

## Communicatieplan

Hendriks Infra BV

1 januari 2022 t/m 31 december 2022

# 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

# 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.

Hendriks Infra is een maatschappelijk betrokken ondernemer en dat is een van de belangrijkste redenen geweest om ervoor te kiezen duurzaamheid verder te integreren in haar bedrijfsvoering. Een van stappen hierin is dat de organisatie gecertificeerd is voor CO<sub>2</sub>-prestatieladder van de Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden en Ondernemen.

Dit communicatieplan heeft als doel om inzicht te geven in de wijze waarop Hendriks Infra richting haar interne- en externe doelgroepen communiceert over haar Carbon Footprint, reductiedoelstellingen, maatregelen en resultaten

## 1.1. Organisatiestructuur

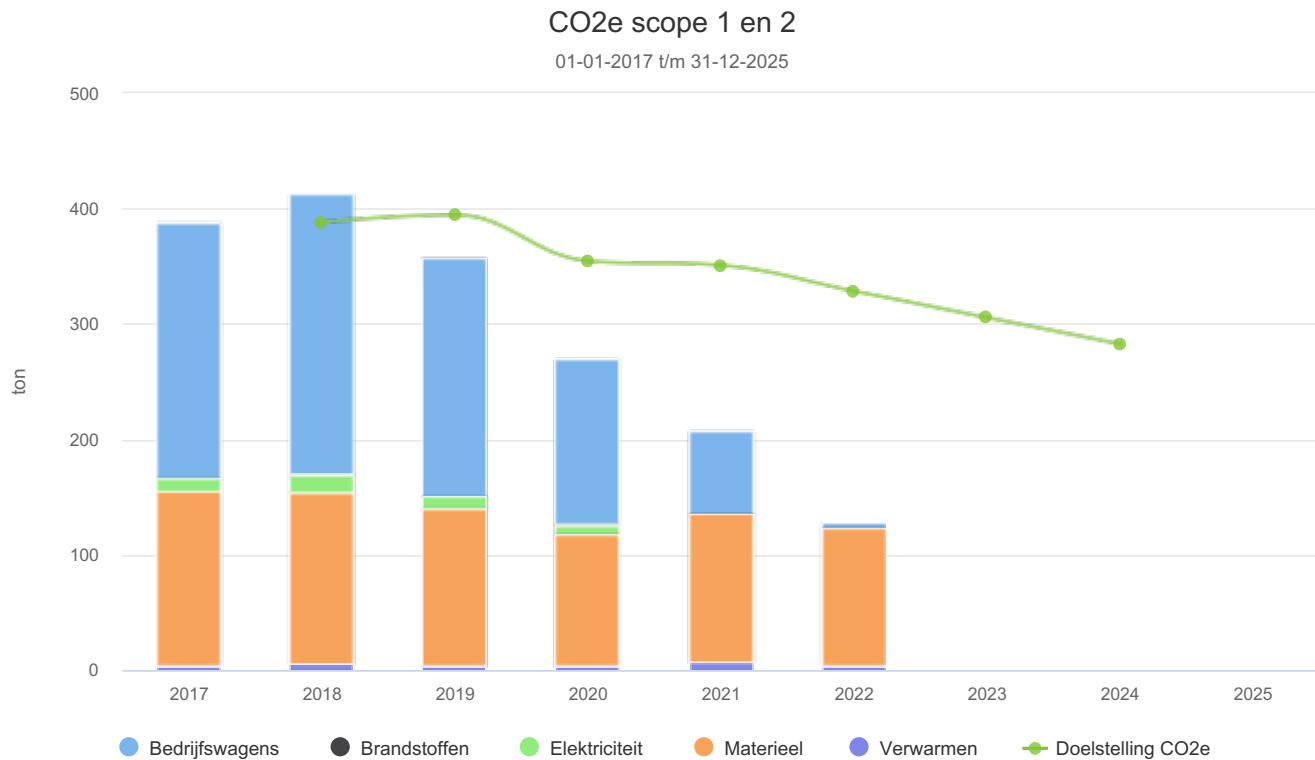
Naam	Consolidatie percentage
<b>Hendriks Infra BV</b> Rechtspersoon <i>KvK- of projectnummer: 24287660</i>	100%
<b>Oud Gastel</b> Vestiging	100%
<b>ROS Zand- en Grindhandel B.V.</b> Rechtspersoon	100%
<b>Schiedam</b> Vestiging	100%

## 1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
<b>Hendriks Infra BV</b>	<i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Dani Ratsch <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> Dani Ratsch
<b>Oud Gastel</b>	
<b>ROS Zand- en Grindhandel B.V.</b>	
<b>Schiedam</b>	

## 2. Doelstellingen en doelgroepen

### 2.1. CO2 grafiek



### 2.2. Communicatiedoelstellingen

Het doel van de communicatie is het op een heldere wijze overbrengen van het Energie Management Programma van Hendriks Infra en de bijbehorende doelstellingen, maatregelen en resultaten aan de interne en externe doelgroepen. Daarnaast zal worden gecommuniceerd over de projecten waarop CO2 gerelateerd gunningvoordeel is verkregen.

Communicatieplan CO2 – Hendriks Infra Het communicatieplan moet een bijdrage leveren aan de bewustwording van de betrokkenen (kennis), de bereidheid om te veranderen (houding) en de CO2-uitstoot te verminderen (gedrag).

De communicatie uitingen moeten onafhankelijk van de doelgroep de boodschap uitdragen dat Hendriks Infra een professionele organisatie is waar maatschappelijk verantwoord ondernemen betekent ondernemen met aandacht voor de drie p's: People, Planet en Profit.

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:**

- Belanghebbenden informeren over CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Belanghebbenden informeren over de maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Belanghebbenden informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde

acties;

- Belanghebbenden informeren over- en betrekken bij de bedrijfsontwikkelingen op het gebied van CO<sub>2</sub> en energie. Met inbegrip van duurzaam materiaalgebruik en circulair inrichten van grondstofketens;
- Belanghebbenden 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 leidinggevende zijn nauw betrokken bij de ontwikkelingen van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats verantwoordelijk 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
- Uitvoerders
- Medewerkers

Binnen het bedrijf zijn er 25 mensen in loondienst.

De communicatie binnen het bedrijf is zo informeel mogelijk, met alleen waar noodzakelijk formele communicatie. In ieder geval is er minimaal 10 keer per jaar een toolbox, en wanneer er belangrijke informatie gedeeld moet worden wordt dit via de nieuwsbrieven gedaan. Ieder jaar is er een jaarbijeenkomst waarin al het personeel bijgepraat wordt over de actualiteiten, Kwaliteit, Arbozorg en Milieuzorg en aanvullend een onderwerp van belang.

### **Externe doelgroepen**

Hendriks infra bestaat meer dan 36 jaar. Hierdoor hebben we langdurige relaties op kunnen bouwen met de verschillende partijen/ belanghebbenden om ons heen. Wij vinden het belangrijk dat deze samenwerkingen goed zijn en blijven en zetten ons in om samen met deze partijen te werken aan Co2 reductie/innovatie.

Opdrachtgevers kennen ons vaak al jaren. Hierdoor is een open en directe relatie ontstaan waarin mogelijkheden zijn tot sparren en ideeën uitwisselen.

Intussen zijn we ook betrokken in de werkgroep stadsewerken van Gemeente Rotterdam waarin we met 10 aannemers van de gemeente Rotterdam samenzitten om MVO doelstelling in kaart te brengen en te realiseren.

Daarnaast is de relatie met andere aannemers aan het intensiveren voor wat betreft samenwerking in de besparing van CO<sub>2</sub>. Alleen kunnen we het allemaal niet, daar is de investering te hoog voor en dus is samenwerken de optie. Wij hebben inmiddels ook gesprekken via Rondom GWW waar aannemers zijn aangesloten en we zijn de samenwerking aan het opzoeken met Dura Vermeer. De Gemeente wil inmiddels ook meedenken en daar inmiddels de gesprekken ook opgestart.

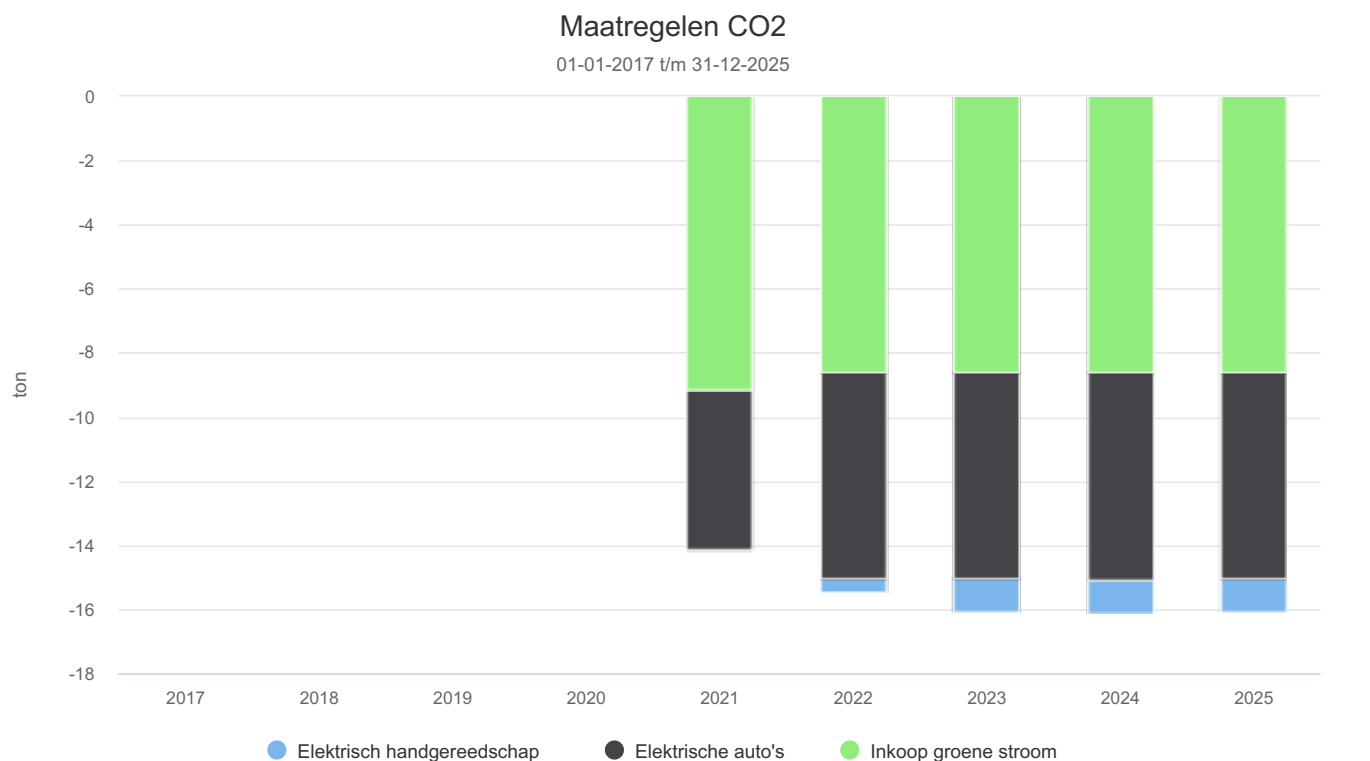
Met de leveranciers is een zodanige relatie dat we elkaar goed weten te vinden als er nieuwe technieken zijn die er klaar voor zijn om de markt in te gaan. Juist deze externe partijen zijn belangrijk bij de Co2 reductie.

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 (ton)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Elektrisch handgereedschap						-0,44	-1,04	-1,05	-1,04
Elektrische auto's					-5,00	-6,46	-6,46	-6,47	-6,46
Inkoop groene stroom					-9,11	-8,57	-8,57	-8,59	-8,57
<b>Totaal</b>					<b>-14,11</b>	<b>-15,47</b>	<b>-16,07</b>	<b>-16,12</b>	<b>-16,07</b>

## 2.5. Strategie

Bij Hendriks Infra geloven we in korte lijnen en direct zeggen wat je bedoeld. We proberen onze communicatie dan ook zo eenvoudig mogelijk te houden zodat iedereen die hier belang bij heeft dit ook kan begrijpen

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 zij 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
- Nieuwsbrieven
- Jaarverslagen
- Toolboxen

### 3. Communicatie

Op de website wordt een dynamische pagina ingericht die informeert over het CQ-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 CQ voortgangsrapportage en energie actieplan. Daarnaast verloopt communicatie via:

- Toolboxes
- Deelname aan initiatieven
- Certificaat van de Co2 prestatieladder

#### 3.1. Intern communicatie-overzicht

Middel	Frequentie	Boodschap	Doelgroep	Verantwoordelijke
Website	2x per jaar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beleid</li> <li>• Doelstellingen</li> <li>• Jaarlijks behaalde resultaten CO<sub>2</sub>-reductie</li> </ul>	Alle interne belanghebbenden	KAM-manager
Uitvoerend personeel Nieuwsbrief/ personeelsmemo	2x per jaar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toelichting CO<sub>2</sub></li> <li>• Behaalde resultaten</li> </ul>	Alle interne belanghebbenden	Administratief medewerkste
Toolbox	2x per jaar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veilig werken</li> <li>• CO<sub>2</sub>-reductie</li> </ul>	Alle medewerkers op locatie + werkplaats	KAM-manager

#### 3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Alle externe belanghebbenden	Website	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CO<sub>2</sub>-reductie-doelstellingen</li> <li>• Voortgangsrapportage doelstellingen</li> <li>• Strategie/plan van aanpak doelen</li> <li>• Keteninitiatief</li> <li>• Certificaten</li> </ul>	2x per jaar