

Communicatieplan

Kraaijeveld Barendrecht

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	6
3. Communicatie	7
3.1. Intern communicatie-overzicht	7
3.2. Externe communicatieoverzicht	7

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

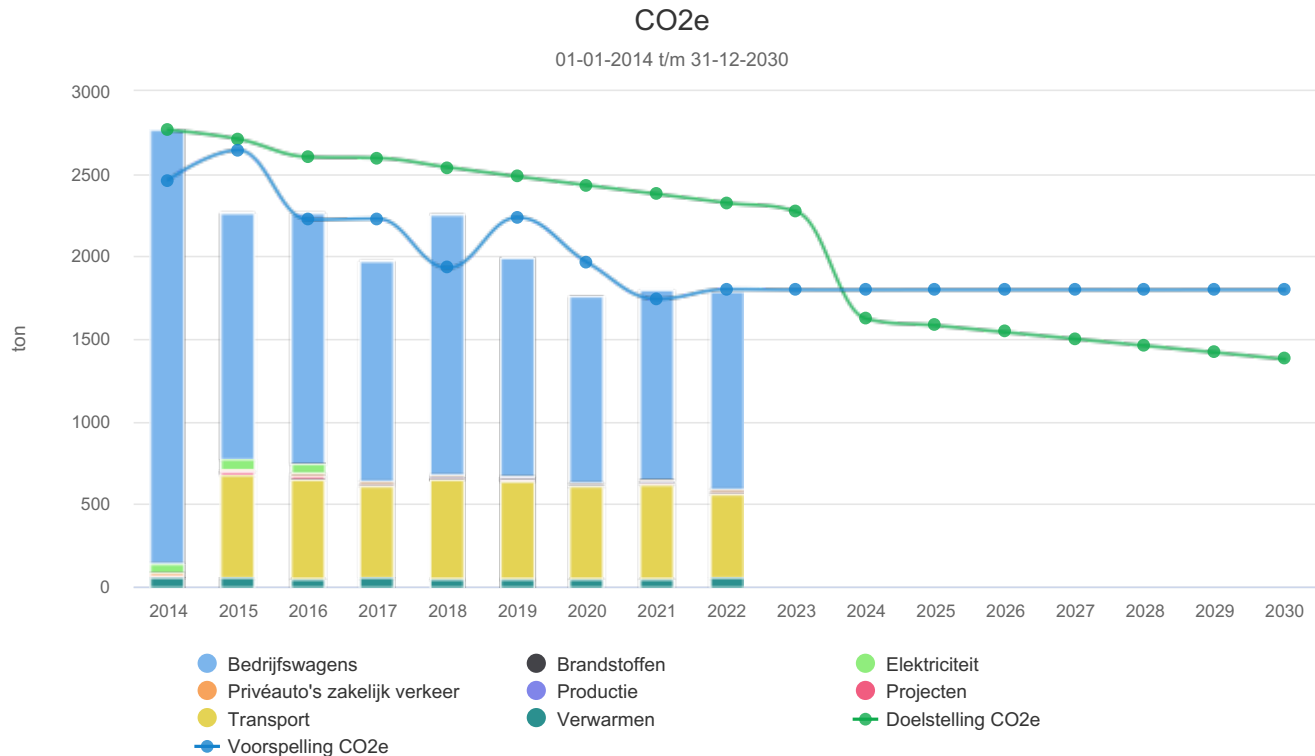
Naam	Consolidatie percentage
Kraaijeveld Barendrecht Rechtspersoon <i>Sector (SBI):</i> Grond-, weg en waterbouw <i>KvK- of projectnummer:</i> 24076083	
Barendrecht Vestiging	100%

1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
Kraaijeveld Barendrecht	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Marjolein Kraaijeveld <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Marjolein Kraaijeveld <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> Marjolein Kraaijeveld
Barendrecht	

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 verantwoordelijk die de boodschap vanuit de CO₂-prestatieladder doorgeven aan de verschillende

doelgroepen.

Interne doelgroepen

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

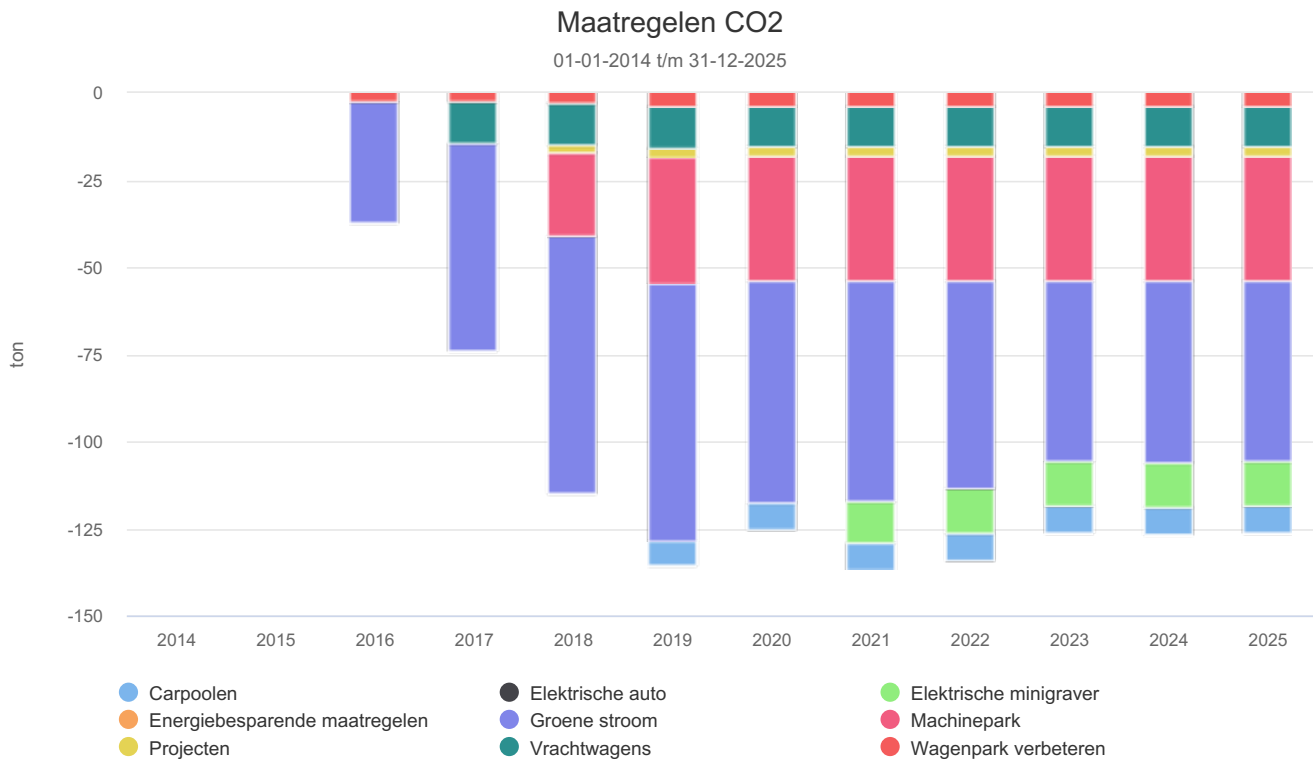
- Medewerkers

Wij maken geen onderscheid aan de communicatie voor de diverse medewerkers die wij hebben.

Externe doelgroepen

- **Opdrachtgevers(Gemeenten)**
 - 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. .
- **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 (ton)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Carpoolen						-7,00	-7,84	-7,83	-7,83	-7,83	-7,84	-7,83
Elektrische auto								0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Maatregelen CO2 (ton)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Elektrische minigraver								-11,84	-12,94	-12,92	-12,96	-12,92
Energiebesparende maatregelen					0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Groene stroom			-34,87	-59,82	-73,81	-73,81	-63,40	-63,23	-59,48	-51,86	-52,00	-51,86
Machinepark					-24,12	-36,17	-35,75	-35,66	-35,66	-35,59	-35,69	-35,59
Projecten					-2,16	-2,78	-2,75	-2,74	-2,74	-2,74	-2,75	-2,74
Vrachtwagens				-11,97	-11,97	-11,97	-11,83	-11,80	-11,80	-11,77	-11,81	-11,77
Wagenpark verbeteren		-0,19	-2,23	-2,22	-2,69	-3,68	-3,52	-3,51	-3,50	-3,54	-3,55	-3,54
Totaal		-0,19	-37,09	-74,01	-	-	-	-	-	-	-	-126,25
					114,74	135,41	125,10	136,61	133,95	126,25	126,59	

2.5. Strategie

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 van het bedrijf 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
- (Digitale)Nieuwsbrieven
- Jaarverslagen
- Toolboxbijeenkomsten

3. Communicatie

Op de website wordt een dynamische pagina ingericht die informeert over het CO₂-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

1. Jaarlijkse toolbox geven

3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Geïnteresseerden	Website	Co2 prestatieladder	2x per jaar
SKAO	SKAO	Co2 prestatieladder	1x per jaar