



De eerste maanden van 2011 bij KPN stonden in het teken van het aantreden van de nieuwe CEO Eelco Blok die de corporate strategie 2011-2015 in mei presenteerde. Hierin staan klantgerichtheid en teamprestaties centraal. Deze strategie, gecombineerd met het advies van onze Raad van Advies voor MVO (geïnstalleerd in mei 2011 en bestaande uit externe, onafhankelijke MVO-experts), heeft ons ertoe aangezet om de inrichting van het MVO-beleid te veranderen. Na drie jaar gefocust te hebben op het op orde brengen van de rapportage en zichtbare prestaties boeken op verduurzamen van de bedrijfsvoering, denken we dat de tijd rijp is om het MVO-beleid van een grotere externe component te voorzien. Dit betekent geen wijziging in de MVO-activiteiten van KPN in de bedrijfsvoering, maar vooral een externe verbreding van onze MVO-activiteiten. We mikken op meer samenwerking met andere organisaties waarbij wij onze ICT kennis, diensten en producten zichtbaarder inzetten voor de maatschappij. Gezien de kwaliteit van ons netwerk zijn wij ervan overtuigd dat we vooral een bijdrage kunnen leveren daar waar in de maatschappij een extreem betrouwbaar netwerk van cruciaal belang is. Door deze vaststelling zijn wij van mening dat het faciliteren van transitie binnen de maatschappij kan worden onderverdeeld in drie overkoepelende thema's:

- Het nieuwe leven en werken door mobiele en flexibele ICT-oplossingen
- De toekomst van gezondheidszorg met door ICT ondersteunde innovaties
- Klanten helpen energie te besparen en de klimaatveranderingen tegen te gaan.

In de verslaglegging over duurzaamheid zijn deze thema's vanaf nu leidend.

Voortgang MVO-doelen 2011 per 30 juni

Driekwart van de MVO-doelen voor 2011 ligt op schema of kan dat voor eind 2011 worden gebracht. Dat stemt ons tevreden, mede gezien de druk die in het eerste halve jaar is ontstaan op omzet- en winsttargets door het veranderende bel- en SMS gedrag van een deel van onze klanten die sneller bleek te gaan dan wij verwachtten. Extra inspanning is nodig bij Het Nieuwe Werken, Diversiteit, Netto Promoter Score (NPS, een maat voor klantloyaliteit) en inzamelen van mobieltjes. Door de in april aangekondigde rebranding in Nederland van Getronics naar KPN wordt het doel om Getronics opinieleader op het gebied van Het Nieuwe Werken te maken, losgelaten. Dit doel wordt 'KPN wordt in 2011 opinieleader voor Het Nieuwe Werken'. Op het gebied van man-vrouw diversiteit zien we teleurstellende resultaten. Het percentage vrouwen groeit te langzaam om onze doelen te halen. Door de aangekondigde fte-reducties hebben we een lagere in- en doorstroom dan we dachten, waardoor het moeilijker is om de man-vrouw verhouding aan te passen. De NPS is in het eerste halfjaar vrijwel stabiel gebleven, terwijl we over heel 2011 8% hogere klantloyaliteit als doel hebben. Eveneens een tegenvaller is het aantal ingezamelde mobieltjes. Met slechts 10.000 ingezamelde oude telefoons lijkt het doel van 50.000 in heel 2011 niet gehaald te worden. Met de opname van niet-financiële targets in de remuneratie voor het topmanagement is duurzaamheid beter verankerd in de organisatie. De hoogte van de variabele beloning van het topmanagement is voortaan voor 25% afhankelijk van het behalen van doelen voor maatschappelijke reputatie en energiebesparing.

Erkenningen

In januari 2011 heeft KPN 'De Kristal' gewonnen. Deze prijs, die hoort bij de jaarlijkse Transparantiebenchmark van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, waardeert het KPN Duurzaamheidsverslag 2009 als het meest transparante duurzaamheidsverslag van Nederland. Omdat wij denken dat heldere en eerlijke communicatie de basis is voor verbetering van ons bedrijf, zijn wij zeer verheugd met deze prijs. Daarnaast is een samenwerking tussen KPN en het Wereld Natuur Fonds getekend. Als WNF Climate Saver zet KPN zich in om, vanuit zijn eigen kennis en ervaring op het gebied van energiebesparing en ICT, ook anderen te helpen energiezuiniger te worden.