



Plan van Aanpak Externe Communicatie

In overeenstemming met de doelstellingen en strategie informeert VHB de externe partijen ten minste 2 keer per jaar over het CO₂-beleid en de CO₂-reductie en spoort waar nodig aan een bijdrage te leveren aan de CO₂-reductie. Hierbij wordt ingegaan op de rol van VHB of de mogelijkheden die er voor de externe partijen zijn om reductie te behalen binnen de keten.

Middelen

Het streven is om zoveel mogelijk gebruik te maken van bestaande communicatiemiddelen. Voor externe communicatie zet VHB de volgende communicatiemiddelen in:

- Website VHB (internet)
- Inform (relatiemagazine)
- Congressen, symposia, bijeenkomsten, studiegroepen (ook via brancheverenigingen als Betonvereniging, Bouwend Nederland, Kivi-Niria)
- Persberichten en publicaties
- Projectexcursies
- Bijeenkomsten voor speciale doelgroepen (o.a. leveranciers)

Communicatiemiddel	Boodschap	Communicatie Richting	Planning	Verantwoordelijke(n)
VHB Website	Beleidsverklaring en kwalitatieve reductiedoelstellingen	Push	jaarlijks	Directie
VHB Website	Actuele stand van zaken + reductiedoelstellingen	Push	2 x per jaar	Stuurgroep / werkgroep
Relatie-event (bijv. heropening kantoor Woerden)	Beleidsverklaring, kwalitatieve reductiedoelstellingen, actuele stand van zaken en korte termijn doelstellingen	Push richting klanten, pull richting leveranciers	Oktober 2010	Stuurgroep / werkgroep
Inform	Vaste rubriek	Push	1 x per half jaar	Stuurgroep / werkgroep
Congressen en symposia	Brede discussie binnen de sector / keten,	Push	1 x per jaar	Directie / betrokkenen, brancheorganisaties
Studiebijeenkomsten	opdoen en uitdragen van actuele kennis en ontwikkelingen	Pull (externen) / Push (zelf)	afhankelijk van behoefte en extern aanbod	Directie / betrokkenen, brancheorganisaties
Persberichten, publicaties in tijdschriften etc.	Publicatie over de nieuwe ontwikkelingen en of initiatieven	Push	Ongoing	Stuurgroep / werkgroep

Planning

Uitgangspunt is dat de communicatie parallel loopt aan de kwartaalrapportages. Dat wil zeggen, dat de communicatiemomenten telkens volgen na het afronden van een kwartaal of halfjaar en de daarbij behorende rapportage. Op deze manier kan bij elk communicatiemoment worden beschikt over de actuele gegevens en dus ook over de behaalde CO₂-reductie.

Concrete communicatiemomenten en hieruit volgende acties worden opgenomen in een agenda die via internet wordt gepubliceerd.