

## Communicatieplan

Zuidema Groep

1 januari 2022 t/m 31 december 2026

# 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. CO<sub>2</sub>-reductie.

Dit document is geschreven met als uitgangspunt om inzichtelijk te maken aan alle stakeholders hoe de CO<sub>2</sub>-reductiedoelen en de voortgang van het CO<sub>2</sub> 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

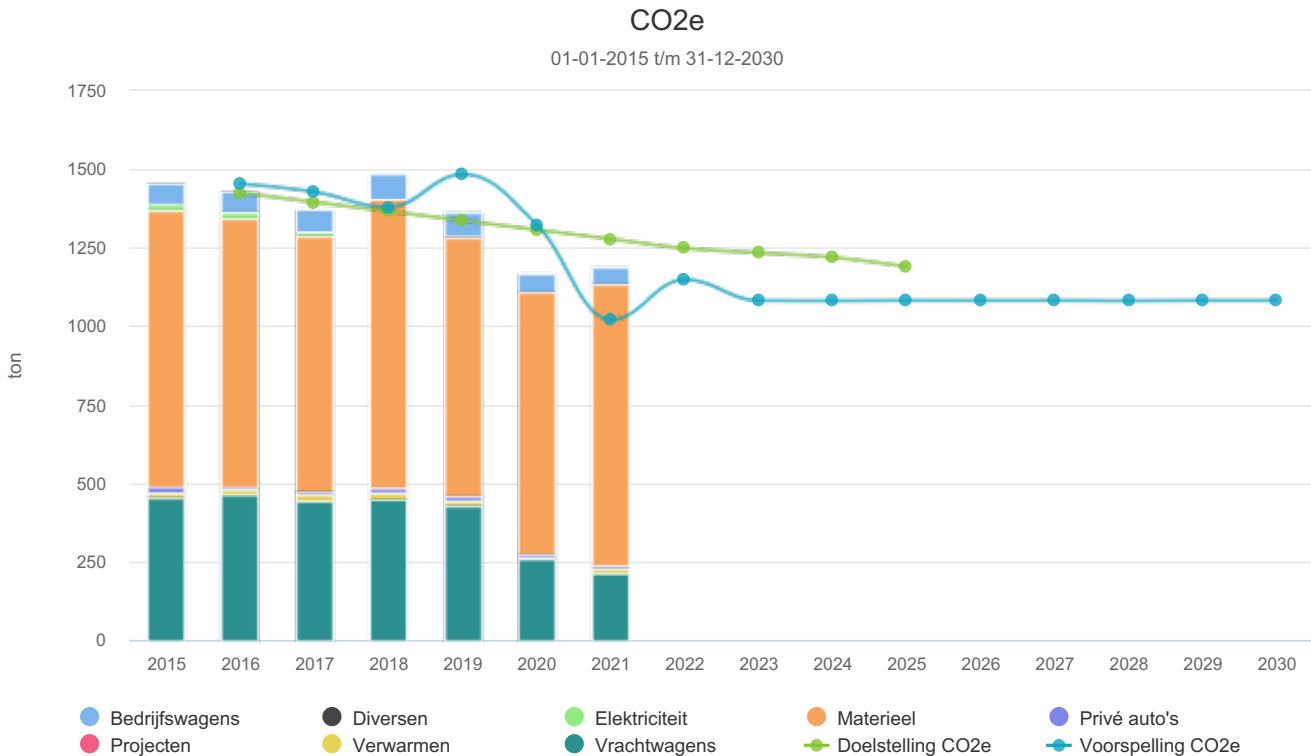
Naam	Consolidatie percentage
<b>Zuidema Groep</b>	
Groep	
<b>Emmen, Oosterwijk WZ</b> Deelneming	50%
<b>Hoogeveen, Fokkerstraat</b> Vestiging	100%
<b>Hoogeveen, Smirnofstraat</b> Vestiging	100%

## 1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
<b>Zuidema Groep</b>	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Michiel Zuidema <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Harrold Dusseljee <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> Harrold Dusseljee
<b>Emmen, Oosterwijk WZ</b>	
<b>Hoogeveen, Fokkerstraat</b>	
<b>Hoogeveen, Smirnofstraat</b>	

## 2. Doelstellingen en doelgroepen

### 2.1. CO2 grafiek



### 2.2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf m.b.t. de CO<sub>2</sub>-reductie zijn:

#### Intern:

- Medewerkers informeren over de CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO<sub>2</sub>. 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 CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage men kan leveren aan het energiebeleid en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen.

#### Extern:

- Stakeholders informeren over CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- Stakeholders informeren over- en betrekken bij de bedrijfsontwikkelingen op het gebied van CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> Prestatieladder)

### 2.3. Doelgroepen

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

Het managementteam en leidinggevenden zijn nauw betrokken bij de ontwikkelingen van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats verantwoordelijken die de boodschap vanuit de CO<sub>2</sub>-prestatieladder doorgeven aan de

verschillende doelgroepen.

### **Interne doelgroepen**

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Managementteam
- Leidinggevenden
- Medewerkers

Informatieoverdracht vindt plaats op verschillende manieren, dit kan zijn: infoscherm kantine, toolbox/kaderoverleg/alle medewerkersoverleg, mailing, publicatie in Cleverdesk of via de website.

### **Externe doelgroepen**

Externe doelgroepen zijn partijen die belang hebben bij reductie van CO<sub>2</sub>-emissies en potentiële partners om mee samen te gaan werken aan CO<sub>2</sub>-reductie. Tevens zijn dit partijen welke baat hebben bij partners welke actief bezig zijn met CO<sub>2</sub>-reductie. Er hoeft geen onderscheid gemaakt te worden in de communicatieboodschap naar externe belanghebbenden. Logischerwijs kan een verfijning van de boodschap de specifieke doelgroepen beter inzicht verschaffen.

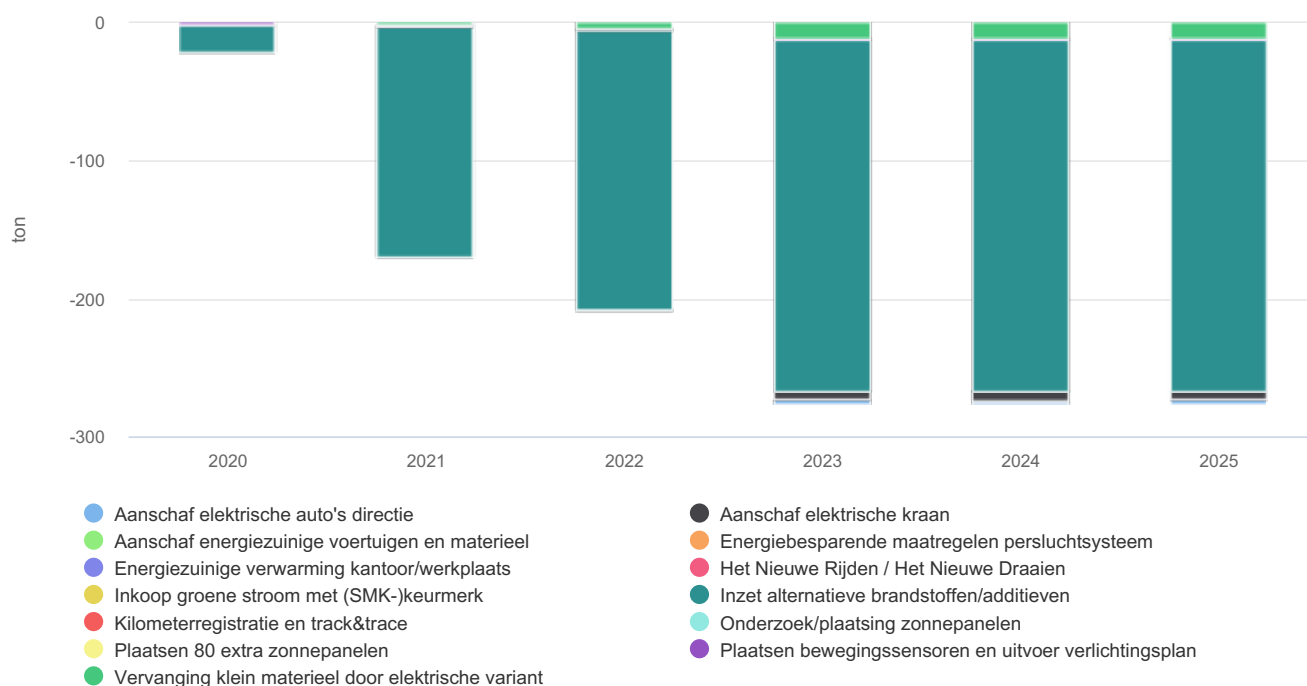
Overzicht van externe doelgroepen:

- **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 CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-emissies.
- **Leveranciers**
  - Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO<sub>2</sub>-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO<sub>2</sub>-reductie.
- **Onderaannemers**
  - Belang: Ook onderaannemers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO<sub>2</sub>-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO<sub>2</sub>-reductie. Tevens is het in het belang van zowel aannemers als onderaannemers om samen te zoeken naar initiatieven tot CO<sub>2</sub>-reductie.
- **Brancheorganisaties**
  - Belang: De brancheorganisaties zijn een belangrijke schakel in het reduceren van CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.

## **2.4. Relevante maatregelen**

## Maatregelen CO2

01-01-2020 t/m 31-12-2025



Maatregelen CO2 (ton)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Aanschaf elektrische auto's directie			-2,17	-3,24	-3,25	-3,24
Aanschaf elektrische kraan				-6,00	-6,02	-6,00
Aanschaf energiezuinige voertuigen en materieel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Energiebesparende maatregelen persluchtsysteem	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Energiezuinige verwarming kantoor/werkplaats	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Het Nieuwe Rijden / Het Nieuwe Draaien	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inkoop groene stroom met (SMK-)keurmerk	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inzet alternatieve brandstoffen/additieven	-20,29	-	-	-	-	-255,00
Kilometerregistratie en track&trace	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Onderzoek/plaatsing zonnepanelen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Plaatsen 80 extra zonnepanelen			0,00	0,00	0,00	0,00
Plaatsen bewegingssensoren en uitvoer verlichtingsplan	-0,81	-0,81	-0,76	-0,76	-0,76	-0,76
Vervanging klein materieel door elektrische variant		-0,93	-3,68	-10,34	-10,37	-10,34
Totaal	-21,10	-	-	-	-	-275,35
		168,56	209,02	275,35	276,10	

## 2.5. Strategie

De doelgroep werknemers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de CO<sub>2</sub>-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 erop toe dat er concreet gewerkt wordt aan CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en metingen. Er wordt o.a. gebruik van:

- Bedrijfswebsite
- (Digitale)Nieuwsbrieven
- Jaarverslagen en halfjaarverslagen
- Kwartaalrapportages brandstofverbruik
- Managementrapportages voorzien van een CO<sub>2</sub> footprint
- Toolboxmeeting
- Kaderoverleg en 'alle medewerkersoverleg'

## 3. Communicatie

Op de website wordt een dynamische pagina ingericht die informeert over het CO<sub>2</sub>-reductiesysteem van de organisatie. Op deze site zal zich informatie bevinden over:

- Het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid.
- De CO<sub>2</sub>-footprint.
- De CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de voortgang hierin.
- De CO<sub>2</sub>-reductiemaatregelen en de voortgang hiervan.
- Een energiemangement actieplan

Bovenstaande aspecten komen te samen in het tweemaal per jaar te communiceren CO<sub>2</sub> voortgangsrapportage en energie actieplan.

- Alle externe communicatie (nieuwsbrieven, persberichten e.d.)
- Acties en initiatieven op het gebied van CO<sub>2</sub>-reductie waarin het bedrijf een deelnemer is.
- Een kopie van ons meest recente CO<sub>2</sub>-Bewust Certificaat.

### 3.1. Intern communicatie-overzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Medewerkers	Internet Cleverdesk	Voortgang CO <sub>2</sub> reductieprogramma	2x per jaar
Medewerkers	Internet Mailing Cleverdesk	Huidige energieverbruik en trends binnen het bedrijf	2x per jaar
Medewerkers	Mailing Cleverdesk	Brandstofverbruik	4x per jaar
Medewerkers	Werkoverleg Toolbox	Behaalde besparingen in CO <sub>2</sub> -emissie	2x per jaar
Medewerkers	Toolbox	Nieuwe draaien	1x per jaar
Medewerkers	Internet Werkoverleg	Individuele bijdragen van medewerkers	2x per jaar/ ad hoc

### 3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Opdrachtgevers Leveranciers	Internet	Energiebeleid en reductiedoelstellingen	2x per jaar
Relaties	Internet	Huidig energieverbruik en trends binnen het bedrijf	2x per jaar
Geïnteresseerden	Internet	Behaalde besparingen in CO <sub>2</sub> -emissie	2x per jaar
Medewerkers Geïnteresseerden	Internet	Individuele bijdragen van medewerkers, geïnteresseerden	ad hoc

Bij projecten met gunningvoordeel vindt de communicatie omtrent CO<sub>2</sub>-emissie plaats conform wensen van de opdrachtgever en zoals vastgelegd in Programma van Eisen of bestek. Tijdens een 1e bijeenkomst worden de wensen van de opdrachtgever besproken en worden definitieve afspraken gemaakt over de projectregistraties en -communicatie.



