

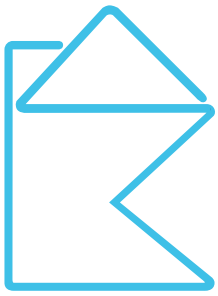


COMMUNICATIEPLAN CO2 v.01

Periode 2024

Goedgekeurd door

Datum: 15-04-2024	
Directeur: F. Bentvelzen	CO ₂ -verantwoordelijke: S. van der Snoek



Krämer Groep bv

Inhoud

1. Inleiding
2. Doelgroepen
3. Communicatiedoelstelling
4. Middelen en planning
5. Gunningsvoordeel

1. INLEIDING

Krämer Groep is een maatschappelijk betrokken ondernemer en dat is een van de belangrijkste redenen geweest om ervoor te kiezen duurzaamheid verder te integreren in haar bedrijfsvoering. Een van stappen hierin is dat de organisatie gecertificeerd is voor CO2-prestatieladder niveau 3 van de Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden en Ondernemen.

Dit communicatieplan heeft als doel om inzicht te geven in de wijze waarop Krämer Groep richting haar interne- en externe doelgroepen communiceert over haar Carbon Footprint, reductiedoelstellingen, maatregelen en resultaten.

2. DOELGROEPEN

Krämer Groep onderscheid twee groepen belanghebbenden; interne en externe belanghebbenden.

Externe belanghebbenden worden in de CO2-Prestatieladder omschreven als:

- Partijen die belang hebben bij reductie van CO2-uitstoot
- Potentiële partners om mee samen te werken aan CO2-reductie

Beide doelgroepen worden met behulp van verschillende communicatiemiddelen periodiek geïnformeerd over het beleid op het gebied van energiemangement, doelstellingen, maatregelen en de behaalde resultaten.

Interne doelgroepen:

- Directie;
- Medewerkers;
- Ingehuurd kantoorpersoneel.



Externe doelgroepen:

- (Potentiële) opdrachtgevers;
- Leveranciers;
- Ketenpartners;
- Onderaannemers/zzp-ers op de projecten.
- Brancheorganisaties en collega-bedrijven;
- Overheidsinstellingen;
- Belangenverenigingen voor klimaat en energie.

3. COMMUNICATIEDOELSTELLING

Het doel van de communicatie is het op een heldere wijze overbrengen van het Energie Management Programma van Krämer Groep en de bijbehorende doelstellingen, maatregelen en resultaten aan de interne en externe doelgroepen. Daarnaast zal er worden gecommuniceerd over de projecten waarop CO₂ gerelateerd gunningvoordeel is verkregen.

Het communicatieplan moet een bijdrage leveren aan de bewustwording van de betrokkenen (kennis), de bereidheid om te veranderen (houding) en de CO₂-uitstoot te verminderen (gedrag).

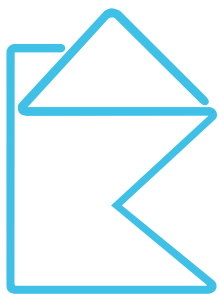
De communicatie uitingen moeten onafhankelijk van de doelgroep de boodschap uitdragen dat Krämer Groep een professionele organisatie is waar maatschappelijk verantwoord ondernemen betekent ondernemen met aandacht voor de drie p's: People, Planet en Profit.

4. MIDDELEN EN PLANNING

Door het inzetten van onderstaande communicatiemiddelen worden onze doelgroepen geïnformeerd en betrokken bij het beleid op het gebied van energiemangement, doelstellingen, maatregelen en de behaalde resultaten.

Interne communicatie

Middel	Frequentie	Boodschap	Doelgroep	Verantwoordelijke
Nieuwsbrief	2x per jaar	- Ontwikkelingen - Voortgang - Maatregelen	Alle interne belanghebbenden	Office Manager



Middel	Frequentie	Boodschap	Doelgroep	Verantwoordelijke
Toolbox	2x per jaar	- Ontwikkelingen - Voortgang - Maatregelen	Alle interne belanghebbenden	Office Manager
Personeelsbijeenkomst	1x per jaar	- Behaalde resultaten CO ₂ -reductie	Medewerkers, directie	Directeur

Externe communicatie

Middel	Frequentie	Doelgroep	Verantwoordelijke
Website	2x per jaar	Alle externe belanghebbenden	Office Manager

5. COMMUNICATIE BIJ PROJECTEN MET GUNNINGSVOORDEEL

Krämer Groep zal, wanneer van toepassing, gebruik maken van verschillende communicatiemiddelen om de doelgroepen te informeren over nieuwe contracten en projecten die zijn gegund. Indien het om projecten gaat waarbij sprake is van gunningsvoordeel op basis van de CO₂-prestatieladder zal er naast de standaardinformatie zoals projectinhoud en looptijd ook worden gecommuniceerd over de specifieke CO₂ maatregelen/doelstellingen die betrekking hebben op het project. Daarnaast zal er bij projecten waarbij sprake is van gunningsvoordeel in overleg met de opdrachtgever worden bepaald of er naast de bestaande communicatiemiddelen en de bijbehorende planning aanvullende communicatie nodig is om de bij het project betrokken doelgroepen te informeren en met welke frequentie dit moet plaatsvinden. Indien gewenst zal er voor deze projecten een specifiek communicatieplan worden opgesteld.