



Communicatieplan

1 januari 2022 t/m 31 december 2022

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1. Organisatiestructuur	3
1.2. Verantwoordelijken	3
2. Doelstellingen en doelgroepen	4
2.1. CO2 grafiek	4
2.2. Communicatiedoelstellingen	4
2.3. Doelgroepen	4
2.4. Relevante maatregelen	5
2.5. Strategie	6
2.6. Middelen	7
3. Communicatie	8
3.1. Intern communicatie-overzicht	8
3.2. Externe communicatieoverzicht	8

1. Inleiding

U vindt in dit document de communicatiedoelstellingen, de interne en externe doelgroepen, de interne en externe communicatiemiddelen en taken en verantwoordelijkheden m.b.t. CO₂-reductie.

Dit document is geschreven met als uitgangspunt om inzichtelijk te maken aan alle stakeholders hoe de CO₂-reductiedoelen en de voortgang van het CO₂ reductieprogramma verloopt.

Dit communicatieplan heeft betrekking op de organisatiestructuur zoals getoond in paragraaf 1.1. De (eind)verantwoordelijken voor de uitvoering zijn vermeld in paragraaf 1.2.

1.1. Organisatiestructuur

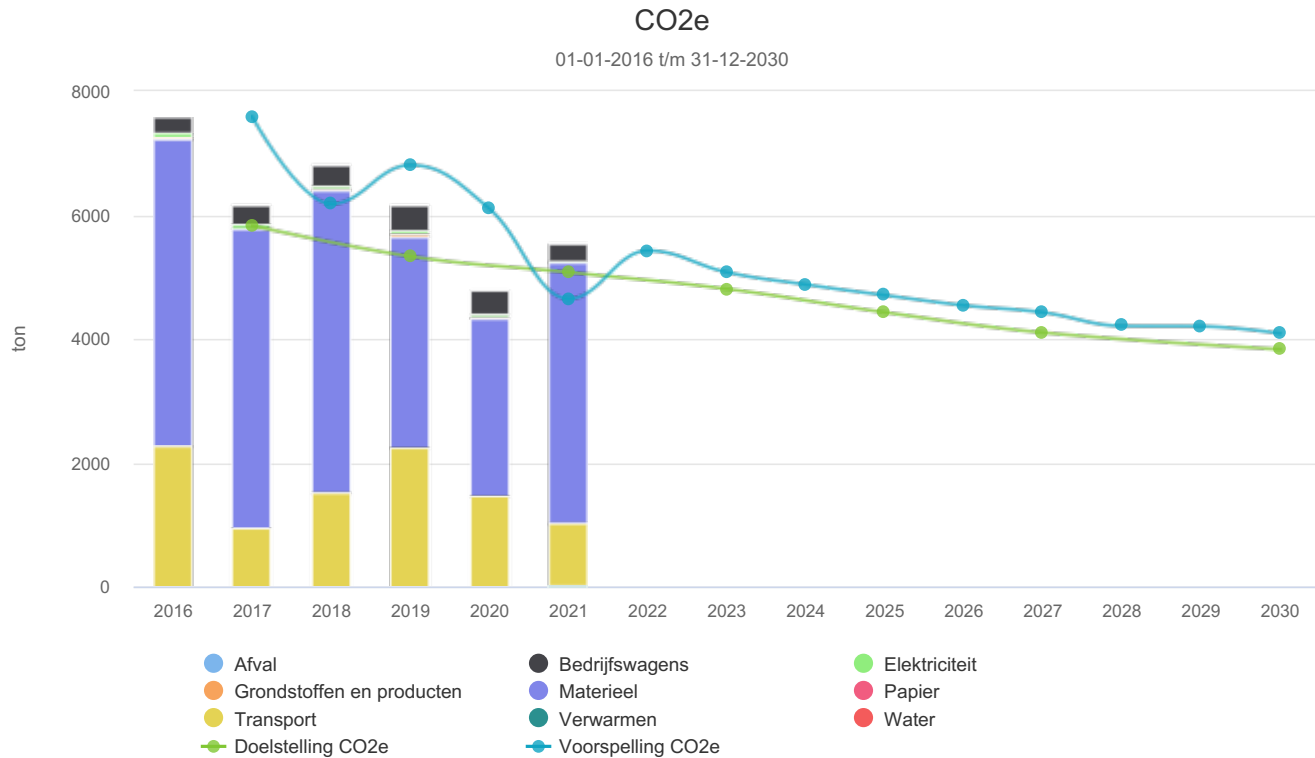
Naam	Consolidatie percentage
A.L. van de Wetering Beheer B.V. Rechtspersoon <i>KvK- of projectnummer: 16018964</i>	
1) Van de Wetering Cultuurtechniek B.V. Rechtspersoon <i>KvK- of projectnummer: 16057224</i>	100%
2) Van de Wetering Klei-Exploitatie B.V. Rechtspersoon <i>KvK- of projectnummer: 17122199</i>	100%
3) A.L. van de Wetering Infra B.V. Rechtspersoon <i>KvK- of projectnummer: 63159694</i>	100%

1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
A.L. van de Wetering Beheer B.V.	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Ankie vd Wetering <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> Ankie vd Wetering
1) Van de Wetering Cultuurtechniek B.V.	
2) Van de Wetering Klei-Exploitatie B.V.	
3) A.L. van de Wetering Infra B.V.	

2. Doelstellingen en doelgroepen

2.1. CO2 grafiek



2.2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf m.b.t. de CO₂-reductie zijn:

Intern:

- Medewerkers informeren over de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO₂. Wat doet het bedrijf allemaal op dit gebied en waar willen we naar toe?
- Medewerkers informeren over de maatregelen en activiteiten die worden ondernomen om haar CO₂-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage men kan leveren aan het energiebeleid en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen.

Extern:

- Stakeholders informeren over CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO₂-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO₂-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- Stakeholders informeren over- en betrekken bij de bedrijfsontwikkelingen op het gebied van CO₂ en energie. Het kan dan ook gaan om duurzaam materiaalgebruik en het circulair inrichten van grondstofketens;
- Stakeholders betrekken bij sectorinitiatieven.
- Het jaarlijks bijwerken maatregelenlijst SKAO-site (geldt voor deelnemers aan de CO₂ Prestatieladder)

2.3. Doelgroepen

De doelgroepen die worden onderscheiden zijn in te delen naar de interne- en externe doelgroepen.

Het managementteam en leidinggevende zijn nauw betrokken bij de ontwikkelingen van de CO₂-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats verantwoordelijke die de boodschap vanuit de CO₂-prestatieladder doorgeven aan de verschillende

doelgroepen.

Interne doelgroepen

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Managementteam
- Leidinggevenden
- Medewerkers

De interne communicatie is er met name op gericht om de afstand te overbruggen tussen directie en uitvoerend personeel. Om de medewerkers het gewenste CO₂ niveau te laten bereiken, wordt de interne communicatie structureel gevolgd. Vanwege het belang om de duurzaamheid te verbeteren en daarmee tevens de reductie in CO₂ uitstoot is het belangrijk dat alle medewerkers hier zich voor in zetten.

Door middel van een toolboxmeetings, werkoverleg, nieuwsberichtjes op het intranet worden medewerkers geïnformeerd.

Externe doelgroepen

Externe doelgroepen zijn partijen die belang hebben bij reductie van CO₂-emissies en potentiële partners om mee samen te gaan werken aan CO₂-reductie. Tevens zijn dit partijen welke baat hebben bij partners welke actief bezig zijn met CO₂-reductie. Er wordt geen onderscheid gemaakt te worden in de communicatieboodschap naar externe belanghebbenden. Logischerwijs kan een verfijning van de boodschap de specifieke doelgroepen beter inzicht verschaffen.

Zo is bijvoorbeeld de samenwerking op het gebied van duurzaamheid met een strategische leverancier is beter te duiden als de betreffende organisatie concreet wordt benoemd.

[voor deelnemers aan de CO₂ prestatieladder geldt dat het communicatieplan niet verplicht op de website hoeft te worden gepubliceerd. Externe structurele communicatie vindt minimaal één keer per jaar plaats aan extern belanghebbenden door middel van een digitale nieuwsbrief en via de website.]

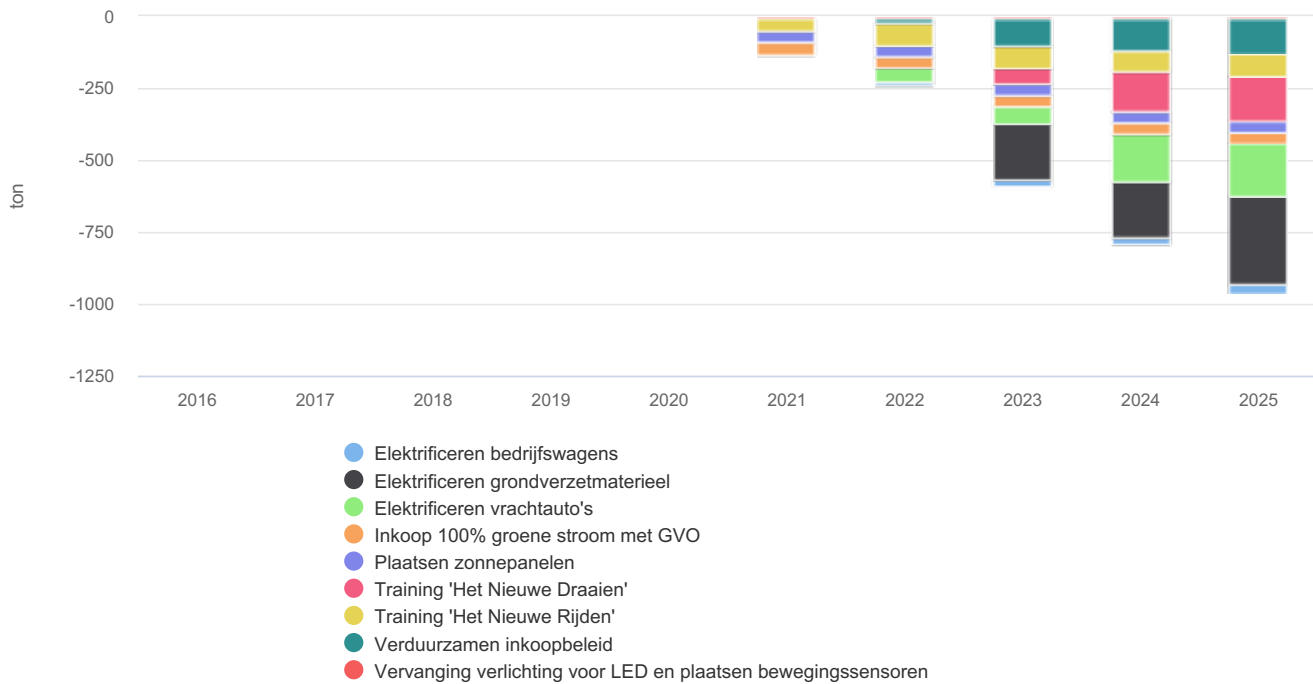
Overzicht van externe doelgroepen:

- **Opdrachtgevers**(commerciële bedrijven en (semi)overheidsinstellingen)
 - Belang: Opdrachtgevers hechten belang aan het duurzaam realiseren van projecten. Het inzetten van een aannemer die extra maatregelen neemt ten aanzien van duurzaamheid en CO₂-reductie biedt de opdrachtgever extra voordeel. Het is van belang opdrachtgevers te betrekken in de initiatieven, omdat de keuzes die zij maken van directe invloed kunnen zijn op de CO₂- emissies.
- **Leveranciers**
 - Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie.
- **Onderaannemers**
 - Belang: Ook onderaannemers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie. Tevens is het in het belang van zowel aannemers als onderaannemers om samen te zoeken naar initiatieven tot CO₂-reductie.
- **Brancheorganisaties**
 - Belang: De brancheorganisaties zijn een belangrijke schakel in het reduceren van CO₂-emissies. Zij kunnen de partijen binnen de branche verbinden en zorgen voor een meer gezamenlijke inspanning. Daarnaast zijn zij gesprekspartners voor overheden en belangenorganisaties van opdrachtgevers.
- **Collega-bedrijven**
 - Belang: Collega-bedrijven hebben belang bij het innoveren van de eigen markt en branche. Collega-bedrijven welke samen initiatieven ontwikkelen kunnen samen opdrachtgevers prikkelen om ook te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.

2.4. Relevante maatregelen

Maatregelen CO2

01-01-2016 t/m 31-12-2025



Maatregelen CO2 (ton)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Elektrificeren bedrijfswagens							-13,46	-19,17	-19,23	-32,62
Elektrificeren grondverzetmaterieel								-196,18	-196,77	-303,35
Elektrificeren vrachtauto's							-51,98	-62,00	-166,13	-186,00
Inkoop 100% groene stroom met GVO						-40,89	-38,47	-38,47	-38,58	-38,47
Plaatsen zonnepanelen						-40,89	-38,47	-38,47	-38,58	-38,47
Training 'Het Nieuwe Draaien'								-57,25	-135,96	-156,95
Training 'Het Nieuwe Rijden'						-45,80	-76,49	-76,49	-76,69	-76,49
Verduurzamen inkoopbeleid							-18,68	-96,53	-110,83	-122,49
Vervanging verlichting voor LED en plaatsen bewegingssensoren						-4,09	-3,85	-3,85	-3,86	-3,85
Totaal						-131,68	-241,38	-588,40	-786,62	-958,67

2.5. Strategie

In deze paragraaf wordt nader aangegeven welke groep en boodschap vormgegeven dient te worden om succesvol te communiceren.

De doelgroep werknemers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de CO₂-emissie direct gerelateerd is aan het gedrag van de medewerkers (zoals efficiënt rijden, machines of voertuigen stationair laten draaien, lampen laten branden etc.). Doel van de interne communicatie is de medewerkers bewust te maken van hun gedrag en de invloed daarvan op het energieverbruik.

Het managementteam draagt de doelstellingen uit en zien zij erop toe dat er concreet gewerkt wordt aan CO₂-reductie. Hoe dit zich uit in de doelstellingen wordt tijdens het semester gebonden meetpunten duidelijk. Uiteindelijk zullen ook de collega's elkaar onderling gaan aanspreken en stimuleren om de CO₂-emissie te reduceren.

Medewerkers worden uitgedaagd om zelf met concrete voorstellen te komen tot verbetering. Zoals uit de doelstelling blijkt, moeten alle medewerkers periodiek worden geïnformeerd over het CO₂-beleid en reductiedoelstellingen. Medewerkers moeten op de hoogte worden gebracht van het beleid in het algemeen, maar vooral van de onderdelen die voor hen van belang zijn en daarmee de concrete maatregelen.

2.6. Middelen

De volgende communicatiemiddelen worden gebruikt bij het uitdragen van de CO₂-reductiedoelstellingen en metingen. Er wordt o.a. gebruik van:

- Bedrijfswebsite
- Intranet
- Jaarverslagen
- Managementrapportages voorzien van een CO₂ footprint
- Toolboxbijeenkomsten

3. Communicatie

Op de website wordt een dynamische pagina ingericht die informeert over het CQ-reductiesysteem van de organisatie. Op deze site zal zich informatie bevinden over:

- Het CO₂-reductiebeleid.
- De CO₂-footprint.
- De CO₂-reductiedoelstellingen en de voortgang hierin.
- De CO₂-reductiemaatregelen en de voortgang hiervan.
- Een energiemangement actieplan

Bovenstaande aspecten komen te samen in het tweemaal per jaar te communiceren CQ voortgangsrapportage en energie actieplan.

- Alle externe communicatie (nieuwsbrieven, persberichten e.d.)
- Acties en initiatieven op het gebied van CO₂-reductie waarin het bedrijf een deelnemer is.
- Een kopie van ons meest recente CO₂-Bewust Certificaat.

3.1. Intern communicatie-overzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Medewerkers	Intranet	Voortgang CO2 reductieprogramma & footprint	2x per jaar
Medewerkers	Toolbox	Bewustwording en gedragsverandering	2x per jaar
MT/directie	KVGM overleg	Reductiebeleid en initiatieven	6x per jaar

3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Opdrachtgevers, leveranciers, onderaannemers, brancheorganisaties en collega-bedrijven	Website	CO2 footprint, reductiebeleid, doelstellingen en maatregelen	2x per jaar