöperatie VGZ op het gebied van CO₂. Door met regelmaat informatie over de voortgang van CO₂-reductie te publiceren wil Coöperatie VGZ het bewustzijn en de betrokkenheid vergroten bij haar medewerkers. Medewerkers worden gestimuleerd om mee te denken over en bij te dragen aan de CO₂-reductiedoelstellingen.

De corporate website is een publieke website, toegankelijk zowel voor medewerkers als voor externen en wordt ingezet om de externe en interne stakeholders te informeren. Om de informatie makkelijk vindbaar te maken, is op de website een pagina gewijd aan MVO activiteiten en CO₂. Met de inrichting van de nieuwe corporate website in 2018 komt duurzaamheid zelfs op de startpagina! Door middel van de website wordt gecommuniceerd over milieu gerelateerde zaken, een actieplan om te komen tot reducties, de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen. Op deze pagina staat informatie over de visie van Coöperatie VGZ over MVO, de CO₂-emissies en de CO₂-prestatieladder. De corporate website wordt minimaal 2 keer per jaar geactualiseerd; herziende CO₂-footprint en reductiedoelstellingen en -maatregelen.

4.2 Nieuwsbrief

Wekelijks verschijnt een nieuwsbrief genaamd 'Wij Zijn Managers', gericht aan alle managers van Coöperatie VGZ. In deze nieuwsbrief zal minimaal 1 keer per jaar over de milieudoelstellingen worden gecommuniceerd, zodat alle managers structureel worden geïnformeerd over onderwerpen in het kader van de MVO- en CO₂-prestatieladder. De managers delen belangrijke inhoud van de nieuwsbrief met hun teams.

4.3 E-mail, digitale nieuwsbrief

Binnen Coöperatie VGZ is een apart mailadres ingericht (\$Duurzaamheid) waar medewerkers hun vragen en ideeën met betrekking tot duurzaamheid binnen Coöperatie VGZ kunnen melden. Deze ideeën worden getoetst op de kaders en doelstellingen van Coöperatie VGZ.

Minimaal 2 keer per jaar wordt een digitale nieuwsbrief gemaakt over CO₂-emissies, CO₂-doelstellingen, CO₂-maatregelen en resultaten van ingezette maatregelen die geleid hebben tot een lagere CO₂-uitstoot binnen Coöperatie VGZ. Deze nieuwsbrief is input voor het informeren van alle medewerkers via intranet en het actualiseren van de gegevens op de corporate website.

4.4 Yammer

Yammer is een webdienst voor intern gebruik waar medewerkers van Coöperatie VGZ berichten (post-updates) kunnen plaatsen om de gehele organisatie te informeren. Yammer wordt ook ingezet voor het informeren en betrekken van medewerkers bij CO₂ -reductie. Binnen Yammer is een groep aangemaakt voor duurzaam ondernemen. Binnen deze groep wordt gecommuniceerd over de CO₂-doelstellingen, de maatregelen die genomen zijn en kan iedere medewerker van Coöperatie VGZ ideeën posten die kunnen leiden tot een lagere CO₂-uitstoot binnen Coöperatie VGZ. Dit is een interactieve webdienst.

4.5 Publicaties

Binnen Coöperatie VGZ wordt gebruik gemaakt van Narrow casting. Op Narrow casting kan zowel beeld als tekst gepubliceerd worden. Dit middel wordt minimaal 2 x per jaar ingezet om de medewerkers van Coöperatie VGZ te informeren over de CO₂-footprint binnen VGZ en de CO₂-reductiedoelstellingen. Tevens worden de medewerkers gevraagd een bijdrage te leveren aan het realiseren van de CO₂-reductiedoelstellingen.

4.6 Maatschappelijk Jaarverslag VGZ

De verslaglegging over milieudoelstellingen, inclusief CO₂ -reductie worden in het jaarverslag van Coöperatie VGZ gerapporteerd.