



# Communicatieplan

---

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

Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan van

**Henzen Wegenbouw B.V.**

**Auteur(s):**

De heer P. Henzen (Directie)  
Mevr. H. Nawijn (CO<sub>2</sub>-functionaris)  
K. Hamann (Extern adviseur)

Doc.code: CP  
Versie: 1  
Datum: 18/01/24  
Status: Definitief

## Inhoudsopgave

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

# 1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan van Henzen Wegenbouw 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 3.1 en uitgebracht door de Stichting SKAO, is geregeld.

Gegevens over de CO<sub>2</sub>-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductie-maatregelen 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: kantoormedewerkers, chauffeurs, projectmedewerkers.

### 2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1

Het doel van communicatie met deze doelgroep is met name: **informer**en, **overtuigen** en **activer**en. 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, overheden, omwonenden/bedrijven op ons bedrijfsterrein, onderaannemers / ZZP-ers, NGO's (Non Governmental Organizations).

### 2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is: **informer**en, **kennisdelen** en **relatieonderhoud**. De communicatiemiddelen om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 4.

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

Groep belanghebbenden	Belanghebbende	Wat is de link met ons CO <sub>2</sub> -reductiebeleid?
Klanten, afnemers, opdrachtgevers	Vooraf gemeenten. Zie lijst klanten, afnemers, opdrachtgevers in het programma Vakware.	Mogelijke samenwerking sector- en/of keten initiatief EMVI criteria bij aanbestedingen
Onderaannemers	Zie lijst leveranciers in Vakware	Mogelijk eventuele samenwerking reductiebeleid
Leveranciers	Zie lijst leveranciers in Vakware	Leverancier (alternatieve) brandstoffen
	Eneco	Elektriciteit, aardgas
	Van Beek, Enviem	Diesel
	Enviem	Benzine
Overheden en bevoegd gezag	Via Vakware	
Branche-noten	-	
Brancheorganisaties	Cumela	Mogelijke samenwerking sectorinitiatief
Directe omgeving locatie	Vereniging ondernemers "Ondernemend Veenendaal" op bedrijventerrein "Nijverkamp".	
NGO's (die met CO <sub>2</sub> reductie te maken hebben)		Mogelijk gesprekspartner over CO <sub>2</sub> reductie op projecten
Media		
Overig		

## 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 medewerker bijeenkomsten, geschreven via nieuwsbrieven, via e-mail en prikborden, geschreven via berichten op papier en digitaal, website.

#### 4.1.1 Medewerker bijeenkomsten

Tijdens de medewerker bijeenkomsten worden de CO<sub>2</sub>-uitstoot, de reductiedoelstelling en de voortgang van de doelstelling besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Minimaal eenmaal per kwartaal vindt er een personeels-bijeenkomst plaats.

Deze bijeenkomsten zijn bij uitstek gelegenheden om de medewerkers te peilen voor eventuele nieuwe ideeën voor maatregelen die bij kunnen dragen aan het behalen van de reductie doelstellingen.

#### 4.1.2 Nieuwsbrieven

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

#### 4.1.3 Website

Op onze website is er een aparte link naar de prestatieladder ([www.henzen-wegenbouw.nl](http://www.henzen-wegenbouw.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.henzen-wegenbouw.nl](http://www.henzen-wegenbouw.nl)), persberichten, digitale nieuwsbrieven, actieve deelname en initiatieven van werkgroepen.

#### 4.2.1 Bedrijfswebsite

Henzen Wegenbouw B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een pagina op de website ingericht. De informatie via deze link omvat tenminste: De CO<sub>2</sub> footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductiedoelstellingen voor scope 1 en 2 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 Digitale nieuwsbrieven

De belangrijkste elementen uit de CO<sub>2</sub>-footprint worden minimaal eenmaal per half jaar aan de externe belanghebbenden gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

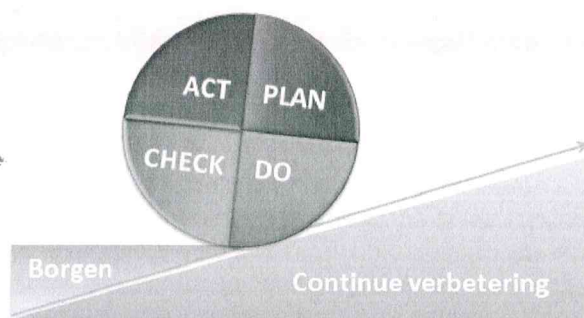
- Het geformuleerde energiebeleid
- De huidige status van de gerealiseerde CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.

#### 4.2.3 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. Henzen Wegenbouw B.V. participeert in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van wegenbouw 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. We namen deel aan de Stichting Nederland CO<sub>2</sub> Neutraal. Daarna is dat Cumela Sturen op CO<sub>2</sub> geworden.

## 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 Henzen Wegenbouw 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 gehele communicatie is de heer P. Henzen.



*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)

Jaarlijks wordt het volgende besproken ten aanzien van de communicatie:

- De externe belanghebbenden en doelgroepen worden (opnieuw) bepaald
- Terugkoppelingen en communicaties aan 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>-prestatieladder m.b.t. communicatie.

De COF levert de benodigde informatie aan de directie voor het bovenstaande. De bevindingen worden vastgelegd in de directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling 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	1x per half jaar actualiseren van de informatie	3.B.1 3.C.1 3.D.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2 (het Energie management actieplan) Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF
<b>Medewerkers bijeenkomsten</b>	Alle medewerkers intern	4 x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	Uitvoerders
<b>Interne nieuwsbrief</b>	Alle medewerkers intern	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF
<b>Externe nieuwsbrief</b>	Onderaannemers Opdrachtgevers	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF
<b>Persberichten</b>	Alle externe belanghebbenden	Ad hoc	1.C.1	Energie reductiebeleid, inhoud door directie te bepalen	Directie
<b>MT-overleg</b>	Directie	2x per jaar	2.C.2	Energie reductie beleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.	Directie
<b>Actieve deelname werkgroepen</b>	Mede initiatiefnemers		3.D.1	Mogelijkheden voor energie reductiemaatregelen op projecten	Directie

### **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 de directie 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 (bijv. een 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 de directie 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 de directie besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt door de COF.