



Belangrijkste opmerkingen en feedback van stakeholders

KPN Stakeholderdialoog 'Duurzaam verkopen is Duurzaam inkopen'

Den Haag, 7 juni 2011

Commercie:

- Lof voor de commerciële en transparante benadering van duurzaam inkopen door KPN. De stelling duurzaam verkopen=duurzaam inkopen wordt algemeen onderschreven.
- Duurzaamheid kan meer kansen bieden voor KPN, met name de milieuaspecten daarvan. KPN kan ervoor zorgen dat de klant KPN associeert met de duurzaamste telefoonverkoper. In zakelijke markt biedt dat directe verkoopkansen, in consumentenmarkt versterkt duurzaamheid het merk.
- KPN moet dan wel zijn duurzaamheidsprestaties beter vertellen in zijn verkoop. Eén van de stakeholders: "Dan ontwikkelt onze relatie zich tot een strategisch partnerschap. Nu beginnen we een traject soms met een prijsdiscussie. Als KPN zich niet zichtbaarder committeert aan duurzaamheid kan het terrein verliezen aan concurrenten die dat wel doen. Voor ons zijn leveranciers die aan duurzaamheid doen belangrijk."
- Prijs lijkt in veel gevallen nog leidend te zijn. Een klant geeft aan dat een lange termijn relatie waarin gezamenlijk uitdagingen worden aangegaan tegenwoordig de voorkeur heeft.
- MVO moet onderdeel zijn van standaard marketing en verkoopproces. Verbijzonder het niet als ecoproduct maar communiceer er over in de mainstream, hoeft niet als eerste boodschap.
- KPN zou de consument aan de hand kunnen nemen en activeren om te recyclen, lader uit de muur etc. Dit is laaghangend fruit maar door volume kan KPN relevante bijdrage leveren.

Marketing en KPN-merk:

- Met name consumentenmarkt: Marketing meer richten op diensten in plaats van op de telefoons zou tot duurzamer bedrijf leiden. Meer recyclen van mobieltjes en andere klantapparatuur versterkt ook het KPN-merk.
- KPN lijkt in MVO-communicatie met name een B2B insteek te hebben. Dit zorgt voor soort van academisch taalgebruik terwijl merendeel van Nederland niet academisch is geschoold. De vertaalslag naar de consument is daardoor niet sterk. Wil je mensen activeren dan zou je een pull element kunnen genereren en het aantrekkelijk maken. De wijze van communicatie zou je daarop moeten aanpassen, ook in taalgebruik.

Samenwerking:

- Openstaan voor kritische partijen wordt door de stakeholders als positief ervaren. Geeft vertrouwen.
- KPN zou er goed aan doen de samenwerking met stakeholders verder te institutionaliseren en te upgraden. Deelname aan geloofwaardige multistakeholder-initiatieven, naast de huidige branche-initiatieven.
- Gebruik geen eigen code, maar branchecodes zoals die van de EICC.
- Meerdere partijen kampen met dezelfde uitdagingen. Door samenwerking binnen de keten kun je verder komen, Dit draagt bij aan het realiseren van ambities, bv met code komen voor de branche.
- Verbeter de monitoring- en auditsystemen door stakeholders een rol te geven en onafhankelijke partijen te betrekken bij de verificatie van auditresultaten.
- Zet specifieke teams op probleemgebieden en pak dit multi-disciplinair aan met bv overheden.

Aantoonbaarheid

- Vertel wie de belangrijkste leveranciers zijn en de leveranciers daarvan.
- Vertel waar de issues zitten bij leveranciers en welke corrigerende acties zijn genomen. Niet alleen het aantal audits vermelden.
- Laat zien dat KPN kritische gesprekken heeft met leveranciers die duurzaamheid minder belangrijk vinden.
- Het is niet duidelijk welke risicodefinitie KPN gebruikt.
- Laat energieverbruik van je producten zien. Geef de klant keuze.

Deelnemers

	Organisatie	Functie/rol in organisatie
1	Achmea	Inkoper
2	Alliander	Inkoper
3	Alcatel-Lucent	Verkoper
4	Ericsson	Verkoper
5	Samsung Nederland	Directeur
6	Supply Chain Associates	Expert duurzaam inkopen
7	Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (SOMO)	Expert duurzaam inkopen
8	DHV	MVO-expert
9	Rijksoverheid	Programmamanager Duurzaam inkopen
10	Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO)	Projectmanager
11	Universiteit Utrecht (Departement Rechtsgeleerdheid, Duurzaam inkopen)	Promovendus
12	KPN	Inkoper (centraal management)
13	KPN	Inkoper (management inkoop mobieltjes)
14	KPN	Inkoper (mobieltjes)
15	KPN	Verkoper (grote klant)
16	KPN	Verkoper (middelgrote klant)
17	KPN	Adviseur MVO-communicatie
18	KPN	MVO-manager
19	KPN	Programmamanager Duurzaam inkopen
20	KPN	Programmamanager Duurzaam inkopen