



# *Communicatieplan 2024-2025 Van Dorp – CO<sub>2</sub> Prestatieladder*

*Versie 5.9*

Auteur: Van Dorp dienstencentrum (KAM)  
Datum: november 2024



## Inhoudsopgave

<b>Introductie</b> .....	<b>2</b>
<b>1. Doelstelling en boodschap</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Doelgroepen en boodschap</b> .....	<b>3</b>
2.1    Interne doelgroepen .....	3
2.2    Verslagperiode .....	3
<b>3. Middelen en Media</b> .....	<b>6</b>
3.1    Wereldbol .....	6
3.2    Interne communicatie.....	6
3.3    Externe communicatie .....	7
<b>4. Planning</b> .....	<b>9</b>
<b>5. Organisatie en financiën</b> .....	<b>10</b>
5.1    Uitvoering.....	10
5.2    Financiën .....	10
5.3    Monitoring en evaluatie.....	10

## Introductie

Voor u ligt het geactualiseerde communicatieplan van Van Dorp in het kader van de CO<sub>2</sub> prestatieladder. Dit document geeft een beschrijving van de manier waarop de communicatie is geregeld voor het uitdragen van ons MVO beleid en ons energiezorgplan als bedoeld in het handboek van de CO<sub>2</sub> prestatieladder versie 3.1, uitgebracht door SKAO.

In de periode 2010 – 2019 is er veel bereikt op het gebied van duurzaamheid en de reductie van CO<sub>2</sub> emissies. De ambities van Van Dorp reiken verder en zij kijkt vooruit naar de periode 2019 – 2024.

Van Dorp heeft een energiezorgplan opgesteld waarin het energiebeleid en de CO<sub>2</sub> reductiedoelstellingen zijn vastgesteld voor de periode 2019 – 2024. Het energiezorgplan is gepubliceerd op de CO<sub>2</sub> website pagina van Van Dorp. Het nieuwe energiezorgplan wordt voorbereid en zal vervolgens begin 2025 worden gecommuniceerd.

Van Dorp streeft ernaar om als maatschappelijk betrokken onderneming op te treden en vanuit deze visie respectvol met elkaar en onze omgeving om te gaan. Al vanaf de oprichting in 1985 neemt dit gedachtegoed een voorname plaats in en heeft sindsdien steeds meer vorm gekregen. Van Dorp voelt zich verantwoordelijk voor de aarde en de volgende generatie. We willen daarom de wereld in een betere staat achterlaten dan wij die hebben ontvangen. Van Dorp noemt dit rentmeesterschap. Daarom ondersteunen we maatschappelijke initiatieven in de regio, maar ook verder weg. Hiervoor is de Van Dorp Foundation in het leven geroepen. De foundation zet zich in voor de armste mensen in de wereld, zowel ver weg in Afrika, als dichtbij in Nederland. Van Dorp besteedt 5% van haar winst aan de foundation.

Informatie over de CO<sub>2</sub>-footprint en de reductiedoelstellingen worden zowel intern als extern gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf worden meegenomen in diverse communicatievormen.

In dit communicatieplan zijn de verantwoordelijkheden, de wijze van communicatie en de daarbij behorende taken uitgeschreven. Taken zijn daarbij toegewezen aan de diverse functionarissen.

Het communicatieplan heeft de volgende opbouw:

In hoofdstuk 1 zijn de **communicatiedoelstellingen** toegelicht

In hoofdstuk 2 zijn de verschillende **doelgroepen** benoemd en uitgewerkt en de **boodschap** per doelgroep.

In hoofdstuk 3 zijn de verschillende **media en middelen** beschreven, die hiervoor worden gebruikt.

In hoofdstuk 4 zijn de verantwoordelijkheden en taken beschreven incl. een **planning**.

In hoofdstuk 5 wordt toegelicht hoe de **organisatie en financiën** zijn ingericht en op welke wijze de monitoring en evaluatie van de communicatie plaatsvindt.

## 1. Doelstelling en boodschap

Het resultaat van het communicatieplan is het ontwikkelen en produceren van een reeks communicatie uitingen. Het doel van deze uitingen is om de doelgroepen ten aanzien van het onderwerp - de CO<sub>2</sub> Prestatieladder - te informeren, te overtuigen en te activeren.

### *Informeren*

Lezer wordt geïnformeerd en doet kennis op over:

Het energiebeleid van Van Dorp, inzicht in de CO<sub>2</sub> footprint, doelstellingen en initiatieven en de status van de energiemaatregelen.

### *Overtuigen en inspireren*

Lezer wordt overtuigd van en geïnspireerd door:

In het algemeen het belang van ons energiebeleid en de zorg voor onze samenleving en het milieu en specifiek, de genomen initiatieven van Van Dorp op het gebied van CO<sub>2</sub> reductie.

### *Activeren*

Boodschap: Lezer wordt aangespoord om ook actief mee te denken en te doen zodat meer energie wordt bespaard en de CO<sub>2</sub> uitstoot wordt gereduceerd.

### *Relatie-onderhoud*

Boodschap: Onze uitingen dienen positief bij te dragen aan een "duurzaam imago van Van Dorp als opdrachtnemer, opdrachtgever en als werkgever"

## 2. Doelgroepen

De doelgroepen of stakeholders van Van Dorp zijn beschreven in het document Stakeholderanalyse van Dorp. De stakeholderanalyse is onderdeel van de integraal jaarplan proces en wordt jaarlijks beoordeeld (Voor de CO<sub>2</sub> prestatieladder is een globale samenvatting gemaakt, het document stakeholder analyse blijft leidend voor de besluitvorming in kader van stakeholdermanagement).

### **2.1 Interne doelgroepen**

Binnen Van Dorp zijn diverse doelgroepen te onderscheiden. Het onderscheid in de manier van communiceren is afhankelijk van de functie die wordt uitgeoefend en in de wijze waarop mensen zijn te bereiken. Echter, niet elke medewerker van Van Dorp heeft de beschikking over een eigen werkplek. Dit is een aspect waarmee rekening moet worden gehouden bij de in te zetten middelen en media.

De interne doelgroepen kunnen voor de CO<sub>2</sub> prestatieladder worden onderverdeeld in:

- Directie, aandeelhouders en leidinggevenden (het kader);
- Medewerkers op kantoor en bouwplaats of werkzaam in technisch beheer /service en onderhoud;
- Dienstencentrum.

### **2.2 Verslagperiode**

Externe doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Algemeen: Opdrachtgevers, leveranciers en arbeidsmarkt/externe medewerkers
- Specifiek: NGO's en GO
- Overig: banken en verzekeraars, concurrenten, onderwijsinstellingen en omgeving

### 2.2.1 *Opdrachtgevers*

Belangrijke klanten voor Van Dorp zijn:

- Eindgebruikers
- Aannemers
- Projectontwikkelaars en vastgoedbeheerders
- Overheid
- Opdrachtgevers zakelijke dienstverlening
- Opdrachtgevers zorg en onderwijs
- Opdrachtgevers industrie en infra
- Opdrachtgevers energie
- Architecten
- Bouwmanagementbureaus en adviesbureaus
- Opdrachtgevers van projecten met gunningsvoordeel

### 2.2.2 *Leveranciers*

Leveranciers en onderaannemers leveren een bijdrage aan het reductiebeleid dat Van Dorp heeft ingezet met betrekking tot haar CO<sub>2</sub>-emissie. Teneinde de leveranciers te betrekken, te informeren en aan te geven hoe zij kunnen participeren, is het van groot belang een goede relatie te hebben en te onderhouden met de leveranciers.

Leveranciers dienen zich aan te sluiten bij de doelstellingen die Van Dorp zich stelt inzake de reductiedoelstellingen van de CO<sub>2</sub>-emissie en worden waar mogelijk betrokken bij de reductiestrategie van Van Dorp in de keten.

### 2.2.3 *Arbeidsmarkt*

Deze doelgroep bestaat uit

- Werkzoekenden
- Studenten in de techniek
- Scholieren in de techniek
- Zzp-ers en uitzendkrachten

### 2.2.4 *Niet Gouvernementele Organisaties (NGO's)*

NGO's zijn organisaties met een maatschappelijk karakter die hun invloed aanwenden om beleid van overheden en bedrijfsleven te veranderen. Er zijn zeer veel NGO's op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen actief.

Deze NGO's zijn geïnteresseerd in de activiteiten die Van Dorp uitvoert op het gebied van de reductie van de CO<sub>2</sub>-emissies. Tevens zijn zij bereid mee te denken bij serieuze plannen om te komen tot maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaam ondernemen. Ze fungeren als klankbord voor Van Dorp en ons energiebeleid. Het in gesprek zijn met en informeren over, gebeurt zowel individueel als via de brancheorganisatie.

Belangrijke NGO's of gerelateerde organisaties zijn bijvoorbeeld:

- Brancheorganisatie Uneto VNI
- Natuur en Milieu
- Cleaner Car Contracts
- Duurzaam gebouwd

#### 2.2.5 GO's, Overheden en overheidsinstellingen

Overheden en overheidsinstellingen behoren tevens tot de doelgroep van Van Dorp bestaande uit:

- Landelijke overheden: Ministerie van Economische Zaken, VROM;
- Provincies: rol als opdrachtgever en als de provincie waar Van Dorp is gevestigd;
- Gemeenten: rol als opdrachtgever en als gemeente waar Van Dorp is gevestigd;
- Overheidsinstellingen zoals de Rijksgebouwendienst, Waterschappen, Politie (gemeente en landelijk), Brandweer etc.: rol als opdrachtgever en als instelling waar Van Dorp als bedrijf mee in aanraking komt.

Voor het volledige overzicht van de stakeholders wordt verwezen naar de stakeholder analyse, opgenomen in het KAM systeem en de vestiging specifieke aanvullingen opgenomen in het integraaljaarplan per vestiging.

### 3. Middelen en Media

#### 3.1 Wereldbol

Veel duurzaamheidsuitingen van Van Dorp zijn herkenbaar door de steeds terugkerende wereldbol. De wereldbol staat symbool voor duurzaamheid bij Van Dorp. De fossiele brandstoffen, verspreid over de wereld, zullen vervangen moeten worden door duurzame alternatieven. Niet alleen hier in Nederland, maar over de hele wereld. Grenzen bestaan niet als het gaat om duurzaamheid. Van Dorp zet zich daarvoor ook in, voor energie- en CO<sub>2</sub>-reductie. De wereld geeft, wij behoren dat te beschermen en daarom sluiten wij onze wereldbol in onze handen. De pay-off Van Dorp voor morgen is hier mede aan gekoppeld.

Op de website onder het kopje “waar wij voor staan” is het eerste antwoord Duurzaam. Duurzaamheid telt. Ook overall wordt onze visie op rentmeesterschap uitgedragen.



Om de verschillende doelgroepen te informeren, worden diverse media gebruikt. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

#### 3.2 Interne communicatie

Voor interne communicatie over het onderwerp energiebeleid en CO<sub>2</sub> reductie worden de volgende media gebruikt.

- Personeelbijeenkomsten / toolboxen
- Personeelsblad 't Dorpsplein
- DT en MT overleg
- Intranet dorpskern
- Email / digitale nieuwsbrief
- Social media – YouTube films zoals bedrijfsfilm, milieubeleid Van Dorp e.a.

### 3.2.1 *Personeelsbijeenkomsten / toolboxen*

Minimaal tien maal per jaar vinden er toolboxen plaats op de vestigingen. Tijdens sommige van deze toolboxen is er aandacht voor het milieu, duurzaamheid, energie en de CO<sub>2</sub> emissie. Het jaarplan voor de vestigingen wordt toegelicht bij personeelsbijeenkomsten, ook de eventuele relevante doelstellingen en acties t.a.v. milieu, duurzaamheid, energie en de CO<sub>2</sub> emissie.

### 3.2.2 *Personeelsblad - E-mailing / digitale nieuwsbrief*

Informatie omtrent duurzaamheid en de CO<sub>2</sub> Prestatieladder worden aan het personeel gecommuniceerd via het personeelsblad Het Dorpsplein, de digitale maandelijkse nieuwsbrief of een nieuwsbericht op intranet.

### 3.2.3 *Directieteam en managementoverleg*

Periodiek worden in het DT en MT's het energiebeleid, de CO<sub>2</sub> footprint, de reductiedoelstellingen en de trends en de ontwikkelingen besproken. De directie ontvangt maandelijks een KAM rapportage, deze wordt ook aan de vestigingsleiding verstuurd. Regelmatig komen relevante ontwikkelingen aan bod omtrent milieu, duurzaamheid, energie en de CO<sub>2</sub> emissie. De directierapportage wordt in ieder geval maandelijks besproken met de algemeen directeur en het hoofd KAM en de financieel directeur en het hoofd KAM.

Tijdens de directiebeoordeling (fase 1 van het integraal jaarplan bij van Dorp) worden met de vestigingsleiding en de lokale kwaliteitsfunctionaris de resultaten op het gebied van milieu, duurzaamheid, energie en de CO<sub>2</sub> emissie besproken.

### 3.2.4 *Intranet*

Op intranet is onder het hoofdstuk duurzaamheid het energie- en CO<sub>2</sub>-beleid en de bijbehorende reductiedoelstelling beschreven. Deze wordt minimaal halfjaarlijks of bij grote veranderingen, meerdere keren per jaar aangepast.

Daarnaast geeft het nadere informatie over gerelateerde onderwerpen zoals 'het nieuwe rijden'.

### 3.2.5 *E-mailing / digitale nieuwsbrief*

Het personeel wordt via email geïnformeerd over duurzaamheid, de CO<sub>2</sub> Prestatieladder, het energiebeleid en de reductiedoelstellingen. Afwisselend met een nieuws bericht op intranet of personeelsblad het Dorpsplein.

## 3.3 **Externe communicatie**

Afhankelijk van de doelgroep worden verschillen middelen en media ingezet. De volgende media worden hierbij onderscheiden:

- Internet: [www.vandorp.eu](http://www.vandorp.eu)
- Nieuwsuitingen op Facebook, LinkedIn en via het YouTube kanaal
- Actieve deelname aan en initiatie van werkgroepen/workshops/initiatieven.
- Gesprekken met NGO's en GO's

### 3.3.1 *Internet: dorpskern*

Van Dorp heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden pagina's ingericht op de website, met informatie over MVO en Duurzaamheid, onder andere:

- Informatie over de *CO<sub>2</sub> Prestatieladder* en alle onderliggende documenten. Deze wordt minimaal halfjaarlijks of bij grote veranderingen, meerdere keren per jaar aangepast.
- *Duurzaam ondernemen* over projecten die gerealiseerd zijn door onze medewerkers in het kader van maatschappelijke betrokkenheid.



### *3.3.2 Nieuwsuitingen op social media*

Van Dorp communiceert via social media over haar doelstellingen, inspanningen en behaalde resultaten op het gebied van duurzaamheid en de CO<sub>2</sub> Prestatieladder.

### *3.3.3 Actieve deelname aan en initiatie van werkgroepen.*

Binnen de maatschappelijke omgeving waarin Van Dorp opereert, bestaan diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. Van Dorp participeert in deze initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van technische installaties voor een actieve bijdrage in de werkgroepen. Zij communiceert in deze werkgroepen ook haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

### *3.3.4 Projecten met gunningsvoordeel.*

Wanneer Van Dorp projecten met gunningsvoordeel gegund krijgt, is Van Dorp verplicht om over deze projecten te communiceren. De informatie over de projecten met gunningsvoordeel worden via de externe communicatiemiddelen gecommuniceerd voor zowel de interne als de externe communicatie en binnen projecten wordt afhankelijk van de opdrachtgever een communicatiestructuur uitgewerkt.

## 4. Planning 2024-2025

### Planning interne doelgroep

Actie	Frequentie	Datum	Verantwoordelijke
Update intranet	2 x per jaar	Bij actuele zaken	KAM
Film: bedrijfsfilm, films Henk Willem van Dorp en milieubeleid via intranet en YouTube	Planning KAM	Volgens planning of bij actuele zaken	KAM/ Marketing
Nieuwsbrief digitaal	2x per jaar	Updates	Marketing
Toolbox	2 x per jaar	1 x per halfjaar	KAM
DT overleg informeren	10 x per jaar	Maandelijks KAM rapportage	KAM
MT overleg informeren	10 x per jaar	Maandelijks KAM rapportage	DT
Personeelsbijeenkomst	1 x per jaar	Eind van het jaar	MT's

### Planning externe doelgroep

Actie	Frequentie	Datum	Verantwoordelijke
Update internet	Binnen 2 weken na ontvangst informatie	Bij actuele zaken	KAM
YouTube bedrijfsfilm, films Henk Willem van Dorp en film milieubeleid Van Dorp	Doorlopend	Volgens planning of bij actuele zaken	KAM/Marketing
Persberichten	2x p/ jaar	Bij relevante zaken	Marketing
Actieve deelname aan werkgroepen		Volgens planning	n.t.b, afhankelijk van werkgroep
Gesprekken met NGO's en GO's.		Volgens planning	DT
Communicatie over projecten met gunningsvoordeel	2x p/ jaar	Als onderdeel van de CO <sub>2</sub> footprint rapportages en adhoc bij relevante zaken	Marketing

## 5. Organisatie en financiën

### 5.1 Uitvoering

- Afdeling KAM
- Afdeling Marketing en Communicatie
- Afdeling Inkoop
- Vestigingen
- Directie
- Kartrekkers van deelnemingen aan initiatieven

De afdeling Marketing & Communicatie ondersteunt de afdeling KAM bij bovengenoemde uitingen in het kader van de CO<sub>2</sub> prestatieladder.

De afdeling Inkoop communiceert met alle leveranciers en onderaannemers inzake het aanleveren van de CO<sub>2</sub> footprint van de eigen organisatie.

De vestigingen ontvangen van het dienstencentrum data met betrekking tot hun eigen energie- en brandstofverbruik. Een verslag hiervan staat in het integraal jaarplan (waar de directiebeoordeling onderdeel van is) van de vestigingen.

### 5.2 Financiën

Kosten met betrekking tot de website, campagne en alle overige communicatiemiddelen inzake de CO<sub>2</sub> prestatieladder, worden begroot door de afdeling KAM. De kosten van KAM worden middels verdeelsleutel doorbelast aan vestigingen.

### 5.3 Monitoring en evaluatie

In de planning wordt aan de hand van meetpunten, periodiek de voortgang bewaakt en zo nodig bijgesteld. Jaarlijks wordt de inzet van de middelen geëvalueerd. Op basis van deze evaluatie wordt de planning voor het volgende jaar gemaakt.