

Communicatieplan bij het MVO-beleid van Strukton

Corporate Communications
Helen Jochems

Versie 1.1, 2 juni 2010
(Versie 1.0, 2 februari 2010)

Inhoud

DEEL 1: ORGANISATIE

1. Inleiding	3
2. MVO-beleid van Strukton	4
3. MVO-strategie van Strukton	7

DEEL 2: COMMUNICATIE

4. Communicatie	9
4.1 Communicatiedoelstellingen.....	9
4.2 Communicatiestrategie.....	10
4.3 Doelgroepen.....	11
4.4 Kernboodschappen.....	12
4.5 Communicatiemiddelen.....	12
4.6 Taken en verantwoordelijkheden.....	15

BIJLAGEN

Bijlage 1: Communicatieplanning.....	16
Bijlage 2: Definities.....	19

1. Inleiding

Strukton realiseert zich dat duurzaam ondernemen of maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) een steeds belangrijkere rol in onze samenleving inneemt. Wereldwijd staat het onderwerp op de kaart, recent nog bij de Klimaatconferentie Kopenhagen in december 2009. Ook opdrachtgevers geven blijk van maatschappelijk bewustzijn, zoals ProRail met de introductie van de CO₂-prestatieladder. Ook Rijkswaterstaat heeft aangekondigd deze prestatieladder in te willen voeren. Dergelijke initiatieven halen MVO uit de hoek van idealisten en leggen een rechtstreeks verband tussen MVO-beleid en commerciële doelstellingen. Met zijn MVO-beleid speelt Strukton tijdig op deze ontwikkeling in.

De essentie van het MVO-beleid van Strukton is dat elke medewerker en leverancier bij beslissingen een zorgvuldige afweging maakt tussen mens, bedrijf en omgeving.

Als onderdeel van het MVO-beleid onderneemt Strukton diverse initiatieven en acties om de CO₂-uitstoot te verminderen, zowel binnen de eigen bedrijfsvoering als binnen de sectoren waarin Strukton actief is. Het doel is om voor de gehele reikwijdte van energiemangement elk jaar minimaal 2% reductie in de CO₂-uitstoot te realiseren ten opzichte van het voorgaande jaar. In de hele sector en in de keten zijn verschillende mogelijkheden om energiebesparing, en dus reductie van de CO₂-uitstoot, te realiseren.

Dit communicatieplan beschrijft de acties die Strukton in 2010 zal ondernemen op het gebied van MVO en besteedt in het bijzonder aandacht aan de acties op het gebied van CO₂-uitstoot en CO₂-reducerende maatregelen en doelstellingen. Ontwikkelingen ten aanzien van initiatieven en maatregelen worden gedurende 2010 op de voet gevolgd.

2. MVO-beleid van Strukton

In de dagelijkse praktijk van Strukton moet ieder voor zich steeds een goede afweging kunnen maken tussen de belangen van mens, bedrijf en omgeving.

In de Strukton MVO-balansschijf hebben we die visie geconcretiseerd. Daarmee is in beeld gebracht welke bijdrage van eenieder wordt verwacht en hoe en waar alle lopende en nieuwe initiatieven bijdragen aan het totale MVO-beleid.



De zwarte letters in de schijf duiden programma's aan. Onder deze programma's worden concrete acties geformuleerd in de jaarplannen. De programma's zijn:

- Bedrijf en omgeving: solide strategie en financieel beleid, integer en omgevingsbewust, duurzame innovatie kracht
- Mens en bedrijf: preferente werkgever zijn, veilige en gezonde werkomgeving
- Mens en omgeving: eigen verantwoordelijkheid in klimaat en duurzaamheid

2.1 Energiemanagement (CO₂)

Energiemanagement valt onder het programma 'eigen verantwoordelijkheid in klimaat en duurzaamheid' in de categorie Mens en omgeving.

Strukton stelt zich tot doel om in 2010 minimaal 2% reductie in de CO₂-emissies te realiseren ten opzichte van 2009.

Vóór de totstandkoming van energiemangement bij Strukton werden de energieprestaties van de bedrijfsonderdelen decentraal gemonitord. Met de introductie van energiemangement in 2009 is geborgd dat een volledige, betrouwbare en actuele consolidatie van de energieprestaties van de (Nederlandse) activiteiten op Groepsniveau kan plaatsvinden. Hiermee kan Strukton inzicht verschaffen in de totale energieprestaties van zijn bedrijfsvoering in Nederland en zijn totale CO₂-emissies als gevolg daarvan.

Het operationele energiemangement heeft tot doel om een volledig, betrouwbaar en actueel overzicht te hebben van de energieprestaties van heel Strukton en door beschikbaarheid van deze informatie en de inzet van middelen inzicht te verschaffen in – en het realiseren van – de meest kosteneffectieve maatregelen voor de reductie van het energieverbruik.

Naast de preventieve en correctieve maatregelen om de eigen reductiedoelstellingen te realiseren, kan Strukton ook CO₂-emissies reduceren door deel te nemen aan een sectorinitiatief of door zelf (mede) een sector initiatief op te starten. Deze initiatieven zullen idealiter een reductie van de scope 3 emissies van Strukton tot gevolg hebben.

2.2 Inkoopbeleid

Het inkoopbeleid hoort bij de categorie Mens en bedrijf.

Strukton verwacht van zijn leveranciers een aantoonbaar en operationeel beleid ten aanzien van (verbetering van) milieuaspecten en sociale en economische aspecten. Strukton wil daarom bij voorkeur en op termijn alleen maar zakendoen met die leveranciers die zich medeverantwoordelijk en ketenverantwoordelijk voelen voor de invulling en vertaling van de MVO-doelstellingen van Strukton.

Dit houdt in dat Strukton bewuste keuzes maakt en afwegingen vastlegt ten aanzien van:

- Het inrichten van het creatie-, realisatie- of exploitatieproces op een veilige, omgevingsbewuste en duurzame wijze door opdrachtgever, Strukton en zijn leveranciers samen
- De selectie van leveranciers op een transparante wijze
- Het al dan niet vormen van samenwerking/partnerships tussen opdrachtgever, Strukton en leveranciers

Het doel van duurzaam inkopen is het verminderen van negatieve effecten op de milieuaspecten en sociale aspecten gerelateerd aan productie en gebruik van goederen en diensten die wij aankopen en aanbesteden.

2.3 Integriteitsbeleid

Het integriteitsbeleid hoort bij de categorie Bedrijf en omgeving.

Het integriteitsbeleid van Strukton beschrijft de kaders van wat medewerkers van Strukton wel en niet is toegestaan bij het zakendoen. Deze zijn vastgelegd in de Gedragscode Integer Zakendoen, bedoeld om de belangrijkste regels helder op een rijtje te zetten. De Gedragscode Integer Zakendoen is in te zien via www.strukton.com.

3. MVO-strategie van Strukton

MVO is voor Strukton een integraal onderdeel van de dagelijkse praktijk. Het moet voor alle medewerkers een vanzelfsprekendheid zijn of worden om bij elke beslissing een zorgvuldige afweging te maken tussen mens, bedrijf en omgeving. De bedrijfsstrategie van Strukton is gericht op 'zelf doen': de werkmaatschappijen en deelbedrijven vertalen het MVO-beleid naar hun eigen dagelijkse praktijk en van elke medewerker wordt een actieve bijdrage verwacht.

Op basis van het MVO-beleid hebben de verschillende werkmaatschappijen en deelbedrijven van Strukton voor 2010 de nodige concrete acties geformuleerd. In de volgende paragrafen worden enkele van deze acties nader omschreven. Het overzicht is niet uitputtend.

3.1 Bedrijf en omgeving

3.1.1 Solide strategie en financieel beleid

- Strukton WorkspHERE is in 2009 overgestapt op elektronisch factureren (minder papierverbruik en dus minder CO₂-uitstoot). In 2010 wordt onderzocht of dit bij heel Strukton kan worden ingevoerd.
- Printers op diverse kantoren zijn standaard ingesteld op zwart/wit en dubbelzijdig printen. Dit levert een besparing op van papierverbruik en verbruik van (kleuren)toners.

3.1.2 Integer en omgevingsbewust

- Strukton is mede-initiatiefnemer van het keurmerk Bewuste Bouwers (onafhankelijke stichting) en probeert dit keurmerk voor zoveel mogelijk projecten te bemachtigen. Als een bouwplaats zich aanmeldt voor het keurmerk, geeft de hoofdvoerder van te voren aan hoe hij omgevingsbewust te werk wil gaan. Er zijn drie hoofdthema's: zorg voor de omgeving, zorg voor de medewerkers en zorg voor het milieu. De beste ideeën komen op de site van Bewuste Bouwers.
- De Gedragcode Integer Zaken Doen wordt nageleefd (<http://www.strukton.com/nl-duurzaam/Pages/IntegereNOMgevingsbewust.aspx>)
- Strukton Inkoop heeft een Duurzaamheidsverklaring opgesteld en vraagt vanaf 1 januari 2010 zijn belangrijke leveranciers deze Duurzaamheidsverklaring te bevestigen. Hierin staat een aantal generieke verplichtingen vermeld ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

3.1.3 Duurzame innovatie kracht

- Nemen van twee sectorinitiatieven samen met partners uit de keten.

3.2 Mens en bedrijf

3.2.1 Preferente werkgever zijn

- Corporate Communications sponsort de TU Delft met een jaarlijkse uitreiking van de Strukton UfD-Master Awards. In 2010 wordt, in overleg met de TU Delft een beoordelingscriterium toegevoegd, namelijk 'levert een bijdrage aan CO₂-reductie'.

3.2.2 Veilige en gezonde werkomgeving

- In het kader van het veiligheidsprogramma Zero Accidents wordt voor 2010 een nieuwe actie voorbereid. Zero Accidents drukt de ambitie van Strukton uit om volledig ongevals-vrij te werken. De acties zijn gericht op preventie.

3.3 Mens en omgeving

3.3.1 *Eigen verantwoordelijkheid in klimaat en duurzaamheid*

- De leaseregeling staat alleen auto's met A-, B- en C-labels toe.
- Op 1 januari 2010 is het nieuwe centrale energiecontract ingegaan dat is afgesloten met Essent voor de afname van groene stroom en groen gas. Uiterlijk in 2011 moet 80% van het totale elektriciteitsverbruik groene stroom zijn. In 2010 worden hiertoe al de nodige stappen gezet.
- Via Scope, het jongeren-netwerk van Strukton, worden MVO-ambassadeurs geworven. Zij zullen een voortrekkersrol innemen en hun omgeving bewust te maken/houden van de balans tussen mens, bedrijf en omgeving. De eerstvolgende bijeenkomst van Scope is in maart 2010 deze zal in het teken staan van MVO.
- Het Energiemanagementsysteem van Strukton is operationeel. Halfjaarlijks wordt de CO₂-uitstoot gerapporteerd en geëvalueerd. Indien daartoe aanleiding is wordt de strategie aangescherpt. Er worden vele maatregelen genomen om de CO₂-uitstoot te reduceren, waaronder:
 - Over 2010 gemiddeld een toename van het aantal treinkilometers dat leaserijders afleggen met de NS-Business Card tot minimaal 43.000 treinkilometers per maand.
 - Verschillende werkmaatschappijen hebben energiemanagement en reductie van de CO₂-uitstoot op de agenda staan voor afdelingsoverleggen, toolboxmeetings, personeelsbijeenkomsten en andere overlegvormen. Daarnaast zijn binnen diverse werkmaatschappijen energiemanagers aangewezen die de acties met het oog op CO₂-reductie en overige mvo-gerelateerde zaken coördineren.
 - Corporate Communications onderzoekt CO₂-reducerende huisstijlwijzigingen en voert deze waar mogelijk door. Het gaat om een andere papiersoort (Go Silk), een 'denk na voor je iets pint'-logo in e-mail handtekening, het voorschrijven van eco-font en een wijziging in huisstijlsysteem voor voorgedrukt briefpapier om dubbelzijdig geprinte brieven mogelijk te maken.
 - Via de lijn en via interne communicatie worden medewerkers en externen gedurende het hele jaar uitgedaagd om extra initiatieven te ontplooiën t.a.v. CO₂-reductie en in initiatieven en innovaties CO₂-reductie mee te nemen in de business case.
 - Bedrijfsonderdelen hebben overvloedige abonnementen op kranten en tijdschriften opgezegd (dus minder papierverbruik) en geen bloemen meer op tafel staan (snijbloemen zijn flink belastend voor het milieu).

4. Communicatie

4.1 Communicatiedoelstellingen

4.1.1 Communicatiedoelstelling MVO

Doel van de ondersteuning die Communicatie biedt aan het MVO-beleid is de goede reputatie van Strukton als maatschappelijk verantwoord ondernemer behouden en versterken.

4.1.2 Communicatiedoelstelling CO₂

Specifiek voor het programma 'klimaat en duurzaamheid' is het doel de organisatie te ondersteunen bij het behalen van 2% reductie van de CO₂-uitstoot.

De doelstellingen voor 2010 zijn:

Kwantitatief:

- Minimaal twee keer per jaar informeren van de in- en externe doelgroepen over het energiebeleid, het energiemanagementprogramma en de reductiedoelstellingen van Strukton (voor scope 1, 2 en 3 emissies). Daarin wordt ook ingegaan op de inspanningen die Strukton pleegt om de CO₂-uitstoot te reduceren
- In- en extern rapporteren over de voortgang ten opzichte van de emissie-inventaris en reductiedoelstellingen
- Website wordt aangepast aan de hand van de criteria zoals voorgeschreven door ProRail (actiepunten voor Corporate Communications & voor werkmaatschappijen die los van de Groep versneld willen klimmen op de CO₂ Prestatieladder) :
 - Bereikbaar op bedrijfsnaam (vermeld op certificaat) en vervolgens via zoekterm CO₂prestatieladder
 - Slechts één website (met zonodig verwijzingen via weblinks)
 - Statische inhoud: minimaal vereiste info conform 4.A.1, 3.B.2, 4.B.2, 5.B.1, 3.C, 5.C, 5.D.3 plus 3.D.1 en 4.D.1. De info blijft op internet beschikbaar tenminste gedurende looptijd certificaat.
 - Dynamische inhoud: minimaal rapportages conform 4.B.2 en 5.B.1 en uitgebracht na laatste (her)certificatie
 - Informatieopslagstructuur volgt nummering van eisen uit audit-checklijsten
 - Volledige kopieën van uitgereikte certificaten zoals vermeld op ProRail-site
 - Ingeval zal deze website met bekwame spoed worden bijgewerkt

Kwalitatief:

- Interne en externe stakeholders kennen de CO₂-footprint van Strukton (kennis).
- Interne en externe doelgroepen kennen de inspanningen die Strukton pleegt om de CO₂-uitstoot te reduceren (kennis).
- Interne en externe doelgroepen weten hoe zij eraan kunnen bijdragen dat Strukton de CO₂-reducerende doelstellingen kan behalen (kennis).

- Medewerkers zijn zich bewust van het belang van maatschappelijk verantwoord ondernemen en bereid hier een bijdrage aan te leveren, in het bijzonder op het gebied van CO₂-reductie (houding)
- De doelstellingen voor kennis en houding moeten leiden tot gedragsverandering. Gedragsverandering kan alleen bereikt worden door de lijn. Het behoort tot de taak van de communicatieadviseurs om het lijnmanagement te ondersteunen bij hun communicatie door te coachen en faciliteren

4.2 Communicatiestrategie

Strukton als bedrijf kiest voor een MVO-strategie waarin 'zelf doen' centraal staat: iedereen moet in staat zijn om een afweging te maken tussen mens, bedrijf en omgeving, wat leidt tot een maatschappelijk verantwoorde manier van ondernemen.

In lijn daarmee kiest communicatie voor wat we zouden kunnen noemen een 'Dr. Phil-strategie'. Zoals waarschijnlijk bekend vraagt Dr. Phil altijd aan zijn gasten: 'en wat kun je er zélf aan doen?' De communicatie over MVO zal ook steeds de ontvangers prikkelen om een antwoord te zoeken op deze vraag.

4.2.1 Actie

Alle reguliere interne en externe communicatiemiddelen zullen worden ingezet (zie paragraaf 4.5). Boodschappen zenden aan ontvangers via communicatiemiddelen wordt in de vakliteratuur wel 'actiegerichtte communicatie' genoemd.

4.2.2 Interactie

Naast deze actiegerichtte communicatieaanpak, wordt ook een op interactie gerichte communicatieaanpak ingezet: het behoort ook tot de taak van de communicatieadviseurs om het lijnmanagement te ondersteunen bij hun communicatie door hen te coachen en faciliteren. De doelstellingen voor kennis en houding moeten immers uiteindelijk leiden tot gedragsverandering en die kan alleen bereikt worden via de lijn.

Acties voor het coachen en faciliteren van het lijnmanagement zijn, voor zover relevant voor de werkmaatschappij en nog niet geïmplementeerd:

- Lijnmanagers adviseren om CO₂-reductie standaard op te nemen op de agenda voor het teamoverleg en andere overleggen
- Lijnmanagers voorzien van alle relevante informatie, bijvoorbeeld in een Powerpointpresentatie of lesbrief
- Lijnmanagers ondersteunen bij het organiseren van brainstormsessies of andere werkvormen om ideeën uit hun teams los te krijgen
- Bij alle inhoudelijke onderwerpen waarvoor lijnmanagers en projectmanagers ondersteuning vragen aan Communicatie, de vraag stellen of er ook een MVO-aspect aan het onderwerp zit

Onderstaande checklist helpt de communicatieadviseurs bij de ondersteuning van de lijn:

- Is er een mogelijkheid tot energiebesparing?
- Betreft het scope 1 & 2, of scope 3?

- Draagt het bij aan de CO₂-reductiedoelstelling?
- Kun je er een specifieke CO₂-reductiedoelstelling aan vast knopen?
- Is het een initiatief van Strukton of kun je het als zodanig formuleren?
- Is er een overheid of NGO bij betrokken? Zo ja, hebben we daar bewijsmateriaal van?
- Hoe vaak en hoe publiceren we erover?
- Verbinden we onze bedrijfsnaam er goed aan?
- Kunnen we erover publiceren en zo ja, waar (intern, extern)?

4.3 Doelgroepen

4.3.1 Intern

- Groepsraad: Het hoogste orgaan binnen Strukton t.b.v. besluitvorming en managementreviews.
- Direct betrokkenen: Diegenen binnen Strukton die betrokken zijn bij de rapportage van verbruiken en verbeterprojecten emissiebesparing.
- Directies van werkmaatschappijen, managers en andere leidinggevenden: Deze doelgroep heeft als taak kennis en informatie over duurzaamheid door te geven aan de overige medewerkers, bijvoorbeeld in toolboxmeetings. Zij zijn degenen die een gedragsverandering kunnen bewerkstelligen.
- Medewerkers Strukton in Nederland: Onder deze doelgroep vallen alle medewerkers van Strukton in Nederland. Dit zijn de medewerkers van het concern en de afzonderlijke werkmaatschappijen van Strukton. Deze doelgroep wordt nadrukkelijk als stakeholder gezien, omdat MVO en daarmee CO₂-reductie begint bij de individuele medewerker.

4.3.2 Extern

Naast de eigen medewerkers zijn externe doelgroepen van groot belang voor Strukton om zijn doelstellingen te kunnen verwezenlijken.

Strukton onderscheidt verschillende externe stakeholders binnen de scope van dit plan, te weten:

- Pers/media. Dit communicatieplan richt zich vooral op de geschreven pers.
- Opdrachtgevers. Voor Strukton in Nederland vallen hieronder onder meer ProRail, Rijkswaterstaat, gemeentevervoerbedrijven, NS, gemeenten.
- Leveranciers. Deze doelgroep is belangrijk vooral als het gaat om levering van materiaal en materieel, zowel het materieel en materieel zelf als het transport hiervan. Voorbeelden van leveranciers zijn Voestalpine RailPro, machinebouwers (Matisa, Plasser & Theurer). De specifieke benadering van leveranciers als het gaat om het inkoopbeleid valt buiten de scope van dit communicatieplan. Er is een uitgebreid inkoopbeleid geformuleerd (zie hoofdstuk 2.2.). Voor de communicatie met leveranciers, met name A-aanbieders, zijn gerichte communicatiekanalen ingericht. Voor deze communicatiekanalen en het inkoopbeleid wordt verwezen naar de separate documentatie hierover.
- Eindgebruikers. Onder deze doelgroep vallen bijvoorbeeld de gebruikers van gebouwen die Strukton heeft gerealiseerd (en exploiteert), vervoerders en reizigers.

- Overheden/NGO's. Overheden die voor Strukton relevant zijn in de context van CO₂-reductie zijn vooral de ministeries van VenW en VROM, de Nederlandse Spoorwegen provincies en gemeenten. Daarnaast zijn agentschappen belangrijk waaronder SenterNovem.
Relevante NGO's/organisaties waar Strukton mee samenwerkt als het gaat om CO₂-reductie zijn onder andere Urgenda, de Stichting Natuur & Milieu en Utrecht Bereikbaar.
Verder werkt Strukton samen met onderwijsinstellingen, bijvoorbeeld de TU Delft, TU Eindhoven en TU Twente.
- Sectororganisaties. Relevante sectoren voor Strukton zijn de sectoren Vervoer en Bouwnijverheid. Organisaties die worden geadresseerd zijn onder meer Bouwend Nederland, Railforum, KNV, Connekt, Werkgevers Lage Weide. In deze diverse verbanden werkt en denkt Strukton mee aan verschillende initiatieven en ontwikkelingen voor een duurzame maatschappij. Verder is Strukton een van de initiatiefnemers en onderdeel van de Stichting Bewuste Bouwers en het netwerk Conceptueel Bouwen.
- Potentiële werknemers (incl. studenten en scholieren).

4.4 Kernboodschappen

De kernboodschappen over MVO zijn:

- In zijn dagelijkse praktijk maakt Strukton bij elke beslissing een zorgvuldige afweging tussen mens, bedrijf en omgeving.
- Met het programma Zero Accidents, waarin gedrag en mentaliteit centraal staan, streeft Strukton naar een dalende trend in het aantal ongevallen
- Strukton streeft naar het behalen van het keurmerk Bewuste Bouwer voor projecten, om aan te tonen dat we rekening houden met de omgeving (overlast beperken, nette uitstraling van de bouwplaats, veiligheid)

De kernboodschappen specifiek over CO₂ zijn:

- Strukton heeft het doel om elk jaar minimaal 2% reductie in de CO₂-uitstoot te realiseren.
- In 2009 was de totale CO₂-emissie van Strukton ruim 42.000 ton, waarvan 29.426 ton in Scope 1, 6.271 ton in Scope 2 en 6.358 ton in Scope 3 (waarbij Scope 3 in 2009 nog niet volledig is gemeten)
- Je kunt zelf bijdragen aan de CO₂-reductie, door... (vul acties in toegespitst op doelgroep en actualiteit)

4.5 Communicatiemiddelen

De volgende communicatiemiddelen worden ingezet:

4.5.1 Intern

Interne personeelsmagazine Strukton en personeelsbladen van Strukton (centraal en decentraal)

Het groepsbrede personeelsmagazine Voorop en de personeelsbladen van de werkmaatschappijen worden verzonden naar de medewerkers thuis. In de

personeelsmagazines wordt regelmatig aandacht besteed aan verschillende facetten van duurzaamheid.

De intranetsites van de werkmaatschappijen

Strukton Rail, Strukton Civiel en Strukton Worksphere beschikken over een intranetsite. Deze zijn via internet toegankelijk en daarmee ook voor alle medewerkers die geen aansluiting op het Struktonnetwerk hebben. Medewerkers kunnen van huis uit op het intranet.

Binnen Strukton Rail is een aparte duurzaamheidsite aangemaakt op de intranetsite (ShareWeb). Op deze site staan, naast nieuwsberichten, (kranten)knipsels en algemene informatie, een forum. Via dat forum worden medewerkers uitgenodigd mee te denken over energiereductiemogelijkheden.

Op de hoogte (e-nieuwsbrief van Strukton)

Deze e-nieuwsbrief van Strukton wordt op ad hocbasis naar alle Struktonmedewerkers verzonden en via intranet en publicatieborden onder de aandacht gebracht op de verschillende vestigingen en in de bouwketen.

Nieuwsflitsen

Nieuwsflitsen worden op ad hocbasis per e-mail naar de medewerkers van individuele werkmaatschappijen of bedrijfsonderdelen verzonden en via intranet en publicatieborden onder de aandacht gebracht op de verschillende vestigingen en in de bouwketen.

Toolboxmeetings en andere (werk)overleggen

Tijdens toolboxmeetings en andere (werk)overleggen wordt bij de afzonderlijke werkmaatschappijen en/of bedrijfsonderdelen aandacht besteed aan duurzaamheid en bijvoorbeeld het energiebeleid en de reductiedoelstellingen. Doel hiervan is vooral om bewustzijn te kweken over het belang van duurzaamheid (CO₂-reductie in het bijzonder) en de mogelijkheden om hieraan bij te dragen. Tevens bieden bijeenkomsten de mogelijkheid om te checken in hoeverre medewerkers op de hoogte zijn van mogelijkheden om bij te dragen aan CO₂-reductie en kan hierover worden gediscussieerd.

4.5.2 Extern

Jaarbericht/jaarverslag

Het jaarbericht wordt in maart 2010 verzonden naar belangrijke externe relaties en naar de medewerkers van Strukton. Verder worden het jaarbericht en het jaarverslag op de internetsite van Strukton gepubliceerd. Het jaarbericht over 2009 wordt beknopter en dunner dan het jaarbericht over 2008. Thema van het jaarbericht over 2009 zal zijn 'omgevingsbewust ondernemen', waarin o.a. het energiebeleid, de reductiedoelstellingen (inclusief de CO₂-reductiedoelstelling) en trends aan de orde komen.

Websites van Strukton en zijn werkmaatschappijen

Naast de Struktonbrede website (www.strukton.com) hebben de afzonderlijke werkmaatschappijen een eigen website. Op specifiek hiervoor ingerichte pagina's op deze websites besteedt Strukton aandacht aan MVO en duurzaamheid. Verder publiceren Strukton en de werkmaatschappijen op de internetsites regelmatig pers- en nieuwsberichten die betrekking hebben op MVO en duurzaamheid. De websites zullen in 2010 waar nodig worden aangepast conform de eisen van de CO₂-prestatieladder.

Persberichten en nieuwsberichten

Strukton en de werkmaatschappijen publiceren regelmatig, maar minstens twee keer per jaar, pers- en nieuwsberichten die betrekking hebben op MVO en duurzaamheid. In 2010 zal Strukton minimaal twee keer een nieuwsbericht of een persbericht publiceren resp. uitbrengen over de CO₂-footprint van Strukton en de reductiedoelstellingen, het energieverbruik en trends binnen het bedrijf. Daarnaast zullen op ad hoc basis en waar relevant nieuwsberichten (of persberichten) worden gepubliceerd over maatregelen die zijn ingezet om de CO₂-uitstoot te verminderen en initiatieven die worden ontplooid.

Interviews en publicaties in vakbladen

Strukton publiceert met regelmaat interviews en artikelen in vakbladen. Vaak zijn deze technisch van aard. Het doel is om in 2010 daarnaast ook artikelen of interviews te publiceren over MVO en specifiek ook over initiatieven, ontwikkelingen of innovaties die leiden tot CO₂-reductie, reductie van het energieverbruik e.d.

Events/Bijeenkomsten

Strukton neemt regelmatig deel aan bijeenkomsten waar duurzaamheid op de agenda staat. Voorbeelden zijn het congres 'Rij veilig, vervoer groen' dat georganiseerd werd door Connekt op de Dag van de Duurzaamheid (09-09-09), en het jaarcongres van Railforum op 15 oktober 2009. Voor 2010 is op dit moment nog niet duidelijk op welke events/bijeenkomsten Strukton aanwezig zal zijn en in welke vorm. Dit zal in de loop van 2010 nader worden bepaald.

Brochures/magazines van Strukton

In een aantal brochures van Strukton krijgt duurzaamheid een expliciete plaats. Voorbeelden zijn de brochure 'PPS Huisvesting Informatie Beheer Groep en Belastingdienst Groningen' en de algemene brochure van Strukton Civiel. In het externe magazine Spoorwerk van Strukton Rail eenmaal per jaar uitkomt, staat ook regelmatig een artikel dat direct of indirect over duurzaamheidsontwikkelingen gaat.

Vacaturesite (werkenbijstrukton.com)

Op de vacaturesite van Strukton (www.werkenbijstrukton.com) is aandacht voor duurzaamheid. De informatie hierover is te vinden onder de ingang 'verantwoord ondernemen'.

Internetcommunity's

In 2010 zal Strukton onderzoeken of en zo ja in welke vorm het internetcommunity's als Hyves en LinkedIn kan inzetten voor het op gang helpen van discussies over CO₂-reductie en overige duurzame initiatieven in de keten en in de spoorbranche en bouw- en onderhoudsbranche. Indien relevant zal in 2010 worden begonnen met toepassing van dit middel.

4.6 Taken en verantwoordelijkheden

De directies en communicatieafdelingen van Strukton Groep en van de werkmaatschappijen zijn verantwoordelijk voor de communicatie zoals omschreven in dit communicatieplan.

Corporate Communications verzorgt minimaal twee maal per jaar een interne en externe publicatie over het energiebeleid, het energiemangementprogramma en de reductiedoelstellingen van Strukton.

De decentrale communicatieadviseurs zoeken actief naar MVO-aspecten van projecten, communiceren naar de eigen interne medewerkers, ondersteunen de lijn en verzorgen publicaties op de eigen websites.

De aangewezen energiemanagers zien erop toe dat de communicatieafdelingen relevante informatie ontvangen. De communicatieafdelingen bewaken zelf de frequentie van de communicatie-uitingen.

BIJLAGE 1

Communicatieplanning

Voor 2010 staan minimaal de volgende communicatiemomenten op de agenda:

Maand	Inhoud bericht	Communicatiemiddel
Maart	Duurzaam inkoopbeleid in de praktijk	Voorop (intern)
Maart	Prijsvraag: Heb je een goed idee voor energiebesparing? Antwoorden kunnen worden ingezonden naar voorop@strukton.com	Voorop (intern)
Maart	<p>Thema: Strukton als omgevingsbewuste ondernemer. Met aandacht voor de CO₂ reductiedoelstelling, ketenverantwoordelijkheid, meedenken over duurzame oplossingen en duurzame projecten bij klanten (o.a. uitfaseren koelmiddel R22 en klimaatonderzoek op scholen).</p> <p>Bij het publieksverslag komt een brief met de oproep aan te geven of men het publieksverslag voortaan online wil lezen i.p.v. in drukwerk – dan kan de oplage volgend jaar omlaag, wat scheelt in CO₂-uitstoot door minder papierverbruik en minder distributie.</p>	Publieksverslag (extern)
Mei	Inkoopbeleid	(Digitale) brochure (extern, voor leveranciers), te downloaden via www.strukton.com
Mei	CO ₂ footprint 2009 (scope 1&2&3 emissies), de kwantitatieve reductiedoelstelling(en), het energiebeleid, de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidig energiegebruik, samenwerking met NGO's en trends binnen het bedrijf	Nieuwsbericht naar de media en publicatie op de eigen websites (extern) en intranetten (intern)
Mei	CO ₂ footprint 2009 (scope 1&2&3 emissies), de kwantitatieve reductiedoelstelling(en), het energiebeleid, de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidig energiegebruik, samenwerking met NGO's en trends binnen het bedrijf	Verwerken van informatie uit het nieuwsbericht in de statische pagina's van de externe websites
Juni	CO ₂ footprint 2009 (scope 1&2&3 emissies),	Voorop (intern)

	de kwantitatieve reductiedoelstelling(en), het energiebeleid, de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidig energiegebruik, samenwerking met NGO's en trends binnen het bedrijf	
Juni	Uitslag prijsvraag: bloemlezing uit de ingezonden goede ideeën voor energiebesparing, waardoor ideeën die in het hoofd zaten van één persoon ineens beschikbaar komen voor > 6.000 lezers	Voorop (intern)
Q3	CO ₂ footprint eerste helft 2010 (scope 1&2&3 emissies), de kwantitatieve reductiedoelstelling(en), het energiebeleid, de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidig energiegebruik, samenwerking met NGO's en trends binnen het bedrijf	Nieuwsbericht naar de media en publicatie op de eigen websites (extern) en intranetten (intern)
Q3	CO ₂ footprint eerste helft 2010 (scope 1&2&3 emissies), de kwantitatieve reductiedoelstelling(en), het energiebeleid, de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidig energiegebruik, samenwerking met NGO's en trends binnen het bedrijf	Verwerken van informatie uit het nieuwsbericht in de statische pagina's van de externe websites
December	CO ₂ footprint eerste helft 2010 (scope 1&2&3 emissies), de kwantitatieve reductiedoelstelling(en), het energiebeleid, de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidig energiegebruik, samenwerking met NGO's en trends binnen het bedrijf	Voorop (intern)
Q3-Q4	Strukton-UfD Master Awards	Extern (studenten TU Delft)
Nader te bepalen	Bericht over een sectorinitiatief waarvan we mede-initiatiefnemer zijn	Persbericht (extern) Publicaties op intranetten (intern)
Nader te bepalen	Bericht over een reductieprogramma waaraan wij ons publiekelijk committeren	Persbericht (extern) Publicaties op intranetten (intern)

Verder in 2010:

- Corporate Communications zoekt mogelijkheden om het leveranciers en andere externen makkelijker te maken om mee te denken over mogelijkheden voor CO₂-reductie, bijvoorbeeld door een wikipedia-achtige functie of forum op internet
- Corporate Communications onderzoekt de mogelijkheden voor een poll over CO₂ op de website van Strukton
- Corporate Communications gaat social media (bijvoorbeeld LinkedIn) gebruiken om ideeën voor CO₂-reductie op te vragen
- Het huisstijlpapier van Strukton wordt in de zomer van 2010 FSC-gecertificeerd

BIJLAGE 2

Definities

MVO: Maatschappelijk verantwoord ondernemen betekent ondernemen waarbij niet alleen wordt gekeken naar het bedrijfsresultaat, maar ook naar de factoren mens en omgeving. De essentie van het MVO-beleid van Strukton is dat elke medewerker en leverancier bij beslissingen een zorgvuldige afweging maakt tussen mens, bedrijf en omgeving.

CO₂-prestatieladder: De CO₂-prestatieladder heeft ProRail ontwikkeld om bedrijven die deelnemen aan aanbestedingen uit te dagen en te stimuleren hun eigen CO₂-productie te kennen en te verminderen. Hoe meer een bedrijf zich inspant om CO₂ te reduceren, hoe meer kans op gunning. Op de CO₂-prestatieladder kunnen bedrijven scoren op niveau 0 t/m 5. Het hoogste niveau is niveau 5, een score die goed is voor een prijsvoordeel van 10% op het inschrijfbedrag.