

Van Tongeren Watertechniek

Communicatieplan CO₂-beleid



Het waarom

Overtuiging

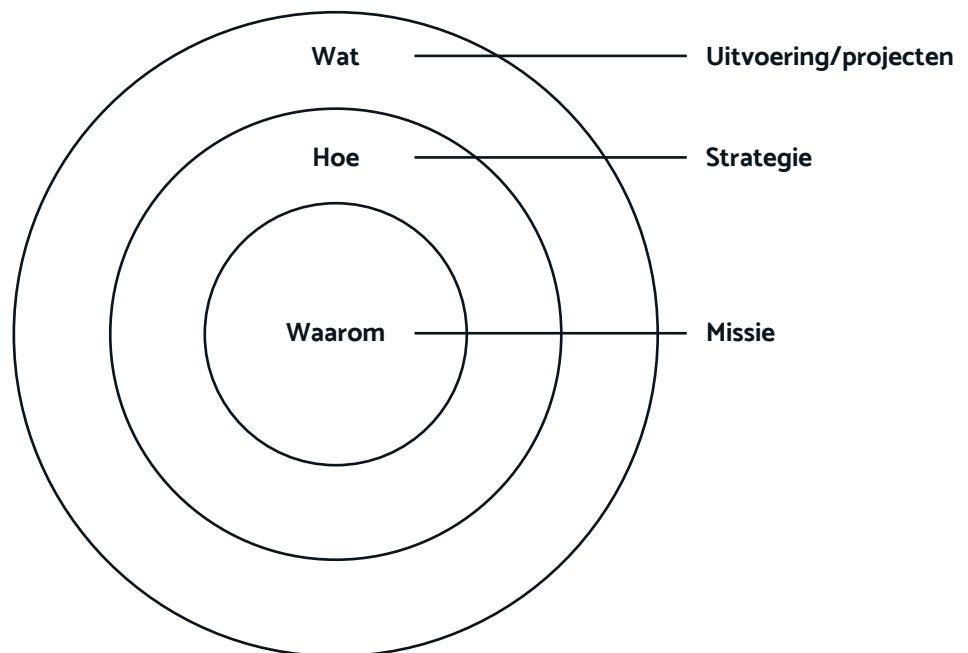
Zonder overtuiging is de communicatie gefundeerd op drijfzand. Dat zit bij Van Tongeren Watertechniek B.V. wel goed. Op jullie website staat een citaat van Guido “Wij willen de wereld een handje vooruit helpen.”

Ook jullie missie laat een mooie intentie zien.

Wij geloven dat we verder komen als we samen in beweging blijven. Dat betekent: koppen bij elkaar en handen uit de mouwen. Met als doel: jou de beste oplossing te bieden voor jouw vraagstuk en de wereld een stukje mooier te maken. Bijzondere en lastige klussen? Daar krijgen wij juist energie van. Het daagt ons uit om te blijven innoveren. Om projecten in beweging te houden. Om met onze oplossingen de wereld een handje vooruit te helpen. Wij fantaseren niet over een betere toekomst, wij werken nu al aan de wereld van morgen. Waar kunnen we jou bij helpen?

De waardepropositie Van Tongeren Watertechniek B.V. gebaseerd op kost-leadership, kennis/ vaardigheden/technieken en apparatuur, prijs/kwaliteit, innovatief/vooroplopend, duurzaamheid, landelijke dekking, risicomanagement projecten, totaalpakket en maatwerkoplossingen.

Jullie zien het belang van de CO2-prestatieladder. Maar jullie willen verder gaan. We kwamen al pratend op de Golden Cirkel van Simon Sinek. In het waarom zit jullie overtuiging om de wereld een handje te helpen. Het begint bij de intrinsieke motivatie. De CO2-prestatieladder zit in het hoe. In het wat speelt de communicatie een rol van betekenis. Wat hebben we gedaan en wat hebben we bereikt.



Duurzaam werken of MVO was wel het belangrijkste thema. Steeds meer bedrijven zeggen op hun website wel iets over dit thema. In de meeste gevallen heb je als lezer het idee dat het vooral plichtsmatig is. Je kent ze vast, die gaapverhalen op websites en in jaarverslagen. Niemand die het met plezier leest. Niemand die de echte overtuiging voelt.

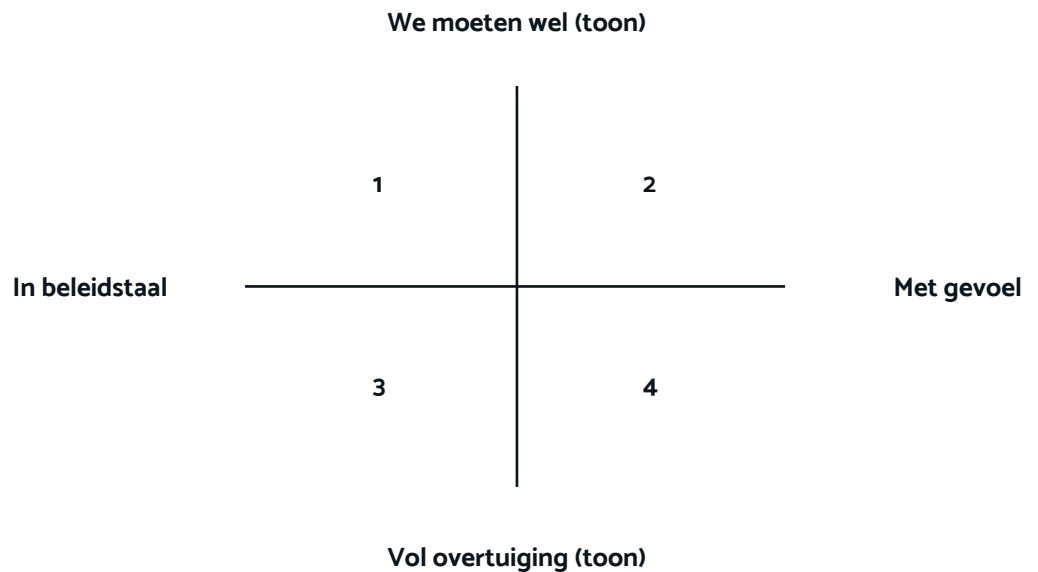
Bijvoorbeeld:

Onze organisatie gaat voor het predicaat 'duurzaam ondernemen'. Of
Ons bedrijf staat al sinds 1990 voor een duurzame maatschappelijk verantwoorde manier van ondernemen. In de onderneming staan de 3 P's (People, Profit en Planets) centraal.

Of

Duurzaamheid is geen etiket maar een manier van denken en werken. Wij werken aan een duurzame leefomgeving voor huidige en toekomstige generaties. Kanters hanteert een allesomvattende duurzaamheidsstrategie. Als samenleving moeten we de juiste balans tussen people, planet en profit vinden.

Als je kijkt naar het schemaatje hieronder valt dit soort teksten rechtstreeks in kwadrant 1. 'We moeten wel' en schrijven dat 'in beleidstaal'. Zelden zie je teksten die in kwadrant 4 te plaatsen zijn.



Op de site van de KLM is wel een mooi voorbeeld te zien.

Als iemand het heeft over duurzaamheid, dan hoor ik altijd wel iets over CO₂-uitstoot. Een van de dingen die ervoor zorgt dat een vliegtuig minder CO₂ uitstoot tijdens de vlucht, is zo licht mogelijk te zijn. Maar hoe bespaar je gewicht in zo'n groot toestel? Dat doen ze bij KLM in het ruim maar ook in de cabine. Denk aan lichtere netten en pallets die 'onderin' het vliegtuig voor minder gewicht zorgen. En 'bovenin' helpt het gebruik van de media app (geen papieren kranten meer, scheelt 360.000 kilo per jaar!). Ook het gebruik van lichtere trolleys en materialen. Al die 'kleine' dingen zorgen voor een grote vermindering.

Ook een mooie:

Wij hebben dromen. Sommige beleven we, andere daar werken we aan. Zo dromen we van een wereld waarin niemand, mens noch dier, hoeft te lijden of te sterven voor de productie van voedsel. Van een manier van eten en leven waar de aarde niet onder te lijden heeft. Daarom maken we het beste, lekkerste en met het gezonde zeewier verrijkte plant-based eten dat bestaat. Boordevol nutriënten, voor een natuurlijke, instant high.

Samen

“We kunnen het niet alleen.” In je eentje maak je de wereld niet beter. Dat doe je samen. Ook dat is een diepe overtuiging van jullie. Daarom is niveau 4 en 5 van de prestatieladder juist voor jullie interessant. Meters maken in de keten dus. Jullie zijn bereid nieuwe inzichten te delen. Delen is wat jullie betreft het nieuwe vermenigvuldigen.

Koploper

Als het gaat over duurzaam ondernemen wil Van Tongeren Watertechniek B.V. koploper zijn. In 2030 zijn jullie CO2 neutraal.

Het sluit mooi aan bij de bestuursfunctie bij Bouwend Nederland. Het leidt ook tot onderscheidend vermogen in de branche. Jullie realiseren je dat daar investeringen voor nodig zijn. Denk aan nieuwe motoren, bio-diesel en uiteindelijk de overstap naar waterstof. De klanten zijn (nog) niet bereid extra te betalen voor jullie duurzaamheidsinspanningen. “Het gaat nog te vaak om geld.” Maar dat houdt jullie niet tegen.

Communicatie

De communicatie biedt veel kansen. Niet alleen de CO2-ladder pakken, maar MVO als geheel. Met als doel: Van Tongeren Watertechniek B.V. op de kaart zetten als dé koploper in zijn markt als het gaat om sociaal en duurzaam ondernemen in de bouw. Om zo de wereld een klein beetje mooier te maken. Een voorbeeld te zijn voor andere bedrijven, de bouw positief in het nieuws te brengen, en een nog sterkere voorkeurspositie te krijgen als samenwerkingspartner.

Het hoe

Communicatiematrix CO2-communicatieplan Henk van Tongeren

	Structureel	Halfjaarlijks	Jaarlijks	Intern	Extern	Informatie	Bewustwording	Betrokkenheid
Webpagina		X			X	X		
Jaarmagazine			X		X	X	X	X
Video								
Webinar								
Social Media	X				X		X	X

Prikbord	X			X		X		
Maandelijks overleg	X			X		X	X	X

Input: doelen, maatregelen, realisatie en footprint.
Output: voortgang.

De communicatie omvat minimaal het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van de organisatie en de maatregelen, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidige energieverbruik en trends binnen de organisatie en de projecten.

In de matrix staan de communicatiemiddelen die we inzetten rondom het CO2-beleid. De communicatie-eisen voor niveau 3 zijn: de organisatie communiceert intern en extern over haar CO2-footprint, reductiedoelstelling(en) en bijbehorende maatregelen en trends over de organisatie en projecten. Voor niveau 4 zijn dit de eisen: de organisatie onderhoud dialoog met partijen binnen overheid en NGO's over haar CO2- reductiedoelstelling en strategie.

De communicatiedoelgroepen, intern en extern, zijn hieronder uitgewerkt. Bij de externe doelgroepen staan de middelen waarmee we deze groepen willen bereiken erachter.

Communicatiedoelgroepen

Intern

De interne doelgroep bestaat uit alle medewerkers van Van Tongeren Watertechniek B.V.. Dit zijn leidinggevend, kantoomedewerkers, werkplaatsmedewerkers en buitenmedewerkers.

Extern

Het reduceren van CO₂ uitstoot kan alleen bereikt worden als zowel binnen als buiten Van Tongeren Watertechniek B.V. volledige inzet aanwezig is. Daarom is het belangrijk dat alle externe belanghebbenden geïnformeerd worden. Externe belanghebbenden zijn partijen die belang hebben bij reductie van energie en van CO₂-emissies. En het zijn potentiële partners om mee samen te werken aan CO₂-reductie, zowel bij de initiatieven van ons bedrijf als bij de maatregelen in projecten waarop CO₂-gerelateerd gunningvoordeel verkregen. De voornaamste externe belanghebbenden van Van Tongeren Watertechniek B.V. zijn:

- Overheid (webpagina, jaarmagazine, video, webinar)
- Waterschap en provincie (webpagina, jaarmagazine, video, webinar)
- Klanten (webpagina, jaarmagazine, video)
- Burgers (social media)
- Toeleveranciers (webpagina, jaarmagazine)
- Bank (webpagina, jaarmagazine)
- Partners (webpagina, jaarmagazine, video, webinar)
- Bouwend Nederland (webpagina, jaarmagazine, video, webinar)
- O2DIT.NL (webpagina, jaarmagazine, video, webinar)
- Potentiële nieuwe medewerkers (arbeidsmarkt)

Voor het volledige overzicht van de stakeholders wordt er verwezen naar de stakeholder analyse die gemaakt is voor de ISO9001.

Communicatiedoelstellingen

Intern

Het doel van de interne communicatie over het CO₂-beleid is het energiebewust maken van de medewerkers en daarmee de reductiedoelstellingen behalen.

- Medewerkers zijn op de hoogte van (de ontwikkelingen rond) het CO₂-beleid en de reductiedoelstellingen van Van Tongeren Watertechniek B.V..
- Medewerkers weten welke individuele en collectieve bijdrage ze kunnen leveren aan het energiebeleid.

Extern

Om de reductiedoelstellingen te kunnen behalen, is niet alleen de medewerking van de eigen medewerkers nodig, maar ook die van externe partijen. Het doel van externe communicatie is om transparant te zijn naar de externe belanghebbenden. Om ze te informeren en bewustwording en betrokkenheid te creëren.

- Belanghebbenden zijn op de hoogte van de emissie-inventaris (Footprint analyse), de CO2-reductiedoelstellingen en de maatregelen die Van Tongeren Watertechniek B.V. neemt om de CO2 uitstoot te reduceren.
- Belanghebbenden zijn op de hoogte van de eisen die Van Tongeren Watertechniek B.V. maakt op het gebied van het energiebeleid

Het wat

Webpagina Henk van Tongeren

Op de website van Van Tongeren Watertechniek B.V. wordt een pagina geweid aan het CO2-beleid.

Eisen webpagina

De pagina moet voldoen aan een aantal eisen. Zo moet de pagina vindbaar zijn onder de naam 'CO2-beleid'.

Op de pagina moet de volgende informatie en documentatie staan:

- 3.B.1: De organisatie heeft een kwantitatieve reductiedoelstelling voor scope 1 & 2 emissie en business travel van de organisatie en de projecten opgesteld, uitgedrukt in absolute getallen of percentages ten opzichte van een referentiejaar en binnen een vastgelegde tijdstermijn en heeft een bijbehorend plan van aanpak opgesteld inclusief de te nemen maatregelen in de projecten.
- 4.B.2: De organisatie rapporteert ten minste halfjaarlijks (intern én extern) de voortgang ten opzichte van de doelstellingen voor de organisatie en de projecten 10 waarop CO2-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.
- 3.C.1: De organisatie communiceert structureel intern én extern over de CO2-footprint (scope 1 & 2 emissies) en de kwantitatieve reductiedoelstelling(en) van de organisatie en de maatregelen in projecten waarop CO2-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.
De communicatie omvat minimaal het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van de organisatie en de hierboven genoemde maatregelen, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie betreffende het huidige energiegebruik en trends binnen de organisatie en de projecten.
- 3.D.1: Actieve deelname aan minimaal één (sector of keten) initiatief op het gebied

van CO₂-reductie in de projectenportefeuille door middel van aantoonbare deelname in werkgroepen, het publiekelijk uitdragen van het initiatief en/of het aanleveren van informatie aan het initiatief.

- 4.D.1: De organisatie kan aantonen dat ze initiatiefnemer is van ontwikkelingsprojecten die de sector bij de uitvoering van projecten faciliteren in CO₂-reductie door het verbinden van de organisatiennaam aan het initiatief, door publicaties, door bevestiging van mede-initiatiefnemers.

Deze eisen worden verwerkt in een download: Footprint analyse. De historie van de laatste twee jaar staat ook op de website. Op de pagina staat ook een volledige kopie van het certificaat.

Organisatiepagina op SKAO

Ook moet er een link naar de organisatiepagina op de SKAO-website staan. Op die pagina staan documenten met de volgende eisen:

- 4.A.1: De organisatie heeft aantoonbaar inzicht in de meest materiële emissies uit scope 3, en kan uit deze scope 3 emissies tenminste 2 15 analyses van GHG- genererende (ketens van) activiteiten voorleggen.
- 3.D.1: Actieve deelname aan minimaal één (sector of keten) initiatief op het gebied van CO₂-reductie in de projectenportefeuille door middel van aantoonbare deelname in werkgroepen, het publiekelijk uitdragen van het initiatief en/of het aanleveren van informatie aan het initiatief.
- 4.D.1: De organisatie kan aantonen dat ze initiatiefnemer is van ontwikkelingsprojecten die de sector bij de uitvoering van projecten faciliteren in CO₂-reductie door het verbinden van de organisatiennaam aan het initiatief, door publicaties, door bevestiging van mede-initiatiefnemers.

Samengevat

In het kort de eisen aan de webpagina:

- De term 'CO₂-beleid' moet duidelijk zichtbaar zijn.
- Kwantitatieve reductiedoelstelling, halfjaarlijkse voortgang, actieve deelname in de keten en het nemen van initiatief moeten naar voren komen.
- Inclusief een actieplan van de kwantitatieve doelstellingen.
- Link naar SKAO.
- Kopie van het certificaat.

Op niveau 4 en 5:

- Rapportage scope 3 emissies
- Rapportage ketenanalyse(s)
- Eigen initiatieven

Strategie

De informatie op de website wordt ingedeeld in documenten vs populair. Een download van de footprint analyse valt onder 'documenten'. Het voldoet aan de eisen en is vooral feitelijk. Het gaat hier om bewijs. Daarnaast moet het ook interessant zijn voor de lezer. Dit noemen we populair. Hier komt de intentie naar voren.

Content

- Voorbeelden van projecten die te maken hebben met de CO2-reductie/innovatie.
- Beleid.
- Reductiedoelen.
- Gerealiseerde doelen (infographics). Welke invloed heeft dit op de wereld?

Planning

De content is 13 januari 2021 opgeleverd.

Informatie verzamelen

- Guido van Van Tongeren Watertechniek B.V. levert informatie aan.
- Boostrz houdt interviews.

Jaarmagazine Van Tongeren Watertechniek B.V.

In het jaarmagazine staan alle feiten en cijfers van het afgelopen jaar. Maar ook het CO2-beleid van Van Tongeren Watertechniek B.V. komt hier aan bod.

Strategie

'Om projecten in beweging te houden. Om met onze oplossingen de wereld een handje vooruit te helpen. Wij fantaseren niet over een betere toekomst, wij werken nu al aan de wereld van morgen. Waar kunnen we jou bij helpen?'

Dit is het uitgangspunt voor het MVO-jaarmagazine. We nemen projecten als uitgangspunt. Lekker tastbaar. Van Tongeren Watertechniek B.V. ontwikkelt, presteert, ontziet, verbindt en verbindt en zorgt.

Content

Dit werken we uit in de volgende onderwerpen:

- Voorwoord
- Mission statement
- Organisatie
- Medewerkers
- Markt en keten
- CO2-beleid

- Reductiedoelen
- Vooruitkijken
- Dankwoord

Planning

Het MVO-jaarmagazine wordt 1 april opgeleverd.

Informatie verzamelen

- Guido van Van Tongeren Watertechniek B.V. levert informatie aan.
- Boostrz houdt interviews (ook bij projecten op locatie).

Video

Interview met Guido waarin hij vertelt over de CO2-reductie. En een video waar een opdrachtgever aan het woord is.

Strategie

In de video moet de overtuiging van Guido heel duidelijk naar voren komen. “We kunnen het niet alleen. In je eentje maak je de wereld niet beter. Dat doe je samen.” Ook dat is een diepe overtuiging van jullie.

Planning

De planning was om de video in november 2021 te produceren, wegens Covid is dit uitgesteld naar het 2e kwartaal van 2022.

Webinar

Interactie opzoeken met belanghebbenden.

Strategie

De rol van Van Tongeren Watertechniek B.V. in de keten aan de orde laten komen.

Planning

De planning was om het webinar plaats te laten vinden in het voorjaar van 2021, i.v.m. de overname is ervoor gekozen dit op te schuiven naar het 2e kwartaal van 2022

Vorbereiding en uitvoering

- Techniek
- Inhoud
- Doel

- Deelnemers (uitnodiging)
- Verslaglegging
- Rol van Van Tongeren Waternet B.V.
- Thema
- Planning/tijdstrip
- Key-players
- Promotie (social media)
- Landingspagina

Social media

Om al deze momenten maken we een tijdlijn. Waarbij we de buitenwereld op de hoogte brengen van alle ontwikkelingen. Op LinkedIn en Facebook kun je activiteiten rondom MVO delen. Video's en korte artikelen. Een mix van informatie en betrokkenheid. Voor alle berichten zijn de projecten het uitgangspunt. En we promoten het webinar op social media.

Interne communicatie

Naast dat Van Tongeren Waternet B.V. veel doet aan de externe communicatie naar de stakeholders toe over het reductiebeleid. Dit kan natuurlijk niet zonder een goede interne communicatie over het reductiebeleid.

Het interne overleg vindt plaats via de volgende kanalen:

- Intern werkoverleg
- VGM overleg
- Toolbox meetings
- Tijdens werkplekinspecties 1-op-1 overleg