

# CO2 Communicatieplan 2022

## KNOOP GROEP



Opgesteld door: ing. Mitchel Vos  
Distributie aan: Betrokkenen  
Datum: 02-11-2023  
Versie: 1.0

Directie: S. Timmer  
Getekend:   
Datum: 10-11-2023

## Inhoudsopgave

1.0	Inleiding .....	3
2.0	Doelgroep en communicatiestrategie .....	4
2.1	Interne doelgroep.....	4
2.2	Externe doelgroep .....	5
2.3	strategische uitgangspunten .....	6
2.4	Beschikbare communicatiemiddelen en media .....	6
3.0	Taak, verantwoordelijkheden en bevoegdheden.....	8
3.1	Taken en verantwoordelijkheden .....	8
3.2	Bestuur cyclus.....	9
4.0	Communicatieplan .....	10

## 1.0 Inleiding

Knoop Holding en haar dochterondernemingen willen vanuit de maatschappelijke context bijdragen aan een duurzame(-re) wereld. Daarbij geldt nog steeds de gedachte: "een beter milieu begint bij jezelf". Om hier invulling aan te geven is gekozen voor deelname aan de CO<sub>2</sub> prestatieladder.

De ladder in het kort:

*De CO<sub>2</sub>-Prestatieladder is een instrument dat bedrijven helpt bij het reduceren van CO<sub>2</sub>. Binnen de bedrijfsvoering, in projecten én in de keten kan nog veel winst worden behaald in energiebesparing, het efficiënt gebruik van materialen en duurzame energie. De CO<sub>2</sub>-Prestatieladder is daarvoor het aangewezen instrument. Dagelijks bewijst de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder zijn waarde voor steeds meer sectoren in het bedrijfsleven*

Afbeelding 1: bron: website Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden & Ondernemen (SKAO)

De CO<sub>2</sub> prestatieladder kent 4 invalshoeken. In dit rapport wordt invalshoek C belicht.

- A. Inzicht in eigen CO<sub>2</sub>-emissie
- B. CO<sub>2</sub>-reductie (de reductie ambities van het bedrijf)
- C. Transparantie (op welke wijze het bedrijf naar buiten communiceert)**
- D. Deelname aan initiatieven om CO<sub>2</sub>-emissies te reduceren.

In dit communicatieplan bevindt zich de beschrijving waarop wij als Knoop Groep, onze ambities en maatregelen op het gebied van CO<sub>2</sub>-reductie intern en extern kenbaar maken. Door onze CO<sub>2</sub> te reduceren willen we de CO<sub>2</sub> voetprint van de holding verkleinen. Daarnaast is het belangrijk om duidelijk intern en extern te communiceren over onze doelstellingen rond dit onderwerp.

Het CO<sub>2</sub>-communicatieplan beschrijft de CO<sub>2</sub>-belangen van het management over de gehele holding. De Knoop Groep bestaat uit de volgende bedrijven: Knoop Machinery, Knoop BV, en Waterking.



1. Knoop Groep overzicht

## 2.0 Doelgroep en communicatiestrategie

### 2.1 Interne doelgroep

Binnen de Knoop Groep bestaat de interne doelgroep voornamelijk uit medewerkers van de verschillende bv's. Het managementteam en KAM-coördinator van de holding zijn betrokken bij de ontwikkeling van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Zij nemen het voortouw in het uitdragen van de doelstellingen en boodschap van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Het communiceren over deze boodschap en doeleinden worden op meerdere manieren uitgevoerd.

Voordat we verder in gaan op de manier van communiceren, is het belangrijk dat onze interne doelgroep goed in kaart wordt gebracht.

De interne doelgroepen zijn als volgt:

- Medewerkers binnen de Knoop Groep met een vast en tijdelijk contract;
  - o Dit bevat medewerkers van Waterking, Knoop bv, Knoop Machinery.
- Directie en managementlagen van de Knoop Groep en onderliggende bv's;
- Inhuur van personeel.

De bovengenoemde groepen worden betiteld als interne doelgroep. Wanneer er wordt gecommuniceerd wordt dit altijd met een bepaalde doelstelling gedaan. De communicatie met de interne doelgroepen heeft de volgende doelstellingen:

- De interne doelgroep wordt op de hoogte gehouden van de CO<sub>2</sub> footprint van de gehele holding;
- De reductie doelstellingen zijn duidelijk, begrijpelijk en goed communiceerbaar naar de interne doelgroep waardoor de stand van zaken rond de CO<sub>2</sub>-reductie doelstellingen duidelijk is overgebracht;
- De interne doelgroep kan de actuele kennis rond de maatregelen die de holding neemt om de CO<sub>2</sub>-reductie doelstellingen te behalen vrijblijvend inzien;
- Binnen de holding willen we meer betrokkenheid creëren bij de interne doelgroep rond het onderwerp: "CO<sub>2</sub>-reductie en de huidige ontwikkelingen die hier bij plaats vinden";
- De interne doelgroep is ervan bewust hoe zij zelf hun eigen bijdrage kunnen leveren aan het reduceren van de CO<sub>2</sub> uitstoot binnen de holding.
- De interne doelgroep is bewust bezig om de CO<sub>2</sub>-reductie doelstellingen te behalen.



De volgende communicatiemedia worden gebruikt om de interne doelgroep goed op de hoogte te houden van de ontwikkelingen rond CO<sub>2</sub>-reductie en hoe zij hun eigen reductie kunnen verminderen.

Interne doelgroepen	Communicatiemedia	FQ	Doel
Medewerkers met een vast en tijdelijke contract en inhuur personeel.	E-mail	Maandelijks	Informereren over de wijze waarop de holding omgaat met de CO <sub>2</sub> uitstoot en op welke manier de medewerker zelf kan bijdragen aan reductie hiervan.
	Werkoverleggen	Maandelijks	
	Tv- scherm in de kantine	Dagelijks	
	Interne memo binnen het kantoor	Maandelijks	
KAM-Coördinator	Bijeenkomsten	3x per jaar	Kennis verkrijgen van de recente stand van zaken rond de voortgang en taken rond de CO <sub>2</sub> -reductie.
	Presentaties	2x per jaar	
Managementteam	Presentaties	2x per jaar	Afstemming over maatregelen die genomen kunnen worden om de CO <sub>2</sub> doelstellingen te behalen.
	Vergaderingen	Wekelijks	
	E-mail	2x per jaar	

## 2.2 Externe doelgroep

De externe doelgroepen zullen we per bv beschrijven. Elke bv heeft een andere klantengroep waardoor de externe communicatie ook via verschillende kanalen gaat en niet over holding niveau.

Per BV zijn er externe partijen die belang hebben bij reductie van de CO<sub>2</sub> onze bedrijven. Tevens zijn er meerdere potentiële klanten die zich bezighouden met het reduceren van de CO<sub>2</sub> en dit weergeven als randvoorwaarden in bijvoorbeeld bestekken. Binnen de externe doelgroep kunnen zich ook potentiële samenwerkingspartners bevinden om gezamenlijk aan CO<sub>2</sub>-reductie te werken.

Naar aanleiding hiervan onderscheiden we de volgende externe stakeholders:

- Opdrachtgevers (Klanten)
- Leveranciers en onderaannemers
- Potentiële samenwerkingspartners

Deze groepen zullen in het vervolg aangekaart worden als externe doelgroepen. De doelstellingen voor de externe doelgroepen worden over holding niveau vastgesteld. De mediums/communicatie middelen die worden gebruikt om de doelstellingen transparant weer te geven zullen per bv worden aangekaart. Reden hiervan is dat knoop holding niet als holding extern naar buiten treedt, maar per bv.

De communicatie met externe doelgroepen heeft de volgende doelstellingen:

- De externe doelgroep van Knoop Groep (Alle bv's) zijn geïnformeerd over de CO<sub>2</sub> footprint van het desbetreffende bedrijf
- Alle externe belanghebbende doelgroepen zijn op de hoogte van de CO<sub>2</sub>-reductie doelstellingen van Knoop Groep (Alle bv's)
- De externe belanghebbenden zijn op de hoogte van de maatregelen die Knoop Groep gaat ondernemen om de CO<sub>2</sub> doelstellingen te behalen.
- De externe belanghebbenden worden op de hoogte gehouden van de voortgang van de te behalen CO<sub>2</sub>-reductie doelstellingen binnen de Knoop Groep.

### 2.3 strategische uitgangspunten

Knoop Groep hanteert de volgende strategische uitgangspunten in onze interne en externe communicatie:

1. De informatie die wij weergeven is tijdig, volledig en begrijpelijk;
2. In de communicatie maken we gebruik van de Knoop bv en Waterking website (Knoop Machinery heeft geen externe online uitingen)
3. Door duidelijke communicatie wordt er ruimte geboden voor interactie en dialoog rond het onderwerp CO<sub>2</sub>-reductie;
4. Per doelgroep wordt bepaald wat de beste manier is om onze boodschap te communiceren en met welke middelen;
5. De interne en externe communicatie vindt consequent plaats in de huisstijl van Knoop BV en of Waterking. Nader bepalend vanuit welke bv er gecommuniceerd wordt;
6. Knoop Machinery wordt vanuit marketing overwegingen niet extern met website en sociale media ondersteunt. Knoop Machinery kan alleen met e-mail berichten externe partijen op de hoogte houden. Knoop Machinery treedt niet extern naar buiten als bv binnen het marketingbeleid.

### 2.4 Beschikbare communicatiemiddelen en media

De volgende communicatiemiddelen worden gebruikt bij het uitdragen van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en metingen. Knoop Groep gebruikt de volgende middelen/medium per bv:

- Bedrijfswebsites (Waterking, Knoop BV)
- Sociale mediakanalen (Waterking, Knoop BV)
- Nieuwberichten
- PowerPoint Kantine
- Interne memo's binnen het bedrijfspan
- Managementrapportages voorzien van een CO<sub>2</sub> footprint (meetpunten per
- Toolbox meetings
- Jaarverslagen

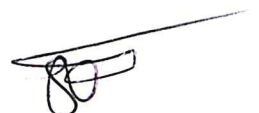
Middel	Intern of Extern	Waterking	Knoop BV	Knoop Machinery	Holding niveau
Nieuwsberichten website	Extern	✓	✓		
Sociale media	Extern	✓	✓		
PowerPoint slides kantine	Intern				✓
Interne memo in bedrijfsgebouw	Intern				✓
Nieuwsberichten e-mail	Intern		✓	✓	
Tool box meetings	Intern		✓		
Management rapportages voorzien van CO2 footprint	Intern				✓
Jaarverslagen	Intern				✓



### 3.0 Taak, verantwoordelijkheden en bevoegdheden

#### 3.1 Taken en verantwoordelijkheden

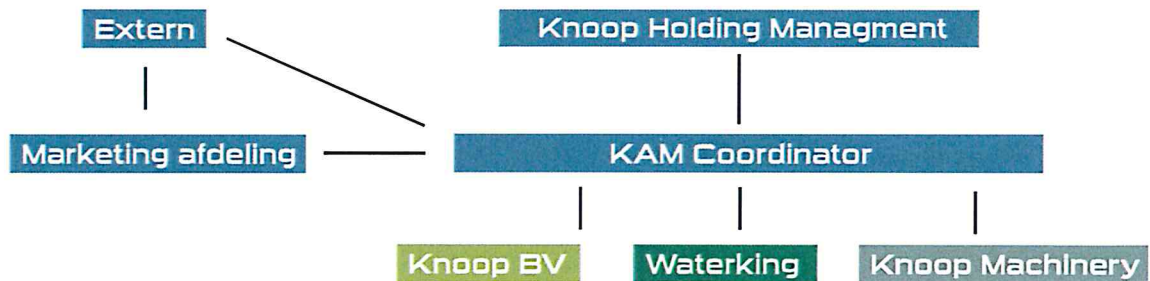
	T/V/B	FO	Bedrijfsleider	Chef Werkplaats	KAMI- Coördinator	Marketing afdeling	Management
<b>Inzicht</b>							
Verzamelen gegevens emissie inventaris	T	½ Jaarlijks	✓	✓	✓		
Collegiale toets op emissie inventaris	T	½ Jaarlijks			✓		
Accorderen van emissie inventaris	B	Jaarlijks			✓		✓
Opstellen emissie inventaris rapport	T	Jaarlijks			✓		
Evaluatie op inzicht: energie-beoordeling	T	Jaarlijks	✓		✓		
<b>Reductie</b>							
Uitvoeren onderzoek naar energiereductie	T/V	½ Jaarlijks			✓		
Bepalen CO <sub>2</sub> -reductiemaatregelen	T	½ Jaarlijks			✓		
Bepalen CO <sub>2</sub> -reductiedoelstellingen	T	Jaarlijks	✓		✓		✓
Accorderen van doelstellingen	B	Jaarlijks			✓		✓
Realiseren CO <sub>2</sub> -reductie doelstellingen	V	Continu	✓	✓	✓	✓	✓
Monitoring & evaluatie voortgang CO <sub>2</sub> -reductie	T/V	½ Jaarlijks			✓		
<b>Communicatie</b>							
Aanleveren informatie nieuwsberichten	T	½ Jaarlijks	✓	✓	✓		✓
Actualiseren website	T/B	½ Jaarlijks				✓	
Bijhouden interne communicatie	T/B	½ Jaarlijks			✓	✓	
Bijhouden externe communicatie	T/B	½ Jaarlijks			✓	✓	
Actualiseren pagina SKAO-website	T/B	Jaarlijks			✓		
Goedkeuren van interne communicatie	B	½ Jaarlijks	✓		✓	✓	
Goedkeuren van externe communicatie	B	½ Jaarlijks	✓		✓	✓	
<b>Participatie</b>							
Inventarisatie mogelijk relevante initiatieven	T	½ Jaarlijks			✓		





Besluit deelname initiatieven	B	Jaarlijks	✓		✓		✓
Deelname aan sectorinitiatieven	V	Continu			✓		
<b>Overig</b>							
Eindredactie CO2-dossier	V	Continu			✓		✓
Voldoen aan eisen CO2-Prestatieladder	V	Continu			✓		
Uitvoeren Interne Audit CO2-reductiesysteem	T	½ Jaarlijks	✓		✓		
Rapporteren aan management en directie	B	½ Jaarlijks			✓		
Besluitvorming over CO2-reductiebeleid	V	½ Jaarlijks			✓		✓

### 3.2 Bestuur cyclus



## 4.0 Communicatieplan

Boodschap	Verantwoordelijke & uitvoerder	Medium	Planning	Doelstelling
CO2 footprint	Marketingafdeling	Website, nieuwbericht website	½ Jaarlijks	Bekendheid van de CO2 footprint intern en extern vergroten.
CO2 Reductiedoelstellingen en maatregelen	Marketingafdeling	Website, nieuwbericht website	½ Jaarlijks	Bekendheid van de doelstelling en maatregelen onder ex-terne partijen vergroten.
Voortgang CO2 - reductie ten opzichte van doelstellingen	Marketingafdeling	Website, nieuwbericht website	½ Jaarlijks	Betrokkenheid medewerkers stimuleren en medewerkers aanzetten tot CO2-reductie.
CO2-reductiedoelstellingen en Maatregelen	Marketingafdeling	Website, nieuwbericht website	½ Jaarlijks	Betrokkenheid medewerkers stimuleren en medewerkers aanzetten tot CO2-reductie.
Voortgang CO2-reductie (scope 1 en 2)	Marketingafdeling	Website, nieuwbericht website	½ Jaarlijks	Betrokkenheid medewerkers stimuleren en medewerkers aanzetten tot CO2-reductie.
CO2-reductietips, huidig energiegebruik en trends	Marketingafdeling	Nieuwbericht website, PowerPoint slide in kantine	Ad Hoc	Betrokkenheid medewerkers stimuleren en medewerkers aanzetten tot CO2-reductie.
Nieuws over nieuwe eigen ontwikkelingen & initiatieven.	Marketingafdeling	Nieuwbericht website, PowerPoint slide in kantine	Ad Hoc	Betrokkenheid medewerkers stimuleren en medewerkers aanzetten tot CO2-reductie.