

Communicatieplan

Dijkxhoorn bouw

Januari 2024



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	5
2.4. Relevante maatregelen	6
2.5. Strategie	6
2.6. Middelen	7
3. Communicatie	8
3.1. Intern communicatie-overzicht	8
3.2. Externe communicatieoverzicht	8
3.3. Gunningsprojecten	9

1. Inleiding

Dijkxhoorn bouw wil haar verantwoordelijkheid nemen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit nam zij bij het behalen van de ISO 14001, echter wil zij dit doorzetten met betrekking tot het behalen van een CO₂-prestatieladder certificaat.

U vindt in dit document de communicatiedoelstellingen, de interne en externe doelgroepen, de interne en externe communicatiemiddelen en taken en verantwoordelijkheden met betrekking tot de CO₂-reductie.

Dit document is geschreven met als uitgangspunt om inzichtelijk te maken aan alle stakeholders hoe de CO₂-reductiedoelen en de voortgang van het CO₂ 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

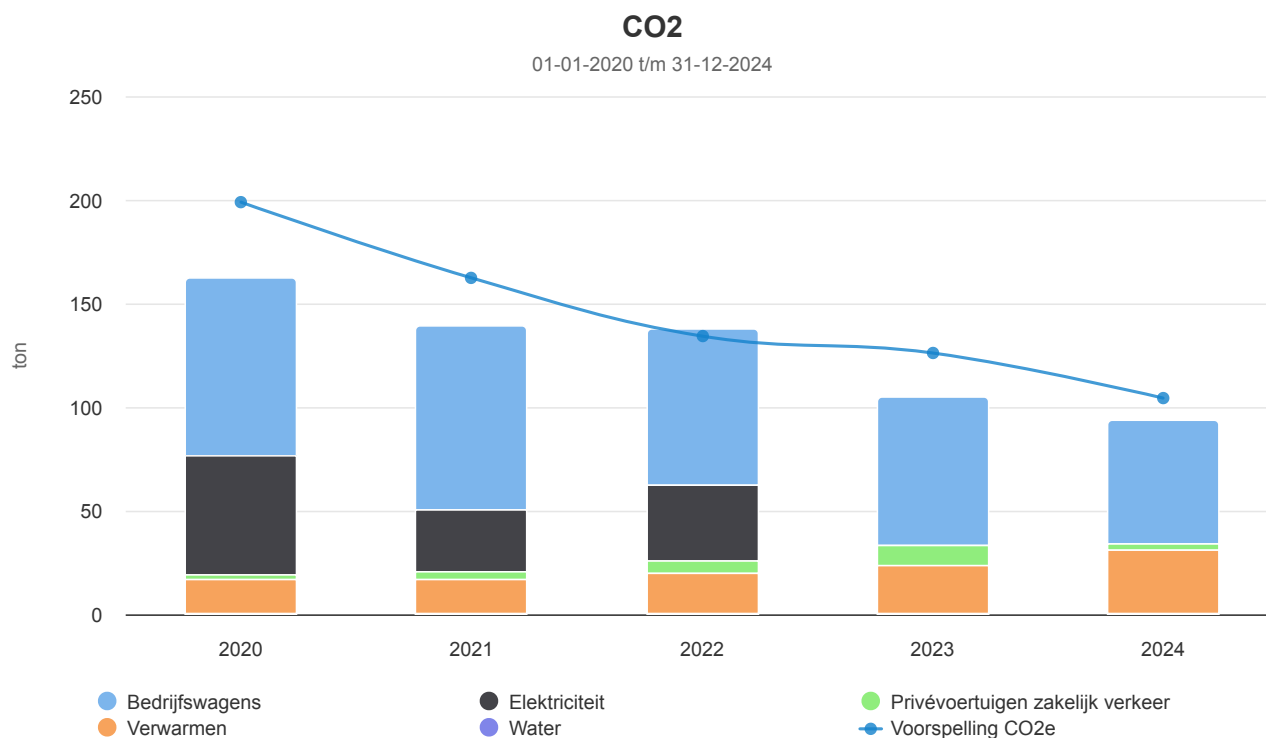
Naam	Consolidatie percentage
Dijkxhoorn bouw Rechtspersoon	
Den Haag Vestiging	100%

1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
Dijkxhoorn bouw	
Den Haag	

2. Doelstellingen en doelgroepen

2.1. CO2 grafiek



2.2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf met betrekking tot de CO₂-reductie zijn:

Intern:

- Medewerkers informeren over de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO₂. 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 CO₂-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage men kan leveren aan het energiebeleid en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen.
- Medewerkers stimuleren om inbreng te geven in het reduceren van de huidige CO₂-footprint.

Extern:

- Stakeholders informeren over CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO₂-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO₂-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- Stakeholders informeren over- en betrekken bij de bedrijfsontwikkelingen op het gebied van CO₂ 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

2.3. Doelgroepen

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

Het managementteam en de leidinggevende zijn nauw betrokken bij de ontwikkelingen betreft de CO₂-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats verantwoordelijke die de boodschap vanuit de CO₂-prestatieladder doorgeven aan de verschillende doelgroepen.

Interne doelgroepen

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Directie
- Managementteam
- Leidinggevenden
- Medewerkers (UTA-personeel en bouw-personeel)

In totaal is er 33,79 fte werkzaam in de onderneming Dijkxhoorn bouw. De directie en tevens de eigenaren zijn: Pieter van Weeren en Bart Teeuw. Het personeel is verder verdeeld onder UTA-personeel en bouw personeel. Het personeel is onder te verdelen in het UTA- en CAO personeel.

De werkzaamheden vinden plaats op de bouw, op kantoor en in de werkplaats.

Externe doelgroepen

Dijkxhoorn bouw bouwt relaties op met haar externe stakeholders. Dijkxhoorn bouw is erg betrokken bij haar leveranciers en klanten. Haar klanten willen milieubewuster te werk gaan, waardoor zij de CO₂-reductie willen verhogen. Een groot deel van haar klanten bestaat uit ziekenhuizen, gemeentes en rijksoverheid, die staan voor het zo milieuvriendelijk bouwen en onderhouden van de panden. Door samen met de overheid ervoor te zorgen dat het project zoveel mogelijk CO₂ reduceert worden kansen voor de toekomst gecreëerd.

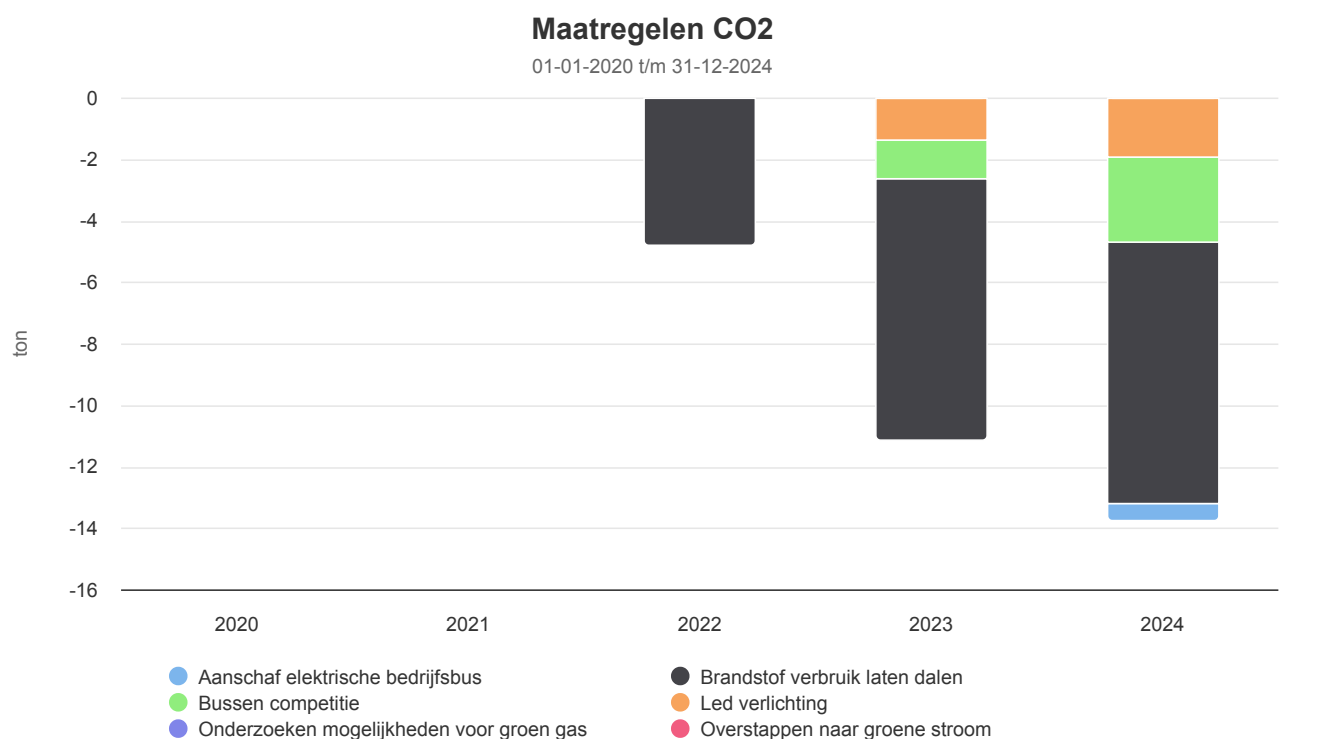
Externe doelgroepen zijn partijen die belang hebben bij reductie van CO₂-emissies en potentiële partners om mee samen te gaan werken aan CO₂-reductie. Tevens zijn dit partijen welke baat hebben bij partners welke actief bezig zijn met CO₂-reductie (zoals de overheid). Er hoeft geen onderscheid gemaakt te worden in de communicatieboodschap naar externe belanghebbenden. Logischerwijs kan een verfijning van de boodschap de specifieke doelgroepen beter inzicht verschaffen.

Overzicht van de 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 CO₂-reductie biedt de opdrachtgever extra voordeel. Het is van belang opdrachtgevers te betrekken bij de initiatieven, omdat de keuzes die zij maken van directe invloed kunnen zijn op de CO₂-emissies.
- **Leveranciers**
 - Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie.
- **Onderaannemers**
 - Belang: Ook onderaannemers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie. Tevens is het in het belang van zowel aannemers als onderaannemers om samen te zoeken naar initiatieven tot CO₂-reductie.
- **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 CO₂-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.
- **Overheidsinstellingen**
 - Belang: Overheidsinstellingen zetten zich actief in voor een beter milieu. Overheidsinstellingen werken graag samen met bedrijven die zich inzetten voor een beter klimaat. Overheidsinstellingen hebben belang

bij de CO2 reductie.

2.4. Relevante maatregelen



Maatregelen CO2 (ton)	2020	2021	2022	2023	2024
Aanschaf elektrische bedrijfsbus					-0,56
Brandstof verbruik laten dalen			-4,81	-8,47	-8,50
Bussen competitie				-1,28	-2,78
Led verlichting				-1,36	-1,91
Onderzoeken mogelijkheden voor groen gas				-0,02	-0,02
Overstappen naar groene stroom				0,00	0,00
Totaal			-4,81	-11,13	-13,76

2.5. Strategie

De doelgroep werknemers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de CO₂-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 laten maken van hun gedrag en de invloed daarvan op het energieverbruik.

Het managementteam draagt de doelstellingen uit en zij zien erop toe dat er concreet gewerkt wordt aan CO₂-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 CO₂-emissie te reduceren en hiermee doelen te behalen.

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 CO₂-beleid en reductiedoelstellingen. Dit wordt gedaan door middel van een presentatie betreft het CO₂-beleid die 2 keer per jaar wordt gegeven. 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.

De klanten en leveranciers worden gestimuleerd om meer ruimte in de samenleving te maken. Dit wordt mede gedaan door het milieu minder te belasten, waardoor er ook op dit gebied meer ruimte gecreëerd kan worden. Deze partijen worden gestimuleerd door deze te informeren via de website, mail of via jaarverslagen.

2.6. Middelen

De volgende communicatiemiddelen worden gebruikt bij het uitdragen van de CO₂-reductiedoelstellingen en metingen. Er wordt onder andere gebruikt gemaakt van:

- Reguliere (in) formele overleggen
- Intranet Dijkxhoorn bouw
- Website
- Jaarverslagen
- Managementrapportages voorzien van een CO₂ footprint

3. Communicatie

Op de website is een dynamische pagina ingericht die informeert over het CO₂-reductieprogramma van de organisatie. Op deze site zal zich informatie bevinden over:

- Het CO₂-reductiebeleid.
- De CO₂-footprint.
- De CO₂-reductiedoelstellingen en de voortgang hierin.
- De CO₂-reductiemaatregelen en de voortgang hiervan.
- Een energiemangement actieplan

Bovenstaande aspecten komen te samen in het tweemaal per jaar te communiceren CO₂ voortgangsrapportage en energie actieplan.

- Alle externe communicatie (nieuwsbrieven, persberichten e.d.)
- Acties en initiatieven op het gebied van CO₂-reductie waarin het bedrijf een deelnemer is.
- Een kopie van ons meest recente CO₂-Bewust Certificaat.

3.1. Intern communicatie-overzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
managementteam, leidinggevende en medewerkers	Intranet	Voortgang CO ₂ reductieprogramma	2x per jaar
managementteam, leidinggevende en medewerkers	Intranet	Informeren over de wijze waarop Dijkxhoorn bouw omgaat met het reduceren van de CO ₂	2x per jaar
Medewerkers (UTA + bouw)	Teamoverleg	Informeren en bijsturen op de CO ₂ -prestaties van Dijkxhoorn	12x per jaar
managementteam	MT Overleg	Doelstellingen bepalen voor aankomende jaren. Strategie bedenken om medewerkers mee te krijgen in het CO ₂ beleid van Dijkxhoorn bouw	8x per jaar

3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Opdrachtgevers, Overheidsinstellingen	Website	Betrekken van de opdrachtgevers en overheidsinstellingen over het reduceren van de CO ₂ -uitstoot.	2x per jaar
Opdrachtgevers, leveranciers, onderaannemers, collega-bedrijven en overheidsinstellingen	Jaarverslagen	Informeren en overtuigen op welke manier Dijkxhoorn omgaat met de reduceren van de CO ₂ .	1x per jaar
Leveranciers, opdrachtgevers	Website	informeren op welke manier Dijkxhoorn omgaat met het reduceren van de CO ₂ .	2x per jaar

3.3. Gunningsprojecten

Dijkxhoorn bouw zal, wanneer van toepassing, gebruik maken van verschillende communicatiemiddelen om de doelgroepen te informeren over nieuwe contracten en projecten die zijn gegund. Indien het om projecten gaat waarbij sprake is van gunningsvoordeel op basis van de CO₂-prestatieladder zal er naast de standaardinformatie zoals projectinhoud en looptijd ook worden gecommuniceerd over de specifieke CO₂ maatregelen/doelstellingen die betrekking hebben op het project. Daarnaast zal er bij projecten waarbij sprake is van gunningsvoordeel in overleg met de opdrachtgever worden bepaald of er naast de bestaande communicatiemiddelen en de bijbehorende planning aanvullende communicatie nodig is om de bij het project betrokken doelgroepen te informeren en met welke frequentie dit moet plaatsvinden. Indien gewenst zal er voor deze projecten een specifiek communicatieplan worden opgesteld. Momenteel nog niet van toepassing.