



Ministerie van Economische Zaken,
Landbouw en Innovatie

PERSBERICHT

Den Haag/Utrecht, 18 januari 2011

KPN heeft meest transparante MVO-jaarverslag

Duurzame bedrijven positief over 2010 en optimistisch over 2011

KPN heeft tijdens het Nieuwjaarsevent van MVO Nederland en het Initiatief Duurzame Handel (IDH) op 18 januari De Kristal ontvangen, de prijs voor het meest transparante jaarverslag op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). De Kristal is de nieuwe hoofdprijs van de al langer bestaande jaarlijks uitgevoerde Transparantiebenchmark van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie en de Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants (NBA). De Kristal 2010 werd in aanwezigheid van meer dan vijfhonderd vertegenwoordigers van Nederlandse bedrijven en instellingen uitgereikt door Z.K.H. Prins Carlos Bourbon de Parme aan Hans Koeleman, directeur Communicatie van KPN in het World Forum in Den Haag.

De jury onder leiding van mr. Bibi de Vries noemde het jaarverslag van TNT het meest innovatieve en dat van Heineken het meest communicatieve. Aan grafische groep OBt werd als runner-up de stimuleringsprijs MKB 2010 overhandigd. KPN is als winnaar gekozen uit bijna vijfhonderd bedrijven en instellingen.

Staatssecretaris Henk Bleker: "Ik feliciteer KPN met het behalen van deze prijs. MVO moet je doen en je moet erover rapporteren. Een goed maatschappelijk jaarverslag is geen doel op zich. Waar het om gaat, is dat bedrijven niet alleen laten zien wat ze doen, maar ook hoe ze het doen." In de zeven jaar dat de Transparantiebenchmark bestaat, is veel gebeurd op het gebied van MVO. Omdat MVO in de Code Tabaksblad is opgenomen, moeten bijvoorbeeld alle grote beursgenoteerde bedrijven er verplicht over rapporteren.

Ook directeur Willem Lageweg van MVO Nederland benadrukte in zijn presentatie, dat duurzaam ondernemen en transparantie onlosmakelijk verbonden zijn. "Transparantie zorgt ervoor dat je weet wat er in je keten gebeurt. Zo kun je aan leveranciers, afnemers en consumenten laten zien hoe jouw product of dienst tot stand is gekomen en je duurzaamheidsclaim waarmaken." Lageweg liet weten dat bedrijven die al wat langer met duurzaamheid bezig zijn positieve geluiden laten horen over de in 2010 behaalde resultaten. "Die signalen komen uit alle sectoren. Nederlandse bedrijven zijn duidelijk bezig met een versnelling op het gebied van MVO en duurzaamheid. Dit blijkt uit een rondgang onder de ruim 1350 bij ons aangesloten bedrijven." Volgens Lageweg gaan de volgende vier MVO-thema's de trend in 2011 bepalen: sociale innovatie, ketenverantwoordelijkheid, duurzame innovatie en transparantie & communicatie.

MVO Nederland

MVO Nederland is de nationale kennis- en netwerkorganisatie voor bedrijven met MVO-ambitie. Haar streven: MVO een vanzelfsprekende zaak maken voor alle ondernemers in Nederland. Sinds de oprichting in 2004 is MVO Nederland uitgegroeid tot hét startpunt voor alle ondernemers die hun bedrijfsvoering willen verduurzamen en daarover van gedachten willen wisselen met gelijkgestemden, brancheorganisaties, de

overheid en/of NGO's. Het partnernetwerk van MVO Nederland telt inmiddels meer dan 1.350 bedrijven en organisaties. Elke maand komen daar 60 partners bij. Kijk voor meer informatie op www.mvonederland.nl.

Meer informatie (Voor de redactie/niet voor publicatie)

Irenka van den Hout, hoofd Communicatie MVO Nederland, 030-23 63 465/06-215 17 956, i.vandenhout@mvonederland.nl. Bij Irenka van den Hout is de presentatie waarin Willem Lageweg terugblijkt op een duurzaam 2010 en vooruitkijkt naar 2011 op te vragen.

Ruud Stevens, woordvoerder ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 06-461 52 406, r.p.stevens@minez.nl.