



# KRAGTEN CO<sub>2</sub>-PRESTATIELADDER

## COMMUNICATIEPLAN

Opdrachtgever: Intern  
Projectnr: AAA257-0001  
Datum: 22 november 2023



# KRAGTEN CO<sub>2</sub>-PRESTATIELADDER

## COMMUNICATIEPLAN

Opdrachtgever: Intern  
Projectnr: AAA257-0001  
Rapportnr: 20231122\_CO2Communicatieplan 2024  
Status: Definitief  
Datum: 22 november 2023

T 088 - 33 66 333  
F 088 - 33 66 099  
E [info@kragten.nl](mailto:info@kragten.nl)



© 2019 Kragten  
Niets uit dit rapport mag worden veelevoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande toestemming van Kragten. Het is tevens verboden informatie en kennis verwerkt in dit rapport ter beschikking te stellen aan derden of op andere wijze toe te passen dan waaraan in de overeenkomst toestemming wordt verleend.

Opsteller:  
LHEM/MH

Verificatie:  
JWB

Validatie:  
JWB





# INHOUDSOPGAVE

1	<b>INLEIDING</b> .....	7
1.1	Strategie.....	7
2	<b>COMMUNICATIEDOELSTELLINGEN</b> .....	9
3	<b>DOELGROEPEN</b> .....	11
3.1	Stakeholdersanalyse.....	11
4	<b>COMMUNICATIEMIDDELEN</b> .....	13
4.1	Interne communicatiemiddelen.....	13
4.2	Externe communicatiemiddelen.....	13
5	<b>PLANNING 2024</b> .....	15
6	<b>EVALUEREN EN BIJSTUREN</b> .....	16



# 1 INLEIDING

Dit communicatieplan beschrijft de wijze waarop Kragten de communicatie, zowel intern als extern, op het gebied van CO<sub>2</sub>reductie borgt in de corporate communicatiestrategie van Kragten voor 2024. In november 2024 vindt een evaluatie plaats of deze werkwijze passend is volgens de eisen rondom de CO<sub>2</sub>prestatieladder. Het communicatieplan zal vervolgens op dezelfde wijze landen in de corporate communicatiestrategie voor 2025 en daar waar nodig worden aangepast/bijgestuurd.

## 1.1 Strategie

Zowel intern als extern geeft de communicatie inzicht in het CO<sub>2</sub>beleid en de prestaties. Daarbij is het streven dat de noodzaak van CO<sub>2</sub>reductie voor iedereen duidelijk is (informatief). Bij de medewerkers van Kragten moet de communicatie daarnaast ook resulteren in een gedragsverandering (communicatie gericht op houding/gedrag/bewustwording).

De CO<sub>2</sub>coördinator, samen met de KAMmanager, zijn verantwoordelijk voor het opstellen en uitdragen van de verschillende communicatiemiddelen. Hierbij worden zij ondersteund door de adviseur van marketing en communicatie, zodat de afstemming van de verhalen (framing en tone of voice), opmaak (conform huisstijl) en samenhang met de corporate middelen op de juiste manier plaatsvindt. Daar waar nodig inzake de communicatie rondom dit thema worden nieuwe middelen ontwikkeld.





## 2 COMMUNICATIEDOELSTELLINGEN

De doelstelling van de communicatie is medewerkers van Kragten op de hoogte te stellen van onderstaande informatie-onderwerpen gericht op kennis, gedrag en bewustwording (wat doen we aan CO<sub>2</sub>-reductie en waar liggen nog kansen). De informatie richting externe stakeholders is informatief van aard.

Echter, de invalshoek van alle content zal gericht zijn op inspiratie, waarbij zowel intern als extern de nadruk ligt op de integraliteit van dit onderwerp bij alle projecten. Specifiek: intern zal de communicatie als vliegwiel moeten fungeren rondom kennis gedrag en bewustwording en extern om het imago van Kragten als duurzame partner beter te vermarkten.

Dit praktisch samengevat ziet er voor 2024 als volgt uit:

Minimaal 2 x per jaar;

- update CO<sub>2</sub> footprint (intern en extern)
- voortgang op de reductiedoelstellingen (intern en extern)
- overzicht projecten met gunningvoordeel (intern en extern)

Minimaal 1 x per jaar;

- Update ketenanalyses (intern en extern)
- Energieprestatie analyse (intern en extern)
- Beleidsverklaring (intern)

Ad hoc (going concern);

- Reductie maatregelen
- Succes projecten
- Nieuwe ontwikkelingen/ trends

Om de adhoc communicatiemomenten te borgen overleggen de CO<sub>2</sub>-coördinator, de KAM-manager en de adviseur marketing & communicatie tweemaandelijks om items te bespreken en aanhaking te vinden bij de corporate strategie en communicatiemiddelen.



# 3 DOELGROEPEN

## 3.1 Stakeholdersanalyse

In 2022 is door Kragten en stakeholdersanalyse uitgevoerd (bron: communicatieplan 2022):

Deze analyse is opnieuw bekeken en de belangrijkste belanghebbenden in 2022 zijn in de nieuwe strategie nog steeds onze belangrijkste doelgroepen:

Intern

- Alle medewerkers
- Projectleiders

De **projectleiders worden apart benoemd**, aangezien het energiebeleid van invloed is op hun dagelijkse werkomgeving. Zij hebben veel invloed op het beleid, omdat zij degenen zijn die het moeten uitvoeren, contacten onderhouden met opdrachtgevers (in de tenderfase al) en met hen samenwerken in de projecten en met ideeën van de werkvloer dienen te komen.

Extern

- Opdrachtgevers
- Derden (overige bezoekers van onze internetsite)

De CO<sub>2</sub>-reductieambitie van Kragten kan een positief effect hebben op ons duurzaamheidskarakter. Dit kan een gunstige invloed hebben rondom de inkoopvoorwaarden van partijen ten aanzien van hun eigen ambities op het gebied van CO<sub>2</sub>-reductie. Met de CO<sub>2</sub>-prestatieladder als middel wil Kragten inzetten op duurzaam partnership.

De Stichting Klimaatvriendelijke Aanbesteden en Ondernemen (SKAO) heeft veel invloed op het CO<sub>2</sub>-beleid van de organisatie aangezien deze stichting eigenaar is van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan. Deze stichting moet structureel geïnformeerd worden middels verplichte publicaties op de website van SKAO (actie CO<sub>2</sub>-coördinator).

Concurrenten, leveranciers, aanbestedende partijen en certificerende instellingen hebben weinig invloed maar veel belang bij de juiste informatie rondom het energiebeleid en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen.

Digitale bezoekers, overheden en non-gouvernementele organisaties informeren we niet actief, maar zij vinden informatie over onze prestaties rondom de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen op onze website.



## 4 COMMUNICATIEMIDDELEN

Voor de communicatie omtrent de CO<sub>2</sub>prestatieladder wordt gebruik gemaakt van onderstaande corporate communicatiemiddelen.

### 4.1 Interne communicatiemiddelen

Middel	Doelgroep
Insite	Medewerkers
Daadkracht (magazine)	Medewerkers
Narrow casting kantine	Medewerkers
E-mail	Medewerkers
Kragten Jong	Deelnemers t/m 30 jaar
Vakgroephoofden- + SU overleggen	Medewerkers
Introductie bijeenkomst nieuwe medewerkers	Medewerkers
Eventueel nieuw te ontwikkelen middelen	

### 4.2 Externe communicatiemiddelen

Externe communicatiewijze	Doelgroep
Vernieuwde website (onderdeel CO <sub>2</sub> prestatieladder wordt vast in de footer opgenomen en krijgt verwijzing eigen pagina op de website)	Alle
Daadkracht (magazine)	Alle
Informatie op SKAO website	Alle
LinkedIn	Alle
Maatschappelijk jaarverslag	Alle
AV-scherm ontvangsthal	Alle
Eventueel nieuw te ontwikkelen middelen	



# 5 PLANNING 2024

Onderstaande communicatie-activiteiten zijn opgenomen in de contentkalender 2024 van Kragten.

Datum publicatie	Content	Middelen	Doelgroep
28-1-2024	Beleidsverklaring directie KAM	Insite + content voor maatschappelijk jaarverslag (uitgave mei 2024)	Intern / Extern
26-2-2024	Update CO <sub>2</sub> footprint / energieprestatie analyse + reminder over reductiedoelstellingen + de stavaza reductiedoelstellingen + projecten met gunningsvoordelen	Insite + LinkedIn + AV-scherm hal + intern scherm kantines + website	Intern / Extern
28-3-2024	Ketenanalyse (circulaire economie en duurzaam grondverzet) (ontwikkeling projecten t.o.v. co2 prestatieladder)	Insite + LinkedIn + AV-scherm hal + intern scherm kantines + website	Intern / Extern
30-5-2024	Inhoud afstemmen met directie (maatschappelijke verantwoording)	Maatschappelijk jaarverslag	Intern / Extern
28-8-2024	Update CO <sub>2</sub> footprint / energieprestatie analyse + reminder over reductiedoelstellingen + de stavaza reductiedoelstellingen + projecten met gunningsvoordelen	Insite + LinkedIn + AV-scherm hal + intern scherm kantines + website	Intern / Extern
15-9-2024	Inhoud wordt later bepaald.	Artikel in Daadkracht magazine	Intern / Extern
28-9-2024	Ketenanalyse (circulaire economie en duurzaam grondverzet) (ontwikkeling projecten tov co2 prestatieladder)	Insite + LinkedIn + AV-scherm hal + intern scherm kantines + website	Intern / Extern
28-12-2024	Eindejaarsbericht over afgelopen prestaties (overall-beeld / fact sheet	Insite + LinkedIn + AV-scherm hal + intern scherm kantines + website	Intern / Extern

Tijdens de tweemaandelijks overleggen met de co2-coördinator, directievertegenwoordiger en communicatieadviseur (incidenteel worden andere collega's uitgenodigd, afhankelijk van de agenda) wordt bovenstaande bewaakt en samengesteld en worden de volgende onderwerpen standaard besproken:

- Reductie maatregelen
- Succes projecten/ deelname aan initiatieven en participatieprogramma's/ samenwerkingen en innovatieprojecten
- Nieuwe ontwikkelingen/ trends

Actuele content op basis van bovenstaande onderwerpen wordt tussentijds adhoc uitgezet middels bestaande of nieuwe middelen.

## 6 EVALUEREN EN BIJSTUREN

In november evalueren we of dit communicatieplan het gewenste effect heeft behaald.

Tweeledig:

- Hebben wij aan onze communicatiebelofte voldaan (informatieplicht)?
- Gedrag/bewustwording: middels een ludieke/interactieve manier meten bij medewerkers.

Indien nodig wordt het communicatieplan aangepast. Evaluatie van de effectiviteit van de communicatie is een onderdeel van de directiebeoordeling en interne auditcyclus zoals beschreven is in het CO<sub>2</sub>-emissie management actieplan. Verantwoordelijkheden voor deze stuurcyclus zijn opgenomen in het ISO 9001 kwaliteitsmanagementsysteem van Kragten.

De verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij de CO<sub>2</sub>-coördinator en KAM-coördinator met als eindverantwoordelijke de directie.