

Communicatieplan CO₂-prestatieladder – Renewi

Certificering CO₂-prestatieladder FY27

6 Juli 2026



Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1 Doel en inhoud van dit document	3
1.2 Relatie met overige plannen	3
2. Introductie	4
3. Doel, doelgroepen en boodschap	5
3.1 Doel	5
3.2 Doelgroepen	5
3.3 Boodschap	5
4. Communicatiedoelen en strategie	7
4.1 Doelen	7
4.2 Strategie	8
4.3 Uitgangspunten	8
4.4 Communicatieonderwerpen	8
5. Communicatiemiddelen	9
5.1 Interne communicatie	9
5.2 Externe communicatie	9
6. Planning en organisatie	10
6.1 Planning	10
6.2 Organisatie	10

1. Inleiding

Dit communicatieplan beschrijft hoe Renewi intern en extern communiceert over het CO₂-beleid, de CO₂-uitstoot, de reductiedoelstellingen, de maatregelen en de voortgang binnen de CO₂-prestatieladder.

Het doel van dit plan is om vast te leggen waarover wordt gecommuniceerd, naar welke doelgroepen, via welke middelen en met welke frequentie. Daarmee wordt geborgd dat communicatie structureel en aantoonbaar plaatsvindt met als doel het vergroten van bewustzijn onder sleutelpersonen, medewerkers, klanten en andere belanghebbenden.

1.1 Doel en inhoud van dit document

Dit document maakt onderdeel uit van de borging van de CO₂-prestatieladder binnen Renewi.

Het plan geeft een overzicht van de communicatiedoelstellingen, doelgroepen, boodschap, communicatiemiddelen en de planning en organisatie van de communicatie.

1.2 Relatie met overige plannen

Dit communicatieplan sluit aan op het CO₂-reductieplan FY26-FY31 zoals afgestemd met het Renewi Executive Leadership Team in december 2025, de CO₂-uitstoot rapportages in de jaarverslagen, het Klimaattransitieplan FY25–FY31, en het Energy Management System programma.

De inhoud van deze documenten vormt de basis voor de communicatie.

2. Introductie

Bij Renewi vertrekken we vanuit één duidelijke overtuiging: afval bestaat niet. Wat vandaag restmateriaal is, wordt morgen grondstof. Daarmee dragen we bij aan circulariteit en het terugdringen van het gebruik van primaire grondstoffen.

Onze dienstverlening sluit direct aan op CO₂-reductie en circulariteit. Met Renewi EcoSmart ondersteunen we organisaties bij beter scheiden, minder restafval en meer hergebruik. Met Circulair+ bieden we een data-gedreven en auditeerbaar programma waarmee klanten sturen op CO₂- en circulariteitsimpact, ondersteund door verifieerbare rapportages.

Deze positionering past bij de strategische richting van Renewi. CO₂-reductie maakt onderdeel uit van verantwoorde bedrijfsvoering. Daarnaast ontwikkelt Renewi zich van afvalinzamelaar naar leverancier van secundaire grondstoffen, waarmee de materiaal- en klimaatvoetafdruk van klanten kan worden verlaagd. Samen met klanten, overheden en ketenpartners werken we aan een circulaire en klimaatneutrale economie.

Dit communicatieplan sluit aan op het Klimaattransitie- en CO₂-reductieplan FY25–FY31. Daarin ligt de focus op de grootste emissiebronnen, waaronder mobiliteit en energie-intensieve processen, volgens de Trias Energetica. De voortgang wordt halfjaarlijks gemonitord met KPI's. Dit communicatieplan zorgt ervoor dat deze voortgang intern en extern zichtbaar en navolgbaar wordt gemaakt.

3. Doel, doelgroepen en boodschap

3.1 Doelstellingen

Het doel van de communicatie is om medewerkers en stakeholders te informeren over het CO₂-beleid, inzicht te geven in de CO₂-uitstoot, doelstellingen en maatregelen, en de voortgang zichtbaar te maken.

Daarnaast draagt communicatie bij aan bewustwording en betrokkenheid binnen de organisatie.

3.2 Doelgroepen

Intern

- Directie en management
- Operations en site-teams
- Commercie en marketing
- HR en L&D
- Alle medewerkers

Extern

- Klanten en opdrachtgevers
- Overheden en auditeurs
- Ketenpartners en leveranciers
- Potentiële CO₂PL-project partners
- Overige stakeholders

3.2 Boodschap

De communicatie over de CO₂-prestatieladder is inhoudelijk gebaseerd op het klimaattransitieplan en het bijbehorende plan van aanpak. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen een algemene, interne en externe boodschap.

Algemeen

De overkoepelende boodschap van Renewi is dat wij actief werken aan het verminderen van onze CO₂-uitstoot en het verlagen van ons energiegebruik.

Dit doen we door gericht te sturen op de grootste impactgebieden, zoals mobiliteit, energie en procesoptimalisatie. Daarbij zetten we in op het verminderen van energiegebruik, het inzetten van duurzamere energie en het verbeteren van processen.

De communicatie maakt inzichtelijk welke doelstellingen Renewi heeft, welke maatregelen worden genomen en welke voortgang wordt gerealiseerd. Ontwikkelingen en afwijkingen worden daarbij toegelicht, zodat een realistisch en transparant beeld ontstaat.

Intern

De boodschap richting interne doelgroepen is gericht op inzicht, herkenning en betrokkenheid.

Voor directie en management ligt de nadruk op inzicht in doelstellingen, voortgang, knelpunten en maatregelen, zodat gericht kan worden gestuurd op prioriteiten, investeringen en uitvoering.

Voor operations, site-teams en overige medewerkers ligt de nadruk op wat de klimaatdoelstellingen betekenen voor de dagelijkse praktijk, bijvoorbeeld op het gebied van energiegebruik, materieel, logistiek en werkwijze op locaties.

De interne communicatie maakt duidelijk:

- welke stappen Renewi zet om de uitstoot te verlagen
- waarom deze stappen nodig zijn
- en hoe medewerkers hier in hun werk mee te maken krijgen en aan kunnen bijdragen

Extern

De boodschap richting externe doelgroepen is gericht op transparantie, onderbouwing en samenwerking.

Voor klanten en opdrachtgevers ligt de nadruk op inzicht in de CO₂-footprint, doelstellingen, maatregelen en voortgang van Renewi, en de manier waarop dit bijdraagt aan lagere uitstoot en betere prestaties in de keten.

Voor ketenpartners en overige stakeholders ligt de nadruk op samenwerking en gezamenlijke reductie. De communicatie maakt duidelijk op welke thema's Renewi inzet en waar samenwerking nodig is om verdere CO₂-reductie te realiseren.

De externe communicatie geeft daarmee een duidelijk en consistent beeld van de aanpak, de resultaten en de rol van Renewi in de bredere keten.

4. Communicatiedoelen en strategie

We weten dat we met elkaar teveel CO₂ uitstoten. Tegelijk weten we ook dat er stappen mogelijk zijn om dit te verminderen.

Bij Renewi werken we daar dagelijks aan, samen met klanten, partners en collega's. Dat doen we door slimmer om te gaan met energie, processen te verbeteren en waar mogelijk over te stappen op duurzamere oplossingen.

We kijken daarbij vooral naar waar we daadwerkelijk impact kunnen maken, en zetten stap voor stap concrete verbeteringen door in de praktijk.

4.1 Doelen

De communicatiedoelstellingen van Renewi sluiten aan op de eisen van de CO₂-prestatieladder. Daarbij maken we onderscheid tussen algemene, interne en externe doelstellingen, zodat communicatie gericht en consistent kan worden ingezet voor verschillende doelgroepen.

Algemeen

- Doelgroepen structureel informeren over het CO₂-beleid, de CO₂-uitstoot, reductiedoelstellingen en maatregelen
- Transparant communiceren over voortgang, resultaten en afwijkingen
- Heldere communicatie richting management ondersteunen

Intern

- Medewerkers informeren over CO₂-uitstoot, doelstellingen en maatregelen
- Medewerkers inzicht geven in lopende initiatieven en resultaten
- Medewerkers duidelijk maken hoe zij kunnen bijdragen
- Voortgang en ontwikkelingen periodiek delen
- Bewustwording vergroten binnen de organisatie
- Medewerkers stimuleren om ideeën en verbetervoorstellen aan te dragen

Extern

- Stakeholders informeren over CO₂-uitstoot, doelstellingen en maatregelen
- Transparant communiceren over voortgang
- Inzicht geven in de aanpak en bijdrage van Renewi
- Communiceren over ketensamenwerking en ontwikkelingen
- Projectspecifieke communicatie verzorgen waar nodig

4.2 Strategie

Communicatie vindt plaats via vaste kanalen en momenten. De inhoud is gebaseerd op de meest actuele gegevens en wordt afgestemd op de doelgroep.

Naast geplande communicatie wordt aanvullend gecommuniceerd bij relevante ontwikkelingen.

4.3 Uitgangspunten

- Informatie is feitelijk en gebaseerd op beschikbare data
- Communicatie is begrijpelijk en consistent
- Interne en externe communicatie sluiten op elkaar aan
- Resultaten en afwijkingen worden toegelicht

4.4 Communicatieonderwerpen

- CO₂-uitstoot
- Reductiedoelstellingen
- Maatregelen
- Voortgang
- Projecten en ontwikkelingen

5. Communicatiemiddelen

5.1 Interne communicatiemiddelen

- Intranet / SharePoint voor informatie en updates
- Narrowcasting
- Interne nieuwsbrief Renewi Nieuws
- Interne social kanalen Viva Engage
- Managementoverleggen

5.2 Externe communicatie

- Website voor publicatie van beleid en voortgang
- Nieuwsbrief richting klanten
- LinkedIn en social media
- Webinars en events
- Persberichten bij relevante ontwikkelingen
- Projectcommunicatie bij aanbestedingen

6. Planning

6.1 Planning

Intern

- Renewi Nieuws verschijnt maandelijks
- Op de sustainability SharePoint pagina verschijnen periodieke updates en nieuwsartikelen
- De sustainability SharePoint wordt minimaal 1 keer per jaar volledig geactualiseerd

Extern

- Website wordt minimaal een keer per jaar geactualiseerd
- Social media wordt doorlopend ingezet
- Nieuwsbrieven naar SME-kanten worden maandelijks verstuurd (m.u.v. de zomermaanden)
- Nieuwsbrieven naar NA-kanten worden ieder kwartaal verstuurd
- Webinars en events worden periodiek georganiseerd
- Projectcommunicatie vindt plaats indien van toepassing
- Bij relevante wijzigingen in CO₂-uitstoot, doelstellingen of maatregelen wordt aanvullend gecommuniceerd

6.2 Organisatie

- Sustainability is verantwoordelijk voor de inhoud en de data
- Communicatie is verantwoordelijk voor de uitvoering en de kanalen
- Management is betrokken bij afstemming en besluitvorming
- Publicaties worden opgeslagen zodat zij beschikbaar zijn voor controle en audits