



MVO nieuwsberichten  
**pagina 4**

BRAND en het Coronavirus  
**pagina 6**

EIS-Award Tata Steel  
**pagina 9**

## MVOorwoord



Consumenten worden steeds gevoeliger voor mondiale sociale uitdagingen en nieuwe generaties voelen zich steeds meer aangetrokken tot organisaties die erin slagen de eisen van mensen, de planeet en een bepaald niveau van winstgevendheid in evenwicht te brengen.

De huidige pandemie heeft de hele wereld wakker geschud. Omgaan met COVID-19 is een uitstekende oefening om effectieve sociale verantwoordelijkheid, zelfzorg, empathie, affectief luisteren, reflectie op het bewust gebruik van middelen en de kracht om verbinding te maken - zelfs zonder fysiek contact - te oefenen. Bij terugkomst op kantoor zullen we onze concepten herzien, de impact voelen die we hebben op het leven van mensen, en beseffen dat we er samen in staan.

De MVO ambities stellen BRAND in staat beter in te spelen op de uitdagingen van vandaag, het klimaat, het aanbod, de transparantievereisten en de verwachtingen van de belanghebbenden van onze organisatie (klanten, leveranciers, aandeelhouders, vakbonden, enz.).

Het is tijd om de digitale platforms beter te leren kennen en ze in ons voordeel te gebruiken.

Ik wens u veel leesplezier bij deze 7e editie van WeCare.

**António Ortet**

**Environment & Corporate Social Responsibility (MVO) manager  
Brand Energy & Infrastructure Services B.V.**

# Safety Performance Benelux.



## Gewerkte uren:

**2019:** 2.989.528

**2020:** 1.113.872 (t/m juni)

## Total Recordable Injuries Rate (TRIR)

2019	2020 (t/m juni)
0,27	0,00



# WE CARE ABOUT SAFETY





## Groene energie binnen BRAND

Het lijkt geen twijfel dat de voordelen van hernieuwbare energie direct invloed hebben op onze planeet. Over dit onderwerp is al veel gedebatteerd en gediscussieerd, aangezien het milieu veel te lijden heeft (gehad) onder de uitputting van haar middelen.

Onder hernieuwbare energie wordt verstaan: energie die opgewekt wordt door de in de natuur aanwezige opties. Dat wil zeggen via onuitputtelijke bronnen die geen onomkeerbare impact op het milieu hebben. Deze natuurlijke hulpbronnen hebben dus de kracht om te regenereren zonder dat daarvoor menselijk handelen nodig is.

100% schone energie verbruiken is de meest efficiënte manier om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te compenseren. De meest gebruikte energiebron is nog steeds steenkool (met een wereldverbruik van meer dan 28%) tegen bijna 13% hernieuwbare energiebronnen, zoals waterkracht, zon en wind. BRAND is per 1 januari 2020 op alle locaties op groene energie overgegaan.

Door voor Nederlandse groene stroom te kiezen, draagt BRAND eraan bij dat het aanbod van duurzame energie in ons land groeit. Zo hoeven



we steeds minder gebruik te maken van kolen of aardgas.

Met een overstap op groene stroom (zonne-energie) bespaart BRAND gemiddeld tot 500 ton CO<sub>2</sub> op een jaarbasis.

1 ton (1.000 kg) uitstoot CO<sub>2</sub> komt ongeveer vrij bij:

- 6.000 kilometer rijden met een dieselauto (bij een verbruik van 1 op 15)
- 71.000 kilometer met een trein afleggen (uitstoot per passagier)
- 8 keer heen en weer van Amsterdam naar London vliegen (uitstoot per passagier)

Zo levert de overstap van BRAND van grijze naar groene stroom een belangrijke bijdrage aan het tegengaan van klimaatverandering.

## MendriX software - Efficiënter plannen en CO<sub>2</sub> reductie



De transportafdeling van Arkel is verantwoordelijk voor het inplannen van de ritten voor het steiger-materiaal en de hoogwerkers. De soort ritten en de hoeveelheid ritten die wij rijden, bepalen welke manier van plannen voor de transportafdeling transport planning het handigst is (wat de meeste tijd bespaart). Met MendriX software kunnen wij in onze planning bijvoorbeeld heel eenvoudig aan elke taak een uitvoerder of materiaal toewijzen. Dit gebeurt door middel van drag&drop, om ongeplande orders naar een chauffeur of voertuig te slepen, of door ritten automatisch in te laten plannen.

**MendriX**  
Software voor transport en koerier

Door het kiezen voor MendriX software, staat onze planning direct in contact met onze chauffeurs, worden orders uitgewisseld en kan de chauffeur gemakkelijk chatten met de planners. Naast de automatische afstandsrekening en route-optimalisatie, kunnen de chauffeurs - zodra de planning gereed is - 'live' navigeren via de mobiele app. Dit betekent minder telefonisch contact, dus een directe kostenbesparing.

Met de software van MendriX is het ook mogelijk om per rit de CO<sub>2</sub>-belasting te registreren. Door de ontvanger zelf het aflevertijdstip te laten kiezen, bieden wij niet alleen optimale service voor de consument, maar zijn wij ook in staat om onnodige ritten te reduceren en te voorkomen en daarmee de CO<sub>2</sub> belasting te reduceren.

# BRAND en het coronavirus: Samen staan we sterk!



**Vanaf begin maart houdt het Coronavirus (COVID-19) Nederland en de rest van de wereld in zijn greep. Wat begon als een virusbesmetting in China, werd al snel een pandemie welke zich razendsnel over de hele wereld verspreidde. Complete lockdowns, partiële lockdowns en intelligente lockdowns waren het gevolg en nog steeds zijn de besmettingen geen halt toegeroepen.**

Er werden extra PPE's en vele liters sanitaire gels ingezet om de gezondheid van de werknemers zoveel mogelijk te kunnen waarborgen, maar het werk ook zo goed mogelijk doorgang te laten vinden.

BRAND volgt vanaf het begin nauwlettend de richtlijnen van de Nederlandse overheid en het RIVM:

- Werk zoveel mogelijk thuis;
- Is dit niet mogelijk en kom je met het openbaar vervoer naar je werk, draag dan een mondkapje; **(verplicht!)**
- Ga niet naar plaatsen waar het druk is;
- Houd altijd minimaal 1.5 meter afstand;
- Was vaak en goed je handen;
- Nies of hoest in je elleboog.
- Bij (milde) klachten contact opnemen met de plaatselijke GGD om te zien of er een Corona-test afgenomen kan worden.

Er wordt gewerkt aan een Back to Work Plan, zodat terugkeer op kantoor - binnen de geldende richtlijnen, ook bij eventuele nieuwe uitbraken van het Coronavirus - gefaseerd en zo veilig mogelijk kan plaatsvinden.



# Verbetertraject 'Better as One'

**Eind vorig jaar is er door Monitorgroep binnen BRAND een medewerkersonderzoek uitgevoerd. In het onderzoek zijn door onze medewerkers zowel punten die heel goed gaan, als ook verbeterpunten benoemd. Positieve uitspringers zijn: trots op het werk, afwisselend werk, veiligheid en baanzekerheid.**

Naast de sterke punten hebben medewerkers ook hun visie gedeeld op zaken waar ruimte is voor verbetering. Deze feedback biedt kansen om het werken bij BRAND verder te verbeteren en het werkgeluk te vergroten.

Tijdens een Verbeterworkshop op 24 juni jl. hebben zo'n 20 enthousiaste collega's onder begeleiding van Monitorgroep zelf de belangrijkste verbeterpunten geselecteerd en zijn er in 4 verbeterteams actieplannen

gemaakt en gepresenteerd aan de directie. De 4 belangrijkste thema's met een verbeterwens zijn: cultuur, ontwikkeling, veranderingen, positieve cultuur en waardering.

We kijken terug op een unieke, inspirerende en vrolijke middag in Hoogeveen met inachtneming van de 1,5 meter afstand van elkaar. Er zijn mooie en creatieve verbeterplannen bedacht om BRAND nog beter te maken.

De 4 verbeterteams gaan de komende maanden aan de slag om de verbeterplannen verder uit te werken en verbeteracties in gang te zetten. De teams zullen de plannen onderling afstemmen en er zal tussentijds richting de organisatie worden gecommuniceerd.



# BRAND en privacywetgeving



**Sinds 25 mei 2018 geldt in de hele Europese Unie dezelfde privacywetgeving: de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) oftewel de General Data Protection Regulation (GDPR). In Nederland houdt de Autoriteit Persoonsgegevens toezicht op de naleving van deze wetgeving.**

Ondernemingen hebben met deze nieuwe wet een hele grote verantwoordelijkheid gekregen om uiterst zorgvuldig met persoonsgegevens om te gaan. Er staan hele hoge boetes op overtreding van deze wet.

Persoonsgegevens zijn gegevens die direct over iemand gaan of die herleidbaar zijn naar een persoon. Denk hierbij aan een naam, postcode, adres of telefoonnummer.

Alle handelingen die gedaan worden met persoonsgegevens, hoe klein ook, vallen onder het begrip “verwerken van persoonsgegevens” en deze verwerking van persoonsgegevens moet zo gedetailleerd mogelijk gedocumenteerd worden.

Bij BRAND wordt er hard gewerkt aan een register met een overzicht welke persoonsgegevens precies binnen ons bedrijf aanwezig zijn, waarom deze gegevens bewaard worden, in welke vorm deze gegevens bewaard worden, waar ze bewaard worden en wie er toegang tot die gegevens hebben.

Daarnaast is van belang dat alle werknemers zich ervan bewust zijn dat zij met persoonsgegevens omgaan en weten hoé zij daarmee om moeten gaan. Voor dat doel wordt er op dit moment door een team van BRAND International een training voor werknemers ontwikkeld. Deze training zal naar verwachting later in het jaar uitgerold worden.

# EIS-Award uitreiking, locatie Velsen Noord, Tata Steel



**Ondanks COVID-19, een fabriek shutdown deze dag en ook nog de Gold Link Audit vond op 7 juli jl. de EIS-Award uitreiking op Tata Steel plaats.**

Het motiveren van veilig gedrag heeft binnen BRAND nog steeds de hoogste prioriteit. De EIS-Award helpt om veilig gedrag op onze sites te stimuleren en te verbeteren.

### **De werkwijze?**

Heel simpel: Medewerkers die een onveilige situatie aantreffen, grijpen in en maken aansluitend een EIS-melding met het EIS kaartje.

Elk kwartaal worden uit alle ingeleverde EIS-kaartjes 3 meldingen geselecteerd door SHEQ manager, samen met site management. Elke genomineerde krijgt een bodywarmer. De winnaar krijgt ook nog eens een VVV-bon. Maar het belangrijkste is wellicht een eervolle vermelding op de Tata Steel Site.

De uitslag van het 2<sup>de</sup> kwartaal 2020 was als volgt:

1. Een uitgeleverde CO-meter had een verlopen UGD. Dit voorval is direct gemeld en de UGD van alle CO-meters zijn gecontroleerd.
2. Bij controle van de materiaalwagen waar onze medewerker mee wilde rijden, bleek het trek-oog losgeraakt te zijn. De materiaalwagen is direct uit de omloop gehaald.
3. Een uitgeleverde bouwlamp bleek defect. Als de lamp defect meegegeven wordt, dan kunnen onze collega's in gevaarlijke situaties terecht komen.

Wij willen alle medewerkers bedanken die een EIS-melding ingeleverd hebben. Door het doen van zo'n melding wordt er een belangrijke bijdrage geleverd aan een veilige werkomgeving en daar zijn we trots op!

# 10 Pilot met warmte pompen in Elsloo



In navolging van succesvolle voorgaande MVO projecten, is er bij BRAND Elsloo een pilot gestart door de traditionele verwarmingselementen te vervangen door nieuw types, welke een opvallend beter rendement hebben. De huisvesting op de locatie heeft alleen de beschikking over elektrische energie.

De bestaande 14 stuks “muurverwarmingen” van ieder 2 KW zijn vervangen door Haevy Industries warmtepompen. Het verbruik daalt hierdoor van

50 KW naar 13 KW. Bovendien kunnen deze in de zomer als airco ingezet worden, waardoor ook de energievervlindende mobiele airco's overbodig zijn. Bijkomend voordeel is dat deze verwarmingen niet heel heet worden, waardoor ook de kans op verbranding sterk gereduceerd is.

Wij hebben hierdoor weer een stap gezet in onze MVO doelstellingen, er is een kostenbesparing op termijn gerealiseerd en onze medewerkers zijn meer tevreden.

# Koffiemokken in Arkel



**Het blijft een leuke discussie voor bij de koffieautomaat: is een stenen mok beter voor het milieu dan een plastic of papieren bekertje?**

Dat hangt ervan af hoe je de beker gebruikt. Afwassen en weggooien hebben beide impact op het milieu. Je beker vaker achter elkaar gebruiken (zonder af te wassen) is sowieso een goede keuze voor het milieu, want dat scheelt afval of afwas.

In het kader van het milieu en MVO is de BRAND vestiging in Arkel overgegaan op het gebruik van mokken. Iedere medewerker heeft een eigen mok gekregen en bij de koffieautomaten zijn extra mokken neergezet voor klanten of voor collega's van een andere vestiging.



# De wereld van BRAND...



Veilig



Milieuvriendelijk



Betrokken

## Brand Energy & Infrastructure Services

George Stephensonweg 15

NL-3133 KJ Vlaardingen

T +31 (0)10 445 54 44

nl@beis.com

www.beis.com

