

**Communicatie over de klokkenluidersregeling naar belanghebbenden**

Hoewel de invoering van het technische deel van de klokkenluidersregeling op zich relatief eenvoudig kan zijn, spelen andere factoren een rol bij het optimaliseren van de voordelen van de regeling. Het aanpakken daarvan is lastiger. Het is dan ook van groot belang dat er in verband met de invoering van de regeling passende communicatie uitgaat naar interne en externe belanghebbenden.

**Belangrijke belanghebbenden bij de invoering van klokkenluidersregelingen**

De onderneming moet om te beginnen zorgvuldig overwegen welke belanghebbenden op de hoogte moeten worden gebracht van de klokkenluidersregeling. Vaak moet breder worden gedacht dan in eerste instantie voldoende lijkt te zijn.

Bijna alle stakeholders, zowel intern als extern, zijn relevant. Voor bedrijven in de EU is een van de ​de redenen voor een brede benadering van communicatie, dat er een nieuwe richtlijn is aangenomen, die in de afzonderlijke landen voor de jaarwisseling 2021-22 moet worden ingevoerd.

Bedrijven worden dus verplicht om zowel interne als externe belanghebbenden die optreden als klokkenluiders wanneer zij onregelmatigheden in het bedrijf vermoeden, te beschermen.

De nieuwe regeling geldt onder andere voor medewerkers, oud-medewerkers, stagiaires, aandeelhouders, vrijwilligers, leveranciers en klanten die illegaal gedrag in de context van het werk opmerken. Daarnaast zijn ook personen die helpen bij het melden van onregelmatigheden en derden die banden hebben met de melder en represailles kunnen ervaren in een werkgerelateerde context, zoals collega's of familieleden van een klokkenluider, wettelijk beschermd.

Naast de wettelijke verplichting tot communicatie over de regeling, zijn er vele andere voordelen verbonden aan het realiseren van een goede communicatie over de klokkenluidersregeling.

**Algemeen doel van de communicatie**

Het doel van de communicatie moet in het algemeen zijn:

* vertrouwen in het bedrijf en in de regeling opbouwen,
* de waarde en het doel van de regeling benadrukken om de transparantie te vergroten,
* risico's en verliezen verminderen en illegale activiteiten zo snel mogelijk voorkomen,
* de regeling promoten als een versterker van de kernwaarden en gedragscode van het bedrijf.
* klokkenluiders goed tegemoet treden en benadrukken dat melders die te goeder trouw handelen als loyaal en moedig worden beschouwd.

**Communicatie naar interne belanghebbenden:**

Als het gaat om interne stakeholders, en dan vooral de werknemers van een bedrijf, is duidelijk dat veel werknemers niet als klokkenluiders durven op te treden uit angst voor represailles is of omdat ze denken dat ​er toch niets met de melding gedaan zal worden. Daarom missen bedrijven vaak belangrijke informatie die ze nodig hebben om ongewenst of illegaal gedrag in hun bedrijf te stoppen. Een groot deel van de communicatie naar de medewerkers is dan ook gericht op het opbouwen van vertrouwen in de klokkenluidersregeling, de procedure rond de regeling en in het bedrijf als een ethisch aantrekkelijke werkplek, waar de mogelijkheid bestaat om de cultuur verbeteren door 'de klok te luiden'.

Voordat er een klokkenluidersregeling in een bedrijf wordt geïmplementeerd, wordt vaak de vraag gesteld of het bedrijf überhaupt wel relevante meldingen zal ontvangen. Uit onderzoek blijkt dat bedrijven, althans wanneer zij effectief communiceren over de regeling, dergelijke meldingen wel degelijk ontvangen. Hierdoor optimaliseren bedrijven de mogelijkheid om het juiste type meldingen te ontvangen in plaats van bijvoorbeeld meldingen die via andere klachtenkanalen binnen het bedrijf moeten worden gedaan.

**Communicatie met externe belanghebbenden:**

Met betrekking tot externe belanghebbenden, waaronder leveranciers, klanten, partners en beleggers, zijn er twee grote voordelen die moeten worden benadrukt. Ten eerste toont het implementeren van een klokkenluidersregeling aan dat het bedrijf de bedrijfsethiek serieus neemt en een integer bedrijf wil zijn. Dit is waardevol voor het profiel van een bedrijf en iets waar vooral beleggers steeds meer in geïnteresseerd zijn.

Ten tweede kan het invoeren van een klokkenluidersregeling een effectieve vervanging zijn voor de feitelijke aanwezigheid van management in afgelegen gebieden van de waardeketen, bijvoorbeeld in internationale bedrijven met wereldwijde toeleveringsketens.

Hier kunnen externe partijen waardevol zijn als potentiële klokkenluiders. Het instellen van een mogelijkheid voor externe partijen om zich bij de klokkenluidersregeling te melden, vergroot dus het toepassingsgebied van het bedrijf en toont aan dat het bedrijf serieus wil weten of een klant of leverancier ongepastheid of onwettigheid vermoedt.

**De communicatie moet een aantal elementen bevatten:**

Help belanghebbenden zich veilig te voelen wanneer ze melden:

* Maak het mogelijk om anoniem te melden en communiceer de procedure voor follow-up en onderzoek.
* Benadruk de veiligheidsaspecten van de regeling, zoals de versleuteling van gegevens en gegevensbescherming, wachtwoorden, geen traceerbaarheid naar de identiteit van klokkenluiders
* Geef aan dat er altijd en overal een melding kan worden gemeld via het platform van hun keuze.
* Geef duidelijk aan dat er geen represailles zullen volgen na meldingen die te goeder trouw worden gedaan, dit is namelijk illegaal en kan tot sancties voor het bedrijf leiden.

Het bedrijf moet ook een interne training houden voor medewerkers, zodat het juiste type meldingen wordt ontvangen. In dit verband moeten medewerkers het volgende krijgen:

* uitleg over de gevallen die gelden als klokkenluiderszaken, zowel juridisch als in termen van intern beleid en richtlijnen, in tegenstelling tot zaken die via andere procedures of kanalen moeten worden gemeld.
* een beschrijving van de informatie die in de melding opgenomen moet worden, en
* informatie dat de case zorgvuldig zal worden behandeld door het bedrijf en de externe actor die is aangesteld om de melding af te handelen;
* een beschrijving van wat er met meldingen gebeurt zodra ze binnen komen.
* een mededeling van de termijnen waarbinnen een klokkenluider een ontvangstbevestiging en feedback kan verwachten;
* details van ​de personen of externe partijen die zijn aangewezen om de meldingen te beheren.

Wettelijke vereisten:

* bedrijven zijn verplicht mee te delen dat een klokkenluider zich tot externe kanalen, zoals bevoegde autoriteiten, kan wenden en dan nog steeds beschermd wordt als klokkenluider;
* tegenover de medewerkers van het bedrijf bestaat de verplichting om hen te informeren over de regeling in een klokkenluidersbeleid.

**Mogelijke informatiekanalen over de regeling**

Communicatie naar interne belanghebbenden:

* op het internet en intranet van uw bedrijf,
* in de gedragscode van de onderneming,
* in materiaal voor de introductie van nieuwe medewerkers en
* de organisatie van opleidingsprogramma's en seminars;
* publicatie van een echt klokkenluidersbeleid.

Communicatie naar externe belanghebbenden:

* de website van het bedrijf,
* in de gedragscode van het bedrijf voor leveranciers, nieuwsbrieven voor klanten,
* in communicatie over de MVO binnen het bedrijf, updates van beleggers en jaarrekeningen enz.