



Communicatieplan
CO2-prestatieladder
Van der Zanden Holding BV



Verantwoording

Document: CO2-communicatieplan 2018
Opdrachtgever: Directie VDZ Holding BV
Auteur: J.G.W. (Jurgen) van Beers
Datum: Januari 2018
Versie: 1.0
Status: Geaccordeerd

Wijzigingen

Versie	Datum wijziging	Status	Auteur	Omschrijving
1	26-02-2018	Definitief	J.G.W. van Beers	

Colofon

VDZ Holding BV
Zandstraat 14a
5066 CA Moergestel

Postbus 52
5066 ZH Moergestel

Telefoon: 013 – 513 13 37
E-mail: info@vanderzanden.nl

1. Inleiding

De VDZ Holding (hierna te noemen als Van der Zanden), het overkoepelende bestuursorgaan van Aannemingsbedrijf Van der Zanden Moergestel BV en Van der Zanden Milieu BV, is overtuigd van het belang van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Hiertoe heeft het besloten zichzelf onder andere te laten certificeren voor de CO2-prestatieladder van het SKAO (trede 3).

Het beleid van Van der Zanden is erop gericht dat de uit te voeren processen en de te leveren diensten worden ingericht conform de 3 P's: People, Planet en Profit. Het realiseren van het beleid is de verantwoordelijkheid van de directie en medewerkers van Van der Zanden. Daarnaast wordt vanuit Van der Zanden verwacht dat ketenpartners zich ook inzetten om gezamenlijk doelen te realiseren met betrekking tot een beter milieu.

Om dit te stimuleren communiceert Van der Zanden zowel intern als extern naar hun stakeholders over de doelen, maatregelen en voortgang van hun prestaties. Hierin wordt onderscheid gemaakt in interne en externe communicatie. Interne communicatie staat voor de communicatie van het CO2-beleid richting alle medewerkers binnen Van der Zanden. Onze externe communicatie is gericht op externe stakeholders, zoals opdrachtgevers, overheid / bevoegd gezag, leveranciers, ketenpartners, financiële instanties, NGO's en overige belanghebbenden.

Het communicatieplan geldt voor alle bedrijfsonderdelen die in de emissie-inventaris behandeld worden. Deze organisatiegrenzen zijn beschreven in het document 3.A.1. Emissie-inventaris.

1.1. People, Planet, Profit

De strategie van de drie P's (People, Planet, Profit) houdt verband met duurzaam ondernemerschap en past perfect binnen het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Deze strategie zegt dat het ondernemerschap, gericht op het runnen van een winstgevend bedrijf, in goede harmonie moet worden geleid met de drie P's. Als dit niet in harmonie gebeurt, kan dit betekenen dat één van de onderwerpen hier onder gaat lijden.

People: Sociaal en ethisch: hoe gaat een bedrijf om met: man-vrouw verhoudingen, diversiteit, discriminatie, inzet van mensen met een (lichamelijke, geestelijke en/of psychische) arbeidsbeperking, mensenrechten, omkoping, kinderarbeid, medezeggenschap en gedragscodes.

Planet: Rekening houden met het effect van de bedrijfsactiviteiten op het milieu, ofwel de planeet. Dit houdt concreet in dat bij de activiteiten van de organisatie gelet wordt op afvalscheiding, gebruik van schoonmaakmiddelen op natuurlijke basis, zuinig energieverbruik, gebruik van gerecyclede materialen en verpakkingen.

Profit: Wat zijn de economische effecten van de bedrijfsactiviteiten op de omgeving? Bijvoorbeeld de sponsoring van goede doelen, werkgelegenheid en investeringen in de infrastructuur. Winst maken hoort bij sociaal ondernemen, het gaat erom dat de balans tussen alle P's evenwichtig is.

1.2. Communicatiestrategie

Sinds geruime tijd is Van der Zanden al gecertificeerd voor de CO2-prestatieladder waardoor zij in de loop der jaren, met externe ondersteuning van adviesbureaus, door studies en ervaring voldoende kennis hebben vergaard. Deze kennis wil Van der Zanden inzetten om personeel, onderaannemers, opdrachtgevers, etc. te overtuigen voor en ondersteunen in het belang van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Binnen de organisatie heersen korte lijnen en geldt een open deuren beleid. Als iemand hulp nodig heeft vraagt die hier om en loopt het kantoor van die betreffende persoon binnen. Deze duidelijke communicatiestructuur werkt binnen het personeel door op de projecten waardoor onze communicatie met de omgeving hier ook goed verloopt. Veelal krijgen wij dit al compliment teruggekoppeld waardoor wij het belang van deze goede communicatie goed inzien.

Binnen de interne communicatie zal Van der Zanden het personeel en ZZP-er vooral inlichten over de samenhang van de onderwerpen omtrent duurzaamheid. Tevens wordt regelmatig input gevraagd van uit het personeel en hebben deze inspraak bij de aanschaf van nieuwe machines, waarbij brandstofbesparing een belangrijk punt is.

Extern zal Van der Zanden vooral de keten willen stimuleren om andere bedrijven en opdrachtgevers zich ook in te laten zetten voor duurzaamheid. Het aangaan van deze dialogen geschiedt via traditionele media als brochures en folders, onze website en sociale-media maar ook door klant- en werkbezoeken, netwerkbijeenkomsten en inspiratiebijeenkomsten met klanten.

2. Doelgroepen

Alle belanghebbenden dienen correct geïnformeerd te worden over de voortgang met betrekking tot de CO₂-uitstoot. De doelgroep van de interne communicatie bestaat uit alle medewerkers. De doelgroep voor de externe communicatie bestaat uit partijen die een betekenisvolle rol vervullen bij de reductie van CO₂-uitstoot en potentiële partners om mee samen te werken aan de CO₂-reductie. Vanwege de diversiteit in invloed is er een verdeling opgesteld

1. Interne belanghebbenden
2. Direct externe belanghebbenden
3. Indirect externe belanghebbenden
4. Overige

2.1. Interne belanghebbenden

Naar aanleiding van de interne analyse zijn de volgende interne belanghebbenden geïdentificeerd:

1. Personeel VDZ Holding BV
2. Onderaannemers / ZZP-ers (langdurig betrokken)

Werken aan energiebesparing en CO₂-reductie is een taak van iedereen binnen het bedrijf. Door structurele transparantie wordt de creatieve betrokkenheid van de medewerkers gestimuleerd. Communicatie is een hulpmiddel voor overdracht van kennis en informatie, 'samen leren we'. Omdat de organisatie relatief klein is zijn de lijnen kort. Er is een goede en open sfeer.

De medewerkers van VDZ Holding BV behoren tot de belangrijkste stakeholders, het energiebeleid is immers van invloed op hun dagelijkse werkomgeving. Daarnaast zijn er een aantal zelfstandigen en onderaannemers regelmatig betrokken bij projecten. Al deze betrokkenen hebben veel invloed op het beleid, omdat zij dit dagelijks ervaren. Daarom worden de ideeën gezamenlijk bedacht en vastgesteld.

2.1.1. Boodschap

De informatie die intern wordt gecommuniceerd gaat met name over:

- De CO₂-footprint en trends in de CO₂-emissie van zowel de gehele bedrijfsvoering, als de projecten.
- Doelen, ambitie en maatregelen ten aanzien van de CO₂-reductie
- Doorwerking naar de projecten (voor, tijdens en na de projecten)
- Op welke manier medewerkers zelf kunnen bijdragen aan CO₂-reductie
- Deelname aan initiatieven
- Voortgang en resultaten van reductiemaatregelen

2.1.2 Communicatiemiddelen

Door de inzet van onderstaande communicatiemiddelen, wordt het gehele bedrijf minimaal twee keer per jaar geïnformeerd over en betrokken bij de CO2-reductie die Van der Zanden wil realiseren. Dit geldt voor zowel de vaste als tijdelijke werknemers van het bedrijf.

2.1.2.1 Website

Via de website van het bedrijf (www.vanderzanden.nl) worden medewerkers en overige geïnteresseerden geïnformeerd over de inspanningen op het gebied van CO2-reductie en duurzaamheid. De website omvat in ieder geval zoals vermeld in het handboek CO2-prestatieladder 3.0 (hoofdstuk 6.1.3).

2.1.2.2 Projectoverleg

Op de projecten is met regelmaat overleg binnen alle lagen van de organisatie waarbij CO2-reductie vaste agendapunten c.q. onderwerpen zijn. Men bespreekt de voortgang van de projecten, waarbij brandstofgebruik en inzet van het materieel en wagenpark een onderdeel is.

CO2-reductie staat regelmatig op de agenda van het MT-overleg. Het MT houdt toezicht op de voortgang van de maatregelen en andere activiteiten in het kader van de CO2-prestatieladder.

2.1.2.3 Directiebeoordeling

Tenminste eenmaal per jaar wordt in opdracht van de directie een interne audit en een directiebeoordeling verricht. Daarbij wordt onder andere gekeken naar de voortgang van de CO2-reductie en de activiteiten daaromtrent.

2.1.2.4 Toolboxmeeting

Tien keer per jaar wordt een toolbox meeting gehouden voor het gehele personeel (en ZZP-ers). Hierbij komen ook onderwerpen aan de orde die betrekking hebben op CO2-reductie. Ter aankondiging van het toepassen van de CO2-prestatieladder is er een brief verzonden met inhoudelijke informatie. Bij de eerstvolgende toolbox-meeting wordt de informatie gereflecteerd om feedback te verzamelen.

2.1.2.5 Personeelsbijeenkomst

(Minimaal) twee keer per jaar, voor de bouwvak en kerst, wordt een personeelsbijeenkomst gehouden. CO2-reductie vormt onderdeel van het programma.

2.2. Direct externe belanghebbenden

Naar aanleiding van de externe analyse zijn de volgende directe externe belanghebbenden geanalyseerd:

1. Opdrachtgevers
2. Oderaannemers
3. SKAO

Deze groep kan veel invloed uitoefenen in het beleid dat in het kader van de CO₂-reductie gevoerd wordt. Opdrachtgevers kunnen bijvoorbeeld eisen stellen aan de inkoopvoorwaarden of een minimale trede op de prestatieladder eisen voor inschrijving. SKAO heeft veel belang bij CO₂-reductie en kan daarom het handboek aanscherpen; dat gevolgen heeft voor het beleid dat Van der Zanden als gecertificeerd bedrijf moet voeren. Verder dienen onderaannemers en zelfstandigen op termijn te voldoen aan gestelde duurzaamheidseisen; gesteld door Van der Zanden om de keten te stimuleren tot CO₂-reductie.

2.2.1 Boodschap

De informatie die extern verstrekt wordt gaat met name over:

- De CO₂-footprints en trends in de CO₂-emissie van de gehele bedrijfsvoering (bedrijfspanden & materieel)
- Doelen, ambitie en maatregelen ten aanzien van CO₂-reductie.
- Doorwerking naar de projecten
- Op welke manier externe belanghebbenden kunnen bijdragen aan de CO₂-reductie van het bedrijf
- Deelname aan initiatieven
- Voortgang en resultaten

Suggesties, opmerkingen en kritiek van externe belanghebbenden zijn welkom, aangezien het bedrijf daarvan kan leren. Samen naar minder CO₂-uitstoot.

2.2.2. Communicatiemiddelen

Door het inzetten van onderstaande communicatiemiddelen worden externe belanghebbenden geïnformeerd en betrokken. Deze partijen worden op de hoogte gehouden en geraadpleegd wanneer nodig.

2.2.2.1 Projectoverleg

De opdrachtgevers van Van der Zanden voeren regelmatig overleg. Gebruik van brandstof en energie alsmede de inkoop van materialen in de projecten kan dan onderdeel zijn van de vergaderingen. Ook met andere partners (zoals leveranciers en onderaannemers) wordt de voortgang en eisen besproken.

2.2.2.2 Website

Via de bedrijfswebsite worden alle externe belanghebbenden en andere geïnteresseerden over de inspanningen op het gebied van CO₂-reductie en duurzaamheid in brede zin geïnformeerd. De website bevat in ieder geval de informatie zoals voorgeschreven in het 'Handboek CO₂-Prestatieladder 3.0 (hoofdstuk 6.1.3 blz. 42)'.

2.2.2.3 Presentaties

Wij geven af en toe presentaties bij klanten of bijeenkomsten, over het bedrijf en de projecten die wij uitvoeren. Daar zullen onze inspanningen om de CO₂ uitstoot te reduceren ook ter sprake komen.

2.3. Indirect externe belanghebbenden

Naar aanleiding van de externe analyse zijn de volgende indirect belanghebbenden geïdentificeerd:

- Leveranciers
- Branchegenoten die met CO₂-reductie bezig zijn
 - Cumela
 - Concurrenten
- Overheden
- Maatschappij (media, omwonenden, belangenverenigingen natuur, klimaat en energie)
- Non gouvernementale organisaties (NGO)
 - Kennisinstituten in de branche

Deze groep heeft weinig invloed waardoor deze beperkt geraadpleegd hoeven te worden bij het maken van beslissingen. Deze dienen wel in overweging te worden gehouden bij minder belangrijke beslissingen, om goodwill te creëren.

De overheden in wiens invloedssfeer Van der Zanden ligt zijn over het algemeen geïnteresseerd in de prestaties van het bedrijf op het gebied van duurzaamheid en milieu. Zij kunnen door het aanpassen van wet- en regelgeving ook grote invloed uitoefenen op het beleid dat Van der Zanden hier voor moet voeren. Echter zullen zij niet geïnteresseerd zijn in de exacte score op het gebied van CO₂-prestatieladder, maar wel in de algemene trends en uitzonderlijke innovaties die het bedrijf onderneemt. Een mogelijkheid hierin is een actieve deelname aan initiatieven om de CO₂-uitstoot te reduceren.

2.3.1. Communicatiemiddelen

Communicatie verloopt via onderstaande middelen:

- Website
- Vermeldingen in vakbladen

2.4. Overige

Naast bovengenoemde groepen, kan het zijn dat er mensen gewoon geïnteresseerd zijn in het bedrijf en de reductiemaatregelen die genomen worden voor vermindering van CO₂-uitstoot. Deze groep heeft geen invloed waardoor deze niet geraadpleegd worden bij het nemen van beslissingen. Echter mogen ze wel inzien waar wij zoal mee bezig zijn. Eventuele input / verbeteringen naar aanleiding van hetgeen hun te zien krijgen, wordt zeker gewaardeerd en meegenomen in de jaarevaluatie.

2.4.1. Communicatiemiddelen

Communicatie verloopt via onderstaande middelen:

- Website
- Vermeldingen in vakbladen

3. Evaluatie

Na uitvoering van de plannen wordt geëvalueerd hoe het communicatieplan is verlopen en waar het daaropvolgende jaar wijzigingen doorgevoerd moeten worden. Dit wordt dan vastgelegd in het communicatieplan voor het daaropvolgende jaar. De evaluatie vindt plaats na de audit en certificering, omdat dan de op- en aanmerkingen van de certificerende instelling verwerkt kunnen worden. Tijdens de evaluatie wordt de mening van verschillende stakeholders gevraagd. Deze mening moet weergegeven in hoeverre de communicatie effectief is geweest.

Daarnaast zijn in het kader van de CO2-prestatieladder een aantal documenten opgesteld, die jaarlijks zowel intern als extern worden gecommuniceerd.

- CO2-footprint
- CO2-voortgangsrapport en actieplan
- Communicatieplan
- Energiemanagementplan

4. Planning

Elk jaar dient Van der Zanden documenten op te stellen waarin wordt aangegeven op welke wijze de communicatie gaat verlopen voor het komende jaar.

4.1. Verplichtingen

Document	Inhoud	Verantwoordelijk	Periodieke update
CO2 handboek	Procedures CO2 Prestatieladder	KAM-coördinator	Jaarlijks
Energie Audit	Inventarisatie en evaluatie energiestromen en verbruikers en reductiedoelstellingen	KAM-coördinator	Jaarlijks
Emissie-inventaris	Energiestromen; CO2-footprint	KAM-coördinator	Half-jaarlijks
Communicatieplan	Bepalen doelgroepen, communicatiedoelen, -planning en -middelen	KAM-coördinator	Jaarlijks
Energiemanagementplan	Reductiemaatregelen, verantwoordelijkheden hiervoor en deelname aan initiatieven	Directie / KAM-coördinator	Jaarlijks
Interne audit	Controle op uitvoering en invulling emissie-inventaris	KAM-coördinator	Jaarlijks
Directiebeoordeling	Beoordeling van de directie over de CO2-prestatieladder, met als input de resultaten van audits, vervolgmaatregelen en aanbevelingen voor verbetering	Directie	Jaarlijks

4.2. Communicatieplanning

	Doelgroep	Boodschap	Middel	Frequentie	Verantwoordelijke
Intern	Medewerkers	Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen	Internet SKAO website TV-scherf	2x per jaar	KAM-coördinator
	Medewerkers	Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf	Internet Mailing TV-scherf	2x per jaar	KAM-coördinator
	Medewerkers	Structurele communicatie na certificering	TV-scherf		KAM-coördinator
	Overige medewerkers	Individuele bijdragen van medewerkers	Personeelsbijeenkomsten Werkoverleg Functioneringsgesprek	2x per jaar	KAM-coördinator
Extern	Opdrachtgevers Leverancier	Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen	Internet SKAO website	1x per jaar	KAM-coördinator
	Relaties	Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf	Internet SKAO website Mailing	1x per jaar	KAM-coördinator
	Overige Geïnteresseerden en SKAO	De behaalde besparingen in CO2-uitstoot	Internet	1x per jaar	KAM-coördinator
	Medewerkers, geïnteresseerden	Individuele bijdragen van medewerkers, geïnteresseerden	Internet	Continu	KAM-coördinator