



loon- en verhuurbedrijf
NIEK KONIJN BV
WIJDEWORMER

Communicatieplan

Loon- en Verhuurbedrijf Niek Konijn B.V.

1 januari 2025 t/m 31 december 2025



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	5
2.5. Strategie	6
2.6. Middelen	6
3. Communicatie	7
3.1. Intern communicatie-overzicht	7
3.2. Externe communicatieoverzicht	7

1. Inleiding

Dit communicatieplan beschrijft hoe Niek Konijn B.V. invulling geeft aan de communicatie-eisen van de CO₂-Prestatieladder niveau 3.

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.

Het doel is om met een efficiënte en doelgerichte aanpak te zorgen voor interne en externe communicatie over onze CO₂-footprint, reductiedoelstellingen en behaalde resultaten.

Met dit plan zorgen we ervoor dat:

- Informatie over CO₂-prestaties transparant wordt gedeeld;
- Medewerkers op de hoogte zijn van de doelen en bijdragen aan reductie;
- Externe belanghebbenden eenvoudig inzicht krijgen in onze voortgang;
- De organisatie voldoet aan de eisen van de SKAO.

1.1. Organisatiestructuur

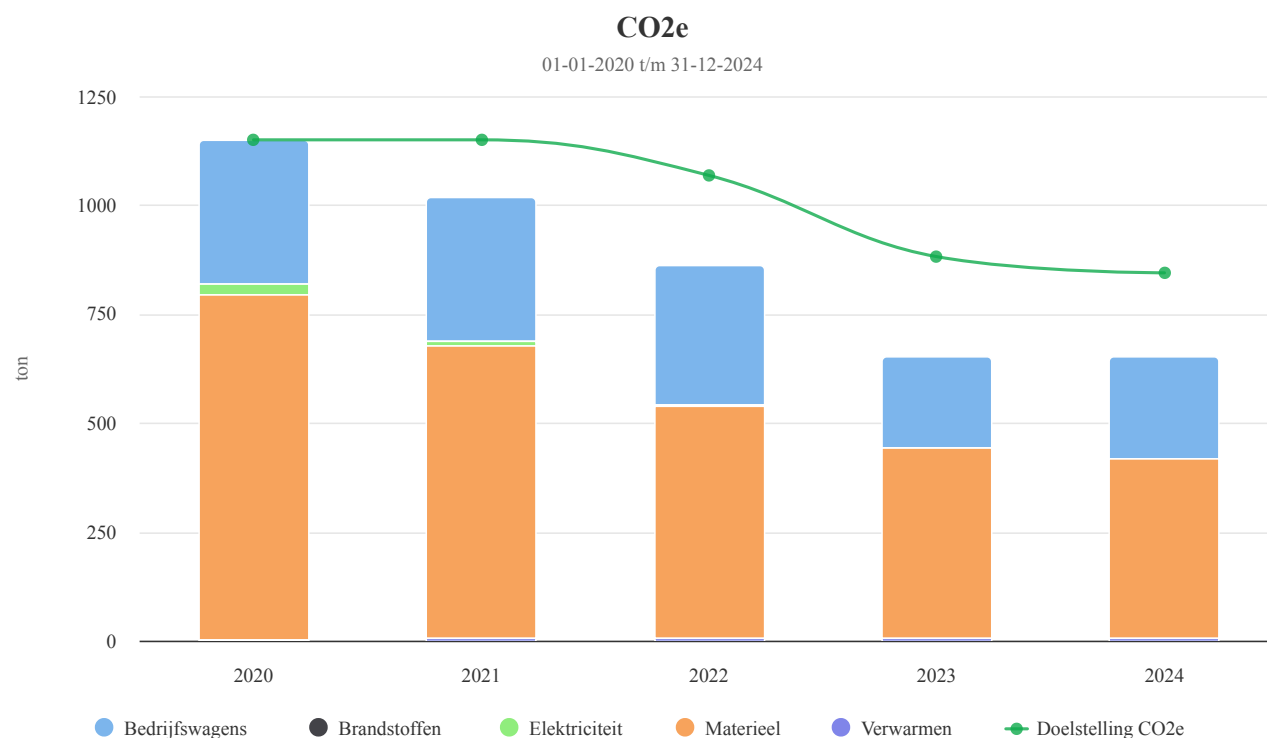
Naam	Consolidatie percentage
Loon- en Verhuurbedrijf Niek Konijn B.V. Rechtspersoon <i>Sector (SBI):</i> 0161 - 4312 - 7731 <i>KvK- of projectnummer:</i> 35021308	
Wijdewormer Vestiging <i>KvK- of projectnummer:</i> 35021308	100%

1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
Loon- en Verhuurbedrijf Niek Konijn B.V.	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Nick Konijn <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Marbé van Schagen <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> Marbé van Schagen
Wijdewormer	

2. Doelstellingen en doelgroepen

2.1. CO2 grafiek



2.2. Communicatiedoelstellingen

De belangrijkste doelstelling van dit communicatieplan is het zorgen voor **transparante, consistente en toegankelijke communicatie** over onze CO₂-prestaties. We willen zowel intern als extern laten zien dat wij actief werken aan het reduceren van onze uitstoot en dat we dit op een gestructureerde manier monitoren en verbeteren.

Concreet richten we ons op vier subdoelen:

Ten eerste willen we **transparantie waarborgen** door onze CO₂-footprint, reductiedoelen en voortgang jaarlijks openbaar te maken via onze website. Dit zorgt ervoor dat klanten, opdrachtgevers en andere belanghebbenden inzicht krijgen in onze prestaties.

Ten tweede willen we de **bewustwording onder medewerkers vergroten**. Medewerkers moeten weten wat onze CO₂-doelen zijn en hoe hun gedrag en keuzes bijdragen aan het behalen daarvan. Dit doen we door jaarlijks een interne update te geven en korte berichten te delen over concrete verbeteracties.

Het derde doel is het **behouden van geloofwaardigheid**. We willen laten zien dat we de CO₂-Prestatieladder serieus toepassen en daar transparant over communiceren. Dat doen we onder andere door bij (her)certificering intern en extern een kort bericht te publiceren over het behaalde resultaat.

Tot slot willen we **feedback en betrokkenheid stimuleren** door de mogelijkheid te bieden aan interne en externe partijen om vragen, suggesties of opmerkingen te delen.

2.3. Doelgroepen

De communicatie richt zich op verschillende doelgroepen, die elk een andere informatiebehoefte hebben.

Intern vormen de medewerkers de belangrijkste doelgroep. Zij zijn direct betrokken bij de uitvoering van maatregelen en kunnen via hun gedrag en keuzes bijdragen aan CO₂-reductie. De interne communicatie is daarom vooral gericht op bewustwording, kennisdeling en het stimuleren van een positieve houding ten opzichte van duurzaam werken.

Daarnaast speelt de directie en het management een cruciale rol. Zij geven richting aan het beleid en hebben een voorbeeldfunctie in het uitdragen van CO₂-bewust handelen.

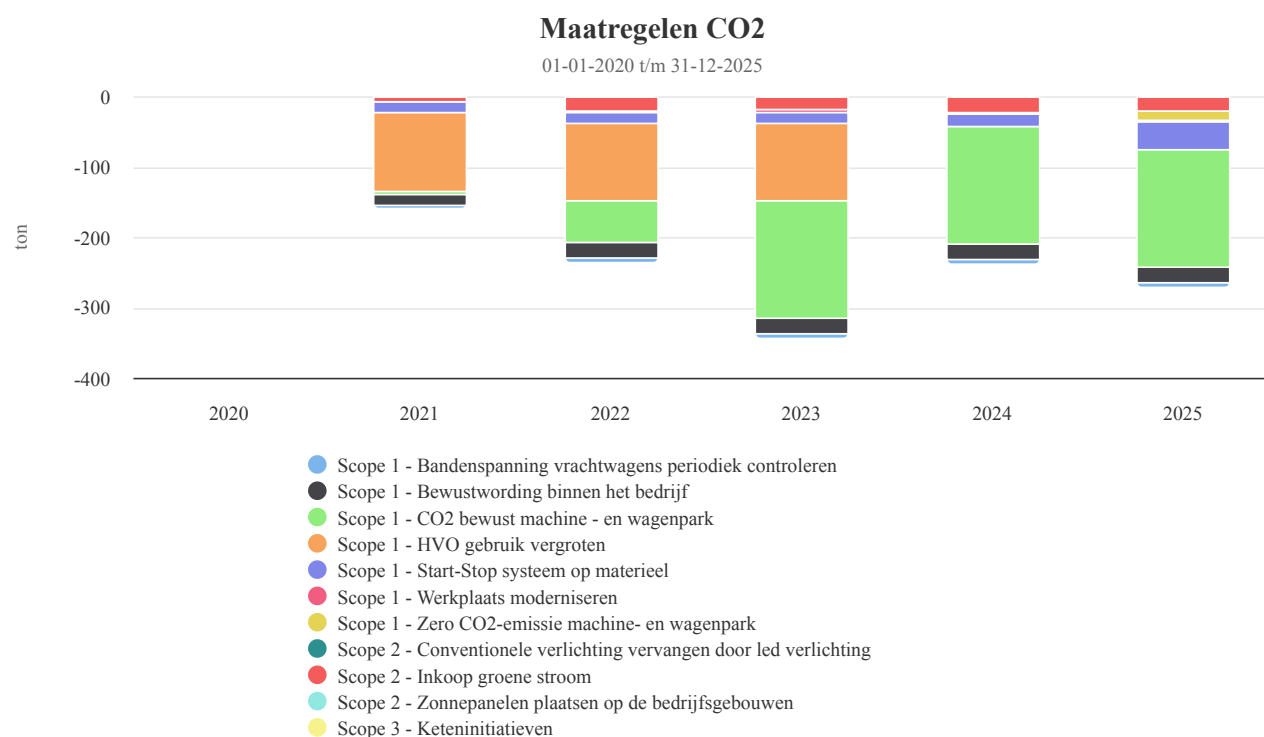
Extern richten we ons op klanten en opdrachtgevers die inzicht willen in onze duurzaamheidsinspanningen. Door openheid te bieden over onze prestaties versterken we het vertrouwen en voldoen we aan aanbestedingseisen.

Ook leveranciers en partners zijn een relevante doelgroep. We informeren hen over onze CO₂-doelstellingen en vragen waar mogelijk om medewerking bij het realiseren van reducties.

Tot slot communiceren we richting overige belanghebbenden, zoals brancheorganisaties of omwonenden, door onze informatie publiek beschikbaar te maken via onze website.

Doelgroep	Communicatiedoel	Belangrijkste boodschap	Kanaal
Medewerkers	Betrokkenheid en bewustwording	“Iedereen draagt bij aan CO ₂ -reductie”	Whatsapp groep, e-mail, (werkoverleg)
Directie en management	Sturing en voorbeeldrol	“Draag actief CO ₂ -beleid uit”	Directieoverleg, rapportages
Klanten, opdrachtgevers, leveranciers	Transparantie en vertrouwen	“Wij werken aantoonbaar aan CO ₂ -reductie”	Website, sociale media
Overige belanghebbenden	Inzicht in prestaties	“CO ₂ -beleid en voortgang zijn openbaar”	Website, sociale media

2.4. Relevante maatregelen



Maatregelen CO2 (ton)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Scope 1 - Bandenspanning vrachtwagens periodiek controleren		-2,68	-6,43	-6,42	-6,44	-6,41
Scope 1 - Bewustwording binnen het bedrijf		-16,40	-22,64	-22,60	-22,67	-22,56
Scope 1 - CO2 bewust machine - en wagenpark		-5,03	-57,85	-167,00	-167,51	-166,74
Scope 1 - HVO gebruik vergroten		-110,83	-110,83	-110,62	-0,34	
Scope 1 - Start-Stop systeem op materieel		-15,73	-15,73	-15,70	-15,75	-39,19
Scope 1 - Werkplaats moderniseren				-2,80	-2,88	-2,87
Scope 1 - Zero CO2-emissie machine- en wagenpark						-13,00
Scope 2 - Conventionele verlichting vervangen door led verlichting		-0,56	-0,52	-0,46	-0,54	-0,50
Scope 2 - Inkoop groene stroom		-7,44	-21,96	-19,15	-22,59	-20,87
Scope 2 - Zonnepanelen plaatsen op de bedrijfsgebouwen					0,00	0,00
Scope 3 - Keteninitiatieven		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Totaal		-158,67	-235,97	-344,76	-238,72	-272,15

2.5. Strategie

De communicatiestrategie van [bedrijfsnaam] richt zich op het vergroten van bewustzijn en betrokkenheid bij medewerkers, omdat een aanzienlijk deel van de CO₂-uitstoot direct voortkomt uit het dagelijkse gedrag van het personeel. Denk hierbij aan zaken zoals efficiënt rijgedrag, het onnodig laten draaien van voertuigen of machines, het gebruik van verlichting en energieverbruik op kantoor en projectlocaties.

Het uitgangspunt van de strategie is dat gedragsverandering alleen mogelijk is wanneer medewerkers begrijpen welke invloed hun handelingen hebben op het energieverbruik en daarmee op de CO₂-uitstoot. De interne communicatie is er daarom op gericht om dit bewustzijn te vergroten en medewerkers te stimuleren om actief bij te dragen aan reductiedoelen.

Het managementteam heeft hierin een voorbeeldrol. Zij dragen de doelstellingen actief uit, bewaken de voortgang en zorgen ervoor dat de gestelde maatregelen daadwerkelijk worden opgevolgd.

De strategie is daarnaast gericht op interne betrokkenheid, wat zorgt voor praktische verbeteringen vanuit de werkvloer.

Tenslotte is het de bedoeling dat het onderwerp CO₂-reductie geleidelijk onderdeel wordt van de bedrijfscultuur. Naarmate de kennis en bewustwording toenemen, zullen collega's elkaar vaker op een positieve manier aanspreken op energievervalsing of inefficiënt gedrag. Op die manier wordt duurzaam denken en handelen een vanzelfsprekend onderdeel van de dagelijkse praktijk.

2.6. Middelen

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

- Bedrijfswebsite
- Nieuwsbrieven/Whatsapp bedrijfsgroep
- Social media berichten over duurzame investeringen
- Managementrapportages voorzien van een CO₂ footprint
- Toolbox bijeenkomsten

3. Communicatie

Om de CO₂-reductiedoelstellingen van [bedrijfsnaam] effectief te kunnen realiseren, is duidelijke, consequente en toegankelijke communicatie onmisbaar. Binnen dit hoofdstuk wordt beschreven hoe en via welke kanalen de interne en externe communicatie plaatsvindt.

De communicatie heeft als hoofddoel om **transparantie, betrokkenheid en bewustwording** te creëren. Door regelmatig te communiceren over de voortgang van het CO₂-beleid, worden medewerkers gestimuleerd om actief bij te dragen aan de reductiedoelstellingen, terwijl externe belanghebbenden inzicht krijgen in de inspanningen van de organisatie.

De boodschap moet eenvoudig, herkenbaar en concreet zijn. Zowel intern als extern wordt nadruk gelegd op praktische informatie: wat doen we, waarom doen we het, en wat levert het op? Interne communicatie richt zich vooral op gedragsverandering en bewustwording bij medewerkers, terwijl externe communicatie is bedoeld om transparantie en geloofwaardigheid richting klanten, leveranciers en de maatschappij te waarborgen.

3.1. Intern communicatie-overzicht

De interne communicatie vormt de kern van het draagvlak voor het CO₂-beleid. Het doel is om medewerkers te informeren over de voortgang van het reductieprogramma, hen bewust te maken van hun eigen invloed en hen te betrekken bij het behalen van de doelstellingen. De communicatie wordt afgestemd op de verschillende doelgroepen binnen de organisatie, zodat de boodschap relevant en effectief blijft.

Voor het **uitvoerend personeel** wordt jaarlijks via e-mail gecommuniceerd over de voortgang van het CO₂-reductieprogramma. In deze communicatie wordt inzicht gegeven in de behaalde resultaten, eventuele nieuwe maatregelen en de impact van het gedrag op de totale uitstoot. Daarnaast wordt via WhatsApp incidenteel informatie gedeeld over specifieke ontwikkelingen, zoals de aanschaf van nieuw CO₂ verbeterend materieel.

Voor het **management en kantoorpersoneel** vindt communicatie voornamelijk plaats tijdens de wekelijkse werkoverleggen. Hierin worden operationele zaken besproken, waarbij CO₂-reductie als onderwerp incidenteel aan bod komt, afhankelijk van de actualiteit.

Door de communicatie via bestaande kanalen te organiseren, e-mail, WhatsApp en werkoverleggen, is de effectiviteit hoog. Op deze manier blijft CO₂-reductie continu onder de aandacht en wordt het een vanzelfsprekend onderdeel van het dagelijks werk.

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Uitvoerend personeel	E-mail	Voortgang CO ₂ reductieprogramma	1x per jaar
Uitvoerend personeel	WhatsApp	Incidentele ontwikkelingen/maatregelen	Incidenteel
Management/kantoorpersoneel	Werkoverleg	Voortgang en verbeterpunten CO ₂	Wekelijks (CO ₂ onderwerpen incidenteel)

3.2. Externe communicatieoverzicht

De externe communicatie richt zich op het delen van relevante informatie met klanten, opdrachtgevers, leveranciers en andere belanghebbenden. Jaarlijks wordt de CO₂-footprint inclusief reductiedoelen en voortgang gepubliceerd op de bedrijfswebsite. Op diezelfde pagina is ook het geldige CO₂-certificaat te vinden, evenals de contactgegevens van de verantwoordelijke medewerker.

Bij (her)certificering wordt een kort nieuwsbericht geplaatst op de website en op het LinkedIn-bedrijfsprofiel. Hiermee laten we zien dat we actief werken aan CO₂-reductie en transparant zijn over onze inspanningen.