

Communicatieplan

Interne/externe communicatie CO₂-foodprint en CO₂-emissie reductiedoelstellingen

2025



1 Inleiding

De Directie heeft duurzaamheid hoog in het vaandel staan en presenteert zich als een duurzame en maatschappelijk betrokken onderneming. Certificering volgens de CO₂-Prestatieladder is hierbij een belangrijk en vooral ook praktisch instrument.

Dit communicatieplan beschrijft de interne en externe communicatie over de CO₂-foodprint en de CO₂-emissie conform eisen uit de CO₂-Prestatieladder. De Directie is van mening dat effectieve communicatie essentieel is voor een succesvolle implementatie van de CO₂-emissie reducerende doelstellingen en maatregelen. Door gerichte doelgroepencommunicatie wordt bewustzijn en betrokkenheid van met name de eigen medewerkers gecreëerd en gestimuleerd om bij te dragen aan het continu verminderen van de CO₂-uitstoot.

2 Stakeholders

2.1 Interne Stakeholders

De volgende interne stakeholder worden onderscheiden:

1. Directie
2. Medewerkers op kantoor
3. Operationele medewerkers
4. Vaste ZZP-ers
5. Stagiaires

Medewerkers zijn een belangrijke schakel bij het dagelijks voorbereiden en uitvoeren van de werkzaamheden en zijn het gezicht van het bedrijf. Door het geven van openheid over de CO₂-uitstoot worden medewerkers bovendien gestimuleerd mee te denken en ideeën aan te dragen voor het verder reduceren van de CO₂-emissie.

2.2 Externe Stakeholders

De volgende externe stakeholders worden onderscheiden:

1. Overheden
2. Opdrachtgevers
3. Leveranciers
4. Onderaannemers
5. Media
6. Samenwerkingsverbanden
7. Omwonenden
8. (Maatschappelijke) organisaties
9. Natuurbeschermingsorganisaties

Opdrachtgevers stellen vertrouwen in onze geleverde kwaliteit, flexibiliteit en betrouwbaarheid. Hierdoor ontstaan langdurige relaties met veel van onze opdrachtgevers. Ook voor opdrachtgevers is maatschappelijke verantwoordelijkheid en duurzaamheid actueler dan ooit. Transparantie geeft onze opdrachtgevers steeds een actueel inzicht in onze te realiseren en gerealiseerde doelstellingen, welke informatie van essentieel belang is voor bijvoorbeeld de duurzaamheidsdoelstellingen van de opdrachtgever zelf.



Daarnaast is het belangrijk dat ook **derden** kennis kunnen nemen van onze CO₂-voetafdruk en de daaraan gekoppelde reductiedoelstellingen. Verbeteren van het milieu in het algemeen en het continu streven naar het verminderen van de CO₂-emissies kunnen we uiteindelijk alleen samen bereiken. Ieder op zijn eigen manier, soms met grote stappen en soms met kleine stapjes. Maar elke stap, hoe groot of klein die ook is, je is er één die leid naar een beter milieu. Door openheid te geven over onze CO₂-emissies kunnen we derden stimuleren en/of motiveren in hun eigen duurzaamheidsgedachte.

3 Communicatiedoelstellingen

3.1 Interne communicatiedoelstellingen

De volgende interne communicatiedoelstellingen worden onderscheiden:

1. Creëren bewustwording en draagkracht bij alle medewerkers over hoe om te gaan met het verminderen van CO₂-emissies.
2. Stimuleren van alle medewerkers om een actieve bijdrage te leveren aan het continu verminderen van de CO₂-emissies.
3. Informeren van alle medewerkers over de activiteiten in het kader van de CO₂-Prestatieladder.

3.2 Externe communicatiedoelstellingen

De volgende externe communicatiedoelstellingen worden onderscheiden:

1. Continu uitdragen van de kernboodschap “samen duurzaam en maatschappelijk betrokken”.
2. Informeren van belanghebbenden over de CO₂-foodprint en CO₂-emissie (getroffen) reductie-maatregelen.
3. Informeren belanghebbenden over de activiteiten in het kader van de CO₂-Prestatieladder.

4 Communicatiemiddelen

4.1 Interne Communicatiemiddelen

De volgende interne communicatiemiddelen worden onderscheiden:

1. Publicatieborden kantoor en kantine
2. Email
3. Toolbox-meetings (werkoverleg)

4.2 Externe communicatiemiddelen

De volgende externe communicatiemiddelen worden onderscheiden:

1. Website
2. Social media, zoals Facebook en Twitter (X)



5 Communicatiematrix

Uitgangspunt voor de communicatiematrix zijn uiteraard de verschillende doelgroepen en communicatiedoelstellingen en –middelen, maar ook de hieronder vermelde verplichte te publiceren documenten:

- 3A1 Energiemanagementplan / CO₂-voetafdruk
- 3B1 Energiemanagement actieplan (CO₂-reductieplan)
- 3B2 Overzicht projecten met gunningsvoordeel
- 3D1 Overzicht deelname Sector-/Keteninitiatieven.
- Certificaat CO₂-Prestatieladder

Boodschap	Doelgroep	Middel	Frequentie	Verantwoordelijke
3A1 Energiemanagementplan / CO₂-voetafdruk	Intern	Publicatiebord Toolbox	1x per jaar (jan)	Adviseur KAM
	Extern	Website Social media	2x per jaar (jan / aug)	Adviseur KAM
3B1 Energiemanagement actieplan 2015-2020 (CO₂-reductieplan)	Intern	Publicatiebord Toolbox	1x per jaar (jan)	Adviseur KAM
	Extern	Website Social media	2x per jaar (jan / aug)	Adviseur KAM
3B2 Overzicht projecten met gunningsvoordeel	Intern	Publicatiebord Toolbox	1x per jaar (jan)	Adviseur KAM
	Extern	Website Social media	2x per jaar (jan / aug)	Adviseur KAM
3D1 Overzicht deelname Sector-/Keteninitiatieven	Intern	Publicatiebord Toolbox	1x per jaar (jan)	Adviseur KAM
	Extern	Website Social media	2x per jaar (jan / aug)	Adviseur KAM
Certificaat CO₂-Prestatieladder	Intern	Publicatiebord	1x per 3 jaar (initieel / tussentijds)	Adviseur KAM
	Extern	Website	1x per 3 jaar (januari)	Adviseur KAM
Tips reductie CO₂-emissie	Intern	Publicatiebord Email	Ad-hoc	Adviseur KAM

Zuidland, 19 februari 2025

A.A. Andeweg
Directeur