

COMMUNICATIEPLAN

V&M

V&M:

Comfortabel geregeld!

Auteurs

Dhr. M.T. Hagen - Directeur

Dhr. C. Huntink - Directeur

Dhr. M. Kemper - StenVi Advies

Er is een e-mailaccount voor vragen en ideeën betreffende de activiteiten gericht op het realiseren van de MVO ambitie van V&M en de samenwerking met haar ketenpartners: **MVO@VenM.nl**

Evaluatie

Per jaar worden de resultaten van het en communicatieplan zelf beoordeeld. De geconstateerde afwijkingen en verbeteringen worden verwerkt in het communicatieplan.

Het streven is om zoveel mogelijk gebruik te maken van de bestaande communicatiemiddelen zoals beschreven in dit plan.

Inhoudsopgave

Inleiding	4
Communicatiedoelstelling	6
Boodschap	7
Aanpak	9
Marketing	10

Bijlagen **11**

Bijlage 1 Doelgroepen

Bijlage 2 Communicatiematrix

Bijlage 3 Beschikbare communicatiemiddelen

Bijlage 4 Communicatieplanning

Inleiding

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) is het best te omschrijven als het bewust richten van de strategie, het beleid en de activiteiten van de organisatie op het toevoegen van waarde aan zowel people, planet als profit:

waarbij steeds opnieuw een zorgvuldige balans wordt gezocht,

waarover op een actieve en transparante manier verantwoording wordt afgelegd;

waarover de organisatie met haar stakeholders een open dialoog voert.

De organisatie houdt rekening met de verwachtingen van haar belanghebbenden in een continu verbeteringsproces.

V&M wil een onderneming zijn die concreet en aantoonbaar aandacht heeft voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Wij zijn van mening dat MVO onlosmakelijk verbonden is met de gestelde doelen in het kader van een financieel gezonde bedrijfsvoering (profit) en de toekomstbestendigheid van onze ondernemingen door bij alle beslissingen evenwichtig na te denken over de invalshoeken people, planet, profit.

V&M neemt haar verantwoordelijkheid op het gebied van MVO en wil haar activiteiten in het kader van milieu en duurzaamheid delen met al haar belanghebbenden. Transparantie en het betrekken van de belanghebbenden is een essentieel onderdeel van MVO. Hiertoe is het van belang om beleid te hebben op het gebied van communicatie. Het doel is niet alleen te informeren maar ook te stimuleren.

Dit communicatieplan geeft invulling aan dit beleid. Het beschrijft de doelgroepen, de visie en boodschap van V&M en de wijze van communicatie. Tevens draagt het communicatieplan bij aan de inbedding van de geplande certificering op de CO₂-Prestatie ladder en aan de bewustwording van de impact van de (bedrijfs)activiteiten op het milieu.

Vanwege de vereisten uit de CO₂-Prestatieladder wordt zowel intern als extern over de CO₂-voetafdruk en de kwantitatieve reductiedoelstellingen gecommuniceerd; van het energiebeleid, de mogelijkheden tot individuele en gemeenschappelijke bijdrage tot reductie, het huidige energieverbruik en de trends in het bedrijf zijn middels communicatieprocedures en vastgestelde verantwoordelijken beschreven in de verschillende communicatie-uitingen.

Het communicatieplan is niet bedoeld voor de communicatie in geval van noodsituaties of bij ongevallen. Per situatie zal door de directie worden bepaald welk middel wordt ingezet. Dit stelt V&M in staat flexibel met de communicatievormen om te gaan. Afwijkingen op het communicatieplan worden periodiek getoetst en verwerkt. Het communicatieplan is hiermee een levend document. Jaarlijks vindt een evaluatie van de inhoud plaats.

Het communicatieplan is als volgt opgebouwd:

- Een beschrijving van de communicatiedoelstellingen;
- De aanpak en de uitvoering;
- Communicatiematrix;
- De marketingdoelstelling.
- Communicatiedoelstelling

Dit communicatieplan heeft de volgende doelstellingen:

Kennis

Belanghebbenden moeten weten waar V&M voor staat, welke positionering V&M inneemt met haar producten en diensten in de keten, de visie die V&M heeft op het gebied van MVO door gerichte verbinding in de keten en welke bijdrage van V&M aan het milieu, de maatschappij en de samenleving wordt geleverd.

Houding

De belanghebbenden zien V&M als betrouwbare partner in de keten die pro-actief meedenkt met haar ketenpartners over de MVO thema's, integer handelt en haar kennis en ervaring combineert met de levering van goede, betrouwbare en energiezuinige producten en diensten.

Gedrag

De belanghebbenden aanzetten tot het continueren en uitbreiden van de relatie met V&M, of juist een nieuwe relatie te starten, V&M te betrekken bij haar ontwikkelingstrajecten en zelf ook invulling te geven aan de MVO thema's die binnen de eigen invloedssfeer van de organisatie liggen.

In verband met de certificering op de CO₂-Prestatieladder is het structureel overbrengen van het energiebeleid, de trend en de energie reductiedoelstellingen van V&M en de mogelijkheden voor individuele en gemeenschappelijke bijdrage een onderdeel van de overdracht van kennis. Hierbij worden de CO₂-voetafdruk (Carbon Footprint), de reductiedoelstelling van de CO₂-uitstoot, de maatregelen die V&M heeft genomen om haar CO₂-uitstoot te reduceren en haar deelname aan initiatieven gecommuniceerd.

Planning

V&M stelt jaarlijks een communicatieplanning op in lijn met haar activiteiten. De communicatie planning is in de bijlage beschreven.

Boodschap

Per doelgroep wordt een communicatiedoelstelling geformuleerd die primair is gericht op het overbrengen van de gewenste boodschap. Voor de CO2-Prestatieladder zijn de verplichte communicatieonderwerpen opgenomen in de communicatie boodschap en –doelstelling, zoals deze hierna wordt beschreven.

Voor de MVO ambities van V&M is de communicatiedoelstelling bepaald welke per doelgroep terug te lezen is in de bijlage. Vrij vertaald vormt dit de onderstaande doelstelling:

Interne doelgroep

De interne doelgroep moeten weten waar V&M voor staat, welke positionering V&M inneemt met haar producten en diensten in de keten, de visie die V&M heeft op het gebied van MVO en welke bijdrage door V&M aan het milieu, de maatschappij en de samenleving wordt geleverd.

Houding

De interne doelgroep ziet V&M als betrouwbare werkgever en belegging met continuïteit, die pro-actief meedenkt met haar ketenpartners over de MVO thema's, integer handelt en haar kennis en ervaring combineert met de bijdrage aan milieuthema's, ontplooiing van medewerkers.

Gedrag

De interne doelgroep is trots op V&M, wil haar relatie continueren en uitbreiden met V&M. Er is draagvlak voor de uitvoering van het beleid. De interne doelgroep wil graag betrokken worden bij de ontwikkelingstrajecten, brengt ervaringen en ideeën in en geeft zelf ook invulling aan de MVO thema's die binnen de eigen invloedssfeer de interne doelgroep liggen. De interne doelgroep is tevreden en gemotiveerd.

Externe doelgroep

De externe doelgroep kent V&M en haar positionering in de keten met haar producten en diensten, de visie die V&M heeft op het gebied van MVO en welke bijdrage door V&M aan het milieu, de maatschappij en de samenleving wordt geleverd.

Houding

De externe doelgroep ziet V&M als betrouwbare partner in de keten die pro-actief meedenkt met haar ketenpartners over de MVO thema's, integer handelt en haar kennis en ervaring combineert met de levering van goede, betrouwbare en energiezuinige producten en diensten.

Gedrag

De externe doelgroep waardeert V&M en wil haar relatie continueren en/of uit te breiden naar partnership met V&M. De externe doelgroep is bereid bij te dragen aan het ketenbeleid, neemt deel aan de dialoog met V&M, neemt ook zelf haar eigen verantwoordelijkheid, brengt ervaringen en ideeën in en geeft zelf ook invulling aan de MVO thema's die binnen de eigen invloedssfeer de interne doelgroep liggen.

Aanpak

De middelen, de planning en de organisatie rondom de communicatie en de communicatiedoelstellingen hebben geresulteerd in de communicatiematrix. In de communicatiematrix worden per doelgroep de volgende zaken weergegeven: wat, waarover, wanneer, waarmee en door wie er wordt gecommuniceerd.

Middelen

Voor het communiceren van de boodschap staan verschillende media tot de beschikking. De bijlage "Beschikbare communicatiemiddelen" geeft een overzicht van de middelen die worden ingezet ten behoeve van de communicatie over de MVO ambitie van V&M en de vereisten conform de CO2-Prestatieladder.

Er wordt naar gestreefd om zoveel mogelijk gebruik te maken van de bestaande communicatiemiddelen welke V&M heden ten dage inzet. De meest voorkomende vormen waarin wordt gecommuniceerd met in- en externe belanghebbenden is door middel van het vastleggen van informatie op de website, het beschrijven van de voortgang en maatregelen in de Carbon Footprint rapportages en door het aangaan van gesprekken via presentaties en één-op-één gesprekken.

Slogan

Informatie wordt aan het personeel en belanghebbenden gecommuniceerd met de slogan:

"V&M bv comfortabel geregeld!"

CO2-Prestatieladder vereisten

Informatie over de CO2-voetadruk wordt minimaal eenmaal per half jaar aan het personeel en belanghebbenden gecommuniceerd. Hiermee informeert en attendeert V&M alle belanghebbenden over CO2-reductie en de CO2-Prestatieladder ter bewustwording van eenieder. Voorts is er een mailaccount aangemaakt voor vragen en/of ideeën betreffende de energie- en CO2-reductiedoelstellingen, de CO2-Prestatieladder en de deelname aan het initiatief van V&M: mvo@VenM.nl.

Uitvoering

De communicatie wordt aangestuurd door processen en activiteiten die zijn vastgelegd in de procedures uit het kwaliteitshandboek. Voor de uitvoering van de communicatie is namens de directie de heer M.T. Hagen bevoegd en verantwoordelijk voor de inhoud en de gebruikte media van het communicatieplan en draagt zij in samenwerking met accountmanagement de zorg voor de uitvoering ervan.

Marketing

In de communicatiematrix is per doelgroep de communicatiedoelstelling weergegeven en waar nodig ter verduidelijking de communicatiestrategie over de wijze waarop deze doelstelling wordt bereikt. Hiervoor is een viertal strategieën benoemd, gebaseerd op het communicatiekruispunt, te weten: informeren en beïnvloeden, dialoog en overtuigen gericht op het bereiken van de genoemde communicatiedoelstellingen.

Missie V&M

V&M biedt comfort aan haar opdrachtgevers door het ontwikkelen en leveren van producten en dienstverlening welke voldoen aan de ecologische, maatschappelijke en economische vraag naar duurzaamheid, kwaliteit, gezondheid en efficiency.

V&M wil een integere werkgever en partner zijn voor haar medewerkers en ketenpartners gefundeerd op betrouwbaarheid, betrokkenheid, kwaliteit, kennis en vakmanschap.

Visie V&M

V&M hanteert het 3G principe: Geen Gezeur Garantie.

V&M denkt pro-actief mee met haar opdrachtgevers en ketenpartners met inbreng van haar jarenlange integratie expertise op gebied van gebouwbeheer- en energiemanagement, meet- & regeltechniek, software, elektrotechniek, besturingstechniek en werktuigbouwkunde.

V&M wil partner zijn en vroegtijdig worden betrokken in het ontwikkelproces.

Marketingdoelstelling

Door het vergroten van de naamsbekendheid, het delen van de V&M visie, de kennis en ervaring en de geleverde inspanning van V&M op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen met haar ketenpartners realiseren van een verbeterd imago en positie in de keten en het genereren van winstgevende en interessante opdrachten.

Deze doelstelling wordt bereikt door invulling van de communicatiedoelstelling van dit communicatieplan.

Bijlage 1 - Doelgroepen

Voor het communicatieplan zijn de doelgroepen (belanghebbenden of ook wel genoemd stakeholders) van V&M in beeld gebracht aan de hand van methodieken uit de AA1000. Om ervoor te zorgen dat de communicatiedoelstelling van V&M per doelgroep zo effectief mogelijk is, is een workshop uitgevoerd. Als definitie voor stakeholder of de belanghebbende, wordt gebruikt:

“Alle personen, bedrijven en instanties waar V&M door zijn activiteiten direct of indirect mee in aanraking komt c.q. waarvan zij de leefomgeving beïnvloedt.”

Interne doelgroepen

Binnen V&M komen mensen in verschillende groepen samen. In deze groepen werken ze samen en wisselen ze ideeën, overtuigingen en kennis met elkaar uit.

Medewerkers en Ondernemingsraad

Bij V&M werken circa 80 mensen, uiteenlopend van het management team tot uitvoerend personeel in de werkplaats en op de projecten. Willen zij succesvolle projecten kunnen realiseren in naleving van de huidige wet- en regelgeving en het beleid dat is bepaald door V&M, dan dienen zij goed te zijn geïnformeerd. Dit vergroot niet alleen hun kennis, kunde en verdieping in het project maar voorkomt tevens onwenselijke situaties en afwijkingen. Bewustwording over de impact op het milieu en wat V&M (samen) daar aan doet, vergroot de binding van het personeel met het bedrijf en onderling. Het is V&M er alles aan gelegen om de sociale binding met en binnen het bedrijf dagelijks te voeden. V&M heeft een ondernemingsraad, maar kiest bewust voor gelijkwaardige communicatie naar alle medewerkers.

Directie - Aandeelhouders

De directie en tevens aandeelhouders zijn samen verantwoordelijk voor de disciplines van V&M. Een gedragen MVO beleid, eenduidig uitgedragen door de directie en leidinggevenden binnen de organisatie resulteert in geloofwaardigheid onder medewerkers en externe belanghebbenden van de geformuleerde MVO ambitie.

Externe doelgroepen

Voor V&M is het extern communiceren van haar MVO beleid van groot belang. De externe doelgroepen voor V&M zijn door V&M geïdentificeerd. Hieronder zijn de doelgroepen in categorieën onder verdeeld.

Opdrachtgevers

Opdrachtgevers zijn onder te verdelen in vier categorieën: eindgebruikers, system integrators/ regelfirma's, installateurs en leveranciers/ onderaannemers. Opdrachtgevers zijn ketenpartners waarvoor V&M nu en in het afgelopen jaar opdrachten heeft uitgevoerd. Naast prijscondities stellen opdrachtgevers steeds meer vragen over MVO activiteiten, omdat zij hun eigen projecten willen blijven realiseren. Een goede relatie met V&M en een basis voor continuïteit is hiermee op korte termijn voor beide partijen belangrijk, op lange termijn heeft niet elke categorie hetzelfde belang. V&M kiest bewust voor gerichte communicatie met alle vier categorieën omdat alleen op deze wijze zij de projecten kan blijven realiseren en naar tevredenheid van relaties en eindgebruikers en haar resultaten zal behalen.

Adviseurs

Adviseurs zijn ketenpartners waarmee V&M al meerdere jaren mee samenwerkt, maar geen directe klantrelatie zijn. De adviseurs stellen ook steeds meer vragen over MVO activiteiten en de impact van werkzaamheden op het milieu en praktische gegevens zoals bijvoorbeeld de CO₂-voetafdruk, het energieverbruik en de afvalstromen. V&M wil in dialoog haar eigen MVO beleid realiseren. Een goede communicatie vanuit V&M is hiermee voor beide partijen belangrijk.

Leveranciers

Leveranciers zijn onder te verdelen in vier categorieën: fabrikanten, groothandel, onderaannemers en leveranciers van flexibele personeelscapaciteit. Leveranciers leveren in veel gevallen een bijdrage aan de MVO prestaties van V&M Door een verbetering van de prestaties van leveranciers behaalt V&M zelf ook verbeteringen. Samenwerking met leveranciers geeft V&M de mogelijkheid om gezamenlijk projecten te realiseren conform de eisen, wensen en visie van de opdrachtgever. Voor V&M is een goede relatie met vooral haar fabrikanten, groothandel en onderaannemers van groot belang.

Conform de CO₂-Prestatieladder dienen leveranciers zich aan te kunnen sluiten bij de doelstellingen die V&M zich stelt inzake de reductie van haar CO₂-emissie.

Oud personeel en het thuisfront

Ook de doelgroep van oud personeel en het thuisfront van de huidige medewerkers voor V&M zijn van grote betekenis. Sociaal betrokken werknemerschap resulteert in support van het thuisfront van de huidige medewerkers en stelt V&M in staat soms een extra beroep op haar medewerkers te doen. Naast het thuisfront is het oud personeel ambassadeur van V&M.

Overheden en inspecties

Overheden zoals de gemeente als bevoegd gezag zijn ook geïdentificeerd tot de belanghebbenden van V&M. Het is van belang deze groep apart te benoemen omdat voor deze groep een additionele behoefte bestaat om contact te hebben met bedrijven die zich actief inzetten voor een beter leefklimaat en (leef)milieu. De gemeente Apeldoorn en de provincie Gelderland hebben zelf ook duurzaamheidsambities.

Overheden zijn tegelijkertijd regelgever en handhaver. Hun behoefte en zorg bij maatschappelijk verantwoord ondernemen bevat alle aspecten van MVO. Hun zorgplicht omvat onder andere werkgelegenheid, gezondheid, veiligheid en het uitdragen van gevormd beleid. In dit kader behoort ook een inspectie SZW ook tot deze groep. Door met elkaar mee te denken, kunnen bijvoorbeeld een vermindering van energieverbruik, afvalreductie en veilige werkomstandigheden worden gerealiseerd.

V&M informeert deze groep zodat zij vroegtijdig kan reageren op ontwikkelingen en in staat is om naar inspecterende instanties naleving van wet- en regelgeving aan te tonen.

Banken en financiële instellingen

Banken en financiële instellingen stellen steeds meer vragen over MVO activiteiten vanwege het belang op het mondiale leefklimaat en ter beoordeling van het risico op voortbestaan van de organisatie. Voor banken en financiële instellingen is het nakomen van de primaire verplichting (beoordeling van de levensvatbaarheid en de continuïteit van organisaties) veelal aan de hand van winstcijfers, niet langer een instrument om waard creatie te bepalen. Zij hebben behoefte aan echtheid en duurzaamheid en zijn ook bereid hiervoor een bijdrage te leveren. Voor V&M zijn de banken en financiële instellingen belangrijk om haar liquiditeit en investeringen voor continuïteit te waarborgen.

Branchegenoten en collega bedrijven

Samenwerking en overleg met collega bedrijven stelt V&M in staat proactief over haar MVO prestaties en de eisen van de CO₂-Prestatieladder te communiceren. Conform de CO₂-Prestatieladder kunnen concurrenten van V&M kennisnemen van het energiebeleid en de CO₂- en energie reductiedoelstellingen. Dit geldt tevens andersom: V&M neemt kennis van de CO₂- en de energie-reductiedoelstellingen van concurrenten.

Onderwijs en kennisinstellingen

Kennisinstellingen, zoals de ROC's in de regio's zijn tevens geïdentificeerd tot de belanghebbenden van V&M. Het is van belang deze groep apart te benoemen omdat binnen deze groep een additionele behoefte bestaat om contact te hebben met bedrijven die zich actief inzetten op MVO beleid voor wederzijdse kennisdeling en samen met hen op te trekken. V&M kan hiermee vroegtijdig reageren op ontwikkelingen en ondersteunt de ervaring van toekomstige medewerkers in het bedrijfsleven. Als erkend leerbedrijf onderhoudt V&M nauwe contacten met haar belanghebbenden en ondersteunt zij het regionale en de sectorspecifieke opleidingen in haar branche. Voor de kennisinstellingen betekent de huidige voorlichting van de jeugd een enthousiast en goed geschoold personeel in de toekomst.

NGO

NGO's (non-gouvernementele organisaties) ook wel non-profitorganisaties zijn organisaties met een maatschappelijk karakter die hun invloed aanwenden om het beleid van overheden en bedrijfsleven te veranderen. Voorbeelden voor V&M zijn de branchevereniging Uneto VNI en de FHI-GBS, de norminstututen NEN en de SEI, maar ook regionaal de bedrijvenkring Apeldoorn en Connekt. Deze NGO's zijn zowel geïnteresseerd in de activiteiten die V&M uitvoert op het gebied van CO2-emissiereductie en haar MVO prestaties als bereid om mee te denken in het MVO beleid van V&M. Vice versa is het voor V&M van wezenlijk belang om in contact met deze NGO's tot een verbetering van de informatie-uitwisseling, bijdrage en initiatieven van V&M voor invulling van de maatschappelijke thema's te komen. Andere voorbeelden zijn ook hulpdiensten zoals de brandweer, waarbij informatie wordt uitgewisseld over risico's, keuring van de brandveiligheid en voorlichting.

De omgeving

Communicatie met de omgeving stelt V&M in staat om hinder te minimaliseren, milieueffecten tot een minimum te beperken maar ook beschikbare technieken te evolueren. Het belang van V&M bij de omgeving is begrip en medewerking, maar ook een toenemende naamsbekendheid noodzakelijk voor het realiseren van haar MVO beleid. Hierdoor kunnen activiteiten effectief en zonder verstoring worden uitgevoerd. De omgeving van V&M bestaat uit de pers, vakbonden, plaatselijke bedrijven en omwonende burens en bedrijven. Met name een goede communicatie vanuit V&M richting de pers ziet V&M in belang toenemen.

Gebouweigenaar

De communicatie met de gebouweigenaar stelt de gebouweigenaar in staat de bedrijfslocatie te laten aansluiten bij de gewenste uitstraling van V&M en haar energie reductiedoelstellingen in samenwerking met V&M te realiseren binnen de vereisten van wet & regelgeving. V&M informeert haar gebouweigenaar over haar doelstellingen en betreft haar gebouweigenaar bij haar MVO beleidsdoelstellingen.

Bijlage 2

Communicatiematrix

Welke belanghebbende	Doelstelling	Boodschap	Beïnvloeden (B), Informeren (I), Dialoog (D), Overtuigen (O)
OPDRACHTGEVERS			
Oprichters	Continuering: Het garanderen van omzet vandaag en morgen met het behouden / bewerkstellingen van goede relaties, versterken imago en delen visie.	Denk en help mee deze doelstellingen te bereiken.	Eindgebruiker: Beïnvloeden (B) en Overtuigen (O) System integrator / Regelfirma: Beïnvloeden (B) en Overtuigen (O) Installateur: Overtuigen (O) Onderaannemer/ leverancier: Beïnvloeden (B) en Overtuigen (O) Adviseur: Beïnvloeden (B) overtuigen (O)
Adviseur	Continuering: Het garanderen van omzet vandaag en morgen met het behouden / bewerkstellingen van goede relaties, versterken imago en delen visie.	Denk en help mee deze doelstellingen te bereiken.	
LEVERANCIERS			
Fabrikanten	Continuering: Het garanderen van omzet vandaag en morgen met het behouden / bewerkstellingen van goede relaties, versterken imago en delen visie.	Denk en help mee deze doelstellingen te bereiken.	Beïnvloeden (B), Overtuigen (O)
Groothandel	Continuering: Het garanderen van omzet vandaag en morgen met het behouden / bewerkstellingen van goede relaties, versterken imago en delen visie.	Denk, help en ontwikkel mee om deze doelstellingen te bereiken.	Beïnvloeden (B), Overtuigen (O)
Onderaannemers	Continuering: Het garanderen van omzet vandaag en morgen met het behouden / bewerkstellingen van goede relaties, versterken imago en delen visie.	Doe met ons mee en help mee deze doelstellingen te bereiken.	Beïnvloeden (B), Overtuigen (O)
Uitzendbureau	Continuering: Het garanderen van omzet vandaag en morgen met het behouden / bewerkstellingen van goede relaties, versterken imago en delen visie.	Wij verwachten dat uw gedetacheerde medewerkers bijdragen aan deze doelstelling en dat u ons beleid onderschrijft en ondersteunt.	Beïnvloeden (B), Overtuigen (O)
OVERHEDEN			
Gemeentelijke overheid	Duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, naleving van wet- & regelgeving omtrent energie, delen visie.	Faciliteer ons om gezamenlijk de doelstellingen te bereiken.	Informeren (I), Overtuigen (O)
Rijksoverheid: inspectie SZW	Duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, naleving van wet- & regelgeving omtrent energie, delen visie.	Faciliteer ons en denk mee bij de raakvlakken tussen milieu en veiligheid.	Informeren (I)

GELDVERSTREKKERS EN BANKEN

Banken en financiële instellingen	Duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, verkrijgen gunstige condities, delen visie.	Faciliteer ons financieel om onze doelstellingen te bereiken.	Informeren (I)
-----------------------------------	--	---	----------------

CONCURRENTEN EN BRANCHEGENOTEN

Concurrenten en branchegenoten	Duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, delen visie, samenwerken in de keten.	Denk en help mee om in samenwerking deze doelstellingen te bereiken.	Informeren (I)
--------------------------------	--	--	----------------

ONDERWIJS EN KENNISINSTELLINGEN

Regionale ROC's / VMBO onderwijs	Werkgever met duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, delen visie, samenwerken in opleiding van toekomstig personeel in de branche.	Denk en help mee vanuit uw onderwijspositie om deze doelstellingen te bereiken.	Beïnvloeden (B)
HBO onderwijs in de regio	Werkgever met duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, delen visie, samenwerken in opleiding van toekomstig personeel in de branche.	Denk en help mee vanuit uw onderwijspositie om deze doelstellingen te bereiken.	Overtuigen (O)

NGO: NIET GOVERNMENTELE ORGANISATIES

Uneto VNI	Kennisuitwisseling, Duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, delen visie, samenwerken in de keten.	Faciliteer ons om onze doelstellingen te bereiken.	Informeren (I)
FHI - GBS - Connekt	Kennisuitwisseling, Duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, delen visie, samenwerken in de keten.	Faciliteer ons om onze doelstellingen te bereiken.	Informeren (I)
Norm organisaties: SEI en de NEN	Kennisuitwisseling, Duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, delen visie, samenwerken in de keten.	Faciliteer ons om onze doelstellingen te bereiken. Deelname aan initiatieven of reductieprogramma's voor het verkrijgen van kennis voor realisatie van onze reductiedoelstellingen en kennisdeling met andere partijen	Beïnvloeden (B), Overtuigen (O)
Bedrijvenkring Apeldoorn	Kennisuitwisseling, Duurzaam imago, benchmark van bedrijven, mogelijkheden bijdrage aan eigen duurzaamheidsdoelstellingen, delen visie, samenwerken in de keten.	Denk en help mee om in samenwerking deze doelstellingen te bereiken.	Informeren (I)

OMGEVING

Thuisfront en oud personeelsleden	Het behouden / bewerkstellingen van goede relaties, versterken imago en delen visie. Energiebeleid + Mogelijkheden eigen bijdrage + wat is er al gedaan + eigen bijdrage. Voortgang duurzaamheidseisen doelstellingen + terugkoppeling van resultaten van duurzaamheidsinitiatieven in relatie tot de doelstellingen en de eigen bijdrage	Denk en help mee deze doelstellingen te bereiken.	Dialogoog (D) en overtuigen (O)
Pers: - Dagbladen - Vakpers	Duurzaam imago, benchmark van bedrijven	Ondersteun onze communicatie en positionering om onze doelstellingen te bereiken.	Informereren (I)
Vakbonden	Duurzaam imago, benchmark van bedrijven	Faciliteer ons om onze doelstellingen te bereiken.	Informereren (I)
Buren en omwonenden / bedrijven	Duurzaam imago, benchmark van bedrijven	Denk en help mee deze doelstellingen te bereiken.	Informereren (I)
Gebouweigenaar / -beheerder	Continuering: Het garanderen van omzet vandaag en morgen met het behouden / bewerkstellingen van goede relaties, versterken imago en delen visie.	Wij verwachten dat uw organisatie wil bijdragen aan deze doelstelling en dat u ons beleid onderschrijft en ondersteunt.	Informereren (I)

Bijlage 3

Beschikbare communicatiemiddelen

De volgende algemene middelen worden of kunnen in de nabije toekomst worden ingezet voor zowel interne als externe communicatie:

- Bedrijfspresentatie;
- E-mailhandtekening;
- Website;
- E-mail;
- Social media;
- Presentaties (bijvoorbeeld op scholen en bij brancheverenigingen).

Voor de interne communicatie beschikt V&M naast de eerder benoemde communicatiemiddelen over de volgende communicatiemiddelen:

- Mondelinge communicatie zoals een gesprek;
- Handboek "Werken bij V&M".

Voor de externe communicatie beschikt V&M naast de eerder benoemde communicatiemiddelen over de volgende middelen:

- Persberichten;
- Advertenties;
- Beurzen.

Bijlage 4

Communicatieplanning

Communicatie momenten	Doelgroepen	Januari	Februari	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Medewerkersbijeenkomst	alle interne belanghebbenden												X
Toolboxmeetings	Medewerkers		X						X				
Functioneringsgesprekken	Medewerkers	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MT-Team overleg	Medewerkers	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X
Publicatie Carbon Footprint	alle doelgroepen				X							X	
Persbericht update doelstellingen			X							X			
Publicatie voortgang initiatieven			X							X			
Beurs promotie	alle externe doelgroepen									X			
Certificeringsnieuws	alle belanghebbenden												X
Nieuwe projecten - producten	alle belanghebbenden	doorlopend											