

# Communicatieplan

VWB Het Veldwerkbureau B.V.  
Van der Landeweg 9  
7418 HG Deventer

085-0701300  
E-mail: [info@vwb.nl](mailto:info@vwb.nl) / [info@geogroep.nl](mailto:info@geogroep.nl)  
Internet: [www.vwb.nl](http://www.vwb.nl) / [www.geogroep.nl](http://www.geogroep.nl)

**Versie: 3.7**

Datum: 19-3-2024

Opsteller(s)  
M. Osinga



## Inhoud

1	Introductie.....	3
2	Doelstellingen en doelgroepen .....	4
2.1	Communicatiedoelstelling.....	4
2.2	Overzicht belanghebbenden .....	4
3	Overzicht van middelen.....	5
3.1	Interne communicatie .....	5
3.1.1	Toolboxmeetings.....	5
3.1.2	Internet .....	5
3.2	Externe communicatie.....	5
3.2.1	Internet .....	5
3.2.2	Sociale Media .....	6
3.2.3	Persberichten .....	6
3.2.4	Actieve deelname in werkgroepen .....	6
4	Uitvoering.....	7
4.1	Doelstellingen en beleid .....	7
4.2	Verantwoordelijkheden.....	7
4.2.1	Interne communicatie .....	7
4.2.2	Externe communicatie .....	7

# 1 Introductie

Voor u ligt het communicatieplan in het kader van certificering op de CO<sub>2</sub>-prestatieladder bij VWB Het Veldwerkbureau B.V. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het document 'Handboek CO<sub>2</sub>-prestatieladder 3.1' uitgebracht door SKAO is geregeld, binnen VWB Het Veldwerkbureau B.V.

De (resultaten van) CO<sub>2</sub>-footprint en de kwantitatieve reductie-doelstellingen worden intern en extern gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in verschillende communicatie-uitingen.

In het communicatieplan worden de verantwoordelijkheden, de wijze van communicatie en de daarbij behorende taken beschreven. Taken zijn daarbij toegewezen aan functionarissen.

In hoofdstuk 2 zijn de doelstellingen en de verschillende doelgroepen benoemd en uitgewerkt.

In hoofdstuk 3 worden de verschillende media (communicatiemiddelen) beschreven, die zullen worden gebruikt.

In hoofdstuk 4 zijn de verantwoordelijkheden en taken beschreven en wordt een planning gegeven.

## 2 Doelstellingen en doelgroepen

### 2.1 Communicatiedoelstelling

Het communicatiedoel rondom de certificering op de CO<sub>2</sub>-prestatieladder is het structureel overbrengen van het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf. Dit communicatieplan bevat de vastgelegde taken en verantwoordelijkheden en de wijze van communicatie.

Communicatie houdt in:

- Informeren
- Overtuigen
- Activeren
- Relatieonderhoud

Om de communicatie vorm te geven zijn diverse acties uitgezet. Deze kunnen per doelgroep verschillend zijn.

### 2.2 Overzicht belanghebbenden

Groep belanghebbenden	Wat betekent deze belanghebbende voor ons bedrijf Wat is de link met ons CO <sub>2</sub> -reductiebeleid?
<b>Intern</b>	
Medewerkers	Directie m.b.t. wensen uit de markt COF m.b.t. communicatie naar de markt Chauffeurs i.v.m. het aandeel transport in scope 1
<b>Extern</b> <i>(partners die belang hebben bij de reductie van energie en verbruik en partners om mee samen te werken aan CO<sub>2</sub>-reductie)</i>	
Klanten, afnemers, opdrachtgevers	Partijen i.v.m. specifiek project
Leveranciers, onderaannemers	Leveranciers van diensten en producten Huurbaas/ eigenaar van onze bedrijfspanden Brandstofleveranciers i.v.m. overschakelen op zuiniger brandstof Elektriciteitsleverancier i.v.m. overschakelen op groene stroom Autorijschool i.v.m. cursus Het Nieuwe Rijden
Overheden en regelgevers	Milieudiensten Provincies i.v.m. Subsidie Energiebesparing, en voor omgevingsvergunning (vh. milieuvergunning) Rijkswaterstaat i.v.m. CO <sub>2</sub> -prestatie en Duurzaam Inkopen
Concurrenten, branchegenoten	Middels website informeren deelname sectorinitiatief
Directe omgeving locatie	Deelhuurder van de bedrijfshuisvesting Aansluiting zoeken bij evt. initiatieven op industrieterrein voor duurzame energieopwekking
NGO's (die met CO <sub>2</sub> reductie te maken hebben)	Groene Zaken, Duurzame Leverancier, Positive Impact (voorheen Nederland CO <sub>2</sub> Neutraal). Mogelijk in de toekomst klimaatcompensatie.nl, Klimaatverbond, Centrum voor Natuur- en Milieueducatie (CNME), Hier, Gered Gereedschap, Greenpeace, Wereld Natuur Fonds, Seduce to Reduce, Wecycle.
Media	Sociale Media (LinkedIn, Facebook)
Overig	Banken via jaarverslag Verzekeraars met duurzame verzekeringen

Zie ook het overzicht van stakeholders in de Stakeholderanalyse VWB.

## 3 Overzicht van middelen

Voor het informeren van de verschillende doelgroepen, worden verschillende middelen ingezet. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

### 3.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie worden de volgende media gebruikt:

- Direct via medewerkersbijeenkomsten op de vestigingen (toolboxmeetings);
- Geschreven via digitale berichten (mail);
- Internet.

#### 3.1.1 Toolboxmeetings

Aangaande de CO<sub>2</sub>-prestatieladder wordt minimaal eenmaal per half jaar aan het personeel gecommuniceerd door middel van toolboxmeetings of mails. De inhoud van deze communicatie bevat minimaal:

- Het geformuleerd energiebeleid;
- De huidige status van de gerealiseerde CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie;
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen;
- Reductiemogelijkheden, zowel bedrijfsbreed als op project- en persoonlijk niveau;
- Projecten die zijn ingezet om reducties te realiseren;
- Trends van energieverbruik en CO<sub>2</sub>-uitstoot.

Minimaal eenmaal per jaar vindt er een personeelsbijeenkomst plaats met alle medewerkers van de drie werkmaatschappijen.

#### 3.1.2 Internet

Op de websites is een aparte CO<sub>2</sub>-prestatieladder-link gecreëerd. Op deze pagina worden alle maatregelen in het kader van CO<sub>2</sub>- en energieverbruiksreductie beschreven. Daarbij wordt tevens de voortgang op dit gebied weergegeven. In de toolboxmeetings zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

### 3.2 Externe communicatie

Externe communicatie is afhankelijk van de doelgroep.

De volgende media worden onderscheiden:

- Internet
- Sociale Media (LinkedIn, Facebook)
- Persberichten
- Actieve deelname aan werkgroepen
- Gesprekken met opdrachtgevers

#### 3.2.1 Internet

VWB Het Veldwerkbureau B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een CO<sub>2</sub>-pagina ingericht op haar websites ([www.geogroep.nl](http://www.geogroep.nl) en [www.vwb.nl](http://www.vwb.nl)). Op de pagina is het volgende te vinden:

- Informatie: Informatie over het beleid, doelstellingen en voortgang op het gebied van CO<sub>2</sub>-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal jaarlijks of, bij grote afwijkingen, meerdere keren per jaar
- Deelname in initiatieven: voor belanghebbenden is het mogelijk te participeren in initiatieven die zijn geïnitieerd voor het reduceren van CO<sub>2</sub>-uitstoot en energieverbruik

### 3.2.2 Sociale Media

VWB Bodem en VWB Geogroep hebben elk een eigen LinkedIn en Facebook-profiel. Middels hun pagina's wordt jaarlijks, na het opstellen van de footprint, een korte samenvatting gegeven van de voortgang op het gebied van CO<sub>2</sub>-reductie.

### 3.2.3 Persberichten

VWB Het Veldwerkbureau B.V. communiceert bij hoge uitzondering middels persberichten haar activiteiten op het gebied van CO<sub>2</sub>-emissie en CO<sub>2</sub>-reductie. Dit gebeurt wanneer deze meldingen actueel en relevant zijn.

### 3.2.4 Actieve deelname in werkgroepen

Binnen de maatschappelijk omgeving waarin de organisatie opereert, zijn er initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. VWB Het Veldwerkbureau B.V. participeert zoveel als mogelijk en doeltreffend is in die initiatieven en zorgt, wanneer de mogelijkheid zich voordoet, door middel van inzet van haar kennis, techniek en uitvoering voor een actieve bijdrage in de werkgroepen. Zij communiceert in (één van) deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten wat CO<sub>2</sub>-reductie betreft.

Met het actief benaderen van onze opdrachtgevers proberen we inspiratie op te doen hoe duurzaamheid, en als onderdeel daarvan CO<sub>2</sub>-reductie, vorm kan krijgen in onze samenwerking.

## 4 Uitvoering

In dit hoofdstuk wordt de uitvoering van de communicatie beschreven. Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is de heer G.R. Hartkamp.

### 4.1 Doelstellingen en beleid

Tweemaal per jaar wordt het volgende getoetst en vastgesteld middels een MT-besluit:

- Energiebeleid
- Energiereductiebeleid
- CO<sub>2</sub>-reductiedoelstelling (bijstelling meerjarenplan)

Ieder half jaar wordt de volgende informatie geactualiseerd middels een halfjaarlijks evaluatieverslag (verantwoordelijk: KAM- coördinator):

- CO<sub>2</sub>-prestatieresultaten scope 1 en 2 en business travel
- Voortgang resultaten versus doelstellingen
- Diverse lopende projecten en initiatieven om CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren

### 4.2 Verantwoordelijkheden

Namens VWB Het Veldwerkbureau B.V. is de KAM-coördinator algeheel verantwoordelijk voor het communicatieplan. Dit betekent o.a. dat deze persoon checkt of de termijnen en inhoud worden gerealiseerd.

#### 4.2.1 Interne communicatie

Activiteit	Termijn	Verantwoordelijke
1.1 Toolboxmeeting / mailings personeel <ul style="list-style-type: none"> <li>• CO<sub>2</sub> en energie op de agenda</li> </ul>	Minimaal halfjaarlijks	KAM-coördinator
1.2 MT- overleg <ul style="list-style-type: none"> <li>• CO<sub>2</sub> en energie op de agenda</li> </ul>	Minimaal jaarlijks, bij voorkeur halfjaarlijks	Directeur
1.3 Website	Min. halfjaarlijkse update	KAM-coördinator

#### 4.2.2 Externe communicatie

Activiteit	Termijn	Verantwoordelijke
2.1 Website	Update min. halfjaarlijks	KAM-coördinator
2.2 Persberichten	Ad hoc basis	Directeur
2.3 Actieve deelname in werkgroepen	Minimaal jaarlijks	Managementteam