

Communicatieplan

Zuidema Groep

1 januari 2026 t/m 31 december 2028

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1. Organisatiestructuur	3
1.2. Verantwoordelijken	3
2. Doelstellingen en doelgroepen	4
2.1. Communicatiedoelstellingen	4
2.2. Doelgroepen	4
2.3. Strategie	5
2.4. Middelen	5
3. Communicatie	6
3.1. Intern communicatie-overzicht	6
3.2. Externe communicatieoverzicht	6
3.3. Koppeling met klimaattransitieplan	7
4. Samenwerkingsstrategie	7

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. 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
Zuidema Groep	
Groep	
Hoogeveen, Fokkerstraat Vestiging	100%
Hoogeveen, Smirnofstraat Vestiging	100%

1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
Zuidema Groep	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Bert Zuidema <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Denise Tan <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> Denise Tan
Hoogeveen, Fokkerstraat	
Hoogeveen, Smirnofstraat	

2. Doelstellingen en doelgroepen

2.1. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf m.b.t. 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.

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 SKAO-site

2.2. Doelgroepen

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

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

Interne doelgroepen

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Managementteam
- Leidinggevenden
- Medewerkers

Informatieoverdracht vindt plaats op verschillende manieren, dit kan zijn: KAM-nieuwsbrief, toolbox/kaderoverleg/alle medewerkeroverleg, mailing, publicatie in Cleverdesk of via de website.

Externe doelgroepen

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. 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 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 in 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.
- **Brancheorganisaties**
 - Belang: De brancheorganisaties zijn een belangrijke schakel in het reduceren van CO₂-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 CO₂-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.

Sleutelpersonen

Binnen de organisatie zijn sleutelpersonen geïdentificeerd die een belangrijke rol spelen in het energie- en CO₂-beleid. Dit betreft onder andere het management, boekhouding, materieelbeheerder en de KAM-verantwoordelijke. Deze personen worden actief betrokken bij de communicatie en dragen zorg voor de verspreiding en borging van de boodschap binnen de organisatie.

2.3. 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 maken van hun gedrag en de invloed daarvan op het energieverbruik.

Het managementteam draagt de doelstellingen uit en 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.

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. 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.

2.4. Middelen

De volgende communicatiemiddelen worden gebruikt bij het uitdragen van de CO₂-reductiedoelstellingen en metingen. Er wordt o.a. gebruik van:

- Bedrijfswebsite
- (Digitale)Nieuwsbrieven
- Jaarverslagen en halfjaarverslagen
- Kwartaalrapportages brandstofverbruik
- Managementrapportages voorzien van een CO₂ footprint
- Toolboxmeeting
- Kaderoverleg en 'alle medewerkersoverleg'

3. Communicatie

Op de website wordt een dynamische pagina ingericht die informeert over het CO₂-reductiesysteem 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 energiemanagement 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
Medewerkers	Cleverdesk	Voortgang CO2 reductieprogramma	2x per jaar
Medewerkers	Mailing Cleverdesk	Huidige energieverbruik en trends binnen het bedrijf	2x per jaar
Medewerkers	Mailing Cleverdesk	Brandstofverbruik	4x per jaar
Medewerkers	Werkoverleg* Toolbox	Behaalde besparingen in CO2-emissie	2x per jaar
Medewerkers	Toolbox	CO2-uitstoot verlagen	1x per jaar
Medewerkers	Werkoverleg* Whatsapp Cleverdesk	Individuele bijdragen van medewerkers	2x per jaar/ ad hoc

*Alle medewerkersoverleg

Doel is het vergroten van bewustwording en het stimuleren van gedragsverandering.

3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Opdrachtgevers Leveranciers	Websit e	Energiebeleid en reductiedoelstellingen	2x per jaar (april & september)
Relaties	Websit e	Huidig energieverbruik en trends binnen het bedrijf	2x per jaar (april & september)

Geïnteresseerden	Websites	Behaalde besparingen in CO2-emissie	2x per jaar (april & september)
Medewerkers Geïnteresseerden	Websites	Individuele bijdragen van medewerkers, geïnteresseerden	ad hoc
Opdrachtgevers Leveranciers Auditors	SKAO	Methoden voor bepaling organisatorische grenzen Energieverbruik Emissie-inventaris Rangorde organisatieactiviteiten Waardeketenanalyse Klimaattransitieplan Plan van aanpak en maatregelenlijst, inclusief doelstellingen Voortgangsverslag Samenwerkingsovereenkomst of vastgelegde afspraken	1x per jaar (april)

Doel is transparantie, verantwoording en het creëren van samenwerkingskansen.

Bij projecten met gunningvoordeel vindt de communicatie omtrent CO2-emissie plaats conform wensen van de opdrachtgever en zoals vastgelegd in Programma van Eisen of bestek. Tijdens een 1e bijeenkomst worden de wensen van de opdrachtgever besproken en worden definitieve afspraken gemaakt over de projectregistraties en -communicatie.

3.3. Koppeling met klimaattransitieplan

De communicatie sluit aan op het klimaattransitieplan en het plan van aanpak van de organisatie. De hierin opgenomen doelstellingen en maatregelen vormen de basis voor de communicatie.

De voortgang van deze doelstellingen wordt periodiek gecommuniceerd via interne en externe kanalen, waaronder de website en voortgangsrapportages.

4. Samenwerkingsstrategie

Zuidema Groep staat open voor en stimuleert waar mogelijk samenwerking met ketenpartners en de omgeving om CO₂-reductie te realiseren. De organisatie speelt in op kansen voor samenwerking die zich voordoen binnen projecten, bestaande relaties en actuele ontwikkelingen, zoals netcongestie.

De communicatie rondom samenwerking is gericht op het delen van kennis, het signaleren van kansen en het bijdragen aan duurzame oplossingen binnen de mogelijkheden van de organisatie.

De organisatie heeft vastgesteld dat samenwerking met externe partijen noodzakelijk is op onder andere de volgende thema's:

- elektrificatie van materieel en voertuigen;
- energievoorziening en netcongestie;
- energieopslag en duurzame opwekking;
- inzet van alternatieve brandstoffen (zoals waterstof);
- samenwerking binnen de keten (opdrachtgevers, leveranciers en onderaannemers);

De organisatie werkt reeds samen met:

- de Smart Energy Hub in Hoogeveen;
- leveranciers en fabrikanten van materieel en voertuigen;
- opdrachtgevers en ketenpartners binnen projecten;
- samenwerkingsinitiatieven en subsidieprojecten gericht op verduurzaming;

De communicatie rondom samenwerking is gericht op:

- het delen van kennis en ervaringen;
- het signaleren van kansen voor samenwerking;
- het initiëren van gezamenlijke reductiemaatregelen;
- het bijdragen aan duurzame oplossingen binnen de mogelijkheden van de organisatie.

Waar mogelijk worden bestaande samenwerkingen verder ontwikkeld en worden nieuwe samenwerkingsmogelijkheden verkend.