



2018-2021

Communicatieplan CO₂ prestatieladder

Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan van

Tijssen B.V.
Aannemingsbedrijf

Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf
Geulweg 39
4695RE, Sint-Maartensdijk
Tel: 0166-661958
Email: info@tijssen.vermeulengroep.nl

Dit communicatieplan is gemaakt in opdracht voor Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf. Overname, geheel of gedeeltelijk, toegestaan met bronvermelding.
© SW4A

Deze inhoudsopgave zal bij iedere herziening opnieuw worden uitgegeven.
De inhoudsopgave bepaalt de geldigheid van het handboek.

Wijziging: Naamswijziging Tijssen BV

VRIJGAVE en UITGIFTE DATUM: ~~16-11-2018~~ Versie: 1.1
01-12-2019 Versie: 1.2

Inhoud

1. Introductie.....	2
2. Doelstelling en doelgroepen	3
Doelgroepen.....	3
2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden	3
2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1	4
2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden	4
2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2	4
3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3)	4
3. Media.....	5
4.1 Interne communicatie	5
4.1.1 Medewerkersbijeenkomsten	5
4.1.2 Nieuwsbrieven (digitaal bedrijvenwebsite).....	5
4.1.3 Website.....	5
4.2 Externe communicatie	5
4.2.1 Bedrijfswebsite	6
4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO	6
4.2.3 Persberichten	6
4.2.5 Actieve deelname in werkgroepen (participatie).....	6
5. Uitvoering – Stuurcyclus communicatie.....	7
5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)	7
5.2 Uitvoering van de communicatie (Do)	8
5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel.....	9
5.3 Controle van de communicatie (Check)	9
5.3.1 Bijdragen en terugkoppeling over het CO ₂ -reductiebeleid	9
5.4 Corrigerende maatregelen (Act)	9

1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan van Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf. Dit document beschrijft de communicatie als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het Handboek CO₂- Prestatieladder 3.0 en uitgebracht door de Stichting SKAO d.d.10 juni 2015.

Gegevens over de CO₂-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductiemaatregelen 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.

Sint Maartensdijk, December 2019



N.W. Tijssen

2. Doelstelling en doelgroepen

Het communicatiedoel rondom CO₂-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 CO₂-prestaties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de CO₂-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 CO₂-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om de CO₂-uitstoot verder te reduceren en hiervoor concrete voorstellen te doen.

Groep belanghebbenden	Wat voor invloed heeft de belanghebbende voor het bedrijf		
Intern	Functie	Belang/ invloed bij reductie beleid	Scope
Medewerkers	Calculatie/ Werkvoorbereider	Plannen van ritten en inkoop van grondstoffen.	Scope 1
	Uitvoerder	Controle op de werkvloer m.b.t. gebruik machinepark en het brandstofverbruik	Scope 1
	Machinisten	Energie bewust bij het gebruik maken van de machines.	Scope 1
	Chauffeurs	Bewustwording in de uitvoeren van transportritten (volgens route planning, korte routes e.d.)	Scope 1
	Medewerkers kantoor	Gebruik van middelen op kantoor: Verlichting en gebruik van verwarming/koeling e.d.	Scope 1&2
	Monteur	Gebruik maken van middelen in de werkplaats: Verlichting, gereedschap e.d.	Scope 1&2

2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1

Het doel van communicatie met deze doelgroep is met name: **Informereren, overtuigen en activeren.**

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 4.

2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden

Externe belanghebbenden zijn partijen die belang hebben bij reductie van energie en van de meest materiële CO₂-emissies, en potentiële partners om mee samen te werken aan CO₂-reductie, zowel bij de initiatieven van ons bedrijf als bij de maatregelen in projecten waarop CO₂-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.

2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is: **Informereren, kennisdelen en relatieonderhoud.**

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

Groep belanghebbenden.

Belanghebbende: Wat is de link met ons CO₂-reductiebeleid?

Dit zijn; Klanten, afnemers, opdrachtgevers door mogelijke samenwerking in sector- en/of keten initiatief. Geselecteerde opdrachtgevers, leveranciers en nevenaannemers zijn vermeld in document 7.8 (participatie) van het KVGM handboek. Derhalve zijn hieronder enkele belanghebbenden vermeld welke invloed zij kunnen uitoefenen op reductie van CO₂ uitstoot.

Extern	Partij	Belang/invloed reductiebeleid
Opdrachtgevers/ klanten	Waterschap Aa en Maas (Beneden Aa) te 's-Hertogenbosch	Gunningvoordeel bij aanbestedingen.
	Waterschap Scheldestromen te Middelburg.	Participatie in de werkgroep.
	Provincie Zeeland te Middelburg.	
Leveranciers	Mol-Schuddebeurs te Noordgouwe.	Aanleveren brandstof-alternatieven of toevoeging additief. (besparingstips)
	Zanddijk mechanisatie BV te Tholen.	Aanbieden van machines en voertuigen voorzien van elektrische of hybride aandrijving
	Van Steenis B.V.	
Branchebedrijven, nevenaannemers en onderaannemers	Diverse partijen	Overleg en samenwerking in reductie (sector initiatief)
	Inhuur externen/ZZP en onderaannemers	Samenwerking m.b.t. het halen van doelstellingen. Deelname aan de CO ₂ toolboxen.
Overheden en regelgevers	Gemeenten	Kunnen (wet) criteria stellen m.b.t. milieu. Bijv. alleen gebruik van Euro 6 motoren, of verplichte toevoeging van additief aan de brandstof
	Provincie	
	Rijk	
Directe omgeving locatie/projectlocatie 's	Locatie Sint Maartensdijk	(Mogelijk) overlast rijdend materieel. Transportbeweging verminderen.
	Projectlocaties	

3. 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 medewerkersbijeenkomsten.
- Geschreven via nieuwsbrieven en publicatie op o.a. het whiteboard.
- WhatsApp, e-mail etc.
- Website.

4.1.1 Medewerkersbijeenkomsten

Tijdens de medewerkersbijeenkomsten worden de CO₂-uitstoot, de reductiedoelstelling en de voortgang van de doelstelling besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Minimaal eenmaal per jaar vindt er een personeelsbijeenkomst plaats. Daarnaast vind er minimaal éénmaal per jaar een toolbox plaatst met als thema CO₂-reductie.

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 (digitaal bedrijvenwebsite)

De belangrijkste elementen uit onze CO₂-footprint worden minimaal tweemaal per jaar aan het personeel gecommuniceerd door middel van de footprint en een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- Het geformuleerde energiebeleid.
- De huidige status van de gerealiseerde reductie in CO₂-emissie en energieverbruik.
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO₂-reductie.
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.
- Reductiemogelijkheden, zowel bedrijf breed als op project- en persoonlijk niveau.
- Projecten die zijn ingezet om reducties te realiseren.
- Trends van energieverbruik en CO₂-uitstoot.

4.1.3 Website

Op onze website is een aparte link naar een 'Duurzaamheidspagina' gecreëerd. Op deze pagina worden alle projecten in het kader van CO₂- 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 CO₂-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.vermeulengroep.com
- De SKAO website www.skao.nl
- Digitale nieuwsbrieven.
- Facebook etc.

4.2.1 Bedrijfswebsite

Voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden is een 'Duurzaamheidspagina' op de website ingericht. De informatie die via deze link te vinden is omvat tenminste:

- De CO₂-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 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO

De informatie die op deze website te vinden is omvat tenminste de naam van het (keten/sector) initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de reductiedoelstellingen.

Op de website van SKAO dient elk document een pdf te zijn, met vermelding van een versienummer, een handtekening van de autoriserende verantwoordelijke manager, en de autorisatiedatum. Inlogcodes en instructies zijn echter na aanmelding al wel ter beschikking gesteld om ook de maatregellijst te kunnen benaderen en invullen. Na certificatie zal ook het certificaat op de SKAO-pagina worden geplaatst.

4.2.3 Persberichten

Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf communiceert, indien van toepassing, middels een persbericht haar activiteiten op het gebied van CO₂-emissie en CO₂-reductie. De inhoud van de persberichten wordt dan bepaald door de directie.

4.2.5 Actieve deelname in werkgroepen (participatie)

Binnen de maatschappelijk omgeving waarin de organisatie opereert, zijn er diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf is onderzoekende bij welke initiatief en werkgroepen kan worden aangesloten. Dit jaar is een eerste werkgroep gestart o.a. bestaande uit opdrachtgever; Provincie Zeeland, Waterschap Aa en Maas, enkele leveranciers; Zandijk, Van Steenis, (neven)aannemers; Gunter Grondverzet, Prop, Zandee en initiatiefnemer Tijssen. Op deze wijze participeert Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op haar werkgebied, voor een actieve bijdrage in de werkgroep. Zij communiceert in deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

Dit document wordt gepubliceerd op onze bedrijfswebsite en op de website van SKAO.

5. Uitvoering – Stuurcyclus communicatie



Om te waarborgen dat de communicatie met betrekking tot het CO₂ beleid van het bedrijf haar doel(en) heeft bereikt is een efficiënte stuurcyclus noodzakelijk.

Hieronder zijn de stappen omschreven welke bij Tijssen B.V. Aannemingsbedrijf gevolgd worden om dit te realiseren.

Deze stappen zijn gebaseerd op de Deming cyclus: Plan-Do-Check-Act. Deze stuurcyclus is geïmplementeerd en geborgd in het managementsysteem. (document 3.2 en document 7.9 van het KVGM handboek).

Eerste verantwoordelijke voor de algehele communicatie is de heer N.W. Tijssen.



Voor het bedrijf en de projecten waar het CO₂-gunningsvoordeel op is verkregen.

Plannen – communiceren – terugkoppelen – corrigeren/aanpassen.

Terugkoppeling o.a. aan de medewerkers en overige belanghebbenden.

5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)

Jaarlijks wordt in MT-overleg het volgende besproken ten aanzien van de communicatie:

- De externe belanghebbenden en doelgroepen worden (opnieuw) bepaald.
- Eventuele terugkoppelingen en communicaties aan het bedrijf van belanghebbenden (intern en extern).
- De frequentie van het communiceren.
- De actualiteit c.q. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie.
- Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO₂-prestatieladder m.b.t. communicatie.

N.W. Tijssen levert de benodigde informatie aan het MT voor het bovenstaande. De bevindingen van het MT-overleg worden vastgelegd in de jaarlijkse directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling door het MT kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd worden.

Tussentijdse wijzigingen worden ook gecommuniceerd in het driemaandelijks stafoverleg.

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 CO₂ prestatieladder. De eerste verantwoordelijke zijn Directie en MT, op aanwijzing van het MT of Directie kan deze taak ook gedelegeerd worden.

Communicatie	Doelgroepen	Frequentie /planning	Criteria	Inhoud	Verantwoordelijk
Bedrijf-website	Alle, intern en extern	Jaarlijks actualiseren	3.B.1	De CO ₂ footprint scope 1&2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
			3.C.1.	Energie Management Actieplan.	
			3.D.1.	Informatie over actieve deelname aan keten -of sector initiatief.	
Website SKAO	Alle, intern en extern	Jaarlijks actualiseren	3.D.1.	Informatie over actieve deelname aan keten -of sector initiatief.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
Personeel - bijeenkomst/ Toolbox	Alle medewerkers	Minimaal 1 x per jaar	3.C.1.	De CO ₂ footprint scope 1&2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
Werk/ stafoverleg	Directie, VGM - functionaris, Uitvoerders, extern adviseur	1 x per 3 maanden	3.C.1.	Ontwikkelingen en gedrag werknemers/ onderaannemers m.b.t. energieverbruik en CO ₂ uitstoot.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
Nieuwsbrief	Alle mede - werkers	Halfjaarlijks	3.C.1.	De CO ₂ footprint scope 1&2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
Persberichten	Alle externe belanghebbenden	Ad hoc	1.C.1.	Energiereductiebeleid, inhoud door Directie te bepalen.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
MT-overleg	MT	1 x per jaar	2.C.2.	Energiereductiebeleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde
Actieve deelname werkgroepen	Mede-initiatiefnemers	Afhankelijk van planning en het onderwerp.	3.D.1.	Mogelijkheden Voor reductiemaatregelen op projecten.	Directie en MT of aangewezen gedelegeerde

5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel

Voor projecten waarop CO₂ gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen wordt een apart communicatieplan opgesteld. Deze zijn ook o.a. omschreven de VGM-projectplannen (par 6.). 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 communicatieplan wordt opgesteld door de externe adviseur in samenwerking met de directie en de projectleider/uitvoerder.

5.3 Controle van de communicatie (Check)

De directie is verantwoordelijk voor de controle op de juiste uitvoer van de verschillende communicaties volgens het communicatieplan.

Jaarlijks controleert de directie 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 directie aan het MT gemeld.

5.3.1 Bijdragen en terugkoppeling over het CO₂-reductiebeleid

Naar aanleiding van de communicatie over het CO₂-reductiebeleid kan het bedrijf bijdragen of terugkoppeling ontvangen van derden. Dit kan bijvoorbeeld een communicatie zijn van een externe belanghebbende (b.v. opdrachtgever) of medewerker van het bedrijf.

Bijdragen of terugkoppelingen kunnen bestaan uit (maar zijn niet beperkt tot):

- ideeën voor maatregelen om tot CO₂-reductie te komen;
- klachten m.b.t. energie verspilling of milieu overlast;
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO₂-reductiebeleid;
- (wijzigingen m.b.t.) eisen van opdrachtgevers over het CO₂-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO₂-reductiebeleid van het bedrijf worden door de verantwoordelijke verzameld en aan het MT 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 CO₂-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 directeur met het MT in het drie maandelijks (CO₂) Staf-overleg besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt.