

# Communicatieplan

---

Conform 2.C.1, 2.C.2, 2.C.3 en 3.C.2

Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan van

**Aannemings- en wegenbouwbedrijf Verdham B.V.**

**Auteur(s):**

Dhr. J. Kruijenaar, CO<sub>2</sub>-functionaris, Aannemings- en wegenbouwbedrijf Verdham B.V.  
P.M. Neuvel, extern adviseur, Nedcon Organisatieadvies B.V.

Doc.code: CP  
Versie: 1.0  
Datum: 11-04-2018  
Status: Definitief

## Inhoudsopgave

1. Introductie .....	3
2. Doelstelling en doelgroepen .....	4
2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden .....	4
2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1 .....	4
2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden .....	5
2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2 .....	5
3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3) .....	6
4. Media .....	7
4.1 Interne communicatie .....	7
4.2 Externe communicatie .....	8
5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie .....	10
5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan) .....	10
5.2 Uitvoering van de communicatie (Do) .....	11
5.3 Controle van de communicatie (Check) .....	12
5.4 Corrigerende maatregelen (Act) .....	12

# 1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan van Aannemings- en wegenbouwbedrijf Verdam B.V. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het Handboek CO<sub>2</sub>-Prestatieladder 3.0 en uitgebracht door de Stichting SKAO d.d. 10 juni 2015, is geregeld.

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.

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

## 2. Doelstelling en doelgroepen

Het communicatiedoel rondom CO<sub>2</sub>-reductie is het structureel overbrengen van het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en -maatregelen van het bedrijf. Zo krijgen onze medewerkers, andere bedrijven, opdrachtgevers en leveranciers een goed beeld van onze ambities en kunnen ze leren van onze ervaringen.

### Doelgroepen

Binnen ons communicatiebeleid onderscheiden wij twee doelgroepen: interne belanghebbenden bij CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de 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 CO<sub>2</sub>-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om de CO<sub>2</sub>-uitstoot verder te reduceren en hiervoor concrete voorstellen te doen.

Deze doelgroep bestaat uit:

- Directie
- Medewerkers
- Inhuurkrachten

#### 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 3.

### **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, zowel bij de initiatieven van ons bedrijf als bij de maatregelen in projecten waarop CO<sub>2</sub>-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.

Deze doelgroep bestaat uit:

- (potentiële) Opdrachtgevers
- Leveranciers;
- Onderaannemers;
- Overige externe belanghebben;

### **2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2**

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

De communicatiemiddelen om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 3.

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

Groep belanghebbenden	Belanghebbende	Wat is de link met ons CO <sub>2</sub> -reductiebeleid?
Klanten, afnemers, (potentiële) opdrachtgevers	<u>Sector GWW Aannemers:</u> Heijmans Infra Gemeente Amstelveen e.a.  <u>Sector Woningbouw:</u> NVGM Woningbouw vereniging Eigen Haard Heijmeijer e.a	Als opdrachtgever bij aanbestedingen op basis van EMVI. Als deelnemer aan de CO <sub>2</sub> prestatieladder en de eisen die zij stellen aan onderaannemers.
Leveranciers	Gulf Oil Loogman	Leverancier(s) (alternatieve) brandstoffen
	Wennekers	Als verhuurder van de bedrijfslocatie en (indirecte) leverancier van elektriciteit
Onderaannemers en Z.Z.P.-ers	Kuperus B.V. De Jong B.V. Eradus B.V. H. van Wijk B.V. e.a. Diverse bedrijven en ZZP-ers.	Door het gebruik van onze machines dragen zij ook bij aan het verbruik en de CO <sub>2</sub> uitstoot.
Overige externe belanghebbenden	SKAO	Als beheerder van de CO <sub>2</sub> prestatieladder.
	Bouwend Nederland	Als brancheorganisatie die ook diverse keteninitiatieven ontplooit en wellicht mogelijk partner in toekomstige samenwerkingsverbanden op het gebied van duurzaamheid binnen de bouw.

## **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 instructie op de werkplekken.
- Toolbox bijeenkomsten.
- Website.

#### **4.1.1 Instructie op de werkplek en de bijeenkomsten**

Op het werk wordt het gebruik van de machines besproken. Het juiste gebruik en het toezicht op b.v. het voorkomen onnodig stationair draaien maakt daar deel van uit. Door hier aandacht aan te besteden worden de medewerkers (en de inhuurkrachten) bewust gemaakt van hun invloed op het energie verbruik en dus de CO<sub>2</sub>-uitstoot.

#### **4.1.2 Toolbox bijeenkomsten**

Periodiek worden met de medewerkers bijeengekomen om onderwerpen over het werk te bespreken. Ook hier wordt van de gelegenheid gebruik gemaakt om de mensen te informeren over het CO<sub>2</sub> beleid, de reductiedoelstellingen, de genomen maatregelen en de voortgang daar van.

Dit zijn ook goede gelegenheden om met medewerkers mogelijke verbeteringen of ideeën te bespreken.

#### **4.1.3 Website**

Op onze website is een aparte link naar een 'Duurzaamheidspagina' gecreëerd. ([www.verdambv.nl](http://www.verdambv.nl)). 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.

## **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.verdambv.nl)
- De SKAO website (www.skao.nl)
- E-mail
- Actieve deelname aan werkgroepen

### **4.2.1 Bedrijfswebsite**

Aannemings- en wegenbouwbedrijf Verdam B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een CO<sub>2</sub>-pagina op de website ingericht op internet. De informatie die via deze link te vinden is omvat tenminste:

- De CO<sub>2</sub>-Footprints en de kwantitatieve reductiedoelstellingen.
- De reductiedoelstellingen voor scope 1,2 en 3 en 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.

### **4.2.3 E-mail**

De belangrijkste elementen uit onze CO<sub>2</sub>-footprint worden minimaal eenmaal per half jaar aan het personeel gecommuniceerd in een toolbox. De inhoud van deze toolbox 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 bedrijfsbreed als op project- en persoonlijk niveau.
- Projecten die zijn ingezet om reducties te realiseren.
- Trends van energieverbruik en CO<sub>2</sub>-uitstoot.



#### **4.2.4 Actieve deelname in werkgroepen**

Binnen de maatschappelijk omgeving waarin de organisatie opereert, zijn er diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. Aannemersbedrijf Verdam participeert in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van GWW en de bouw voor een actieve bijdrage in de werkgroepen. Zij communiceert in deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

De initiatieven waar wij aan deelnemen en de voortgang ervan is beschreven in het document Sector- en keteninitiatieven. Dit document wordt gepubliceerd op onze bedrijfswebsite en op de website van SKAO.

## 5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie

Om te waarborgen dat de communicatie m.b.t. CO<sub>2</sub>-beleid van het bedrijf hun doel(en) bereiken is een efficiënte stuurcyclus noodzakelijk. Hieronder zijn de stappen omschreven die bij Aannemings- en wegenbouwbedrijf Verdam B.V. gevolgd worden om dit te realiseren. De stappen zijn gebaseerd op de Deming cyclus: Plan-Do-Check-Act. Deze stuurcyclus is geïmplementeerd en geborgd middels procedure C.3 van ons handboek van het managementsysteem voor CO<sub>2</sub>-bewust handelen.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is Dhr. J. Kruijenaar.



*Voor het bedrijf en de projecten waar CO<sub>2</sub>-gunnings voordeel op is verkregen. Plannen – communiceren – terugkoppelen – corrigeren/aanpassen. Terugkoppeling o.a. aan medewerkers en overige belanghebbenden.*

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

Halfjaarlijks 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 cq. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie.
- Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO<sub>2</sub>-prestatieelder m.b.t. communicatie.

De COF levert de benodigde informatie aan het MT voor het bovenstaande. De bevindingen van het MT-overleg worden vastgelegd in de directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling door het MT kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd worden.

## 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.

Communicatie / activiteit	Doel groep(en)	Frequentie & planning	Eis	Inhoud van de communicatie	Verantwoordelijke uitvoering
<b>Bedrijfswebsite</b>	Alle, intern en extern	2x per jaar	3.B.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1, 2 & 3, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1, 2 & 3	COF
		actualiseren van de informatie	3.C.1	(het Energie management actieplan).	
		April en september	3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	
<b>Website SKAO</b>	Alle, intern en extern	1x per jaar	3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF
<b>Instructie op de werkplek</b>	Alle medewerkers intern, inhuurkrachten	Ad hoc		Instructie over het zuinige gebruik van wagens en machines	Directie
<b>Toolbox bijeenkomsten</b>	Alle medewerkers intern	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1, 2 & 3, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1, 2 & 3	COF
<b>E-mail</b>	Onderaannemers Opdrachtgevers	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1,2 & 3, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1,2 & 3	COF
<b>MT-overleg</b>	MT	2x per jaar	2.C.2	Energie reductie beleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.	Directie
<b>Actieve deelname werkgroepen</b>	Mede initiatiefnemers	2x per jaar	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductiemaatregelen op projecten	COF

### **5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel**

Voor projecten waarop CO<sub>2</sub> gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen wordt een apart communicatieplan opgesteld op basis van het bedrijfscommunicatieplan. 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 projectcommunicatieplan wordt opgesteld door de COF in samenwerking met de directie en de projectleider.

### **5.3 Controle van de communicatie (Check)**

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

Halfjaarlijks controleert de COF 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 COF 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 COF 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 Klachten/berichten over energie verspillingen.

De bovenstaande situaties worden door de COF met het MT besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt door de COF.