

# Communicatieplan

De Enk Groen & Golf  
Binder Groenprojecten

**Opgesteld door:** De Enk Groen en Golf & Binder Groen projecten  
**Datum:** 08 Augustus 2019  
**Document:** Communicatieplan  
**Ref:** CO22019 r.02

Lees ons  
nieuwe  
magazine  
>>

# Inhoud

<b>1. Inleiding</b> .....	5
1.1 Algemeen.....	5
1.2 Doel .....	5
1.3 Relatie met overige documenten.....	5
<b>2. Doelstellingen en doelgroepen</b> .....	6
2.1 Algemeen.....	6
2.2 Communicatie doelstellingen.....	6
2.3 Doelgroepen .....	7
2.4 Interne Doelgroepen .....	8
2.5 Externe Doelgroepen.....	8
2.6 Strategische uitgangspunten .....	9
2.7 Onderwerpen .....	9
<b>3. Communicatie momenten en middelen</b> .....	10
3.1 Algemene werkwijze .....	10
3.2 Communicatie Intern .....	10
3.3 Communicatie extern.....	11
3.4 Planning en organisatie.....	11
3.4 Organisatie .....	11

Niets van dit rapport en/of ontwerp mag worden vermenigvuldigd, openbaar gemaakt en/of overhandigd aan derden, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de samensteller.



Versie:	Autorisatie:	Handtekening:	Datum:
Versie 1.2	Gerard v.d. Werf Rob Luyk	Dhr. G.H.M. van der Werf Directie 	08-augustus-2020



## Introductie

Het voorliggende “rapport” beschrijft het Communicatieplan ten behoeve van de CO<sub>2</sub> prestatieladder van de Enk Groen & Golf B.V. (hierna te noemen De Enk) en Binder Groenprojecten (Hierna te noemen Binder). Dit document behandelt daarmee het aspect communicatie van de CO<sub>2</sub> Prestatieladder.

## Toepasbaarheid

Deze procesbeschrijving is van toepassing op de activiteiten binnen De Enk en Binder. Deze rapportage is tevens opgesteld voor externe communicatie en is gepubliceerd op de website van De Enk: [www.deenkgroenengolf.nl](http://www.deenkgroenengolf.nl) en Binder [www.binder.nl](http://www.binder.nl)

## Contact

*Voor meer informatie over het energiemangementplan en de inspanningen van De Enk en/of Binder voor de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder kunt u contact opnemen met Jurgen Fuselier:*

[j.fuselier@deenkgroenengolf.nl](mailto:j.fuselier@deenkgroenengolf.nl)

# 1. Inleiding

## 1.1 Algemeen

U vindt in dit document de communicatiedoelstellingen, de interne en externe doelgroepen, de interne en externe communicatiemiddelen en taken en verantwoordelijkheden m.b.t. CO<sub>2</sub>-reductie binnen De Enk en Binder. Dit document is geschreven met als focus om CO<sub>2</sub>-reductiedoelen en de voortgang hiervan te communiceren naar de relevante stakeholdergroepen. MVO-beleid wordt buiten de scope geplaatst.

## 1.2 Doel

In dit communicatieplan geven we aan waarover, wanneer, op welke manier en met wie de organisatie communiceert over activiteiten in het kader van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Hiermee borgen we de communicatie conform de eisen die zijn vastgelegd binnen invalshoek C (transparantie) van het Handboek CO<sub>2</sub>-prestatieladder 3.0.

Om effectief over de CO<sub>2</sub> prestaties te kunnen communiceren heeft organisatie in dit rapport aangegeven wie de interne en externe belanghebbenden zijn, hoe er met de betreffende belanghebbenden wordt gecommuniceerd en hoe vaak. De KAM-coördinator, ondersteunende afdelingen en directie zijn hier verantwoordelijk voor.

Met alle belangengroepen zullen dezelfde gegevens gedeeld worden, namelijk (delen van) de inhoud van dit document. Relevante delen uit dit document zullen op de website [www.deenkgroenengolf.nl](http://www.deenkgroenengolf.nl) en [www.binder.nl](http://www.binder.nl) geplaatst worden. In de nieuwsbrieven en toolboxmeetings zal een vereenvoudigde weergave van dit document gepresenteerd worden en zal de (halfjaarlijkse) voortgang toegelicht worden.

De CO<sub>2</sub>-communicatie moet bijdragen aan bewustwording (kennis), veranderingsbereidheid (houding) en vermindering (gedrag). En daarnaast zorgen voor inzicht voor alle stakeholders en derden.

## 1.3 Relatie met overige documenten

Dit communicatieplan is een onderdeel van het portfolio voor de CO<sub>2</sub>-prestatieladder (Energie management plan). Dit portfolio vormt de basis voor het borgen van de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder.

## 2. Doelstellingen en doelgroepen

### 2.1 Algemeen

Door helder, consequent, tijdig en volledig te communiceren over de CO2-prestatieladder, wil de organisatie het volgende bereiken:

- Goed geïnformeerde doelgroepen die op de hoogte zijn van het energie / CO2 reductiebeleid en de certificering voor de CO2-prestatieladder.
- Er is draagvlak bij interne doelgroepen om te zoeken naar effectieve energie- en CO2-reductiemaatregelen en zij willen daar een actieve bijdrage aan leveren.

De organisatie werkt doelgroepgericht en stemt communicatiemiddelen en –boodschappen af op de belevingswereld van specifieke doelgroepen.

### 2.2 Communicatie doelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor m.b.t. CO2-reductie zijn:

#### **Intern:**

- Medewerkers informeren over onze CO2-footprint en de CO2-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO2. Wat doet de organisatie allemaal op dit gebied en waar willen we naar toe;
- Medewerkers informeren over de maatregelen en activiteiten die de organisatie onderneemt om haar CO2-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage ze kunnen leveren aan het energiebeleid en de CO2-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO2-footprint en de CO2-reductiedoelstellingen.

#### **Extern:**

- Stakeholders informeren over de CO2-footprint en de CO2-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die de organisatie onderneemt om haar CO2-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO2-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- Stakeholders informeren over- en betrekken bij de ontwikkelingen van de organisatie op het gebied van CO2 en energie;
- Stakeholders betrekken bij sector initiatieven.

## 2.3 Doelgroepen

De doelgroepen die worden onderscheiden zijn in te delen naar de interne organisatie (oranje) en externe organisatie (groen). De Enk en Binder heeft de stakeholders in kaart gebracht die relevant zijn voor haar doelstelling en die de organisatie beïnvloeden op het behalen van het beoogde resultaat en beleid. Zodat er inzicht in verwachtingen en behoeften (waar mogelijk nalevingsverplichtingen) ontstaat en strategisch kan worden bekeken hoe en of de actoren meer betrokken kunnen worden. Om dit te bewerkstelligen zijn de stakeholders in een belangenmatrix verwerkt en zijn de behoeften en bijdrage aan de organisatie in kaart gebracht. De gegevens zijn terug te vinden in de documenten Contextanalyse hele organisatie (De Enk Groen & Golf / Binder Groenprojecten) 2020

Interne Stakeholders	Behoeften stakeholders	Bijdragen stakeholders aan CO <sub>2</sub> Reductie
<b>Werknemers</b>	Doel, zorg, vaardigheden, beloning	Kennis, kunde, ervaring, Ideeën / Suggesties
<b>Directie</b>	Rendement, waardering, informatie, vertrouwen, tevredenheid medewerkers en klanten,	Beleid, sturing, management, kennis en kunde,
<b>Management (MT)</b>	Rendement, waardering,	Beleid, sturing, management, risico beheersing, kennis en kunde,
<b>Ondernemingsraad</b>	Medezeggenschap, bevoegdheden of voorzieningen, raadplegen deskundigen, advies/instemming/informatie/initiatiefrecht	Advies, tevreden werknemers, Rendement
<b>Inhuur / Payroll</b>	Doel, zorg, vaardigheden, beloning	Kennis, kunde, ervaring, flexibel
<b>Ondersteuning (ICT, jurist, accountant)</b>	Informatie, vertrouwen, omzet,	kwaliteit, flexibele publicatie

Externe Stakeholders	Behoeften stakeholders	Bijdragen stakeholders aan CO <sub>2</sub> Reductie
<b>Financiers</b>	Omzet, rendement, waardering, informatie, vertrouwen	Kapitaal, krediet, risico, support
<b>Vakbonden</b>	Realistische eisen werkomstandigheden	Goede voorwaarden en omstandigheden voor de werknemers
<b>Brancheverenigingen</b>	Goede afspraken, vertrouwen, inzet, doorzettingsvermogen, doel bereiken	Informatie, nieuws
<b>Klanten</b>	Snel, goede kwaliteit, goedkoop, gemakkelijk te verkrijgen	Vertrouwen, eisen
<b>Toeleveranciers</b>	Vertrouwen, omzet, winst, groei	Kwaliteit
<b>Gebruikers</b>	Gemakkelijk te verkrijgen, goede kwaliteit, service	Imago
<b>Overheid</b>	Legaal, rechtvaardig, veilig, transparantie	Vergunningen, jurisdictie, transparantie, advies
<b>NGO's en int organisaties</b>	Milieuvriendelijk, sustainability, publiciteit	Imago, regelgeving

## 2.4 Interne Doelgroepen

Binnen organisatie zijn diverse doelgroepen te onderscheiden. De manier van communiceren is afhankelijk van de functie, de verwachtingen en de wijze waarop mensen zijn te bereiken. Hierbij is het creëren van draagvlak en ambassadeurschap van belang. Niet elke medewerker heeft de beschikking over een eigen werkplek en een eigen mailadres. Dit is een aspect waarmee rekening moet worden gehouden.

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Directie en topmanagement
- Uitvoerders
- Medewerkers (vast/tijdelijk)

## 2.5 Externe Doelgroepen

De organisatie treedt vaak op in breder verband om niet alleen de belangen van de stakeholders te dienen, maar die van de gehele bedrijfstak. Hieronder wordt een overzicht gepresenteerd van alle relevante stakeholdergroepen. De meest relevante stakeholders zijn eruit gelicht en verder omschreven.

### **Overheden**

De doelgroep overheid bestaat met name uit:

- Provincies: rol als opdrachtgever, als provincie waar organisatie is gevestigd, als bevoegd gezag en als investeerder in projecten;
- Gemeenten: rol als opdrachtgever, als gemeente waar de organisatie is gevestigd en als investeerder in projecten.

### **Maatschappelijke organisaties**

Maatschappelijke organisaties waar een relatie mee onderhoudt zijn natuur- en milieuorganisaties en organisaties op het gebied van veiligheid.

### **Leveranciers**

De organisatie maakt gebruik van diverse leveranciers. Leveranciers zijn een belangrijke schakel in de keten. In de toekomst is het dan ook van belang om bepaalde eisen te stellen aan leveranciers. Een belangrijk punt is hierbij uitstoot bij productie en bezorgen (afstand / uitstoot). Duurzameleveranciers.nl is hier een goede tool voor.

### **Kennisinstellingen**

Vele samenwerkingsverbanden zijn gericht op innovaties in duurzame ontwikkeling, zoals CO2-reducerende innovaties.

### **Klanten**

Tot deze groep behoren provincies, gemeenten, particuliere en overige instanties.



## 2.6 Strategische uitgangspunten

De organisatie hanteert de volgende strategische uitgangspunten in haar communicatie:

1. De informatie is tijdig, volledig, begrijpelijk en transparant.
2. In de communicatie maakt De organisatie gebruik van zowel eenrichtingsverkeer van bijvoorbeeld website, nieuwsbrief en jaarverslag.
3. De communicatie van de organisatie biedt daarnaast voldoende ruimte voor interactie en dialoog.
4. De organisatie zet communicatie pro-actief in.
5. De organisatie wil met een crossmediale inzet van communicatiemiddelen de verschillende doelgroepen zo goed mogelijk bereiken.
6. De organisatie bekijkt per doelgroep en communicatieboodschap wat de juiste communicatiemiddelen zijn om in te zetten.
7. De organisatie vult de communicatie in volgens haar missie en visie.
8. De huisstijl van organisatie wordt zo consequent mogelijk toegepast en verder geïmplementeerd.

## 2.7 Onderwerpen

In het kader van de CO2-prestatieladder zijn er een aantal onderwerpen waar organisatie over dient te communiceren:

### **Extern en intern:**

- Emissie-inventaris
- Doelstellingen en Maatregelen
- Communicatieplan CO2-Prestatieladder
- Participatieplan reductie-initiatieven

### **Intern:**

- Handboek CO2-Prestatieladder

### 3. Communicatie momenten en middelen

#### 3.1 Algemene werkwijze

De Enk en Binder zetten verschillende communicatiemiddelen in om haar doelgroepen te bereiken in de communicatie over de CO2-prestatieladder

#### 3.2 Communicatie Intern

Doelgroep	Boodschap	Middel	Frequentie	Verantwoordelijke
<b>Alle medewerkers</b>	CO <sub>2</sub> Footprint, energiebeleid reductio maatregelen &- doelstellingen	Intern nieuwsbericht (Synergy) en jaarverslag (jaarsafsluiting)	1 x per jaar	KAM-coördinator en de afdeling Administratie
<b>Alle medewerkers</b>	CO <sub>2</sub> Footprint, Ideeën medewerkers, voortgang daling CO <sub>2</sub> uitstoot	Synergy beginscherm, bedrijfsrestaurant (ideeënbord)	1 x per jaar	KAM-coördinator en de afdeling Administratie
<b>Alle medewerkers</b>	CO <sub>2</sub> Footprint, voortgang daling CO <sub>2</sub> uitstoot	Memoborden (vestegingen en golfbanen)	1 x per jaar	KAM-coördinator, bedrijfsleiders, uitvoerders en greenkeepers
<b>KAM, directie, uitvoerders en bedrijfsleiders</b>	CO <sub>2</sub> Footprint, energiebeleid, reductiemaatregelen & doelstellingen (voortgang)	KAM-overleggen	4 x per jaar	KAM-coördinator, hoger management (bedrijfsleiders) en directie
<b>Directie en bedrijfsleiders</b>	CO <sub>2</sub> Footprint, energiebeleid, reductiemaatregelen & doelstellingen (voortgang)	Directieoverleg – MT	1x per jaar	Directie en managementteam

### 3.3 Communicatie extern

Doepgroep	Boodschap	Middel	Frequentie	Verantwoordelijke
<b>Klanten/burgers</b>	CO <sub>2</sub> Footprint, energiebeleid, reductiemaatregelen & doelstellingen (voortgang). Voortgang daling CO <sub>2</sub> uitstoot, publicatie CO <sub>2</sub> bewust certificaat rapportage, logo CO <sub>2</sub> prestatieladder	Website, Twitter, LinkedIn, Blogs, folders en nieuwsbrieven	Doorlopend en half jaarlijkse rapportages	KAM-coördinator en de afdeling administratie
<b>klanten</b>	Logo CO <sub>2</sub> prestatieladders	Offertes	Doorlopend	Werkvoorbereiding, Calculatie en Commercie
<b>Belangstellenden</b>	Publicatie rapporten	Website SKAO en De Enk	Doorlopend	KAM-coördinator en afdeling administratie

### 3.4 Planning en organisatie

Er staat vermeld hoe vaak we via welk middel met welke doelgroep communiceren. Een exacte invulling van de planning is niet te geven. Het hangt er onder meer vanaf of er op een bepaald moment nieuws te melden is. In de planningen per middel (nieuwsbrief, Twitter etc.) nemen we op dat per uitgave/periode wordt gekeken of er iets gecommuniceerd kan worden over de CO<sub>2</sub>-prestatieladder.

#### 3.4 Organisatie

Communicatie verloopt bij De Enk volgens een vast proces. Een extern bureau draagt zorg voor grotendeels van de uitvoering communicatieactiviteiten. Hieronder vallen de website, Twitter, LinkedIn, Nieuwsbrief en Folders. Op deze manier wordt er gewaarborgd dat de kwaliteit van berichten altijd volgens de standaard en huisstijl gaan die bij de Enk gewenst is. Het is aan de KAM-coördinator en de afdeling administratie om dit proces te waarborgen waar neer het om communicatie gaat betreft de CO<sub>2</sub> Prestatieladder.



  
**de Enk**  
GROEN & GOLF

***binder***  
daktuinen

