

# Kwaliteitshandboek Kolibri



Onderdeel:	Procedure
Document:	PR10 Stakeholdermanagement
Versie:	PR10/2.0/30 januari 2026

## 1. DOEL

Om aan de verwachtingen van klanten, leveranciers en overige partners, de zogenoemde stakeholders, te voldoen, is de communicatie en betrokkenheid met hen van essentieel belang. Hier wordt op de volgende manier invulling aan gegeven:

- door de relaties met de diverse stakeholders van de organisatie op te bouwen, te verbeteren en te beheren;
- de belangen van onze stakeholders te begrijpen en te erkennen;
- zoeken naar een evenwicht tussen de belangen van de stakeholders en het belang van de eigen organisatie.

Kolibri Labels verstaat onder een stakeholder een persoon of organisatie die (positief of negatief) invloed ondervindt van, of zelf invloed kan uitoefenen op de organisatie. Stakeholders hebben ieder een eigen belang bij Kolibri Labels en haar activiteiten.

## 2. MIDDELEN/ DOCUMENTEN

RF10	Stakeholderanalyse
PR11	Risicobeoordeling stakeholders
RF11.1	Stakeholderrisicoanalyse

## 3. VERANTWOORDELIJKHEDEN

Wie	Verantwoordelijkheden
Directeur/eigenaar	Uitvoeren stakeholderanalyse en het benoemen van de stakeholderrisico's.
Directeur/eigenaar	Verantwoordelijk voor het samenstellen en uitvoeren van stakeholderanalyse.

## 4. WERKWIJZE

Kolibri Labels voert één keer per jaar een stakeholderanalyse uit. Hierbij wordt in kaart gebracht welke belangen de betreffende stakeholders bij Kolibri Labels hebben in relatie tot onze bedrijfsactiviteiten. De uitkomst van deze analyse wordt opgenomen in de jaarlijkse Directiebeoordeling.



Onderdeel:	Procedure
Document:	PR10 Stakeholdermanagement
Versie:	PR10/2.0/30 januari 2026

Het resultaat van de stakeholderanalyse is vastgelegd in de Stakeholderanalysematrix (*RF10 Stakeholderanalysematrix*). Deze is opgebouwd uit de volgende items:

1. stakeholders (stakeholdergroep en stakeholder)
2. invloed op benoemde aspecten binnen de organisatie
3. mate van betrokkenheid van de stakeholder bij de organisatie
4. mate van invloed van stakeholder op de organisatie
5. wijze van communicatie met stakeholders

## 4.1. Stakeholders

In dit gedeelte staat de geïdentificeerde stakeholdergroep benoemd (interne organisatie, klanten, leveranciers, eindgebruiker, maatschappij, media en beleidsbepalers) waar de stakeholder onder valt en, indien mogelijk, de organisatiernaam.

## 4.2. Invloed op benoemde aspecten binnen de organisatie

Per stakeholder is vastgelegd of deze invloed heeft op de volgende aspecten binnen Kolibri Labels:

- beleid en bestuur van de organisatie
- mensenrechten
- arbeidsomstandigheden
- de gevolgen voor het milieu
- ethische overwegingen
- consumentenbelangen
- maatschappelijke betrokkenheid en ontwikkeling (stagiaires, afvalscheiding)

## 4.3. Mate van betrokkenheid van de stakeholder bij de organisatie

Kolibri Labels heeft per geïnventariseerde stakeholder de aard van de betrokkenheid ingedeeld op **Hoog**, **Midden** en **Laag** afhankelijk van de beantwoording van de volgende vragen:

1. Stakeholder maakt deel uit van eigen organisatie
2. Stakeholder heeft direct belang bij economisch succes van Kolibri Labels
3. Stakeholder heeft direct belang bij dienst of negatief effect van uitvoering

Beantwoording van de mate van betrokkenheid wordt als volgt bepaald: indien de bovenstaande vragen met ja worden beantwoord:

3 x	Ja	<b>H</b>
2 x	Ja	<b>M</b>
1 x	Ja	<b>L</b>

## 4.4. Mate van invloed van stakeholder op de organisatie

Om te bepalen welke stakeholders van betekenis zijn voor Kolibri Labels wordt de mate van invloed bepaald met behulp van de onderstaande vragen.

## Kwaliteitshandboek Kolibri



Onderdeel:	Procedure
Document:	PR10 Stakeholdermanagement
Versie:	PR10/2.0/30 januari 2026

Ook hier is weer een indeling gemaakt op **Hoog**, **Midden** en **Laag**.

1. Macht die stakeholder heeft tot beïnvloeden Kolibri Labels
2. De kans dat deze macht wordt aangewend

Beantwoording van de mate van invloed wordt als volgt bepaald: indien de bovenstaande vragen met ja worden beantwoord:

2x	Ja	<b>H</b>
1x	Ja	<b>M</b>
0 x	Ja	<b>L</b>

### 4.5. Wijze van communiceren met stakeholders

Op basis van de bepaling van betrokkenheid en de benoemde invloed stelt Kolibri Labels vast hoe er met de stakeholder wordt gecommuniceerd.

**Hoog:** stakeholder **actief betrekken**

**Midden:** stakeholder **informer**

**Laag:** stakeholder **niet betrekken**

Afhankelijk van de uitkomst van de stakeholderanalyse, stelt de Directeur/eigenaar per stakeholder de frequentie van communiceren en de vorm van communicatie vast. Daar waar de betrokkenheid en/of invloed Hoog is beoordeeld vindt er actieve communicatie plaats met de stakeholder. De frequentie waarin dit gebeurt is mede afhankelijk van de situatie, maar minimaal zoals aangegeven in de *RF 10 Stakeholderanalysematrix*. Indien dit als Midden wordt beoordeeld wordt de stakeholder alleen geïnformeerd. Indien de beoordeling op Laag uitkomt vindt er in principe geen communicatie plaats.