

# Communicatieplan

Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan

*Document 2.6*



**TIJSSSEN**

Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf  
Geulweg 39  
4695RE, Sint-Maartensdijk  
Tel: 0166-661958  
Email: [info@tijssen.vermeulengroep.nl](mailto:info@tijssen.vermeulengroep.nl)

*Dit communicatieplan is gemaakt in opdracht voor Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf. Overname, geheel of gedeeltelijk, toegestaan met bronvermelding.*  
© SW4A



Deze inhoudsopgave zal bij iedere herziening opnieuw worden uitgegeven.  
De inhoudsopgave bepaalt de geldigheid van het handboek.

Wijziging versie 1.2: Naamswijziging Tijssen BV  
Wijziging versie 1.3: Combinatie CO<sub>2</sub>, ISO 9001 en ISO 14001  
Wijziging versie 2.0: Update naar niveau 5

VRIJGAVE en UITGIFTE DATUM:	<del>16-11-2018</del>	<del>Versie: 1.1</del>
	<del>01-12-2019</del>	<del>Versie: 1.2</del>
	<del>21-12-2020</del>	<del>Versie: 1.3</del>
	23-5-2024	Versie: 2.0

Documentnummer 2.6

## Inhoud

1. Introductie.....	2
2. Doelstelling en doelgroepen .....	3
Doelgroepen.....	3
2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden .....	3
2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1 .....	4
2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden .....	4
2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2 .....	4
3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3) .....	4
4. Media.....	5
4.1 Interne communicatie .....	5
4.1.1 Medewerkersbijeenkomsten .....	5
4.1.2 Nieuwsbrieven (digitaal bedrijvenwebsite).....	5
4.1.3 Website.....	6
4.2 Externe communicatie .....	6
4.2.1 Bedrijfswebsite .....	6
4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO.....	6
4.2.3 Persberichten .....	7
4.2.5 Actieve deelname in werkgroepen (participatie).....	7
5. Uitvoering – Stuurcyclus communicatie.....	7
5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan) .....	8
5.2 Uitvoering van de communicatie (Do) .....	8
5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel.....	9
5.3 Controle van de communicatie (Check) .....	9
5.3.1 Bijdragen en terugkoppeling over het CO <sub>2</sub> -reductiebeleid .....	9
5.4 Corrigerende maatregelen (Act) .....	10

## 1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan van Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf. Dit document beschrijft de communicatie als bedoeld o.a. 3.C.2 beschreven in het Handboek CO<sub>2</sub>- Prestatieladder versie 3.1, de communicatie zoals beschreven conform paragraaf 7.4 van de NEN-EN-ISO 14001:2015.

De directie heeft gemeend deze eisen samen te voegen in één document voor overzichtelijkheid en betrouwbaarheid.

Gegevens over de CO<sub>2</sub>-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductiemaatregelen en -initiatieven alsmede de voortgang hiervan worden gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in verschillende communicatie-uitingen. Ook zal in de nieuwe communicatie structuur worden opgenomen of de organisatie voldoet aan zijn compliance verplichtingen.

In dit communicatieplan worden de doelgroepen, verantwoordelijkheden met daarbij behorende taken en de wijze van communicatie beschreven.

Sint Maartensdijk, Mei 2024



N.W. Tijssen

## 2. Doelstelling en doelgroepen



Het communicatiedoel is het structureel overbrengen van het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en -milieumaatregelen van de organisatie. Zo krijgen onze medewerkers, andere organisaties, opdrachtgevers en leveranciers (stakeholders) een goed beeld van onze ambities en kunnen ze leren van onze ervaringen.

### Doelgroepen

Binnen ons communicatiebeleid onderscheiden wij twee doelgroepen: interne belanghebbenden bij Milieu en CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de Milieu en CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf.

#### 2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden

Om succesvol te zijn in ons reductiebeleid dienen onze eigen medewerkers goed op de hoogte gehouden te worden omtrent de ontwikkelingen rond het Milieu en CO<sub>2</sub>-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om o.a. de CO<sub>2</sub>-uitstoot verder te reduceren, de milieu doelstellingen te bereiken en hiervoor concrete voorstellen te doen.

Groep belanghebbenden	Wat voor invloed heeft de belanghebbende voor het bedrijf		
Intern	Functie	Belang/ invloed bij reductie beleid	Scope (CO <sub>2</sub> )
Medewerkers	Calculatie/ Werkvoorbereider	Plannen van ritten en inkoop van grondstoffen. Inkoop diensten (ON)	Scope 1 Scope 3
	Uitvoerder	Controle op de werkvloer m.b.t. gebruik machinepark en het brandstofverbruik	Scope 1
	Machinisten	Energie bewust bij het gebruik maken van de machines.	Scope 1
	Chauffeurs	Bewustwording in de uitvoeren van transportritten (volgens route planning, korte routes e.d.)	Scope 1
	Medewerkers kantoor	Gebruik van middelen op kantoor: Verlichting en gebruik van verwarming/koeling e.d. Inkoop papier, toners e.d.	Scope 1&2
	Monteur	Gebruik maken van middelen in de werkplaats: Verlichting, gereedschap/ machines Oliën, vetten spuitbussen e.d.	Scope 1&2

## 2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1

Het doel van communicatie met deze doelgroep is met name: **Informereren, overtuigen en activeren.**

Wij kunnen onze doelstellingen alleen bereiken als onze medewerkers daar actief aan meewerken. Tevens kunnen onze medewerkers een bron zijn van nieuwe ideeën om reductie te bereiken. De communicatiemiddelen die gebruikt worden om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 4.

## 2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden

Externe belanghebbenden zijn partijen die belang hebben bij reductie van energie en van de meest materiële CO<sub>2</sub>-emissies, en potentiële partners om mee samen te werken aan CO<sub>2</sub>-reductie en milieudoelstellingen zowel bij de initiatieven van ons bedrijf als bij de maatregelen in projecten waarop CO<sub>2</sub>-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.

## 2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is: **Informereren, kennisdelen en relatieonderhoud.**

# 3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3)

### Groep externe belanghebbenden.

Dit zijn klanten, afnemers, opdrachtgevers, leveranciers e.d. welke belang/ invloed hebben op het reductiebeleid en waar mogelijke samenwerking is in het sector- en/of keten initiatief. Onderstaand geeft een niet uitputtende lijst weer van belanghebbenden.

Extern	Belanghebbenden (niet uitputtende lijst)	Belang/invloed reductiebeleid
Opdrachtgevers/ klanten	Waterschap Aa en Maas (Beneden Aa) te 's-Hertogenbosch	Gunningvoordeel bij aanbestedingen.
	Waterschap Scheldestromen te Middelburg.	Participatie in de werkgroep.
	Provincie Zeeland te Middelburg.	Reductie in de keten.
Leveranciers	Mol-Schuddebeurs te Noordgouwe.	Aanleveren brandstof-alternatieven of toevoeging additief. (besparingstips)
	Zanddijk mechanisatie BV Klok mechanisatie BV Arisman machines BV	Aanbieden van machines en voertuigen voorzien van elektrische of hybride aandrijving
	Van Steenis B.V.	
	BJC Tools	Aanbieder duurzame gereedschappen
Branchebedrijven, nevenaannemers en onderaannemers	Diverse relevante partijen	Overleg en samenwerking in reductie (sector initiatief)
	Inhuur externen/ZZP en onderaannemers	Samenwerking m.b.t. het halen van doelstellingen. Deelname aan de CO <sub>2</sub> toolboxen.
Overheden en regelgevers	Gemeenten Provincie Rijk	Aanvullende criteria m.b.t. milieu. Bijv. alleen gebruik van Euro 6 motoren, of verplichte toevoeging van additief aan de brandstof. Aanvullende duurzaamheidseisen. Circulaire economie.

		Aanvullende milieu normering (ISO 14001:2015)
Directe omgeving van de locatie/projecten	Locatie Sint Maartensdijk	(Mogelijk) overlast rijdend materieel. Beperking transportbeweging
	Projectlocaties (bezoekers, weggebruikers, derden)	

Volledige lijst belanghebbenden welke in relatie tot scope 3 zijn opgenomen in de: 'Scope 3 inventaris Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf versie 2.0 februari 2024'.

## 4. Media

Voor de communicatie met de verschillende doelgroepen, worden verschillende media ingezet. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

### 4.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie gebruikt men de volgende media:

- Direct via medewerkersbijeenkomsten en toolbox momenten.
- Geschreven via nieuwsbrieven en publicatie op o.a. het whiteboard.
- WhatsApp, e-mail etc.
- Website.

#### 4.1.1 Medewerkersbijeenkomsten

Tijdens de medewerkersbijeenkomsten worden de CO<sub>2</sub>-uitstoot, de reductiedoelstelling en de voortgang van de doelstelling besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Minimaal eenmaal per jaar vindt er een personeelsbijeenkomst plaats. Daarnaast vindt er minimaal éénmaal per jaar een toolbox plaats met als thema CO<sub>2</sub>-reductie en minimaal éénmaal een toolbox gerelateerd aan reductie afvalstoffen of anderszins in de context van milieu (ISO- 14001:2015)

Deze bijeenkomsten zijn bij uitstek gelegenheden om de medewerkers te peilen voor eventuele nieuwe ideeën voor maatregelen die bij kunnen dragen aan het behalen van de reductie doelstellingen.

#### 4.1.2 Nieuwsbrieven (digitaal bedrijvenwebsite)

De belangrijkste elementen uit onze CO<sub>2</sub>-footprint worden minimaal tweemaal per jaar aan het personeel gecommuniceerd door middel van de footprint en een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- Het geformuleerde energiebeleid.
- De huidige status van de gerealiseerde reductie in CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik.
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie.
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.
- Reductiemogelijkheden, zowel bedrijf breed als op project- en persoonlijk niveau.
- Projecten die zijn ingezet om reducties te realiseren.
- Trends van energieverbruik en CO<sub>2</sub>-uitstoot.
- Projecten met gunningvoordeel.

### 4.1.3 Website

Op onze website is een aparte link naar een 'Duurzaamheidspagina' gecreëerd. Op deze pagina worden alle projecten in het kader van CO<sub>2</sub>- en energieverbruiksreductie beschreven. Daarbij wordt tevens de voortgang op dit gebied weergegeven. In de nieuwsberichten zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

#### **De website van de organisatie:**

Voor niveau 3, 4 en 5 is vereist dat de organisatie één of meerdere pagina's op zijn internetsite heeft ingericht die aan de volgende voorwaarden voldoen:

1. Bereikbaar op de naam van de organisatie (zoals vermeld op het certificaat) en vervolgens via de term "CO<sub>2</sub>-Prestatieladder" of "CO<sub>2</sub>-beleid".
2. Tenminste de vereiste informatie (en documentatie) zoals aangegeven in de toelichting op de eisen 3.B.1, 4.B.2, 5.B.2, 3.C.1, 5.C.1, 3.D.1, 4.D.1, 5.D.1 in §6.2 van dit Handboek. Deze informatie is dezelfde als die, op basis waarvan de LadderCI het certificaat heeft verleend of verlengd. Deze informatie blijft op het internet beschikbaar ten minste gedurende de looptijd van het certificaat, met een minimum van 2 jaar.
3. Mits de organisatie de vindbaarheid heeft verzekerd, is de verdeling van de informatie over de website van de organisatie, de indeling van elke pagina, de lay-out ervan, de per pagina te vinden documenten en de omliggende teksten vrij.
4. De organisatie verwijst met een duidelijke link, naar de organisatiepagina op de SKAO-website waarop de documenten van de eisen 4.A.1, 3.D.1, 4.D.1, 5.D.1 te vinden zijn.
5. Op de website van de organisatie staat een volledig kopie van het geldende certificaat.
6. In geval van wijziging in de punten 1 t/m 5 zal deze website worden bijgewerkt binnen 4 weken na het gereed komen van de informatie.
7. Publiceren op social media wordt niet beschouwd als communicatie op de website van de organisatie. De organisatie mag wel aanvullend op het publiceren op de eigen website, publiceren op social media.

## 4.2 Externe communicatie

De vorm van externe communicatie is afhankelijk van het type belanghebbende binnen deze doelgroep. Informatie over het beleid, doelstellingen en voortgang op het gebied van CO<sub>2</sub>-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks, of bij grote afwijkingen meerdere keren per jaar.

De volgende media worden onderscheiden:

- De bedrijfswebsite [www.tijssengroen.nl](http://www.tijssengroen.nl)
- De SKAO website [www.skao.nl](http://www.skao.nl)
- Digitale nieuwsbrieven.

### 4.2.1 Bedrijfswebsite

Voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden is een 'Duurzaamheidspagina' op de website ingericht. De informatie die via deze link te vinden is omvat tenminste:

- De CO<sub>2</sub>-Footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen.
- De reductiedoelstellingen voor scope 1, 2 en 3 incl. het plan van aanpak.
- De naam van het (keten/sector) initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de (reductie-)doelstellingen.

### 4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO

De informatie die op deze website te vinden is omvat tenminste de naam van het (keten/sector) initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de reductiedoelstellingen.

Op de website van SKAO dient elk document een pdf te zijn, met vermelding van een versienummer, een handtekening van de autoriserende verantwoordelijke manager, en de autorisatiedatum. Inlogcodes en instructies zijn echter na aanmelding al wel ter beschikking gesteld om ook de

maatregellijst te kunnen benaderen en invullen. Na certificatie zal ook het certificaat op de SKAO-pagina worden geplaatst. Op deze pagina zijn ook de projecten met gunningvoordeel in te zien.



#### 4.2.3 Persberichten

Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf communiceert, indien van toepassing, middels een persbericht haar activiteiten op het gebied van CO<sub>2</sub>-emissie en CO<sub>2</sub>-reductie. De inhoud van de persberichten wordt dan bepaald door de directie.

#### 4.2.5 Actieve deelname in werkgroepen (participatie)

Binnen de maatschappelijk omgeving waarin de organisatie opereert, zijn er diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf is onderzoekende bij welke initiatief en werkgroepen kan worden aangesloten (aanvraag bij Agrolin sectorinitiatief). Op deze wijze participeert Tijssen B.V. in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op haar werkgebied, voor een actieve bijdrage in de werkgroep. Zij communiceert in deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

*Dit document wordt gepubliceerd op onze bedrijfswebsite en op de website van SKAO.*

## 5. Uitvoering – Stuurcyclus communicatie

Om te waarborgen dat de communicatie met betrekking tot het milieu- en CO<sub>2</sub> beleid van het bedrijf haar doel(en) heeft bereikt is een efficiënte stuurcyclus noodzakelijk.

Hieronder zijn de stappen omschreven welke bij Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf gevolgd worden om dit te realiseren.

Deze stappen zijn gebaseerd op de Deming cyclus: Plan-Do-Check-Act. Deze stuurcyclus is geïmplementeerd en geborgd in het bedrijfsproces.

Eerste verantwoordelijke voor de algehele communicatie is de heer N.W. Tijssen.



*Voor het bedrijf en de projecten waar het CO<sub>2</sub>-gunningsvoordeel op is verkregen.*

*Plannen – communiceren – terugkoppelen – corrigeren/aanpassen.*

*Terugkoppeling o.a. aan de medewerkers en overige belanghebbenden.*



## 5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)

Jaarlijks wordt in MT-overleg het volgende besproken ten aanzien van de communicatie:

- De externe belanghebbenden en doelgroepen worden (opnieuw) bepaald.
- Eventuele terugkoppelingen en communicaties aan het bedrijf van belanghebbenden (intern en extern).
- De frequentie van het communiceren.
- De actualiteit c.q. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie.
- Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO<sub>2</sub>-prestatieladder m.b.t. communicatie.
- Eventuele wijzigingen van de eisen vanuit de ISO of VCA normeringen.

De bevindingen van het MT-overleg worden vastgelegd in de jaarlijkse directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling door het MT kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd worden.

Tussentijdse wijzigingen worden ook gecommuniceerd in het driemaandelijke stafoverleg.

## 5.2 Uitvoering van de communicatie (Do)

In de onderstaande tabel staat aangegeven wie verantwoordelijk is voor welke communicatie, met welke frequentie de communicatie uitgevoerd moet worden en de inhoud die de communicatie bevat in relatie tot de eisen van de CO<sub>2</sub> prestatieladder. De eerste verantwoordelijke zijn Directie en MT, op aanwijzing van het MT of Directie kan deze taak ook gedelegeerd worden.

Communicatie	Doelgroepen	Frequentie /planning	Criteria	Inhoud	Verantwoordelijk
<b>Bedrijf-website</b>	Alle, intern en extern	Jaarlijks actualiseren	3.B.1  3.C.1.  3.D.1.  3.B.1 4.B.1 5.B.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1,2,3 de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak.  Energie Management Actieplan.  Informatie over actieve deelname aan keten - of sector initiatief.  Plan van Aanpak reductie	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
<b>Website SKAO</b>	Alle, intern en extern	Jaarlijks actualiseren	3.D.1.  4.A.1	Informatie over actieve deelname aan keten - of sector initiatief.  Waardeketenanalyses	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
<b>Personeel - bijeenkomst/ Toolbox</b>	Alle medewerkers	Minimaal 1 x per jaar  Toolbox minimaal 10 x per jaar	3.C.1.	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1,2,3 de kwantitatieve reductie- doelstellingen plan van aanpak en reductie.  Specifieke toolbox onderwerpen: Afvalstoffenbeheersing, reductie maatregelen, Alle VGM aspecten	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde

<b>Werk/ stafoverleg</b>	Directie, VGM - functionaris, Uitvoerders, extern adviseur	1 x per 3 maanden	3.C.1.	Ontwikkelingen en gedrag werknemers/ onderaannemers m.b.t. energieverbruik, afvalstoffenbeheersing en CO <sub>2</sub> uitstoot. Veiligheidsaspecten VGM	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
<b>Nieuwsbrief</b>	Alle mede - werkers	Halfjaarlijks	3.C.1.	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1,2,3 de kwantitatieve reductie- doelstellingen en Plan van Aanpak.  Milieu en veiligheidsaspecten.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
<b>Persberichten</b>	Alle externe belanghebbenden	Ad hoc	1.C.1.	Energiereductie- beleid, inhoud door Directie te bepalen.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
<b>MT-overleg</b>	MT	1 x per jaar	2.C.2.	Energiereductie- beleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
<b>Actieve deelname werkgroepen</b>	Mede- initiatiefnemers	Afhankelijk van planning en het onderwerp.	3.D.1.	Mogelijkheden voor reductiemaatregelen op projecten.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde

### 5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel

Voor projecten waarop CO<sub>2</sub> gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen wordt een apart communicatieplan opgesteld door de opdrachtgever, dit is o.a. omschreven in het de VGM-projectplan. Per project wordt bepaald wie de belanghebbenden zijn, welke communicatiemiddelen gebruikt zullen worden, wie verantwoordelijk is voor de communicatie en met welke frequentie gecommuniceerd zal worden. Het communicatieplan wordt opgesteld door de opdrachtgever in samenwerking met directie en de projectleider/uitvoerder.

### 5.3 Controle van de communicatie (Check)

De directie is verantwoordelijk voor de controle op de juiste uitvoer van de verschillende communicaties volgens het communicatieplan.

Jaarlijks controleert de directie dat:

- Alle afgesproken communicaties hebben plaatsgevonden.
- De inhoud van de communicatie actueel is en alle onderwerpen bevat zoals in dit plan is beschreven is.

Indien blijkt dat niet alle communicaties correct of volledig uitgevoerd zijn dan wordt dit door de directie aan het MT gemeld.

#### 5.3.1 Bijdragen en terugkoppeling over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid

Naar aanleiding van de communicatie over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid kan het bedrijf bijdragen of terugkoppeling ontvangen van derden. Dit kan bijvoorbeeld een communicatie zijn van een externe belanghebbende (b.v. opdrachtgever) of medewerker van het bedrijf.

Bijdragen of terugkoppelingen kunnen bestaan uit (maar zijn niet beperkt tot):

- ideeën voor maatregelen om tot CO<sub>2</sub>-reductie te komen;

- klachten m.b.t. energie verspilling of milieu overlast;
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid;
- (wijzigingen m.b.t.) eisen van opdrachtgevers over het CO<sub>2</sub>-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid van het bedrijf worden door de verantwoordelijke verzameld en aan het MT doorgegeven ter beoordeling.

#### 5.4 Corrigerende maatregelen (Act)

In de volgende situaties zijn corrigerende maatregelen nodig:

- Communicatie wordt niet conform de planning uitgevoerd of informatie is inhoudelijk niet correct.
- De terugkoppeling van derden heeft gevolgen voor of kan gevolgen hebben voor het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid van het bedrijf bijvoorbeeld bij:
  - o Wetswijzigingen.
  - o Veranderingen van eisen van opdrachtgevers.
  - o Uitvoering niet conform opdracht.
  - o Klachten/berichten over milieu incidenten.

De bovenstaande situaties worden door de directeur met het MT in het drie maandelijks Staf-overleg besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt.