



# Communicatieplan

2023



Hazenberg Bouw

1 januari 2023 t/m 31 december 2023

# Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1. Organisatiestructuur	3
2. Doelstellingen en doelgroepen	4
2.1. CO2 grafiek	4
2.2. Communicatiedoelstellingen	4
2.3. Doelgroepen	4
2.4. Relevante maatregelen	5
2.5. Strategie	6
2.6. Middelen	6
3. Communicatie	8
3.1. Middelen	8
3.2. Overzicht interne communicatie	8
3.3. Overzicht externe communicatie	8

# 1. Inleiding

In dit document zijn de communicatiedoelstellingen, de interne en externe stakeholders, de interne en externe communicatiemiddelen en taken en verantwoordelijkheden voor wat betreft Energie - en CO<sub>2</sub>-reductie opgenomen.

Dit document is geschreven met als uitgangspunt om inzichtelijk te maken aan alle stakeholders op welke wijze Energie en CO<sub>2</sub>-reductiedoelen worden behaald en de voortgang van het CO<sub>2</sub> reductieprogramma worden gemonitord.

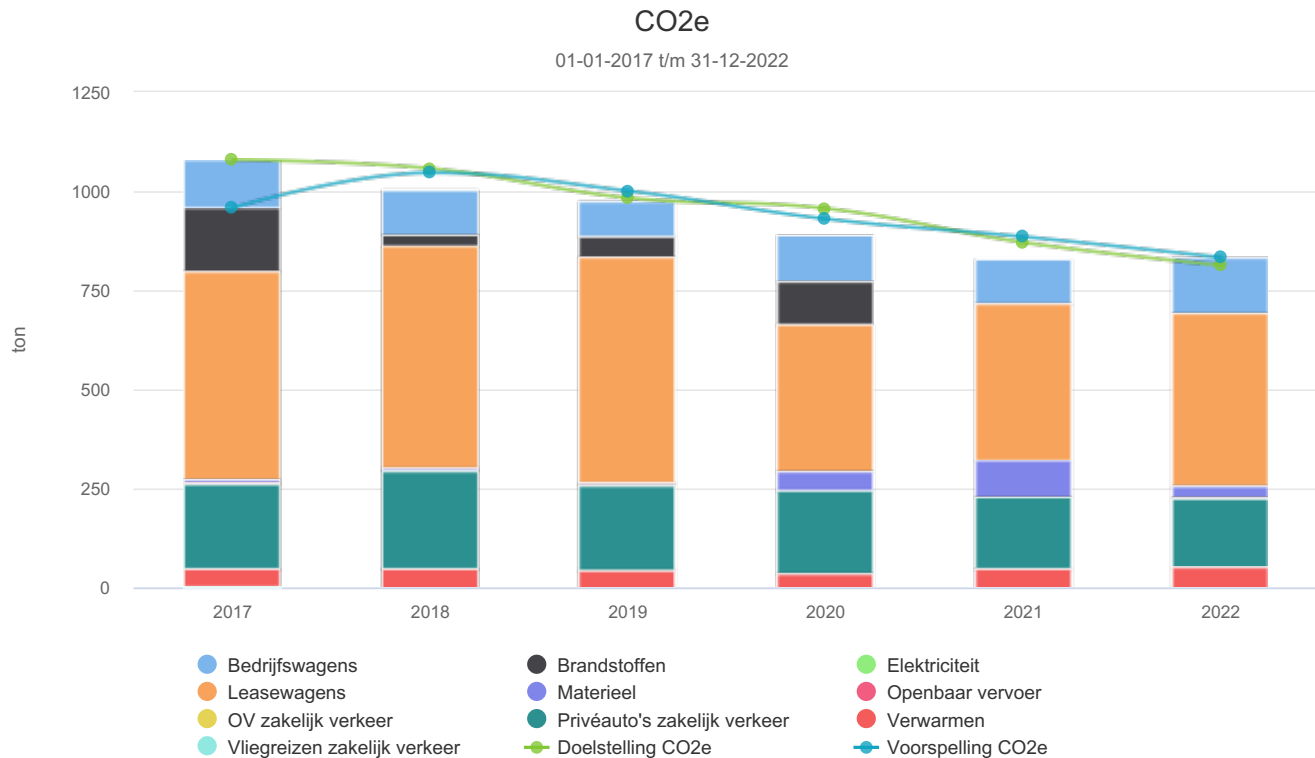
Dit communicatieplan heeft betrekking op de organisatiestructuur zoals getoond in paragraaf 1.1.

## 1.1. Organisatiestructuur

Naam	Consolidatie percentage
<b>Hazenberg Bouw</b> Rechtspersoon <i>Sector (SBI): 4120</i> <i>KvK- of projectnummer: 16026700</i>	100%
<b>Kantoorlocaties</b> Vestiging	100%
<b>Kantoor - Molenstraat, VUGHT</b> Vestiging <i>KvK- of projectnummer: 16026700</i>	100%
<b>Kantoor - Olympisch Stadion, AMSTERDAM</b> Vestiging <i>KvK- of projectnummer: 16026142</i>	100%
<b>Kantoor - Tramsingel, BREDA</b> Vestiging <i>KvK- of projectnummer: 16026700</i>	100%
<b>Projecten</b> Afdeling	100%
<b>Fort- en Vestingwerken</b> Afdeling	100%
<b>Grote Projecten</b> Afdeling	100%
<b>Nico de Bont, West - Amsterdam</b> Afdeling	100%
<b>SmartPack</b> Afdeling	100%
<b>Verbouw &amp; Onderhoud</b> Afdeling	100%

## 2. Doelstellingen en doelgroepen

### 2.1. CO2 grafiek



### 2.2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf met betrekking tot Energie- en 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 beleid op het gebied van Energie- en CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-footprint en de Energie- en CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen.

#### Extern

- Stakeholders informeren over onze CO<sub>2</sub>-footprint en de Energie - en CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- Stakeholders informeren over- en betrekken bij de bedrijfsontwikkelingen op het gebied van CO<sub>2</sub> en energie. Het kan dan ook gaan om duurzaam materiaalgebruik en het circulair inrichten van grondstofketens;
- Stakeholders betrekken bij sectorinitiatieven;
- Het jaarlijks bijwerken maatregellijst SKAO-site.

### 2.3. Doelgroepen

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

De directie is nauw betrokken bij de ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid (Duurzame impact), waar energie-

en CO<sub>2</sub>-reductie onderdeel van uitmaakt. De directie is primair verantwoordelijk voor het overbrengen van de boodschap voor wat betreft de CO<sub>2</sub>-prestatieladder aan de verschillende doelgroepen. De feitelijke communicatie wordt verzorgd door de afdeling KAM, in samenspraak met de afdeling (Corporate) Communicatie.

### Interne stakeholders

Wij onderscheiden de volgende interne doelgroepen:

- Directie en MT;
- Leidinggevenden (Projecten en Afdelingen);
- UTA-medewerkers (inclusief kantoormedewerkers);
- Bouwplaatsmedewerkers.

Van belang is te realiseren dat onderscheid waarneembaar is tussen de zogenaamde UTA- en bouwplaatsmedewerkers. Over het algemeen heeft het UTA-personeel (kantoor) toegang tot de volledige ICT-infrastructuur, in tegenstelling tot onze bouwplaatsmedewerkers. Deze laatste groep heeft beperkter toegang tot de ICT-infrastructuur.

Onze werkzaamheden vinden plaats op kantoor en op een grote verscheidenheid aan bouwplaatsen. Communicatie kan plaatsvinden via werkoverleg (week- en dagstarts), toolboxmeetings, nieuwsberichten op PLEK, updates op de website en in de nabije toekomst ook via narrow-casting in de keet op de bouwplaats.

### Externe stakeholders

Externe stakeholders zijn partijen die belang hebben bij reductie van energie- en CO<sub>2</sub>-emissie en potentiële partners om mee samen te gaan werken aan energie- en CO<sub>2</sub>-reductie. Tevens zijn dit partijen welke baat hebben bij partners welke actief bezig zijn met energie- en CO<sub>2</sub>-reductie. Er hoeft geen onderscheid gemaakt te worden in de communicatieboodschap naar externe stakeholders. Logischerwijs kan een verfijning van de boodschap de specifieke doelgroepen beter inzicht verschaffen.

Overzicht van externe stakeholders:

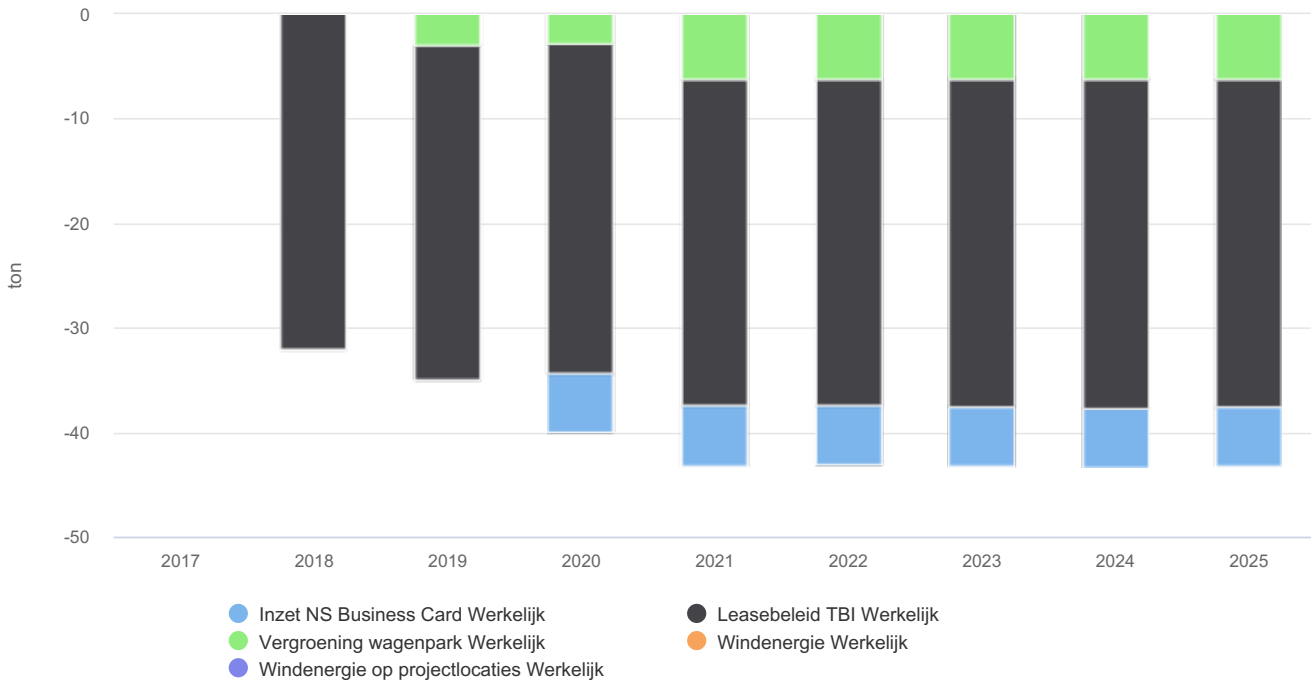
- **Opdrachtgevers** (Commerciële bedrijven en (semi-)Overheid)
  - Belang: Opdrachtgevers hechten belang aan het duurzaam realiseren van projecten. Het inzetten van een aannemer die extra maatregelen neemt ten aanzien van duurzaamheid en energie- en CO<sub>2</sub>-reductie biedt de opdrachtgever extra voordeel tijdens de exploitatie van het gebouwde. Het is van belang opdrachtgevers tijdig te betrekken in de initiatieven, omdat de keuzes die zij maken in het voortraject van directe invloed kunnen zijn op de CO<sub>2</sub>-emissies.
- **Leveranciers**
  - Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van energie- en CO<sub>2</sub>-emissie. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden om dit te bewerkstelligen.
- **Onderaannemers**
  - Belang: Ook onderaannemers kunnen bijdragen aan het verminderen van energie- en CO<sub>2</sub>-emissie. 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 energie- en CO<sub>2</sub>-emissie. 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 tezamen opdrachtgevers prikkelen om ook te zoeken naar mogelijkheden tot CO<sub>2</sub>-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.

De wijze waarop wij samenwerken met externe stakeholders om energie- en CO<sub>2</sub>-reducerende maatregelen te bewerkstelligen is opgenomen op onze website.

## 2.4. Relevante maatregelen

## Maatregelen CO2

01-01-2017 t/m 31-12-2025



Maatregelen CO2 (ton) Verwacht 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025

### Maatregelen CO2e

Maatregelen CO2 (ton) Werkelijk	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inzet NS Business Card				-5,69	-5,68	-5,62	-5,62	-5,63	-5,62
Leasebeleid TBI		-32,01	-32,01	-31,41	-31,33	-31,33	-31,43	-31,50	-31,43
Vergroening wagenpark			-2,88	-2,79	-6,05	-6,05	-6,08	-6,09	-6,08
Windenergie		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Windenergie op projectlocaties		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Totaal		-32,01	-34,89	-39,89	-43,06	-43,00	-43,13	-43,23	-43,13

## 2.5. Strategie

De doelgroep medewerkers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de energie- en 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 gestelde doelen uit en ziet zij erop toe dat er concreet gewerkt wordt aan energie- en CO<sub>2</sub>-reductie. Minimaal eenmaal per kwartaal wordt hieromtrent terugkoppeling verwacht. Door effectieve communicatie zullen inspanningen worden geleverd die een positief effect moeten hebben op het gedrag van onze medewerkers om energie- en CO<sub>2</sub>-emissie te reduceren.

Medewerkers worden onder meer uitgedaagd om zelf met concrete voorstellen te komen tot verbetering. Zoals uit de doelstelling blijkt, moeten alle medewerkers van onze organisatie periodiek worden geïnformeerd over het energie- en CO<sub>2</sub>-reductiebeleid 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 middelen worden ingezet bij het uitdragen van de energie- en CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen:

- Website(s);
- Intranet [PLEK];
- Jaarverslag (TBI);
- Managementrapportages voorzien van duurzaamheid, waaronder energie- en CO<sub>2</sub>-reductie;
- Toolboxen.

## 3. Communicatie

### 3.1. Middelen

Op de website is een pagina ingericht die informeert over de ontwikkelingen ten aanzien van duurzame impact met betrekking tot energie- en CO<sub>2</sub>-maatregelen van onze organisatie. Op deze site is informatie terug te vinden omtrent:

- Energie- en CO<sub>2</sub>-reductiebeleid;
- Energiemanagement Actieplan en CO<sub>2</sub>-footprint;
- Energie- en CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de voortgang hierin;
- Energie- en CO<sub>2</sub>-reductiemaatregelen en de voortgang hiervan.

Bovenstaande aspecten komen samen in het tweemaal per jaar te communiceren CO<sub>2</sub>-voortgangsrapportage en energie actieplan.

- Alle externe communicatie (nieuwsbrieven, persberichten, e.d.);
- Acties en initiatieven op het gebied van energie- en CO<sub>2</sub>-reductie waarin wij participeren;
- Een kopie van ons meest recente CO<sub>2</sub>-Bewust Certificaat.

### 3.2. Overzicht interne communicatie

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Bouwplaatsmedewerkers	Intranet [PLEK]	Voortgang energie- en CO <sub>2</sub> reductieprogramma	2x per jaar
UTA-medewerkers	Kennislunch	Delen informatie op het gebied van duurzaamheid en energie- en CO <sub>2</sub> -reductie	Ad-hoc
Alle medewerkers	Narrow-casting	Voortgang energie- en CO <sub>2</sub> reductieprogramma	Ad-hoc

### 3.3. Overzicht externe communicatie

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Alle externe stakeholders	Website	Voortgang energie- en CO <sub>2</sub> -reductiebeleid	2x per jaar
Alle externe stakeholders	Social media	Persberichten ten aanzien van duurzame impact	Ad-hoc
Alle externe stakeholders	Website	Nieuwsberichten Duurzame Impact	Ad-hoc