



COMMUNICATIEPLAN CO₂



Opgesteld door : J. Kolk – medewerker VGM

Datum : juli '24



Inhoud

1.	Inleiding	3
2.	Stuurcyclus.....	4
3.	Interne communicatie	5
3.1	Doelgroep	5
3.2	Stroomschema interne communicatie	6
4.	Externe communicatie	7
4.1	Doelgroep	7
4.2	stroomschema externe communicatie	8
5.	Communicatieplanning.....	9

1. Inleiding

HSB is zich ervan bewust, dat de schadelijke emissie van CO₂ voorkomt uit verbranding van fossiele brandstoffen en dat onze bedrijfsactiviteiten daar mede onderdeel van zijn.

Door invoering van een CO₂-energiebewust beleid met duurzame bedrijfsvoering en bedrijfsprocessen, is het van belang dat wij onze CO₂-uitstoot en ons energieverbruik gaan reduceren. Naast het creëren en vastleggen van het CO₂ en energiebewust beleid met de daarbij behorende reductiedoelstellingen, is het zeer zeker ook belangrijk om goed te communiceren over dit beleid.

Teneinde dit te realiseren, communiceert HSB transparant over de energiereductiedoelstellingen, de maatregelen, initiatieven en behaalde resultaten door middel van interne en externe communicatie.

De interne communicatie staat voor de communicatie van het CO₂-beleid richting alle medewerkers van HSB Holding B.V. Open en transparante communicatie draagt bij in het bewustwordingsproces en betrokkenheid van medewerkers. Om de doelstellingen te kunnen behalen is het van groot belang dat iedere medewerk(st)er zich bewust is van zijn/haar verantwoordelijkheden op dit gebied. Het terugdringen van de CO₂-uitstoot wordt hiermee de taak van iedereen.

Ook externe communicatie over het CO₂-reductiebeleid is zeer belangrijk. Door het informeren van externe partijen, draagt HSB haar maatschappelijke betrokkenheid uit. Externe communicatie is gericht op alle externe stakeholders, zoals opdrachtgevers, projectpartners, leveranciers, bevoegd gezag en omgevingspartijen.

Externe communicatie bevat eveneens de communicatie met stakeholders in het kader van keteninitiatieven om bewustwording en CO₂-reductie in de keten te bevorderen. Zo kan een wezenlijk bijdrage worden geleverd aan een goed klimaat voor de huidige generatie alsook toekomstige generaties.

De verantwoordelijken voor communicatie hebben als taak om aan de hand van de inhoudelijke input te bepalen welke communicatiemiddelen er moeten worden ingezet om de informatie zo effectief mogelijk te verspreiden onder de diverse doelgroepen.

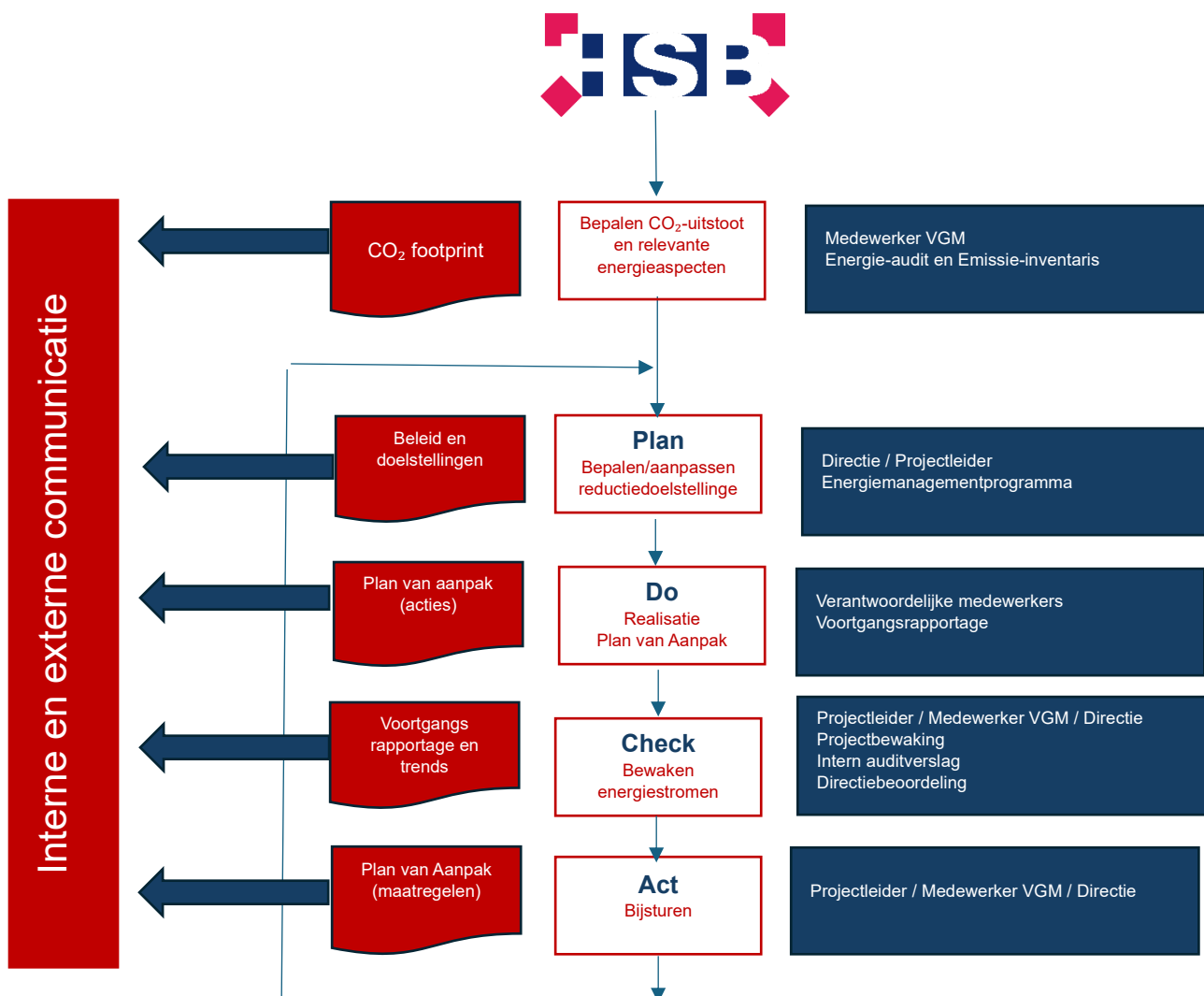
2. Stuurcyclus

De stuurcyclus van HSB is gericht op het PDCA-principe (Plan-Do-Check-Act). Binnen deze stuurcyclus zijn taken toegewezen aan verantwoordelijke medewerkers. De stuurcyclus is adequaat voor de bedrijfsvoering en transparant voor interne en externe stakeholders.

HSB communiceert zowel intern als extern minimaal 2 x per jaar over:

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen binnen het bedrijf;
- Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf;
- De behaalde besparingen in CO₂-uitstoot;
- De verbetermogelijkheden.

De stuurcyclus wordt weergegeven in onderstaand stroomdiagram:



3. Interne communicatie

Het doel van de interne communicatie over het CO₂-beleid, is het energiebewust maken van de medewerkers en daarmee de reductiedoelstellingen te behalen. Hiervoor is de medewerking van de medewerkers een vereiste. Derhalve is de interne communicatie voor 100% gericht op eigen medewerkers. Door communicatie worden de medewerkers geïnformeerd en aangespoord om een bijdrage te leveren aan de reductie van de CO₂-emissie.

3.1 Doelgroep

De doelstelling is om de medewerkers periodiek te informeren via diverse communicatiekanalen.

Ieder jaar zullen op een vast moment (bij voorkeur aan het begin van het jaar) het energiebeleid en de reductiedoelstellingen in een nieuwsbrief aan bod komen, om ervan verzekerd te zijn dat de aandacht voor CO₂-emissie en -uitstoot niet verslapt.

Hierbij wordt gekeken in hoeverre het personeel kan meewerken aan het behalen van de doelstellingen. Omdat binnen HSB een duidelijke splitsing is tussen binnendienst en buitenpersoneel, worden 2 doelgroepen geformuleerd.

Kantoorpersoneel en medewerkers Tifa / werf:

Voor het kantoorpersoneel en medewerkers werf/Tifa zal middels de nieuwsbrief worden uitgelegd welke reductiedoelstellingen er gelden en op welke manier zij kunnen bijdragen. De toolbox wordt vermeld op InSite, zodat de informatie te allen tijde inzichtelijk is.

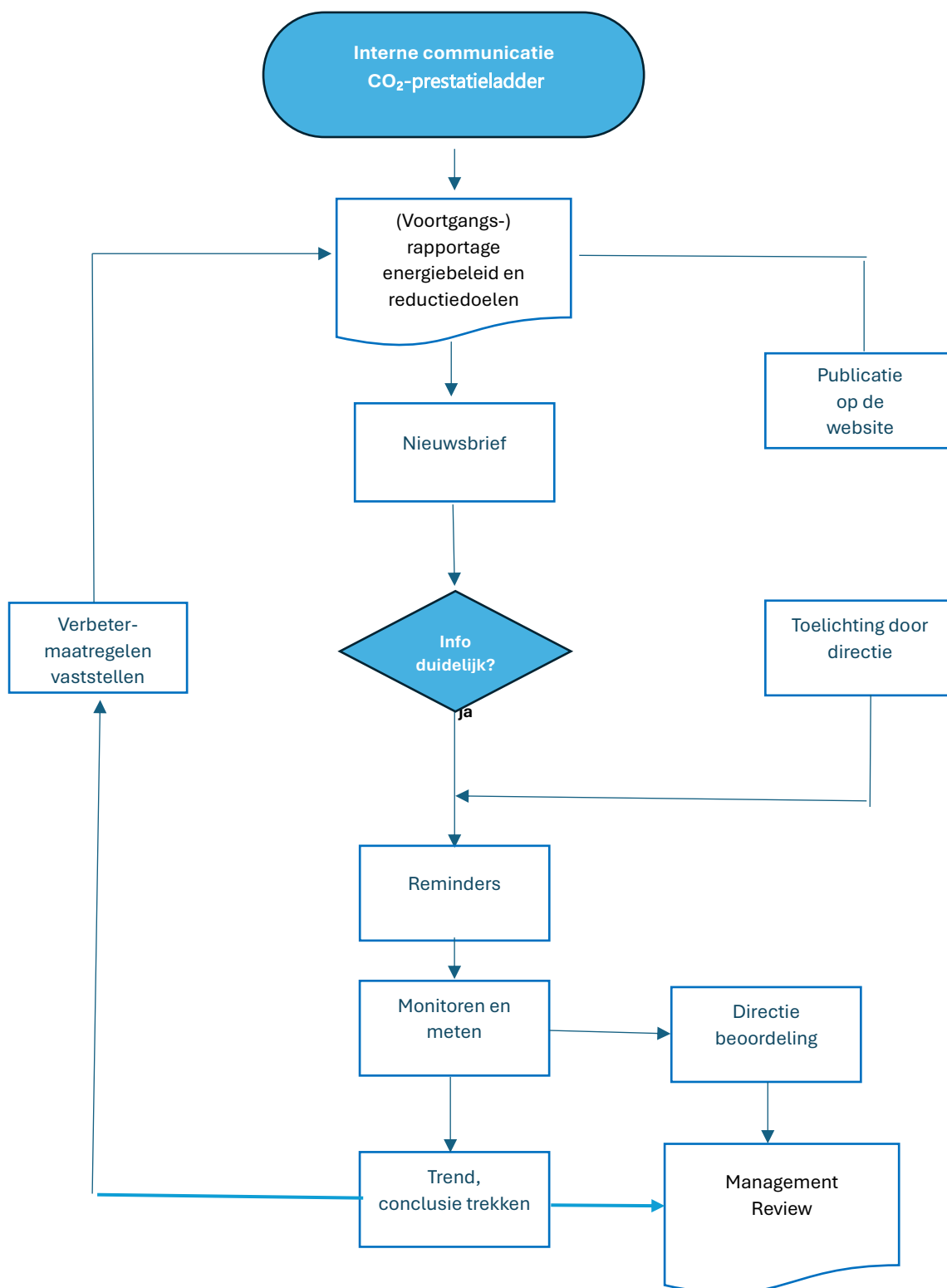
Buitenmedewerkers:

Voor de buitenmedewerkers zal middels de nieuwsbrief de nadruk worden gelegd op vermindering van brandstofverbruik en milieuvriendelijk werken. Er zal worden aangegeven op welke wij ze men kan bijdragen door het juist besturen / gebruiken van voertuigen / machines en waar men op moet letten bij afvalscheiding / verzamelen recyclebare materialen. De nieuwsbrief wordt vermeld op InSite (en daar waar nodig opgehangen in de bouwketen), zodat de informatie te allen tijde inzichtelijk is.

Halverwege het jaar zal in een nieuwsbrief aandacht worden besteed aan de voortgang van de reductiedoelstelling. Deze kan eventueel tijdens een toolbox worden behandeld. Met behulp van een grafische voortgangsrapportage kunnen we gezamenlijk de CO₂-uitstoot bespreken en eventuele verbetermaatregelen bepalen.

Als laatste is er de Website van HSB, waarop informatie met betrekking tot ons CO₂-reductiebeleid in te zien is.

3.2 Stroonschema interne communicatie



4. Externe communicatie

Om de reductiedoelstellingen te kunnen behalen, is niet alleen de medewerking van het eigen personeel, maar ook dat van externe partijen zoals: opdrachtgevers, leveranciers en onderaannemers nodig. Met externe communicatie tracht HSB om haar ambitie en doelstellingen zo breed mogelijk uit te dragen. Het doel is om een breed draagvlak te creëren, zodat andere partijen hieraan kunnen bijdragen.

4.1 Doelgroep

De doelgroep wordt opgesplitst in diverse groepen, te weten: opdrachtgevers, klanten, leveranciers, onderaannemers en brancheorganisatie.

Opdrachtgevers:

Onder opdrachtgevers wordt verstaan: provincies, Gemeenten, natuurorganisaties, waterschappen en grote bedrijven. Het doel is om opdrachtgevers te informeren met betrekking tot het CO₂-bewustzijn van HSB. Dit wordt uitgevoerd door middel van een mailing / nieuwsbrief, of komt aan bod tijdens de bouwvergadering.

Bij CO₂-gunningsprojecten zullen de prestaties van HSB op CO₂-reductie minstens halfjaarlijks worden besproken met de opdrachtgever.

Klanten:

Vaste klanten van HSB houden wij op de hoogte op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) en de CO₂-prestaties door middel van een nieuwsbrief, mailing of Social Media.

Leveranciers:

Diverse leveranciers hebben in de afgelopen jaren al een ontwikkeling doorgemaakt op het gebied van duurzaamheid. HSB werkt veel met vaste leveranciers met duidelijke prijsafspraken, waarbij milieubewustzijn een belangrijk onderdeel is. Bij het vinden van nieuwe leveranciers wordt aandacht besteed aan zowel het milieubewustzijn van een bedrijf, alsook de vestigingslocatie. Lokale ondernemen krijgen de voorkeur in levering van materialen, waarmee dit aansluit op het bedrijfsbeleid van HSB.

Onderaannemers:

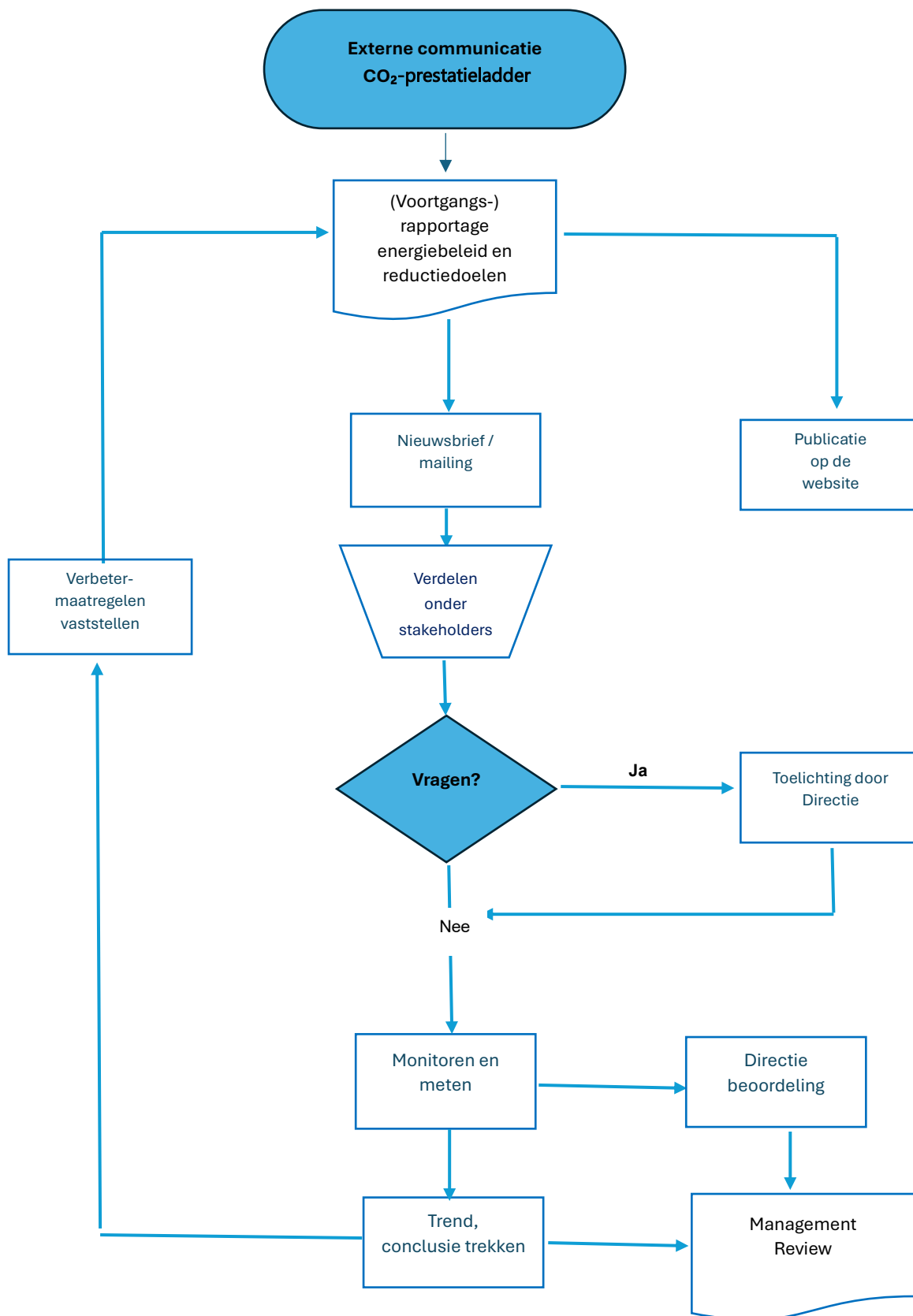
Met betrekking tot onderaannemers wordt een onderscheid gemaakt in huidige onderaannemers en toekomstige onderaannemers. Huidige onderaannemers waarmee wij een goed samenwerkingsverband hebben blijven tot ons leveranciersbestand behoren. Voor het contracteren van nieuwe onderaannemers wordt rekening gehouden met het milieubewustzijn van de organisatie, de MVO-gedachte en de vestigingslocatie. Onderaannemers die dagelijks vele kilometers moeten maken om op een werk te komen worden geweerd of gestimuleerd een overnachtingsregeling te treffen. Indien bedrijfseconomisch verantwoord, krijgen lokale onderaannemers de voorkeur.

Brancheorganisaties:

De brancheorganisatie waarbij HSB is aangesloten is Bouwend Nederland.

Middels diverse keteninitiatieven vindt periodiek communicatie plaats met als doel bewustwording en CO₂-reductie bevorderen binnen de branche.

4.2 stroomschema externe communicatie



5. Communicatieplanning

Elke doelgroep wordt benaderd door een bepaald communicatiemiddel. Sommige doelgroepen kunnen de informatie ontvangen door verschillende middelen en sommige middelen kunnen meerdere doelgroepen bereiken. Onderstaand schema geeft aan welke communicatiemiddelen er worden gebruikt, welke doelgroep deze zullen bereiken en hoe vaak een bericht geplaatst zal worden, dat te maken heeft met de CO₂-prestatieladder.

Onderstaande communicatieplanning is van kracht:

Intern:

Doelgroep	Inhoud	Middel	Moment	Verantwoordelijke	Uitvoering door
Medewerkers	Resultaat CO ₂ certificering, beleid en doelstellingen	InSite	Jaarlijks	Directie	Administratie
	Beleid, doelstellingen en Plan van Aanpak	InSite	Jaarlijks	Directie	Directie
	Voortgangsrapportage CO ₂ -footprint	InSite / nieuwsbrief	Gepland minimaal 1 x per jaar	Directie	Administratie
	Initiatieven m.b.t. CO ₂ -reductie, verkrijgen van input voor het reductiebeleid en de reductiedoelstellingen.	InSite / overleg	Continu	Directie	Directie / werkgroep
	Reminders medewerkers	Insite / informatie-borden keet	continu	Directie	Directie / werkgroep

Extern:

Doelgroep	Inhoud	Middel	Moment	Verantwoordelijke
Allen	Certificaat CO ₂ -prestatieladder	Internet	3-jaarlijks na (her-) evaluatie	Afdeling VGM
Allen	Voortgangsrapportage CO ₂ -footprint en reductiedoelstellingen	Internet	Gepland minimaal 1 x per jaar	Directie
Allen	Keteninitiatieven m.b.t. CO ₂ -reductie en commitment	Internet	Gepland minimaal 1 x per 3 jaar en bij wijzigingen	Directie
Opdrachtgever van project met gunningsvoordeel	Voortgangsrapportage CO ₂ -footprint en reductiedoelstellingen	Bouwvergadering	1 x per jaar	Projectleider
Leveranciers	Leveranciers op de hoogte stellen van het CO ₂ -bewust ondernemen van HSB en de eisen die daarbij aan leveranties worden gesteld	Inkoopvoorwaarden	Bij opdracht	Inkoop
Onderaannemers	Onderaannemers op de hoogte stellen van het CO ₂ -beleid en wat dit inhoudt voor de uitvoering van de werkzaamheden.	Inkoopvoorwaarden	Bij opdracht	Inkoop