



Communicatieplan

Geomij b.v.

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	4
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. 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

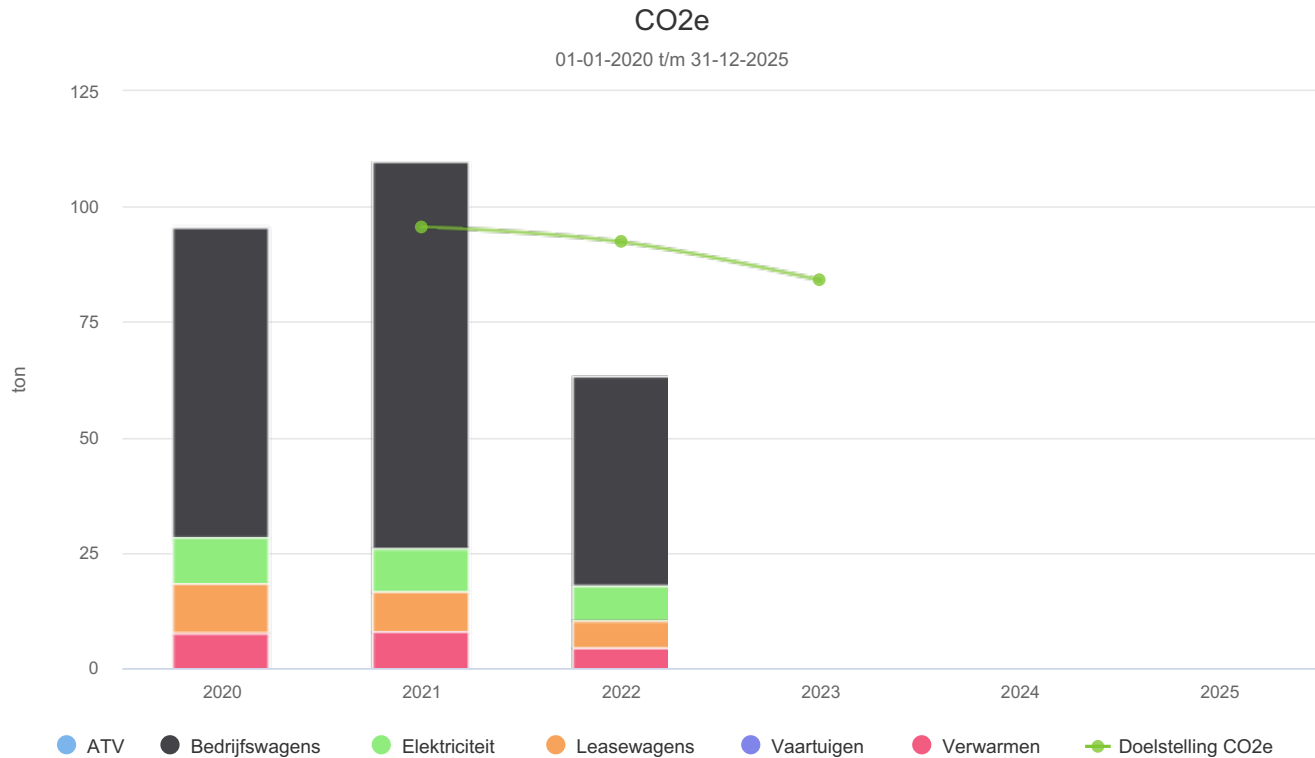
Naam	Consolidatie percentage
Geomij b.v. Rechtspersoon	100%
CO2 gunningsprojecten Groep	0%
Waterschap Limburg Project	100%
Herten Vestiging	100%

1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
Geomij b.v.	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Danny Wouters <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Peter Mintjes
CO2 gunningsprojecten	
Waterschap Limburg	
Herten	

2. Doelstellingen en doelgroepen

2.1. CO2 grafiek



2.2. 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 de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die worden ondernomen 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 van de maatregelenlijst SKAO-site (geldt voor deelnemers aan de CO₂ Prestatieladder)

2.3. Doelgroepen

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

Het managementteam en de leidinggevenden zijn nauw betrokken bij de ontwikkelingen van de CO₂-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats verantwoordelijk voor het doorgeven van de boodschap vanuit de CO₂-prestatieladder aan de

verschillende doelgroepen.

Interne doelgroepen

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Managementteam
- Leidinggevenden
- Medewerkers

Bij Geomij werken 38 medewerkers (34 fte's). Voor het uitvoeren van landmeetkundige werkzaamheden zijn 18 medewerkers werkzaam in de buitendienst en 16 in de binnendienst. Het management bestaat uit 2 medewerkers. Voor de ondersteunende administratieve werkzaamheden zijn 2 medewerkers werkzaam. Alle medewerkers hebben via hun computer en mobiele telefoon direct toegang tot het intranet van Geomij. Dit platform fungeert als digitale nieuwsbrief en wordt vrijwel dagelijks geüpdated.

Er vinden meerdere soorten periodieke overleggen plaats. Voor alle medewerkers worden personeelsbijeenkomsten en themabijeenkomsten georganiseerd waar KVGM onderwerpen een vast agendapunt vormen. Daarnaast worden toolboxmeetings gehouden die deels digitaal zijn en deels als fysieke bijeenkomsten. Met de binnendienstmedewerkers is regelmatig werkoverleg. Verder wordt iedere medewerker via het intranet van Geomij op de hoogte gehouden van alle actuele ontwikkelingen.

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.

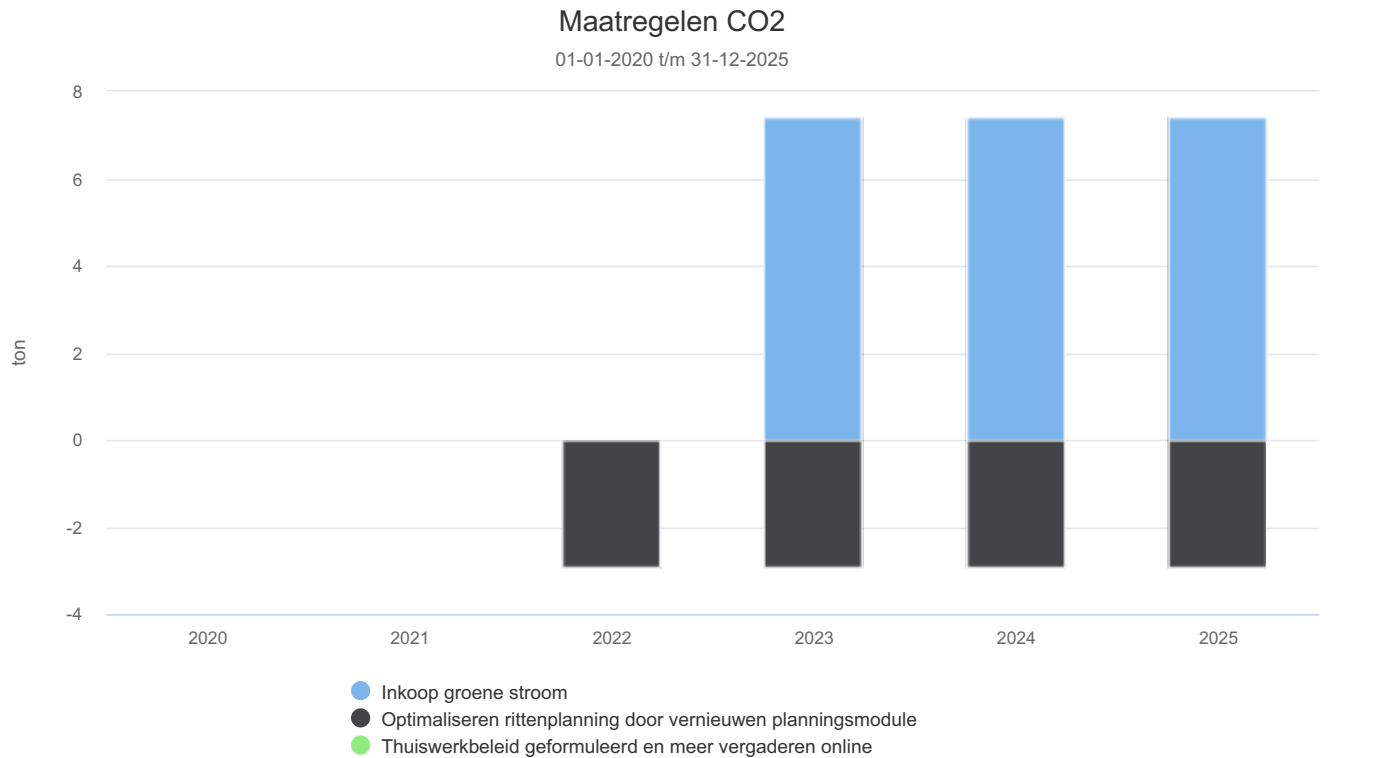
Geomij werkt bij voorkeur samen met partners/leveranciers die ook hun verantwoordelijkheid nemen in de reductie van hun CO₂ footprint.. Een voorbeeld van zo'n leverancier is de leasemaatschappij waarvan alle auto's worden betrokken en die als doelstelling streeft naar mobiliteit waarbij de CO₂ en NO_x footprint uiteindelijk tot nul wordt teruggebracht.

Momenteel zijn meerdere leveranciers gevraagd inzicht te geven in hun CO₂ footprint.

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.
- **SKAO**
 - Belang: eigenaar en beheerder van de CO₂ Prestatieladder.
- **Overheid, provincies en gemeentes**
 - Belang: Regelgeving met betrekking tot CO₂ uitstoot.

2.4. Relevante maatregelen



Maatregelen CO2 (ton)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inkoop groene stroom				7,40	7,42	7,40
Optimaliseren rittenplanning door vernieuwen planningsmodule			-2,90	-2,90	-2,90	-2,90
Thuiswerkbeleid geformuleerd en meer vergaderen online		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Totaal	0,00	0,00	-2,90	4,50	4,51	4,50

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 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 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.

Alle medewerkers worden middels het intranet van Geomij op de hoogte gehouden van de voortgang van de genomen en de geplande maatregelen. Er wordt aangegeven wat een ieders aandeel kan zijn om de CO₂ footprint te reduceren. Tevens worden ze gestimuleerd om zelf ideeën aan te dragen. De medewerkers die in het bezit zijn van een bedrijfswagen krijgen periodiek een individueel brandstof verbruiksoverzicht waarmee de medewerker inzicht krijgt in zijn/haar rijgedrag en verbruik. De leidinggevenden krijgen een totaaloverzicht van alle medewerkers op basis waarvan actief gestuurd kan worden.

2.6. Middelen

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

- Bedrijfswebsite
- Intranet
- Jaarverslagen
- Managementrapportages voorzien van een CO₂ footprint
- Toolboxbijeenkomsten
- Themabijeenkomsten

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 energiemangement actieplan

Bovenstaande aspecten komen te samen in het tweemaal per jaar te communiceren CQ 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
Uitvoerend personeel	intranet	Voortgang CO2 reductieprogramma	2x per jaar
Uitvoerend personeel	toolbox	Nieuwe draaien	4x per jaar
.....			

3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie