



Jaarverslag VodafoneZiggo 2019

Verbonden met de toekomst

Inhoudsopgave

Strategie en resultaten	4
Onze strategie	5
Onze resultaten	8
De klantbelofte waarmaken	12
Strategie en resultaten	13
Klantervaring	15
Privacy	22
Veiligheid	27
Mobiele telefoons, antennes en gezondheid	30
Duurzame inkoop	34
Doelen en ambities	36
Digitaliseren	39
Strategie en resultaten	40
Digitale ontwikkelingen	42
Digitale organisatie	43
Gelijke kansen in de digitale samenleving	46
Doelen en ambities	55
Onze producten en diensten	56
Strategie en resultaten	57
Ons portfolio	59
Internet of Things	66
Smarter Working	69
Innovatie	71
Technologie inzetten voor de maatschappij	73
Doelen en ambities	76
Investeren in de toekomst	78
Strategie en resultaten	79
Innovatief netwerk	81
Duurzaam ondernemen	89

Doelen en ambities	96
Onze mensen	97
Resultaten	98
Diversiteit en inclusie	102
Werken bij VodafoneZiggo	107
Doelen en ambities	117
Onze organisatie	118
Organisatiestructuur	119
Risicobeheersing	123
Ethisch handelen	126
Bijlagen	128
Producten en diensten	129
Stakeholderdialogen en materiële onderwerpen	132
Over dit verslag	136
Sustainable Development Goals	138
Environmental Impact	139



Strategie en resultaten

Onze strategie

2019 was het derde jaar in het bestaan van VodafoneZiggo. We hebben inmiddels ontzettend veel bereikt. We hebben één gemeenschappelijk doel, één strategie en één set gedeelde waarden. Onze klanten plukken de voordelen van het samengaan van Vodafone en Ziggo. Het aantal vaste klanten dat een gecombineerd aanbod afnam, groeide met 286.000 naar 1,3 miljoen huishoudens. Het aantal mobiele klanten dat een gecombineerd aanbod afnam, groeide met 541.000 naar 2 miljoen klanten. Die klanten zijn een stuk tevredener dan wanneer ze onze afzonderlijke producten gebruiken. Ons netwerk behoort tot de beste in Europa en we zijn klaar voor de digitale toekomst. We kijken tevreden terug op 2019. We behaalden opnieuw een goed resultaat. In een sterk competitieve markt steeg de omzet, groeide de operationele winst (OCF)^[1] en verbeterde de klanttevredenheid. Dit toont aan dat onze strategie nog steeds de juiste is.



Het samengaan van Vodafone en Ziggo is een doorslaand succes, zo blijkt ook uit onze resultaten in 2019. Om klantverwachtingen te blijven overtreffen gaan we nóg efficiënter en nog meer digitaal werken. Verder blijven we onze verantwoordelijkheid nemen als aanjager van de digitale samenleving. De tomeloze inzet van onze medewerkers maakt dit allemaal mogelijk.

Jeroen Hoencamp
CEO

We leveren meerwaarde aan onze klanten door ons te concentreren op ons doel: plezier en vooruitgang met elke verbinding. De belofte die wij maken aan onze klanten, is dat zij van ons altijd uitstekende producten en een uitmuntende klantervaring kunnen verwachten. Om die toezegging na te komen, baseren we ons handelen op vier strategische pijlers:

De klantbelofte waarmaken

De klant is het startpunt en het einddoel van alles wat wij als bedrijf doen. We blijven hard werken om nieuwe klanten binnen te halen, maar tegelijkertijd geven we onze bestaande klanten de aandacht die ze verdienen. De klant en de klantbeleving vormen onderdeel van onze besluitvorming. We introduceren alleen nieuwe producten en diensten als we zeker weten dat de klant deze hoog waardeert.

Lees meer over [de klantbelofte waarmaken](#)

Digitaliseren

Voor VodafoneZiggo is digitalisering de meest effectieve manier om verdere groei te realiseren en om succesvol te blijven. Daarom pasten we onze strategie in 2019 aan en maakten we digitalisering tot een van onze vier strategische pijlers.

Lees meer over [digitaliseren](#)

Zorgen voor fantastische producten

Als aanbieder van vaste én mobiele netwerkdiensten hebben we in Nederland een sterke marktpositie en zijn we relevant voor onze klanten. Daarom brengen we geregeld nieuwe producten naar de markt en laten we bestaande producten groeien, zoals ons [gecombineerde aanbod van vaste en mobiele diensten](#), de nieuwe Mediabox Next, Ziggo GO, de Wifi Power Promise en [Internet of Things](#).

Lees meer over [onze producten en diensten](#)

Investeren in de toekomst

We hebben een uitstekend vast en mobiel netwerk. En we zijn continu bezig met het verbeteren van deze netwerken. We zullen de komende jaren blijven investeren om ervoor te zorgen dat onze netwerken onderscheidend, beter en betrouwbaarder zijn. Denk daarbij aan technologieën als [DOCSIS 3.1](#) voor kabel en [5G](#) voor mobiel.

Lees meer over [investeren in de toekomst](#)

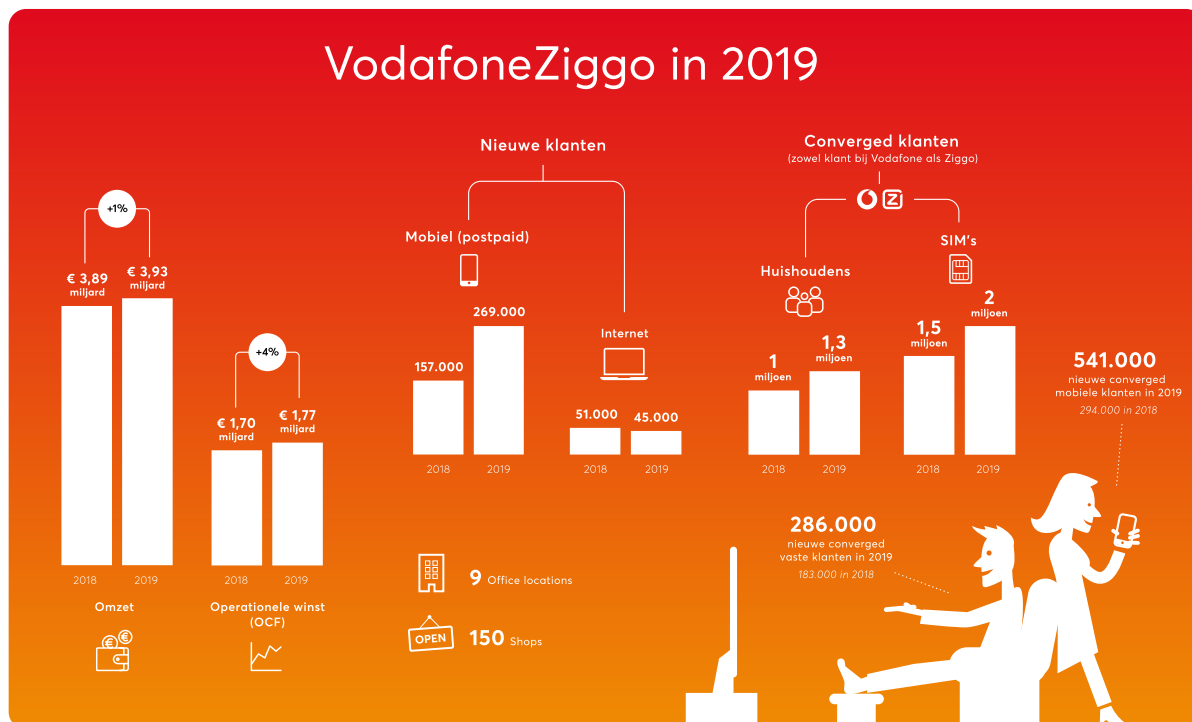
Onze strategie kunnen we alleen waarmaken dankzij de inzet van onze mensen:

Onze mensen zijn ons grootste kapitaal. Wij presteren goed dankzij hen. We zijn trots op onze gemotiveerde collega's. Daarom investeren wij continu in hen. Zodat zij hun werk graag doen en een extra stapje willen zetten voor onze klanten. Daarnaast stroomlijnen wij onze organisatie voortdurend, zodat we nu en in de toekomst het beste halen uit onze mensen en de beste service leveren aan onze klanten.

Lees meer over [onze mensen](#)

[1] OCF (Operational cash flow / operationele winst) wordt door het management als maatstaf gebruikt om de operationele prestaties van ons bedrijf te evalueren. OCF is gedefinieerd als operationeel inkomen voor afschrijvingen, op aandelen gebaseerde betalingen, voorzieningen en voorzieningen die gerelateerd zijn aan significante juridische geschillen, bijzondere waardeverminderingen, herstructureringen en andere operationele items. Management is van mening dat OCF een betekenisvolle maatstaf is, omdat het inzicht geeft in onze continue operationele prestatie welke niet beïnvloed wordt door onze kapitaalstructuur. Voor de volledige definitie van OCF verwijzen we graag naar voetnoot twee in het [financiële persbericht](#) welke op 13 Februari 2020, is gepubliceerd

Onze resultaten



2019 was een goed jaar voor VodafoneZiggo. Onze omzet vond de weg terug naar groei, terwijl we onze kosten wisten te verlagen. Daardoor steeg de operationele cashflow (OCF) met 4% ten opzichte van het voorgaande jaar.

Strategische focus op tevreden klanten

De belangrijkste focus in onze strategie van de afgelopen twee en een half jaar is dat we ons gericht hebben op het gecombineerd aanbieden van Vodafone en Ziggo producten aan onze klanten. We merken dat wanneer klanten een gecombineerd Vodafone en Ziggo abonnement afnemen, dit leidt tot een hogere klanttevredenheid, en een verlaging van het klantverloop. Het verloop van klanten die een gecombineerd product afnamen was eind 2019 circa 75% lager in vergelijking met klanten die enkel een Vodafone product afnamen. Het gemiddelde klantverloop was in 2019 als gevolg hiervan dan ook historisch laag voor zowel zakelijke als particuliere klanten, een bewijs dat onze strategie werkt.

Naast de toename van ons klantenbestand zagen we een groei in de klanttevredenheid. De Net Promotor Score (NPS), een indicator voor klanttevredenheid, was bij onze zakelijke klanten hoger dan ooit. Vodafone zag gemiddeld een stijging in NPS van +8, Ziggo van +3 en hollandsnieuwe van +12. Een verbetering van onze NPS betekent dat meer klanten tevreden zijn over onze producten en dienstverlening. Dit betekent veel voor ons gezien we elke dag hard werken aan onze klantbelofte: 'plezier en vooruitgang met elke verbinding'.



In 2019 hebben we ons financieel en commercieel momentum verder verbeterd. Onze operationele winst, omzet én klanttevredenheid groeiden. Daar ben ik trots op. We blijven flink investeren in onze vaste en mobiele netwerken, zodat we Nederland met 5G en Gigabit-internet toonaangevend houden in de toekomst.

Ritchy Drost
CFO

Groei

De omzetgroei is het resultaat van een goede uitvoering van de hiervoor genoemde strategie, waardoor ons klantenbestand gestaag toeneemt. De groei van het aantal bestaande en nieuwe klanten dat zowel Vodafone-, hollandsnieuwe- als Ziggo-producten afneemt, zette zich in 2019 voort. We voegden 286.000 huishoudens en 541.000 simkaarten toe (een klant kan meerdere simkaarten bij ons afnemen) tot een totaal van meer dan 1,3 miljoen huishoudens en 2 miljoen mobiele sims. Aan het einde van het jaar had 40% van onze Ziggo internet klanten ook een mobiel abonnement bij Vodafone en had 74% van onze Vodafone-klanten in het consumenten segment minimaal een tv en internet product van Ziggo in bezit.

Commercieel was 2019 een succesvol jaar. Het aantal klanten met een mobiele abonnement groeide met 269.000. Het aantal huishoudens dat onze internetdiensten afnam, steeg met 45.000. Het totaal aan nieuwe Ziggo, Vodafone en hollandsnieuwe klanten met een abonnement bedroeg 237.000. Dat is een verdubbeling ten opzichte van het voorgaande jaar. Ondanks de onveranderlijk competitieve marktomgeving, zijn we in staat gebleken om marktaandeel te winnen en daarmee ook omzetgroei te realiseren. De totale omzet in de consumenten en zakelijke markt steeg met 1%.

Technologische vooruitgang

Met de uitrol van supersnel gigabit-internet zet VodafoneZiggo een grote stap in zijn ambitie om met **GigaNet** (het krachtige netwerk van Vodafone en Ziggo) Nederland klaar te maken voor de digitale toekomst. Klanten die zijn aangesloten kunnen downloaden met een snelheid tot wel 1 Gigabit per seconde. Onze ambitie is om een 'gigabit zonder graven' voor al onze klanten in heel Nederland in 2021 beschikbaar te maken. Wij geloven dat een vitale digitale infrastructuur zuurstof is voor onze samenleving en de Nederlandse economie, daarom bouwen wij continue aan het netwerk van de toekomst.

Wij willen het beste voor onze klanten en investeren daarom veel in nieuwe technologie. In 2019 lanceerden wij bijvoorbeeld de Mediabox Next, het videoplatform van de toekomst. Eind 2019 gebruikten al 347.000 klanten de **Mediabox Next**. Ook hebben we in 2019 een 5G Hub geopend in Eindhoven waar we samen met onze partners Ericsson, Brainport Development en de High Tech Campus bedrijven, startups, instanties en studenten ruimte geven om hun 5G innovaties van idee en onderzoek naar de praktijk te kunnen begeleiden.

Als we kijken naar onze investeringen voor de lange termijn dan hebben we over het hele jaar 20,1% van onze omzet of €793,2 miljoen geïnvesteerd in het onderhoud, de verbetering en uitbreiding van ons vaste en mobiele netwerk. Met ons Giganet kunnen we nog vele jaren vooruit als voorloper in Nederland. Het is essentieel dat we ook voor de lange termijn investeren in de kwaliteit van onze netwerken en diensten en verwachten daarom ook tussen de 19% en 21% van onze omzet in 2020 weer te investeren in onze producten en onze dienstverlening aan onze klanten en het zo nog beter te maken.



Kosten en synergiën

Het kostenniveau daalde in 2019, voornamelijk door een continue aandacht voor het versimpelen van processen en IT-systemen, waarbij we tegelijkertijd meer inzetten op digitalisering om de dienstverlening naar onze klanten te optimaliseren. Het samengaan van Vodafone en Ziggo resulteert nog steeds in synergievoordelen. Aan het einde van 2019 hebben we circa 85% van de beoogde kostenvoordelen van €210 miljoen gerealiseerd. Een voorbeeld hiervan is dat we onze totale productprijs plannen hebben versimpeld en met 99% hebben gereduceerd tot minder dan 300. Onze organisatie is nu efficiënter ingericht en we zijn in staat om onze klanten beter te bedienen tegen lagere kosten.

Door gunstige financiële marktcondities hebben we €5,2 miljard van onze obligaties en termijn leningen geherfinancierd in 2019, waarbij we rentevoordelen hebben behaald en de gemiddelde looptijd van onze leningen hebben verlengd.



De klantbelofte waarmaken

Strategie en resultaten

De klant centraal stellen in alles wat we doen. Dat is de belofte die we aan onze klanten doen en die we elke dag opnieuw willen waarmaken. Dat betekent dat we goed naar onze klanten luisteren en dat we samen met hen nieuwe producten en diensten ontwikkelen. We willen voldoen aan hun verwachtingen en deze liefst overtreffen.

Het lijkt zo voor de hand te liggen: de klant centraal stellen. Maar het kan altijd beter en scherper. De klant moet het uitgangspunt zijn bij elke beslissing die we nemen en alles wat we doen. We ontwikkelden hiervoor verschillende initiatieven, zoals:

De klant in ons DNA

We willen een aantrekkelijke werkgever zijn, zodat we de beste mensen kunnen aantrekken en behouden. Essentieel is dat de klant bij de werving en training van onze medewerkers centraal staat, zodat dit ook in hun handelen tot uiting komt.

Bestaande klanten voorop

Door goed in te spelen op de behoeften van bestaande klanten blijven ze langer klant bij ons en nemen ze meer diensten af. Vaste en mobiele klanten kunnen bijvoorbeeld profiteren van onze gebundelde propositities met extra's.



We zetten volop in op digitalisering, kunstmatige intelligentie, big data en zelflerende algoritmes. Kunstmatige intelligentie geeft onze klantenservice een enorme boost. Door de kracht van chatbots met onze experts te combineren, leveren we de best mogelijke service. Onze Virtual Assistant voorspelt antwoorden die klanten nodig hebben op basis van alle livechats van de afgelopen twee jaar maar kan hij ook de 'schrijfstijl' van elke helpdeskexpert nadoen. Waardoor iedere expert als het ware zijn eigen robohulpje heeft. Door de krachten van brains en bots te verenigen, kunnen we het verschil maken tussen 'good' en 'great'.

Robin Clements

Executive Director Customer Operations

Kerncijfers



Klantervaring

De tijden veranderen en onze klanten veranderen mee. Zij weten beter wat zij willen en zijn kritischer dan ooit. Zij informeren zich online en vergelijken VodafoneZiggo met andere organisaties, zowel binnen als buiten de telecomsector. Die kritische houding houdt ons scherp en zorgt ervoor dat we ons blijven ontwikkelen, zodat we voldoen aan de wensen van onze klanten. Collega's van verschillende afdelingen werken samen om onze klanten zo goed mogelijk van dienst te zijn – van productontwikkelaars en netwerktechnici tot monteurs en klantenservicemedewerkers.

De afdeling Customer Experience (CX) ondersteunt de afdelingen hierbij, onder meer met onderzoeken van klantervaringen. De resultaten van deze onderzoeken vertalen we door naar onze processen, producten en diensten. Een van de programma's die bij CX loopt, is Future of Conversation. Hierin kijken we samen met collega's hoe klanten in de toekomst met ons contact willen onderhouden en hoe we ons hierop kunnen voorbereiden.

Op basis van die onderzoeken weten we bijvoorbeeld wat de meest geschikt contactmomenten zijn om een chatbot in te zetten en maakten we de [Mijn Ziggo-app](#), die we eind 2019 lanceerden. Momenteel ontwikkelen we een aantal CX-principes die het mogelijk maken om de klantervaring beter te meten. Bij het ontwikkelen en aanpassen van elke dienst en ieder product hanteren we deze principes om onze klanten overal en altijd dezelfde beleving te geven.



Contact met klant van
de toekomst

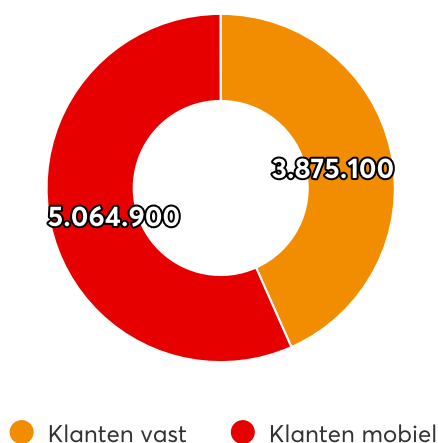
> LEES MEER

Klantreis

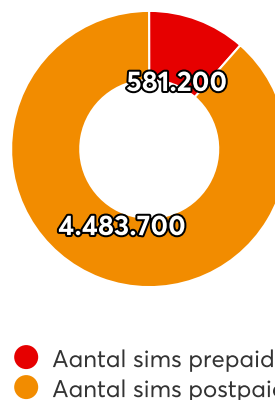
Om goed inzicht te krijgen in de ervaringen die onze klanten hebben met VodafoneZiggo, brengen we hun klantreis in beeld. Dat houdt in dat we samen met hen stap voor stap bekijken wat er plaatsvindt in bepaalde processen. Wat gebeurt er bijvoorbeeld vanaf het moment dat zij zich oriënteren op de aanschaf van een product? Of wat ondervinden zij als zij contact zoeken met onze klantenservice? Op basis van die ervaringen stellen we de klantreis telkens bij om onze klanten de best mogelijke ervaring te bieden. Daarnaast gebruiken we steeds meer data om de klantreis scherp te krijgen en bijvoorbeeld risico's op kabelschade te voorspellen of op tijd onderdelen in onze straatkasten te vervangen.

Sterker nog, we betrekken hen bij de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten. Hieruit zijn onder meer de **Ziggo Wifi Assistant**-app en **Vodafone Flex** voortgekomen.

Verdeling klanten vast en mobiel



Verdeling simkaarten prepaid en postpaid



Verbeteren klantervaring

We werken hard om de klantervaring steeds beter te maken. Dat doen we op verschillende manieren.

EXPERIENCE CENTRE

In het Experience Centre brengen we met innovatieve technieken de huidige en toekomstige behoeften van onze klanten in kaart en tot leven. We testen nieuwe concepten samen met klanten en collega's. We kijken samen naar de kansen die digitalisering biedt en wat ons netwerk daarin voor onze klanten kan betekenen. We ontdekken samen hoe de toekomst van hun bedrijf eruitziet en bespreken welke producten en diensten de beste oplossing bieden voor wat zij zoeken. Hierbij maken we ook veel gebruik van de kennis en ervaring van onze moederbedrijven Liberty Global en Vodafone Group.



FIXED IMPROVEMENT

In 2018 startten we het Fixed Improvement-programma om de diensten die we aanbieden via ons vaste netwerk, naar een hoger plan te tillen. We gaven dit een vervolg in 2019, wat een aantal verbeteringen opleverde voor de vier miljoen particuliere en zakelijke klanten die gebruikmaken van onze internet- en videodiensten:

- De betere prestaties en grotere stabiliteit van ons netwerk zorgden voor een flinke daling van het aantal klanten dat problemen ervaart met de producten en diensten op ons vaste netwerk. Dat kwam onder meer door de updates van onze modems en de mediaboxen. Dit resulteerde in een hogere klanttevredenheid.
- Omdat de kwaliteit van ons vaste netwerk steeg, hadden minder klanten ondersteuning nodig van onze klantenservice en monteurs. Zo verminderden we het aantal klantcontacten dit jaar met ruim 500.000.
- De verhoging van de internetsnelheid die 2,5 miljoen klanten van ons kregen, was voor velen een reden om klant te blijven bij VodafoneZiggo. We ondersteunden de snelheidsverhoging met de landelijke campagne 'Snel kan altijd sneller'.

INNOVATIE

Door upgrades en innovaties halen we meer uit onze netwerken, waardoor onze klanten profiteren van een grotere bandbreedte en sneller dataverkeer. We ruimen verouderde apparatuur op en versimpelen ons portfolio. We brengen onder andere het aantal IT-platformen sterk terug, vervangen verouderde breedbandmodems en upgraden onze mediaboxen. We introduceren nieuwe producten, bijvoorbeeld de **Mediabox Next** die we in 2019 lanceerden, en bieden speciale diensten, zoals een aangepaste app voor slechtzienden.

Lees meer over **innovatie** in dit jaarverslag.



Met enerzijds ons GigaNet en anderzijds de komst van gigabitsnelheden, nemen de voordelen toe voor klanten die vaste en mobiele diensten afnemen. Het samengaan van de netwerken van Vodafone en Ziggo creëerden samen een veel efficiënter netwerk. Utrecht is de eerste stad waar we via het vaste netwerk downloadsnelheden tot 1 gigabit per seconde introduceerden. Eind 2020 kan circa ten minste de helft van 7,2 miljoen huishoudens die zijn aangesloten op het Ziggo-netwerk, profiteren van gigabitsnelheden. Het gigabitinternet is uitermate geschikt voor onder andere films kijken, streamen, gamen en virtual reality, zonder de geringste onderbreking.

Lees meer over ons [Gigabit-netwerk](#) in dit jaarverslag.

Klantcontact

Het contact met onze klanten verschuift de laatste jaren steeds meer in de richting van online kanalen. Klanten willen hun zaken graag zelf regelen. Dat kan online, waar zij – voor een groot deel – zelf de touwtjes in handen hebben. Zij passen bijvoorbeeld zelf hun databundels aan, bekijken hun verbruiksgegevens, sluiten een abonnement af of plannen een afspraak in met een monteur.

Weliswaar ontvangen we nog volop e-mails en telefoontjes, maar intussen zoekt 20% van onze klanten contact via nieuwe media als chat, WhatsApp, Twitter en Facebook. Deze sociale media hebben het karakter van de klantenservice ingrijpend veranderd, waardoor deze sneller, makkelijker en toegankelijker is.

Door de verschuiving naar online kanalen benutten we de mogelijkheden van de digitale wereld beter. Medewerkers van de klantenservice zien op hun beeldscherm aanbevelingen verschijnen over de klant waarmee zij in gesprek zijn. De computer kan soms al zaken voorspellen, wat handig is voor de klant, bijvoorbeeld als een databundel snel op dreigt te raken. Klanten krijgen hulp van een chatbot, een computerprogramma dat antwoorden geeft op vragen. Klanten kunnen hulp van onze chatbot krijgen, een computerprogramma dat antwoorden geeft op vragen. Het voordeel is dat we op deze manier 24/7 bereikbaar zijn en tevens meer klanten tegelijkertijd mee kunnen helpen, zodat er geen of kortere wachtrijen ontstaan.



Weliswaar kan een chatbot niet álle vragen van onze klanten beantwoorden, maar wel de meest voorkomende. Voor complexere of klantspecifieke vragen komt de klant automatisch terecht bij een van onze mensen. Dat stelt andere eisen aan onze servicemedewerkers. De medewerker van de toekomst beschikt over goede sociale vaardigheden en heeft gedegen kennis van een deelgebied.

Lees meer over [ontwikkelen van onze medewerkers](#) in dit jaarverslag.



Klanttevredenheid

Als toonaangevend technologiebedrijf willen wij voorop lopen in servicebeleving. Wij vinden dat klanten onze service als persoonlijk, snel en effectief moeten ervaren. Daar doen we met z'n allen ontzettend ons best voor, maar we willen natuurlijk wel weten of onze inspanningen vruchten afwerpen. Om dat te weten te komen, meten we de tevredenheid van onze klanten over

- de klantreis
- onze product
- onze merken

	2019
Net Promotor Score (NPS) Vodafone	+8
Net Promotor Score (NPS) Hollandsnieuwe	+12
Net Promotor Score (NPS) Ziggo	+3

Privacy

VodafoneZiggo heeft een grote verantwoordelijkheid voor de bescherming van klantgegevens en het bewaken van de vertrouwelijkheid van communicatie. Dit gaat verder dan het naleven van wet- en regelgeving. Het succes van ons bedrijf is sterk afhankelijk van het vertrouwen dat klanten in ons hebben. Ze moeten er zeker van zijn dat wij verantwoord omgaan met hun persoonlijke gegevens. Het beschermen van privacy vormt daarom een structureel onderdeel van ons beleid en speelt een belangrijke rol bij de keuzes die we maken.

Een speciaal privacyteam zorgt ervoor dat de gegevens van onze klanten veilig zijn. Ons privacybeleid voldoet aan de regels van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). In ons [privacystatement](#) informeren we onze klanten uitgebreid over hoe we met persoonsgegevens omgaan.

Klantgegevens zijn van de klant

Het is voor telecomaandieners bij wet verboden om de inhoud van bel-, sms- en internetverkeer te bekijken. En daar houden we ons natuurlijk aan. De inhoud van gesprekken, berichten en databestanden blijft dus geheim. Wel kunnen we – met expliciete toestemming van klanten – gerichte aanbiedingen doen aan de hand van verbruik, interesses en demografische gegevens. We kunnen bijvoorbeeld een databundel adviseren op basis van de verbruiksdata van de afgelopen maanden. Persoonsgegevens delen we vanzelfsprekend zonder toestemming niet met anderen. Wel moeten we volgens de wet medewerking verlenen aan verzoeken om inlichtingen vanuit overheidsinstanties.

PRIVACY DASHBOARD

Onze klanten en onze medewerkers hebben toegang tot een 'privacy dashboard', een beveiligde online omgeving waar zij zien welke gegevens we van hen vastleggen. Ze kunnen een overzicht opvragen van hun persoonlijke gegevens, contactgegevens wijzigen, toestemming voor gebruik van de gegevens instellen of een verzoek voor verwijdering indienen. Gemiddeld ontvingen wij meer dan duizend verzoeken per maand van klanten die wilden weten welke persoonsgegevens we van hen verzamelen. Naar aanleiding van klantvragen en aanvullende verzoeken verbeteren we het 'privacy dashboard' geregeld.

Big data

VodafoneZiggo gebruikt graag data om kennis en inzicht te verkrijgen in de werking en het gebruik van diensten en producten. Het uitgangspunt hierbij is onze klanten beter en sneller te helpen. Dit sluit aan bij de gedachte dat de beste service die we een klant kunnen bieden 'no service needed' is. Dat betekent dat we onze diensten en producten zó goed maken dat alles gewoon werkt zoals de klant mag verwachten.



We brengen bijvoorbeeld het gebruik van verschillende diensten in kaart om te voorspellen wanneer bepaalde netwerkkapparatuur of randapparatuur kans heeft om uit te vallen. Daardoor zijn we beter in staat om preventieve maatregelen te nemen en storingen te voorkomen. Bovendien krijgen we hiermee inzicht in de factoren die bijdragen aan een mindere klantervaring, zoals slecht wifibereik. Met behulp van die informatie ontwikkelden we al nieuwe diensten waarmee klanten het wifibereik binnenshuis kunnen meten. Ook kunnen we op verzoek van de klant op afstand meekijken wat de waarschijnlijke oorzaak is van een storing.

In al deze gevallen waarborgen we de privacy van de klantgegevens door zoveel mogelijk anonieme data te verwerken. We stellen persoonlijke gegevens niet beschikbaar aan collega's die deze vanuit hun functie niet per se nodig hebben. Interne rapportages zijn daarom niet te herleiden naar individuen. Als we wel gegevens over individueel dataverkeer nodig hebben, dan vragen we klanten hiervoor om toestemming.

Kinderen

Als het gaat om privacy, vormen kinderen een extra kwetsbare doelgroep. Daar houden we rekening mee in ons beleid en onze marketingactiviteiten. We gaan alleen contracten aan met personen van 18 jaar en ouder en richten onze marketing alleen op klanten die ouder zijn dan 18 jaar. In ons lesprogramma **Online Masters** leren we kinderen wat privacy betekent, hoe ze veilig apps gebruiken en veilig op internet surfen.

Productontwerp

VodafoneZiggo houdt ook rekening met privacy bij het ontwerpen van nieuwe producten en diensten. Onze mensen moeten nieuwe projecten, systemen en toepassingen vooraf toetsen op privacyrisico's, zodat zij maatregelen kunnen nemen als zulke risico's bestaan. Dit is verplicht volgens de privacywetgeving. Zij gebruiken hiervoor een online privacymanagement-tool, waarmee zij dit eenvoudig controleren. In 2019 testten zij hiermee ruim honderd nieuwe initiatieven op privacyrisico's. Als teams nieuwe toepassingen bedenken met een bestaande dataverzameling, dan laten zij hun idee toetsen door onze Data Usage Board. Deze bestaat uit een groep interne deskundigen, die elke twee weken samenkomen om te bepalen onder welke voorwaarden de teams hun ideeën verder mogen uitwerken.

Privacytraining

Gedurende het jaar communiceren we geregeld met onze mensen over privacy- en veiligheidsonderwerpen. Nagenoeg alle collega's volgden in 2019 een e-learning-module over privacy. Daarnaast gaven we een training op maat aan ongeveer vijfhonderd mensen die een belangrijke rol vervullen bij de verwerking van persoonsgegevens. Hierin leerden zij hoe de privacywetgeving werkt en wat die betekent voor hun werkzaamheden. We beschikken inmiddels over zo'n vijftig 'Privacy Champions', die we opleidden om hun collega's bij te staan als zij vragen hebben over privacy. De Privacy Champions krijgen in 2020 volop de gelegenheid hun kennis bij te spijkeren en om een IAPP-accreditatie te verwerven via e-learning.

- Zeker 500 collega's kregen een privacytraining op maat – zij vervullen een belangrijke rol bij de verwerking van persoonsgegevens.
- Ongeveer 50 mensen hebben we opgeleid tot 'Privacy Champions'. Zij zijn het eerste aanspreekpunt voor collega's die vragen hebben over privacy.

Privacy-incidenten

Mocht er iets niet goed gaan met de bescherming van iemands persoonlijke data, dan melden we dit direct bij de Autoriteit Persoonsgegevens. Als een incident ongunstige gevolgen heeft voor klanten, dan vernemen zij dit zo snel mogelijk. Ook informeren we hen wat wij gaan doen en wat zij zelf kunnen doen om de gevolgen zo veel mogelijk te beperken. Klanten kunnen met klachten terecht bij onze klantenservice of rechtstreeks bij ons Privacy Office. Als klanten het niet eens zijn met ons antwoord, kunnen zij een klacht indienen bij de Autoriteit Persoonsgegevens. Deze neemt in dat geval contact op met onze Data Protection Officer.



Ziggo-monteurs vijftig keer in actie met AED

[> LEES MEER](#)

	2019	2018
Aantal succesvol afgeronde data verzoeken vanuit de organisatie	100	n/a
Data Protection Impact Assessments (DPIA) doorlopen	60	n/a
Privacy by Design assessments gedaan (PIA's)	40	n/a
Supplier Security & Privacy Impact Assessments (SSPA's)	30	n/a
In het Verwerkingsregister (volgens Art. 30 AVG verplichting)	140	n/a
Percentage medewerkers die de privacy e- learning heeft gevolgd	100%	n/a
Medewerkers met een hoger privacy risico die een aanvullende training hebben gevolgd	79%	n/a

Veiligheid

We willen dat onze klanten erop vertrouwen dat hun data 100% veilig zijn bij VodafoneZiggo. Daarom stellen we alles in het werk om hun veiligheid en privacy te garanderen, onder meer door opleidingen te geven aan onze mensen, veiligheidscampagnes te organiseren en veiligheid een vast onderdeel te maken bij productontwikkeling.

Veiligheidsteams

De verantwoordelijkheid voor de bescherming van klant- en bedrijfsinformatie ligt bij onze veiligheidsteams. Deze teams zorgen voor de veiligheid van onze klantsystemen, applicaties, datacentra, IT-infrastructuur en de diensten aan onze klanten en organisatie. De teams krijgen ondersteuning van Vodafone Group en Liberty Global. 'Cyber Defence Operations'-afdelingen houden toezicht op de infrastructuur en de online activiteiten van VodafoneZiggo – zeven dagen in de week, 24 uur per dag. Eventuele incidenten rapporteren zij direct. De veiligheidsteams van VodafoneZiggo sporen samen met hen potentiële dreigingen op en lossen eventuele problemen op. De teams voeren voortdurend tests en risicoanalyses uit, waarmee zij mogelijke gevaren voor onze mensen en systemen voorspellen en detecteren. In elk nieuw product of idee waarmee we aan de slag gaan, bouwen we de veiligheidsaspecten in. Interne veiligheidsexperts adviseren onze mensen bij de totstandkoming van nieuwe producten en diensten.

Fraude en wangedrag

Een groep veiligheidsspecialisten is verantwoordelijk voor de bescherming van onze klanten tegen fraude en misbruik. Zij sporen phishing, malware en andere vormen van (dreigende) identiteitsfraude op. Daarnaast beschikt VodafoneZiggo over een team dat werkt aan het voorkomen van *interne* fraude, diefstal en wangedrag. We hanteren hierbij een 'zero tolerance'-beleid. Collega's of leveranciers die zich schuldig maken aan fraude, leggen we disciplinaire maatregelen op. In ernstige gevallen verzamelen we bewijsmateriaal tegen de personen in kwestie, zodat we tegen hen disciplinaire of gerechtelijke maatregelen kunnen nemen. Waar nodig lichten we de politie of autoriteiten in.



Wetshandhaving

De Nederlandse wet verplicht alle telecomaanhouders om informatie te delen over specifieke klanten, als deze onder verdenking staan van criminele of terroristische activiteiten. We delen alleen informatie over klanten als we hiertoe wettelijk verplicht zijn of als we hiervoor een gerechtelijk bevel ontvangen. Met de toegenomen terreurdreiging blijft er in Nederland discussie over de balans tussen privacy en veiligheid. We dringen er bij de overheid op aan om effectief toezicht mogelijk te maken bij activiteiten die daarmee verband houden. Vodafone Group publiceert geregeld een [rapport over wetshandhaving](#) met een aanpak per land.

Gezondheid

Veiligheid, gezondheid en welzijn vormen een vast onderdeel van onze bedrijfscultuur. Al onze mensen zijn vertrouwd met onze veiligheidsregels. Deze regels zorgen ervoor dat zij risico's kunnen herkennen en verantwoordelijkheid nemen voor de veiligheid van zichzelf en anderen. Op die manier proberen we gezondheidsrisico's en de kans op ongelukken te verkleinen voor elke medewerker. Collega's die een zakenreis maken, gebruiken 'TravelTracker'. Deze app zorgt ervoor dat VodafoneZiggo en zijn mensen elkaar altijd kunnen bereiken, met name in crisissituaties. In het geval van een calamiteit weten we snel of onze mensen veilig zijn en kunnen we hen voorzien van belangrijke lokale informatie.

Interne richtlijnen en ISO 270010

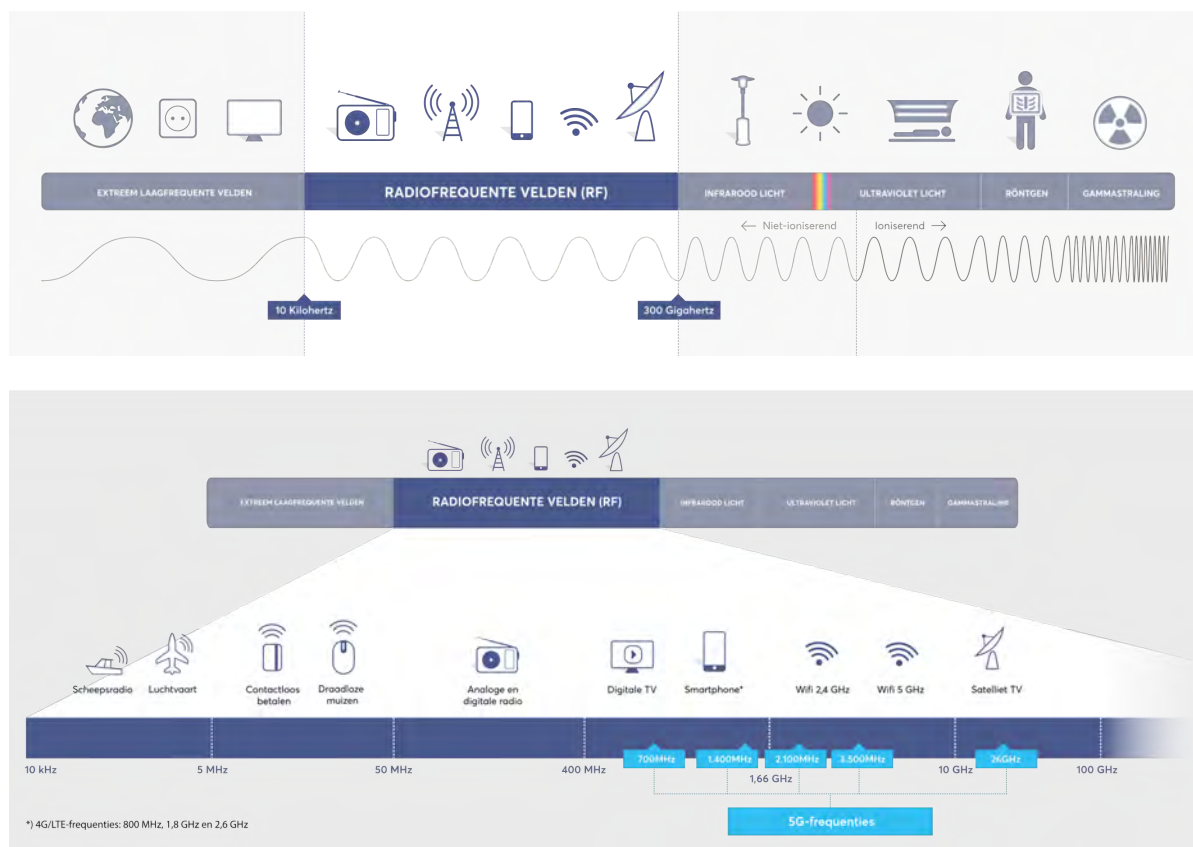
Voor de bescherming van informatie houden we ons aan internationale richtlijnen en lokale wet- en regelgeving en volgen we *best practices* in de sector. Sinds 2017 hebben we een certificering voor ISO 27001, de internationale standaard voor informatieveiligheidsmanagementsystemen. Alle collega's, het management en andere betrokken partijen zijn verplicht om gebreken of verstoringen van de beveiligingsmaatregelen te melden. Ook zijn ze verplicht een melding te maken als ze onwettige openbaarmaking van gevoelige of vertrouwelijke informatie ontdekken.

Training

Elke medewerker van VodafoneZiggo volgt een training over onderwerpen als omkoping, fraude en onveilig gedrag. Deze volgen zij kort nadat zij hun dienstverband starten en daarna ieder jaar. Zowel intern als extern voerden we campagnes om mensen bewust te maken van de veiligheidsrisico's die online of op de werkplek bestaan. We voelen de verantwoordelijkheid om verschillende groepen in de maatschappij voor te lichten over online gedrag, zoals ouderen en jongeren. Veiligheid is bijvoorbeeld een vast onderwerp in **Welkom Online**, ons lesprogramma voor mensen die zelden of nooit online zijn geweest.

Mobiele telefoons, antennes en gezondheid

We willen dat onze producten en diensten veilig zijn en dat onze klanten zonder zorgen hun mobiele telefoon en draadloze apparatuur kunnen gebruiken. VodafoneZiggo heeft begrip voor de zorgen die er leven onder een kleine groep mensen over de gezondheidseffecten van elektromagnetische straling van mobiele telefoons, wifi en antennes. We houden ons aan de blootstellingslimieten voor elektromagnetische velden en werken samen met verschillende organisaties aan voorlichting over dit onderwerp, onder andere met ministeries, gemeenten, GGD, RIVM en Gezondheidsraad.



Voorbeelden van apparatuur die gebruikmaakt van radiogolven

Onderzoek

VodafoneZiggo is voorstander van onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek naar de mogelijke gevolgen van elektromagnetische straling. Daarom stellen we bijvoorbeeld data beschikbaar voor onderzoek naar de mogelijke langetermijneffecten hiervan. Het internationale **COSMOS**-onderzoek vindt plaats over een periode van dertig jaar en wordt in Nederland uitgevoerd door de Universiteit van Utrecht. Uit steekproefsgewijze metingen van de overheid komt naar voren dat de straling van onze netwerken en apparatuur ruim ligt onder de internationaal toegestane normen (zie voor meer informatie antennebureau.nl van de Rijksoverheid).

Samenwerking en voorlichting

VodafoneZiggo werkt samen met partijen als **Kennisplatform EMV**, GGD, **Antennebureau**, Agentschap Telecom, gemeentes en overheden om kennis te delen en voorlichting te geven over mobiele telefoons, antennes en gezondheidsaspecten. Samen met andere telecomaanbieders treden we via de branchevereniging **Monet** naar buiten over elektromagnetische straling en aanverwante thema's. Monet ontwikkelde richtlijnen en methodes om te kunnen vaststellen dat onze basisstations voldoen aan de blootstellingslimieten.

In oktober 2019 organiseerde het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK) zeven rondetafelbijeenkomsten over 5G. Ruim tweehonderd gemeenteambtenaren namen hieraan deel, naast vertegenwoordigers van Monet (namens de mobiele aanbieders), **NLconnect** (namens de vaste aanbieders), individuele aanbieders (waaronder VodafoneZiggo), GGD, Kennisplatform EMV, Antennebureau, Vereniging van Nederlandse Gemeenten, provincies en het ministerie van Buitenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK). De deelnemers gingen in gesprek met gemeenten over hoe zij de nieuwe digitale infrastructuur in Nederland willen realiseren, hoe zij zich daarop voorbereiden en welke kansen dit biedt. De gemeenten spelen immers een belangrijke rol bij de totstandkoming van de infrastructuur voor 5G. Zij maken lokaal beleid voor het plaatsen van antennes en het aanleggen van kabels, waarbij ze rekening houden met de zorgen van sommige burgers over de toename van het aantal antennes en de effecten van de straling van antennes. De bijeenkomsten leidden onder meer tot ruim veertig aanvragen van

gemeenten voor gesprekken met telecomaanhouders over de plaatsingsplannen voor antennes. De rondetafelbijeerkomsten krijgen een vervolg in 2020. Het ministerie van EZK wil alle Nederlandse gemeenten informeren en stimuleren om zich voor te bereiden op de digitale toekomst. Lees meer op overalsnelinternet.nl.

Antennes

We streven naar een hoogwaardig en landelijk dekkend netwerk, zodat iedereen overal goed bereikbaar is. Bij het bouwen en onderhouden van dit netwerk proberen we de overlast voor omwonenden zoveel mogelijk te beperken. Daarvoor is de samenwerking met andere partijen van groot belang. In 2002 heeft de telecomsector een Antenneconvenant afgesloten met de overheid. Hierin staan de voorwaarden voor de plaatsing van antenne-installaties voor mobiele communicatie tot vijf meter hoog. Een van de belangrijkste voorwaarden is dat de operators zich houden aan de blootstellingslimieten die zijn opgesteld door de International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection ([ICNIRP](#)). Samen met andere providers zijn we verenigd in [Monet](#). Deze organisatie stemt de plaatsing van antennes af met overheden en gaat – samen met ons – in gesprek met gemeenschappen, als er onrust is over het plaatsen van masten.

Mobiele telefoons

Het vermogen van radiogolven uit een mobiel is zeer klein (maximaal 0,1 tot 2 Watt). Volgens de Wereld Gezondheidsorganisatie van de Verenigde Naties is er [geen wetenschappelijk bewijs](#) dat aantoonst dat het gebruik van mobiele telefoons schadelijk is.

5G

Bij de introductie van het 5G-netwerk krijgen gezondheidsaspecten onze volle aandacht. Tijdens onze proeven met 5G kijken Toezichthouder Agentschap Telecom (onderdeel van het ministerie van EZK) en TU Eindhoven met ons mee en doen onafhankelijk onderzoek naar straling. De [metingen van het Agentschap Telecom](#) tonen aan dat de straling van 5G dezelfde waarden heeft als 3G en 4G en dus ruim binnen de internationale limieten valt.



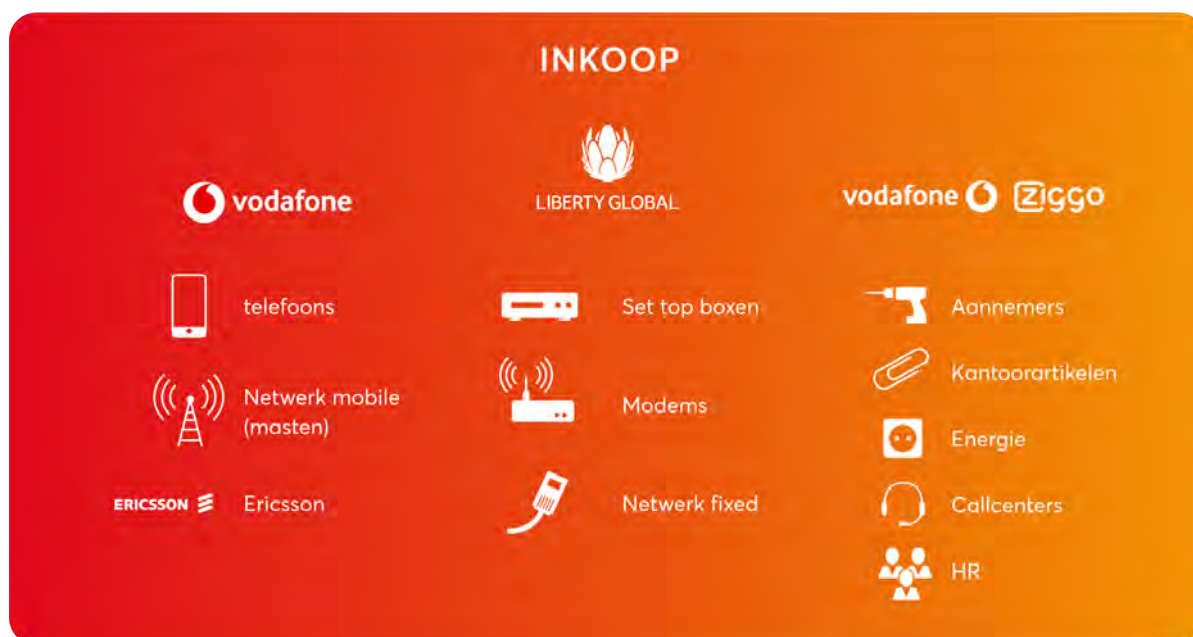
Mobiele telefoons, antennes
en gezondheid

> LEES MEER

Duurzame inkoop

VodafoneZiggo heeft duurzaamheid hoog in het vaandel staan. De afdeling Inkoop ziet er daarom op toe dat de goederen en diensten die we inkopen, steeds duurzamer worden en voldoen aan onze ethische standaarden. Met onze leveranciers maken we hierover afspraken, die we hebben samengevat in onze [Duurzame en ethische inkoopcode](#).

Een groot deel van de inkoop verloopt via onze moederbedrijven Vodafone Group en Liberty Global, die hiervoor internationale contracten afsluiten. Denk aan overeenkomsten met telefoonfabrikanten of producenten van modems en mediaboxen. Op lokaal niveau contracteren we onder meer aannemers, installateurs, onderhoudsbedrijven, elektriciteitsleveranciers, contactcenters, zakelijke dienstverleners en uitzendbureaus. Lees meer over [energie](#) in dit jaarverslag.



100% DUURZAME ENERGIE

Alle energie die we gebruiken, is 100% duurzaam. We gebruiken alleen energie die wordt opgewekt door Europese windturbines.

JAC

VodafoneZiggo maakt deel uit van JAC, een samenwerkingsverband van telecombedrijven op het gebied van duurzaamheid. Binnen JAC ontwikkelen we gezamenlijk beleid voor duurzaam ondernemen.

Mensen

Duurzaam handelen betekent onder meer dat we goed omgaan met alle mensen met wie we samenwerken. Daarom maken we met onze leveranciers niet alleen afspraken over thema's als milieu en duurzaamheid, maar ook over veiligheid en eerlijke salarissen – bijvoorbeeld met onze onderaannemers, die voor ons kabels leggen, masten plaatsen en verdeelstations bouwen.

Veiligheid is hierbij een belangrijk thema. In 2019 voerden onze leveranciers meer dan 200 werkplekinspecties uit tijdens werkzaamheden met een hoog risicoprofiel. Deze werkzaamheden omvatten werken op hoogte, werken in besloten ruimten en werken met elektriciteit. Daarnaast bezoeken onze Executive Director Technology en zijn managementteam elke kwartaal een locatie om de gezondheids- en veiligheidsaspecten te beoordelen.

Een deel van onze callcenterdiensten besteden we uit aan partijen buiten Nederland, onder meer in Suriname en Turkije. Onze **Duurzame en ethische inkoopcode** moet ervoor zorgen dat de werkomstandigheden van deze overzeese collega's voldoen aan de voorwaarden die in deze inkoopcode staan.

Doelen en ambities

KLANTERVARING

Het ondersteunen van klanten verandert van reactief naar proactief, waardoor we de klantervaring naar een hoger niveau kunnen tillen. De data waarover wij beschikken, helpen ons om voorspellingen te doen over onze systemen en producten. Daardoor kunnen we bijvoorbeeld:

- een kabel repareren voordat deze een storing oplevert
- apparatuur bij klanten vervangen, voordat deze niet meer voldoet
- tips voor films en series aanbieden, die passen bij de smaak van de klant

PRIVACY

Een van onze plannen voor 2020 is om geregeld trainings- en bewustwordingsactiviteiten te organiseren. Onze centrale kennisbank met privacyonderwerpen willen we transformeren tot een leerportaal over privacy voor onze mensen. We ontwikkelden al een 'Privacy Praatpot'. Deze bestaat uit een set kaarten met stellingen en casussen over privacy, die een aanzet vormen voor gesprekken over diverse privacysituaties en -dilemma's.

In 2020 willen we onze privacymanagement-tool integreren met de projectmanagementsoftware waarmee onze agile teams werken. Dit maakt het voor agile teams laagdrempeliger om hun ideeën, processen en applicaties op privacyrisico's te toetsen.

We blijven werken aan dataminimalisatie: het verwijderen van verouderde data uit onze systemen en een betere controle over de toegangsrechten van onze mensen en zakelijke partners.

MOBIELTJE INLEVEREN, DATA ERAF

Wanneer klanten een mobieltje inleveren of ter reparatie aanbieden, vragen we hun alle gegevens die erop staan te wissen door een 'fabrieksreset' toe te passen. In 2019 testten we software waarmee we een 'harde reset' kunnen doen. Dit betekent dat we alle persoonlijke data op de telefoon definitief verwijderen. In 2020 willen we bekijken hoe we deze software beschikbaar kunnen maken in de winkels en er meer bekendheid aan kunnen geven. De nieuwe werkwijze zorgt er hopelijk voor dat we meer mobieltjes terugkrijgen. Onze aanname is dat klanten die erop vertrouwen dat we de gegevens op hun telefoon grondig wissen, hun mobieltje eerder inleveren. Hoe meer mobieltjes we terugkrijgen, hoe meer materiaal we kunnen hergebruiken. Dat is dus een stuk duurzamer.

Lees meer over [circulair ondernemen](#) in dit jaarverslag.

VEILIGHEID

Met de introductie van 5G krijgt Nederland nog meer mogelijkheden om diensten en toepassingen te gebruiken via mobiel internet. Op dit moment ligt de vraag bij gemeenten – die opdrachtgevers zijn voor telecomaanbieders – hoe zij 5G willen inzetten voor '[de stad van de toekomst](#)' en hoe zij daarbij rekening houden met privacy en veiligheid. Als aanbieder van 5G en IoT-diensten wil VodafoneZiggo zich steeds meer opstellen als zakenpartner van de overheid en andere klanten. Dat doen we onder meer door hen te ondersteunen bij vraagstukken over privacy en security en over de mogelijke maatschappelijke reikwijdte hiervan. Bij het ontwerp van het 5G-netwerk en 5G-diensten houden we sowieso rekening met de vereisten voor privacy en veiligheid.

DUURZAME INKOOP

Onze ambitie is om de hele waardeketen verder te verduurzamen. VodafoneZiggo wil bedrijven stimuleren om duurzaam en ethisch te handelen en hiervoor beleid te ontwikkelen. Samen met onze leveranciers willen we komen tot een reeks criteria waaraan elk bedrijf waarmee wij zaken doen, moet voldoen. In de eerste helft van 2020

voeren we een onderzoek uit onder onze leveranciers om te bepalen hoe zij scoren op de criteria voor duurzaamheid en ethisch handelen van onze **Duurzame en ethische inkoopcode**. In de tweede helft van 2020 gaan we vaststellen hoe we omgaan met bedrijven die laag scoren op deze criteria.

We vergroten het aantal werkplekinspecties voor werkzaamheden met een hoog risicoprofiel en vergroten het aantal leveranciers dat we controleren op veiligheidseisen.



Digitaliseren

Strategie en resultaten

Digitalisering is een belangrijke factor in de economische ontwikkeling van Nederland. Om koploper te blijven op digitaal gebied, moeten we beschikken over de beste vaste en mobiele netwerken. VodafoneZiggo pakt die handschoen graag op. Ook omdat digitalisering cruciaal is voor het voortbestaan van ons bedrijf. Voor VodafoneZiggo is digitalisering de meest effectieve manier om verdere groei te realiseren en om succesvol te blijven. Daarom pasten we onze strategie aan in 2019 en maakten digitalisering tot een van onze vier **strategische pijlers**. We investeren veel kapitaal, energie en menskracht om van VodafoneZiggo een digitale telecomaandbieder te maken. Digitaliseren betekent dat we de mentaliteit en de manier van werken in onze organisatie veranderen. Daarbij onderscheiden we vier uitgangspunten:

- Klantgericht handelen

De klantervaring staat centraal in al ons handelen. Inzicht in de klantbehoefte is een voorwaarde voor goede en relevante producten en diensten.

- Kiezen voor digitale oplossingen

We kiezen – waar mogelijk – voor digitale oplossingen in alles wat we doen en ontwikkelen.

- Beter presteren dankzij data

We gebruiken alle beschikbare data om tot de beste keuzes en beslissingen te komen.

- Agile werken

We werken volgens agile methodes, waardoor we flexibeler zijn en sneller tot resultaten komen. We werken samen in teams met collega's uit verschillende disciplines en organisatieonderdelen, ofwel 'cross-functioneel'.

Kerncijfers



Digitale ontwikkelingen

De digitale revolutie verandert de wereld om ons heen en dat gaat razendsnel. Technologische ontwikkelingen volgen elkaar in hoog tempo op. Data zijn onmisbaar om beslissingen te nemen en om klanten zo goed mogelijk te bedienen. Bedrijven gebruiken nieuwe technieken om hun klanten van dienst te zijn, zoals chatbots en handige smartphone-apps. De markt in diverse sectoren verandert drastisch door nieuwe digitale businessmodellen, die bedrijven helpen de mogelijkheden van digitalisering optimaal te benutten.

Onze klanten veranderen ook. Zij zijn kritischer en willen dat bedrijven hen snel, goed en op maat helpen. Als zij onze diensten beoordelen, vergelijken zij ons niet alleen met telecomaانبieders, maar ook met bedrijven in andere sectoren, zoals Coolblue, Apple en Amazon. Om als bedrijf relevant te blijven is het cruciaal dat we meebewegen met de digitale ontwikkelingen in de markt en dat we onze klanten écht centraal stellen in alles wat we doen. We moeten sneller, gericht en flexibeler handelen.



Digitalisering is van immens belang, nu en in de toekomst. We zoeken een gezonde balans tussen slimme technologie en menselijk contact. Inzichten verwerken we direct in onze systemen, zodat we de klant op zijn wenken bedienen. Daarbij past ook een agile manier van werken.

Robin Kroes

Executive Director Strategy Insights & Integration

We betrekken onze klanten bij onze digitale ontwikkeltrajecten, waarmee we sneller inspelen op hun veranderende wensen en op technologische veranderingen. We groeien mee met de wensen van onze klanten en bieden zo betere producten, diensten en ervaringen. Digitalisering maakt onze organisatie efficiënter en drukt de kosten.

Tegelijkertijd hebben we oog voor wat digitalisering betekent voor de verschillende groepen in onze samenleving. We willen dat iedereen gelijke kansen heeft in de digitale maatschappij. Daarom ontwikkelen we speciale programma's voor jong en oud en ondersteunen we diverse initiatieven om mensen digitaal vaardig te maken.

Digitale organisatie

De vier uitgangspunten voor digitalisering in onze organisatie zijn:

- Klantgericht handelen
- Kiezen voor digitale oplossingen
- Beter presteren dankzij data
- Agile werken

Klantgericht handelen

We betrekken onze klanten bij de ontwikkeling van nieuwe concepten.

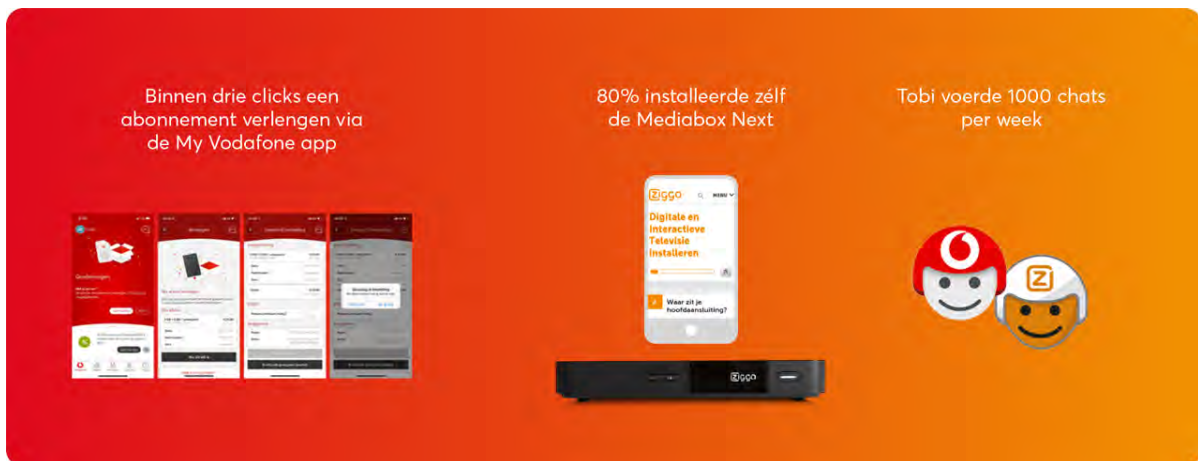
We vertalen de inzichten die we hieruit verkrijgen, in producten en diensten die aansluiten bij hun behoeften.

Lees meer over [hoe wij de klant centraal stellen](#) in dit jaarverslag.

	2019	2018
NPS Digitale klantreis mobiele klanten	4	n/a
NPS Digitale klantreis vaste klanten	6	n/a

Kiezen voor digitale oplossingen

VodafoneZiggo kiest bij voorkeur digitale oplossingen. We gebruiken en ontwikkelen digitale producten en diensten om zo klantgericht mogelijk te werken. Digitale technologieën maken het mogelijk om beter te anticiperen en sneller te reageren. Klanten stellen we ermee in staat om zelf direct, online, op elke plaats en ieder moment producten aan te schaffen en met ons in contact te komen. We zien in de praktijk dat klanten digitale hulp waarderen. Diverse onderzoeken bevestigen dat. We verwachten een verschuiving naar steeds meer digitale kanalen, waar we onze klanten op een snelle en gebruiksvriendelijke manier van dienst zijn. Wij gebruiken de beste technologieën in combinatie met persoonlijk contact – als een klant liever iemand spreekt in een van onze winkels, dan is dat nog steeds mogelijk.



Beter presteren dankzij data

Om onze klanten de beste service te kunnen bieden, moeten we weten wat hun wensen en behoeften zijn. We krijgen daar een goed beeld van als we gebruikmaken van de data die over hen bekend zijn. Voor de klanten levert dat verschillende voordelen op. We kunnen ze bijvoorbeeld suggesties doen voor een leuke serie of film. Als een klant weinig belt, kunnen we hem voorstellen een goedkoper mobiel abonnement te nemen. Natuurlijk gebruiken we deze gegevens alleen na zijn toestemming. Om dit voor elkaar te krijgen, stemmen we de activiteiten van onze commerciële, operationele en technische afdelingen beter op elkaar af.

Door data op een slimme manier te gebruiken, kunnen we het gedrag van onze klanten voorspellen en onze dienstverlening personaliseren. We benaderen hen via de kanalen waar zij de voorkeur aan geven. Een klant hoeft hetzelfde verhaal niet opnieuw te vertellen, als hij contact met ons opneemt. Zo helpen we hem sneller en adequater. Slim gebruik van data kan technische problemen sneller oplossen, in uitzonderlijke gevallen zelfs voorkómen.

We ontwikkelen momenteel een algoritme dat extra alert is op afwijkingen in de systemen. Hierdoor sturen we de monteurs straks veel gericht op pad: "Ga naar kast A in wijk B en vervang onderdeel C". Zo'n effectieve aanpak biedt voordelen voor alle betrokkenen: wij verbeteren onze werkprocessen en serviceniveaus, lossen problemen sneller op, terwijl de klant minder last heeft van storingen. Uiteindelijk ontstaat er een situatie waarin we zulke storingen zó ver van tevoren zien aankomen, dat wij ze oplossen voordat het impact heeft op de klant.

Een ander datamodel waarmee we werken, herkent welke klanten problemen ondervinden tijdens het tv-kijken. Ook kunnen we voorspellen wanneer klanten niet tevreden zijn met de wifiprestaties in hun kantoor of woning. Op basis van de inzichten die deze data opleveren, nemen we proactief contact op met de klanten die grote of structurele problemen ervaren en proberen we deze voor hen op te lossen.

	2019	2018
Aantal klanten dat actief gebruik maakt van de Ziggo GO app	39%	36%
Aantal klanten dat de MyVodafone app gebruikt	38%	38%
Aantal Wifi apps gedownload	85.000	0

Agile werken

In 2019 startten de eerste mensen van VodafoneZiggo met agile werken. Hierbij werken multidisciplinaire teams van acht à twaalf collega's intensief samen om binnen een korte doorlooptijd concrete producten op te leveren. Dit maakt het mogelijk om snel resultaten te boeken en continu verbeteringen te realiseren. Zo maken we onze organisatie steeds flexibeler en sneller in het aanpassen van onze producten en servicebeleving.

Lees meer over onze [manier van werken](#) in dit jaarverslag.

Gelijke kansen in de digitale samenleving

De digitale samenleving geeft mensen vele mogelijkheden. Zij biedt volop kansen op zelfontplooiing, brengt mensen met elkaar in contact en stelt hen in staat snel en gemakkelijk ideeën uit te wisselen.

Tegelijkertijd stelt de toenemende digitalisering de samenleving voor belangrijke uitdagingen. Hoe zorgen we ervoor dat digitale technologie voordelen biedt voor alle mensen en dat er niemand achterblijft? Hoe bereiken we dat iedereen over voldoende digitale vaardigheden beschikt om vooruit te komen in het leven?

VodafoneZiggo wil dat iedereen kan deelnemen aan de digitale maatschappij en dat mensen in staat zijn om dit verantwoord te doen. Om mee te komen op digitaal gebied, is het belangrijk dat mensen digitale vaardigheden ontwikkelen. Daarvoor doen we het volgende:

- We ontwikkelen programma's om scholieren, ouderen en gezinnen digitale vaardigheden te leren.
- We sluiten aan bij maatschappelijke initiatieven die technologische oplossingen beschikbaar stellen om het welzijn van mensen te bevorderen.
- We werken samen met en ondersteunen organisaties die zich richten op sociale participatie.
- We bieden onze mensen de mogelijkheid om zich vrijwillig voor onze programma's in te zetten.

VODAFONE FOUNDATION

Sinds 2002 zet de Vodafone Foundation zich in om het leven van mensen in een kwetsbare positie te verbeteren. Het is een onafhankelijke organisatie, die deel uitmaakt van een wereldwijd netwerk van 27 Vodafone Foundations. Met diverse programma's zet de Vodafone Foundation zich in om sociaaleconomische ongelijkheid en de kans op sociale uitsluiting te verkleinen. De organisatie helpt jong en oud met het ontwikkelen van digitale vaardigheden via de programma's Online Masters, Experience Days en Welkom Online. Daarnaast brengt de Vodafone Foundation mensen in moeilijke situaties via technologie in contact met familie en vrienden, bijvoorbeeld met het Instant Network-programma voor rampgebieden en het Bondgenoten-programma voor langdurig zieke kinderen. Jaarlijks wil de organisatie 200.000 mensen bereiken.

Lees meer over de [Vodafone Foundation](#)

VodafoneZiggo stelt iedereen in staat om deel te nemen aan de digitale samenleving

kinderen

**ONLINE
MASTERS**

helpt kinderen om hun digitale vaardigheden te ontwikkelen



Experience Days laat scholieren kennis maken met de wereld van technologie

ouders

Wys

magazine over mediaopvoeding voor ouders met kinderen in de leeftijd van 8 tot 15 jaar

senioren/grootouders

**WELKOM
ONLINE**

helpt ouderen om hun digitale vaardigheden te ontwikkelen

Digitale vaardigheden

VodafoneZiggo wil dat iedereen gelijke kansen heeft in de digitale samenleving. Daarom bieden we speciale programma's voor het leren van digitale vaardigheden voor scholieren, ouderen en gezinnen.

SCHOLIEREN

Op dit moment zijn digitale vaardigheden nog geen onderdeel van het curriculum op basisscholen. Maar om gelijke kansen te creëren, is het belangrijk dat alle kinderen hierin goed onderwijs krijgen. Over enkele jaren hebben immers twee op de drie kinderen een baan waarin digitale vaardigheden van fundamenteel belang zijn. VodafoneZiggo maakt zich daarom hard voor goed onderwijs waarin leerlingen ook digitale vaardigheden krijgen aangereikt.

Online Masters

Met het gratis interactieve lesprogramma **Online Masters** vergroten kinderen hun digitale vaardigheden. Ze leren over de digitale wereld en hoe ze vaardig, veilig en bewust online zijn. Online Masters is een gratis lesprogramma voor 11- tot 15-jarigen, waarin digitale experts uitleggen hoe de digitale wereld in elkaar steekt. Het lesprogramma is bestemd voor de bovenbouw van het basisonderwijs en de onderbouw van het voortgezet onderwijs. Tijdens de jaarlijkse **Week van de Mediawijsheid** in november verzorgen honderden collega's Online Masters-gastlessen op scholen om daar kinderen veilig, vaardig en bewust te leren internetten.



Verantwoord gamen kun je leren

Game expert Koen Schobbers geeft tips

[> LEES MEER](#)

Experience Days

Elke maand organiseren we op verschillende vestigingen de Experience Days. Hier laten we jongeren spelenderwijs kennismaken met technologie en bieden we een kijkje achter de schermen bij VodafoneZiggo. Scholieren uit groep 7 en 8 van het basisonderwijs en de eerste klassen van het voortgezet onderwijs volgen workshops van onze mensen, die hen onder meer leren programmeren en 'kabelstrippen' – met een speciale tang een kabel ontdoen van zijn plastic omhulsel. De Experience Days richten zich vooral op kinderen uit wijken met een sociaaleconomische achterstand, die weinig rolmodellen hebben om hen te inspireren. VodafoneZiggo werkt hiervoor samen met JINC, een organisatie die zorgt dat deze kinderen meer inzicht krijgen in de arbeidsmarkt én in hun eigen talenten. In 2019 namen 1870 leerlingen deel aan de Experience Days.

Digital Life Experience

In het Experience Center in ons centrale kantoor in hartje Utrecht bieden we scholen en andere bezoekers een **Digital Life Experience**. Dit is een programma met drie workshops waarin scholieren gedurende 2,5 uur digitale vaardigheden aanleren en in gesprek gaan over hun digitale gedrag en toekomst.

	Doelstelling 2020	2019	2018	2017
Aantal kinderen dat mee heeft gedaan met het Online Masters programma	150.000	159.570	176.370	169.535
Aantal kinderen dat heeft meegedaan met een Experience Day	1.500	1.870	2.451	1671

Girlsday

Op 11 april 2019 vond een speciale Experience Day plaats voor meisjes, tijdens de landelijke 'Girlsday'.



OUDEREN

Niet iedereen kan meekomen met de digitale ontwikkelingen. Van alle ouderen in Nederland heeft 10% van de 65-75-jarigen en 32% van de 75-plussers nog nooit internet gebruikt. 23,6% van de 65-plussers gebruikt zelden internet^[1]. Voor veel mensen gaan de ontwikkelingen te snel. Sommigen vinden internet te eng om te gebruiken. 40% van de ouderen verwacht dat het gebruik van digitale technologie moeilijker voor hen wordt. 75% verwacht niet in te staat zijn om toekomstige digitale ontwikkelingen te kunnen volgen^[2]. Desondanks wil 49% van de ouderen graag nieuwe dingen leren over digitale apparaten en internet^[3].

1 Bron: CBS

2 Bron: KBO-PCOB

3 Bron: Nationaal Ouderenfonds

Welkom Online

In 2018 ontwikkelden we het lesprogramma 'Welkom Online', met medewerking van [Netwerk Mediawijsheid](#) en [ECP/Veiliginternetten.nl](#). Dit programma is bedoeld voor 65-plussers die zelden of nooit online zijn geweest. In 2019 gingen we een samenwerking aan met het [Nationaal Ouderenfonds](#) en Samsung om ouderen in Nederland met Welkom Online te bereiken. Het Nationaal Ouderenfonds biedt het Welkom Online-programma intussen aan via verschillende projecten

en activiteiten, waardoor het programma toegankelijk is voor een grote groep ouderen. Onder begeleiding van een vrijwilliger van het Nationaal Ouderenfonds ontdekken zij de mogelijkheden van internet en leren hoe zij digitale basisvaardigheden toepassen. Daarnaast zetten medewerkers van VodafoneZiggo zich in als vrijwilliger.

	Doelstelling 2020	2019	2018
Aantal ouderen die heeft meegedaan met het Welkom Online programma	1.000	741	53

GEZINNEN

Het digitale leven brengt families veel voordelen, maar ook uitdagingen. Ouders vinden het vaak lastig om hun kinderen een goede mediaopvoeding te geven. We ondersteunen ouders en kinderen bij het veilig en bewust gebruiken van internet, games en sociale media.

WIJS magazine

VodafoneZiggo publiceerde in 2019 WIJS magazine, een gratis tijdschrift voor ouders over de digitale wereld van hun kinderen. Het blad laat ouders op een positieve manier zien hoe zij meer betrokken raken bij de online belevingswereld van hun kinderen. Ook toont het hoe zij hun kinderen hierin kunnen begeleiden. WIJS magazine geeft informatie over actuele en toekomstige ontwikkelingen, speelt in op herkenbare situaties en benoemt de kansen en uitdagingen rond mediaopvoeding.



	Doelstelling 2020	2019	2018
Aantal WIJS magazines besteld	100.000	81.650	0

Samenwerking

Om onze maatschappelijke ambities te bereiken, werken we nauw samen met verschillende partners en ondersteunen we diverse landelijke en lokale initiatieven. We sluiten partnerships met stichtingen en geven donaties aan stichtingen die digitale en sociale inclusie bevorderen. Hieronder staat een overzicht van de partijen waar we mee samenwerken.

ALLIANTIE DIGITAAL SAMENLEVEN

Op 2 maart 2019 zag de **Alliantie Digitaal Samenleven** het levenslicht, een organisatie die als doel heeft om zo veel mogelijk mensen mee te laten doen met de digitale samenleving. De alliantie is een initiatief van VodafoneZiggo in samenwerking met het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, ECP Platform voor de Informatiesamenleving en Stichting Number Five Foundation. Inmiddels maken meer dan dertig partijen hiervan deel uit. Op 11 maart 2019 organiseerden zij de **Nationale Werkconferentie Digitaal Samenleven** in het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum. 180 deelnemers werkten deze middag samen om tot een visie te komen op digitalisering en de rol hiervan in de samenleving.

NEDERLAND DIGITAAL

Jaarlijks organiseert het kabinet de conferentie Nederland Digitaal, in samenwerking met het bedrijfsleven, wetenschappers en maatschappelijke organisaties. In maart 2019 vond de eerste editie plaats. Jeroen Hoencamp, CEO van VodafoneZiggo, kondigde hier samen met Prinses Laurentien en staatssecretaris Knops de Alliantie Digitaal Samenleven aan.

EXPERTISEBUREAU ONLINE KINDERMISBRUIK

VodafoneZiggo ondersteunt het Meldpunt Kinderporno van het Expertisebureau Online Kindermisbruik (**EOKM**), dat (online) seksueel misbruik en seksuele uitbuiting van kinderen bestrijdt en voorkomt.

JOHAN CRUYFF FOUNDATION

Sport brengt kinderen samen en zorgt voor een goede en gezonde ontwikkeling. Daarom maakt de **Johan Cruyff Foundation** sporten mogelijk voor een groot aantal kinderen, met name kinderen voor wie sporten niet vanzelfsprekend is. Bijvoorbeeld omdat ze het geld er niet voor hebben of een lichamelijke beperking hebben. VodafoneZiggo sponsort de Johan Cruyff Foundation.

FONDS GEHANDICAPTENSPOORT

Meer aandacht vragen voor de gehandicaptensport, sport voor iedereen met een handicap mogelijk maken en het sportaanbod verbeteren. Dat is waar het **Fonds Gehandicaptensport** zich hard voor maakt. VodafoneZiggo is sponsor van het fonds.

JINC

Ieder kind moet dezelfde kansen krijgen, vindt **JINC**. Daarom helpt de organisatie kinderen van 8 tot 16 jaar aan een goede start op de arbeidsmarkt. De kinderen maken kennis met verschillende beroepen, ontdekken welk werk bij hun talenten past en leren solliciteren. JINC is onze partner voor de Experience Days. Zij zorgen ervoor dat scholen onze kantoren bezoeken.

EMMA AT WORK

Emma at Work ondersteunt jongeren met een chronische fysieke aandoening en helpt hen op weg naar een zelfstandige toekomst. De organisatie begeleidt de jongeren in hun persoonlijke ontwikkeling en ondersteunt hen in hun zoektocht naar werk. VodafoneZiggo is lid van de Club van 1000, een netwerk van werkgevers dat de jongeren helpt met het vinden van bijbanen, vakantiebanen, werkervaringsplekken, stages en vast of tijdelijk werk.

	Doelstelling 2020	2019	2018
Aantal maatschappelijke partnerships	7	12	10

	Doelstelling 2020	2019	2018
Aantal maatschappelijke partnerships	7	12	10

Werken als vrijwilliger

We bieden onze mensen de mogelijkheid om zich vrijwillig voor onze programma's in te zetten.

Lees meer over [onze vrijwilligers](#) in dit jaarverslag.

	Doelstelling 2020	2019	2018
Aantal medewerkers dat zich heeft opgegeven om mee te helpen met onze maatschappelijke programma's	750	499	430

Doelen en ambities

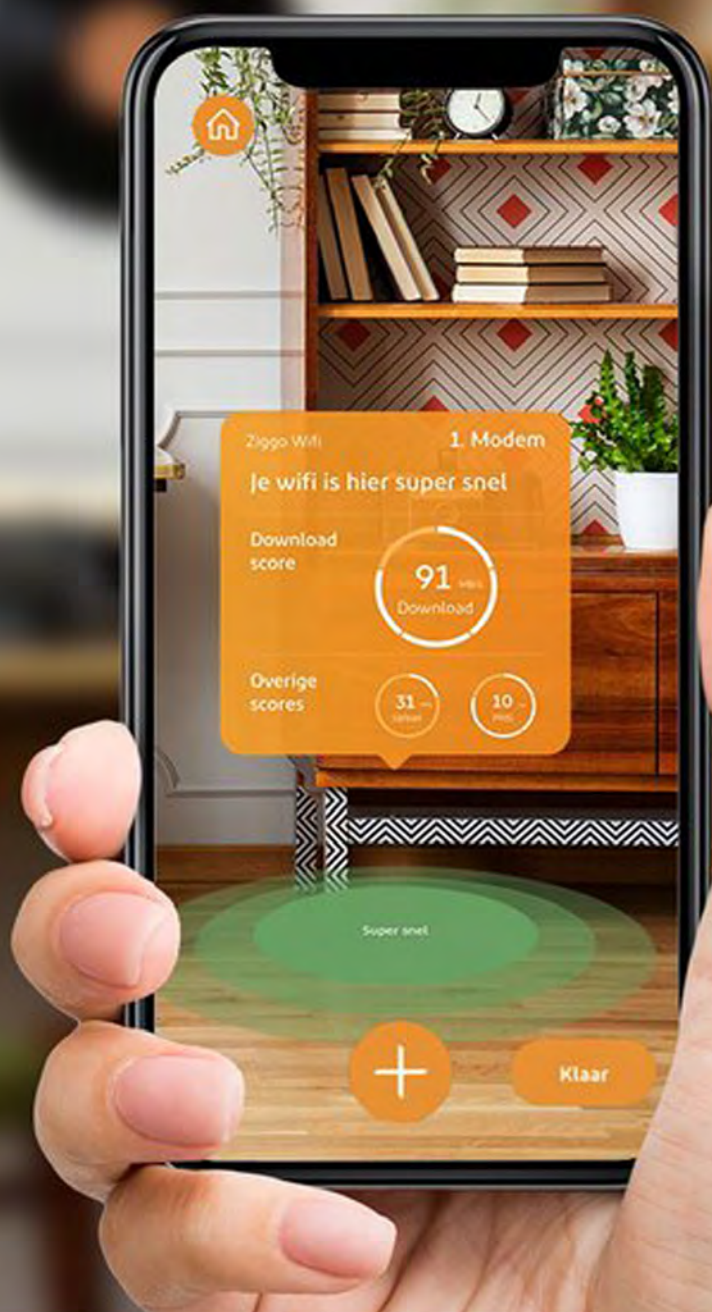
DIGITALE ORGANISATIE

De ambitie is om een meer data-gedreven, klantgerichte, wendbare en 'digital first' organisatie te worden. Hierbij spelen een mentaliteitsverandering, leer- en ontwikkelingsprogramma's een rol, evenals het ontwikkelen en innoveren van nieuwe tools en technologieën.

GELIJKE KANSEN IN EEN DIGITALE SAMENLEVING

We hebben speciale programma's voor jong en oud en ondersteunen diverse initiatieven om mensen digitaal vaardig te maken. Bovendien willen we een uitstekende werkgever zijn voor onze medewerkers, door mogelijkheden te bieden voor onbeperkt leren zodat ze toekomstbestendig blijven en door een cultuur te bevorderen waarin inclusie, diversiteit en gelijkheid sleutelwaarden zijn. In 2025 willen we ruim 1,6 miljoen mensen bereiken met onze maatschappelijke programma's.

	Doelstelling 2020	2019	2018	2017
Aantal kinderen dat mee heeft gedaan met het Online Masters programma	150.000	159.570	176.370	169.535
Aantal kinderen dat heeft meegedaan met een Experience Day	1.500	1.870	2.451	1671
	Doelstelling 2020	2019	2018	
Aantal ouderen die heeft meegedaan met het Welkom Online programma		1.000	741	53



Onze producten en diensten

Strategie en resultaten

We doen er alles aan om het aanbod van onze producten en diensten zo goed mogelijk aan te laten sluiten op wat onze klanten willen. Daarbij houden we altijd ons doel voor ogen: plezier en vooruitgang met elke verbinding. We maken onze producten steeds beter en zorgen voor een positieve klantervaring. We bieden het beste entertainment en zorgen voor volop kijkplezier. We leveren snel en betrouwbaar internet. We bundelen onze vaste en mobiele producten en laten onze klanten genieten van voordelen zoals interessante kortingen, extra tv-zenders en een pakket om veilig online te zijn. We lopen voorop in de laatste ontwikkelingen, zoals Internet of Things (IoT), dat steeds meer apparaten met elkaar en met internet verbindt. Voordat we nieuwe producten in de markt zetten, testen en bespreken we deze uitgebreid met onze klanten. Zij zijn een belangrijke schakel in de ontwikkeling van nieuwe concepten.

Als aanbieder van vaste én mobiele netwerkdiensten hebben we in Nederland een sterke marktpositie en zijn we relevant voor onze klanten. Daarom werken we hard om nieuwe producten naar de markt te brengen en bestaande producten te laten groeien:

Beste content en kijkervaring

Onze ambitie is om het beste en meest uitgebreide aanbod aan entertainment te leveren en om onze klanten een probleemloze kijkervaring te bieden.

Beste internet

VodafoneZiggo heeft een wijdvertakte en eerste klas infrastructuur in Nederland, zowel vast als mobiel. Toch vinden onze klanten dat de verbindingen nog beter kunnen.

Beste convergente proposities

Het bundelen van vaste en mobiele producten biedt onze klanten verschillende voordelen, zoals interessante kortingen, extra tv-pakketten en een veilig online pakket. Sinds we in april 2017 begonnen met het aanbieden van gebundelde abonnementen op internet, tv én mobiel schaften al meer dan 1,3 miljoen huishoudens deze aan.

Internet of Things

VodafoneZiggo loopt voorop met oplossingen voor Internet of Things (IoT). Met name voor onze zakelijke klanten leveren we een belangrijke toegevoegde waarde, onder meer vanwege ons landelijk dekkend netwerk voor IoT en de ervaring van onze moedermaatschappijen Liberty Global en Vodafone Group.

Kerncijfers



Ons portfolio

VodafoneZiggo biedt producten en diensten op het gebied van televisie, breedbandinternet, bellen en mobiel dataverkeer aan consumenten en zakelijke klanten in Nederland.

Combineren van vaste en mobiele diensten

We bouwen continu aan ons vaste en mobiele netwerk en bieden voordelen aan klanten die zowel Ziggo- als Vodafone-producten gebruiken. Onze klanten waarderen de versmelting van vast en mobiel. Zij maken nog steeds met grote tevredenheid gebruik van onze aanbieding voor het afnemen van mobiele en vaste diensten in één pakket (**non-stop gratis extra's**) – ruim tweeënhalf jaar na de lancering hiervan. We lanceerden de **Wifi Back-up Bundel**, waarbij we klanten die zowel Ziggo- als Vodafone-producten afnemen, een gratis databundel van 50 megabit geven wanneer hun Ziggo-internetverbinding het tijdelijk niet doet.

We zien dat deze klanten een veel hogere klanttevredenheid hebben en dat het verloop onder deze klanten fors daalde. Dit sterkt ons in de keuze voor onze strategische focus op het combineren van het aanbod van vaste en mobiele diensten.

74% van de Vodafone-klanten besloot ook Ziggo-producten af te nemen en 40% van de Ziggo-klanten nam ook diensten van Vodafone af. Het aantal vaste klanten dat een gecombineerd aanbod afneemt, groeide met 286.000 naar 1,3 miljoen huishoudens. Het aantal mobiele klanten dat een gecombineerd aanbod afneemt, groeide met 541.000 naar 2 miljoen klanten.



Geweldig om te zien dat onze klanten de combinatie van vaste en mobiele producten massaal omarmen en waarderen. In 2019 konden ze bovendien kennismaken met de nieuwe tv-kijkervaring, waarin we de mediabox Next combineren met de populaire Ziggo GO App. Innovatie blijft hoog op de agenda staan.

Marcel de Groot

Executive Director Business-to-Consumer

Mediabox Next en Ziggo GO

Het aantal klanten dat de nieuwe box bestelde, was groter dan verwacht. In de eerste drie maanden na de introductie zijn er meer dan 300.000 stuks uitgeleverd. De Mediabox Next is kleiner en veel gebruiksvriendelijker dan zijn voorgangers. Het apparaat werkt online en heeft daardoor bijvoorbeeld geen harddrive meer nodig om programma's op te nemen. De Mediabox Next biedt een nieuwe kijkervaring: het is mogelijk een programma te kijken op een tv-toestel en daarna met de Ziggo GO-App verder te kijken op een laptop, tablet of smartphone. Klanten kunnen overal tv-programma's kijken, opnemen en terugkijken. Voordat we de Mediabox Net in gebruik namen, hebben we deze uitgebreid getest onder klanten en collega's. Naast een betere kijkervaring verbruikt de nieuwe mediabox minder stroom en is deze is stiller en prettiger in het gebruik. We verpakken de Mediabox Next met minder materialen, die vrijwel allemaal geschikt zijn voor hergebruik. Aanvankelijk wilden we alle klanten een Mediabox Next aanbieden, maar gezien de grote populariteit van deze mediabox en omdat de inkoop en installatie van de Mediabox Next relatief kostbaar is, kozen we voor een andere optie. Klanten met het pakket Internet & TV Max of Internet & TV Giga krijgen een Mediabox Next, overige klanten krijgen een software-update voor hun Horizon mediabox – deze heeft bijna alle functionaliteiten waarover de Mediabox Next ook beschikt.



Entertainment

Onze klanten hebben toegang tot ons **ruime assortiment aan entertainment** via de Ziggo-mediabox en Ziggo GO. Dat waarderen zij vanwege de grote variatie en kwaliteit. We bieden ruim 170 televisiezenders in het standaardpakket. Klanten die Ziggo Movies & Series (XL) afnemen, ontvangen circa 250 films inclusief documentaires en ruim 70 exclusieve series. Begin 2020 had Ziggo rond de 6000 afleveringen live staan. Een groot deel daarvan komt van HBO (o.a. Game of Thrones, Billions, The Rook en Vikings). Daarnaast hebben deze klanten keus uit 40 extra zenders (o.a. BBC Entertainment, Discovery Science, Love Nature en E! Entertainment).

Game of Thrones heeft met het laatste seizoen alle records gebroken. De epische ontknoping van deze HBO-serie, bleek het best bekeken seizoen ooit. Voor de fans organiseerde Ziggo een finale-vertoning in meer dan 20 Pathé-zalen. Duizenden fans kwamen naar de bioscoop om de slotaflevering samen te beleven.



**Het startpunt van alles
wat Nederland wil zien**

*Raymond van der Vliet over het nieuwe
tu kijken en de kansen die het biedt*

[> LEES MEER](#)



Ziggo Sport

Ziggo Sport is eigenaar van de uitzendrechten van de Formule 1 in Nederland. De weekendprogrammering bij de races werd ook dit jaar flink uitgebreid: de vrije trainingen en een talkshow op vrijdag, de kwalificatie en de race op zondag met uitgebreide voor- en nabeschouwing vormen het ultieme raceweekend voor de liefhebber. Ook kwamen daar tijdens GP van Oostenrijk en GP van Mexico shows in de Ziggo Dome bij, waar tienduizend klanten de races live konden volgen.

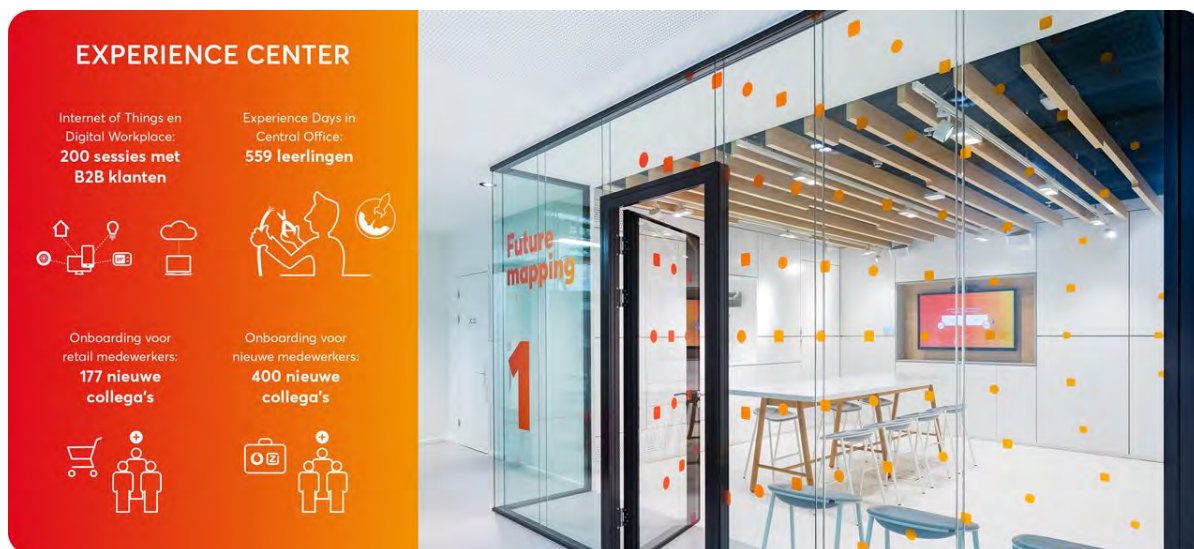
De Grand Prix van Oostenrijk op televisie was de best bekeken Grand Prix van het jaar met in totaal 1,6 miljoen kijkers. Daarnaast kondigde Ziggo aan dat Grand Prix van Zandvoort voor heel Nederland gratis te zien is.

Power promise

Om onze klanten te verzekeren van een goede dataverbinding, boden we ze net als voorgaande jaren de **Power Promise**. Wij beloven ze dat het wifibereik in hun huis altijd goed is. Nieuwe klanten, klanten die verhuizen en klanten die een andere mediabox of modem krijgen, helpen we met installeren. Met de **Wifi Assistant-app** kunnen klanten zelf een plattegrond maken die de wifisituatie weergeeft in hun kantoor of woning. De app geeft advies hoe zij hun wifisignaal verbeteren. Onze monteurs installeren een wifibooster als die nodig is om overal in huis optimale wifi te krijgen.

Experience Centre

Het VodafoneZiggo Experience Centre is een speciaal ingerichte ruimte op ons centraal kantoor in Utrecht, waar zakelijke klanten, nieuwe collega's, kinderen van basisscholen en andere stakeholders kennis kunnen maken met ons bedrijf. Hier presenteren we in tekst, beeld en beleving wat VodafoneZiggo doet en waarom. Tijdens interactieve sessies gaan we samen met klanten na waaraan hun organisatie behoefte heeft. We nemen hen mee in de mogelijkheden die VodafoneZiggo te bieden heeft en kijken samen naar de snelle ontwikkelingen nu en in de toekomst. We bepalen samen waar klanten met hun bedrijf heen willen en welke stappen zij moeten nemen om daar te komen. In workshops en **klantreizen** vertalen we die behoefte naar concrete technologische oplossingen voor hun bedrijf. Nieuwe collega's ervaren hier hoe wij onze klanten centraal stellen in alles wat wij doen. Ook staan we uitgebreid stil bij het doel en de waarden van VodafoneZiggo, onze cultuur en de manier van samenwerken. Kinderen maken we bewust van social media, veilig internet en het belang van privacy. Ook met hen nemen we een kijkje in de toekomst, bijvoorbeeld welke banen er verdwijnen door de digitalisering en welke nieuwe banen er bijkomen.



Vodafone Flex

VodafoneZiggo lanceerde in mei 2019 Vodafone Flex, een nieuw platform waarmee bedrijven binnen 24 uur een veilig en betrouwbaar bedrijfsnetwerk kunnen opzetten. Klanten kunnen alles gemakkelijk en snel zelf regelen. Ze kiezen zelf de gewenste diensten, zoals een thuiswerkmogelijkheid voor hun mensen of supersnelle wifi op de werkplek. Ook bepalen zij zelf de datalimieten.

Ze maken binnen enkele seconden een nieuw medewerkersprofiel aan en zetten een 'pop-up store' op in een dag. Een datalimiet verhogen kan in een minuut. Gebruikers hebben altijd en overal inzicht in de prestaties en het verbruik van hun netwerk. Zij weten bijvoorbeeld precies hoeveel bandbreedte elke individuele applicatie gebruikt en hebben zicht op en controle over het elektriciteits- en dataverbruik.

Omdat Flex efficiënter is dan traditionele netwerksystemen, is het ook veel duurzamer. Bedrijven kiezen er bijvoorbeeld voor om alleen overdag veel bandbreedte beschikbaar te stellen en 's avonds en 's nachts de bandbreedte te verlagen. Minder bandbreedte betekent minder stroomverbruik en vice versa.

VodafoneZiggo is de eerste in de markt met dit aanbod en speelt hiermee in op de behoefte van ondernemers aan beheersbaarheid, flexibiliteit en inzicht van hun bedrijfsnetwerk.



Vodafone Business legt basis
voor internationale groei
voor e-bikefabrikant Stella

> LEES MEER

Internet of Things

Internet of Things, kortweg IoT, is er om het dagelijks leven van mensen makkelijker te maken. Met IoT kunnen bedrijven en overheden onder andere **dijken op afstand bewaken**, **medicijnen veilig bewaren** of **consumenten helpen energie te besparen**. Om dat mogelijk te maken, verbinden we apparaten, sensoren, computers en systemen draadloos met elkaar. We werken nauw samen met partners op het gebied van hardware, software, communicatie en data-analyse om nieuwe toepassingen te ontwikkelen. Klanten begeleiden we van een vraag naar een oplossing. Vodafone is wereldwijd leider op het gebied van IoT. Al ruim twintig jaar bieden wij IoT-oplossingen en -innovaties. Inmiddels legden we ruim 95 miljoen IoT-verbindingen en elke maand komen daar meer dan 1,5 miljoen verbindingen bij.

In 2019 namen we deel aan een hackathon over slim transport. Ook wonnen we een San Award voor de marketingcampagne van Vodafone Business over IoT. Daarnaast troffen we voorbereidingen voor de opening van de 5G Hub in Eindhoven in 2020, een plek waar we met verschillende partners en startups de technologie van 5G gaan koppelen aan innovatieve projecten.



Wij helpen bedrijven en organisaties in het waarmaken van hun ambities richting hun klanten, medewerkers en hun eigen processen. Voor elke behoefte hebben wij efficiënte en innovatieve oplossingen die ondernemers dichterbij deze ambities brengen. Hiervoor zetten wij de nieuwste en toekomstbestendige technologie op het gebied van slim werken en IoT. Alleen, of samen met onze partners. Als wereldwijde koploper op het gebied van telecommunicatie leveren we vaste, mobiele en geïntegreerde communicatiediensten aan meer dan 10 miljoen bedrijven. Samen met onze partners streven we er naar om elk van onze klanten te helpen hun klanten centraal te stellen in hun dienstverlening. Dit doen wij niet alleen door onze netwerken en technologie maar juist ook door onze partnerships, kennis en expertise beschikbaar te stellen.

John van Vianen

Executive Director Business-to-Business

Zorg

VodafoneZiggo houdt een vinger aan de pols in verschillende bedrijfssectoren, ook in de zorg. We willen weten wat er speelt en welke wensen er leven bij zorginstellingen die klant bij ons zijn, en bij hun patiënten. Op basis daarvan passen we onze producten aan en ontwikkelen we nieuwe, innovatieve diensten, bijvoorbeeld voor ziekenhuizen. Daar bevinden zich duizenden middelen waar het medisch personeel nooit naast mag grijpen: bedden, rolstoelen, bloeddrukmeters, infuuspompen... Zij willen graag precies weten waar deze spullen zich bevinden en hoe het met de voorraad staat. IoT biedt daar een mooie oplossing voor. Door sensoren te bevestigen aan deze middelen, weet het systeem exact waar deze zich bevinden. Een speciaal team zorgt ervoor dat alles op tijd op de juiste plek staat. Zo kunnen verpleegkundigen zich volledig toeleveren op hun patiënten.



Fysiek internet voor de gezondheidszorg

Hoe plaatsbepaling via 5G de logistiek in de zorg slimmer maakt

> LEES MEER

Stad van de toekomst

Volgens diverse prognoses woont in 2050 80% van de mensen wereldwijd in de grote steden. Dit vergt andere maatschappelijke opgaven op het gebied van duurzaamheid, gezondheid en inclusie. Digitalisering speelt een grote rol in de stad van de toekomst. Samenwerken met overheden, gemeenten, onderwijs, bedrijven en kennisinstellingen is cruciaal om steden te helpen in deze digitale transformatie:

Stad van de Toekomst



Gebouwen

IoT helpt om efficiënter te werken en om gebouwen slimmer te beheren. Ons centraal kantoor in Utrecht is hiervan een goed voorbeeld. In het kantoor bevinden zich tweeduizend sensoren, verspreid over bureaus en plafonds. Deze registreren data over hoe onze mensen het pand gebruiken. Hierdoor zien zij bijvoorbeeld waar hun team aan het werk is en waar flexplekken vrij zijn. De smartphone of tablet is de sleutel voor hun werkplek. Het bureau beweegt automatisch naar de juiste hoogte als zij zich hebben aangemeld. Zij beslissen overigens zelf of zij aangeven waar zij zitten en welke collega's hen mogen vinden. Zo is hun privacy altijd gewaarborgd.

	2019	2018
Aantal IoT connecties wereldwijd	99.000.000	80.000.000

Smarter Working

Bedrijven zijn altijd op zoek naar manieren om zo slim, efficiënt en duurzaam mogelijk te werken. Wij ondersteunen hen daarbij met onze 'Smarter Working'-oplossingen, waarbij we verschillende technologieën combineren om de ideale werkomgeving te creëren. Wij ontwikkelen hiervoor voortdurend nieuwe producten en diensten op basis van de trends die we waarnemen en voorspellen. Samen met klanten testen we nieuwe werkconcepten.

Smarter Working maakt werken in teams overal en altijd mogelijk. Collega's zijn altijd met elkaar verbonden door geïntegreerde vaste en mobiele communicatie. Elke medewerker heeft één enkel account en één digitale werkplek met toegang tot applicaties in de 'cloud' om samen te werken via pc, laptop, smartphone en tablet. Zo werken zij bijvoorbeeld gelijktijdig in dezelfde spreadsheet of hebben zij overleg via videobellen.

We vervangen oude hardware- en software door systemen en programma's die sneller en gebruiksvriendelijker zijn. We maken gebruik van veilige verbindingen, zoals ipVPN. Hiermee hebben medewerkers toegang tot bedrijfskritische gegevens, zonder dat zij zich zorgen hoeven maken over dataverlies. Met Smarter Working werken mensen op de plek waar zij het best tot hun recht komen, waardoor organisaties besparen op vastgoed en reiskosten. Omdat zij minder reizen, is dat ook beter voor het milieu.

Lees meer over [hoe we bij VodafoneZiggo samenwerken](#).





Innovatie

Door continu te innoveren, komen we onze klantbelofte na: de klant centraal stellen in alles wat we doen. We spelen in op de laatste technologische ontwikkelingen, maatschappelijke veranderingen en de vraag in de markt. We maken het onze klanten steeds makkelijker om met elkaar verbonden te zijn en te genieten van de beste sport, films, series en tv-programma's – onafhankelijk van het moment van de dag, de plek waar zij zich bevinden of de apparaten die zij gebruiken.

Wij zijn de aanjager van de Nederlandse digitalisering, maar ook de bouwer van de infrastructuur die moet helpen om de digitale voorsprong van Nederland in de toekomst te waarborgen. We stellen andere partijen in de gelegenheid om innovatieve diensten te ontwikkelen op onze netwerken.

Bij VodafoneZiggo werken multidisciplinaire teams, die beoordelen welke toegevoegde waarde een innovatie heeft voor onze klanten en wat de kans op succes is van een nieuw product, een nieuwe dienst of nieuw proces. Vervolgens besluiten zij of het de moeite waard is een concept door te ontwikkelen.

Samenwerking

VodafoneZiggo ontwikkelt vernieuwende oplossingen in samenwerking met diverse **innovatieve partners**. We gaan strategische samenwerkingen aan met gemeenten, overheden, start-ups en andere innovatieve bedrijven. Met de **gemeente Hilversum** gaan we bijvoorbeeld aan de slag om **smart city**-toepassingen te realiseren en op het gebied van 5G werken we samen met Groningen, **Maastricht en Eindhoven**.



Technologie inzetten voor de maatschappij

Door technologie in te zetten, stellen we mensen in staat om actief deel te nemen aan het maatschappelijk leven. Op die manier gaan we ongelijkheid en sociale uitsluiting tegen.

Hulprobots voor zieke kinderen

Met het project Bondgenoten helpen we kinderen met een langdurige ziekte om contact te houden met hun klasgenoten, familie en vriendjes. Dat gebeurt via een speciale robot: AV1. VodafoneZiggo levert de 4G-connectie hiervoor en leent twintig van deze robots uit aan Nederlandse kinderen, zodat zij niet in een sociaal isolement belanden. Ze hoeven geen les te missen en kunnen zelfs virtueel buitenspelen. De AV1-robot is bedacht door het Noorse bedrijf No Isolation. Stichting Kind en Ziekenhuis ziet erop toe dat we de twintig robots goed verdelen. Op deze manier maakt de Vodafone Foundation een 'Internet of Things'-oplossing bereikbaar voor een grotere groep kinderen.



Robot haalt zieke kinderen uit isolement

Contact met school en vrienden via leenrobot van VodafoneZiggo

[> LEES MEER](#)

	Doelstelling 2020	2019	2018
Aantal 'No Isolation' Robots	25	25	20

Instant network

De Vodafone Foundation stelt met het 'Instant Network'-programma apparatuur en mensen beschikbaar die in rampgebieden een tijdelijk mobiel netwerk opbouwen. Hierdoor is tijdens de hersteloperatie weer communicatie mogelijk voor hulpverleners. Inwoners kunnen met elkaar en de buitenwereld contact maken. De groep vrijwilligers, bestaande uit internationale Vodafone-medewerkers, kwam de afgelopen vijf jaar dertien keer in actie na een ramp. Zij reisden naar Sint Maarten na de orkaan in 2017, richting Nepal na de aardbeving in 2015 en naar de Filipijnen in november 2013 tijdens de tyfoon Haiyan. Medio maart 2019 gingen ze naar Mozambique om de communicatie te herstellen na de verwoestende orkaan Idai.

Trots en tranen na missie rampgebied

Producten voor blinden en slechtzienden

VodafoneZiggo ging in gesprek met slechtzienden om de websites en apps beter toegankelijk te maken voor deze doelgroep.

VodafoneZiggo werkte in dit project samen met Bartiméus, een vereniging voor blinden en slechtzienden en Accessibility, het expertisecentrum voor de toegankelijkheid van ICT.

Vertegenwoordigers van deze twee organisaties gingen in gesprek met blinden en slechtzienden om uit eerste hand te horen wat moest worden verbeterd. Die inzichten namen de Digital-medewerkers mee in hun productieproces, met als eind resultaat een goed werkende app voor de doelgroep.



VodafoneZiggo heeft oog voor blinden

In gesprek met slechtzienden om website te verbeteren

[> LEES MEER](#)

Doelen en ambities

ONS PORTFOLIO

We werken aan een software-update van de Mediabox XL, waardoor in 2020 meer dan een miljoen klanten ook kunnen profiteren van de geheel nieuwe kijkervaring van Ziggo. Denk daarbij aan online opnames maken en afspelen in plaats van op de harde schijf in het apparaat en een naadloze integratie met de Ziggo GO-app. Ook verbetert deze update de levensduur van de Mediabox XL.

In de toekomst maken we vaker gebruik van cloud-diensten en gebruiken we steeds kleinere en krachtigere chips, wat leidt tot kleinere producten.

INTERNET OF THINGS

De mogelijkheden van **Internet of Things** gaan we optimaal benutten. Denk aan veilige led-straatverlichting, patiënten opereren op afstand of parkeersensoren waarmee automobilisten een parkeerplek vinden zonder rondjes te rijden.

SMARTER WORKING

In 2020 blijven we bedrijven verder ondersteunen om zo slim, efficiënt en duurzaam mogelijk te werken. Daarom blijven we investeren in ons GigaNet en adviseren we zakelijke klanten, onder andere in ons Experience Center, hoe ze het beste onze producten en diensten kunnen gebruiken.

INNOVATIE

Ook in de toekomst blijven we continu in gesprek met onze partners, om samen naar innovatieve oplossingen te zoeken die ons verder helpen in de digitale wereld.

TECHNOLOGIE INZETTEN VOOR DE MAATSCHAPPIJ

Met de kracht van connectiviteit en innovatieve oplossingen kunnen we de gezondheid, veiligheid en kwaliteit van leven verbeteren. Dankzij de technologie van Internet of Things (IoT) kunnen we niet alleen patiënten op afstand monitoren, maar ook medicijnen en donororganen tijdens transport. Daarnaast biedt IoT gemak en veiligheid. Zo wordt het mogelijk om fietsen of elektrische scooters te traceren, dijken te controleren en grondtrillingen te meten. Met behulp

van het Instant Network-programma installeren we tijdelijke netwerken in rampgebieden, zodat hulpdiensten en inwoners met elkaar en de buitenwereld contact kunnen maken. De komende jaren willen we de gezondheid of kwaliteit van leven van meer mensen verbeteren via IoT of andere digitale oplossingen.

	Doelstelling		
	2020	2019	2018
Aantal 'No Isolation' Robots	25	25	20



Opening 5G HUB Eindhoven biedt vooruitblik in nieuwe mobiele tijdperk

> LEES MEER



5G Hub: broeiest van innovatie

> LEES MEER



Investeren in de toekomst

Strategie en resultaten

GigaNet, ons gezamenlijke netwerk, vormt de kern van ons bedrijf en is een bepalende factor in de digitalisering van Nederland. Ons vaste en mobiele netwerk levert de capaciteit, kwaliteit en betrouwbaarheid die onze klanten van ons verlangen. Om ook in de toekomst te voldoen aan de groeiende vraag naar vaste en mobiele communicatie, investeren wij continu in onze netwerken. We sorteren voor op de steeds hogere eisen die klanten aan onze netwerken stellen en kiezen voor de beste nieuwe technologieën. We vervangen oude apparatuur, upgraden onze systemen en automatiseren onze diensten, zodat onze klanten deze snel en gemakkelijk kunnen gebruiken. Het dataverkeer nam in 2019 toe met 33% op ons mobiele netwerk en met 21% op ons vaste netwerk.

De technologie voor vaste en mobiele communicatie verandert in een sensationeel tempo. Aan de horizon kunnen we de technieken van morgen al zien. Onze klanten verwachten dat we op de toekomst zijn voorbereid. Daar zorgen we dan ook voor. Zij kunnen erop vertrouwen dat wij de netwerken van de toekomst bouwen.

Het huidige vaste netwerk van VodafoneZiggo is toekomstbestendig. Consumenten beschikken momenteel over een maximale snelheid van 500 Megabit per seconde, voor zakelijke klanten geldt een snelheid van 600 Megabit per seconde. Deze snelheden kunnen we verder verhogen tot 1 Gigabit per seconde (en later nóg verder). Het bestaande 4G-netwerk voldoet aan de behoefte van de meeste klanten, maar we moeten voortdurend blijven investeren. Dat doen we onder andere door 'netwerkvirtualisatie', een methode die ervoor zorgt dat het netwerk nog beter en betrouwbaarder wordt. In de tussentijd maken we plannen voor de volgende generatie netwerken en technologieën.

Kerncijfers

INVESTEREN IN DE TOEKOMST

investeringen in
het netwerk
€ 793.200



Gigabit-internet
Introductie van vast internet
met snelheden tot 1 gigabit



Klaar voor de komst van 5G
- Voorbereiding op uitschakelen 3G
- Innovatieve projecten in Groningen
(5Groningen)



**Plaats maken voor
sneller internet**
Afschakeling van
analoge tv creëert ruimte
voor sneller internet



betrouwbaarheid
netwerk mobiel
99,97%



betrouwbaarheid
netwerk vast
99,83%



Energieverbruik
319 miljoen kWh



CO₂ uitstoot
12.858 kton



Innovatief netwerk

De investeringen in onze netwerken werpen hun vruchten af. Voor het tweede jaar op rij kregen we een 9,6 in het jaarlijkse onderzoek van het Duitse bureau P3, dat de netwerkkwaliteit van de verschillende telecomaانبieders test. Daarmee bleken we een van de beste telecomaانبieders in Europa. Techwebsite Tweakers riep Ziggo in 2019 voor het negende jaar op rij uit als 'beste internetprovider van Nederland'. Onze **klanten zijn tevreden** met ons en waarderen onze prestaties met goede cijfers.

We blijven investeren om onze kwaliteitsstandaard hoog te houden. Bij de keuzes die we hierbij maken, speelt duurzaamheid een belangrijke rol. We willen jaarlijks 2% efficiënter omgaan met energie, onze CO₂-uitstoot substantieel reduceren en meer circulair ondernemen.

GigaNet

Het krachtige vaste en mobiele netwerk van Vodafone en Ziggo heeft sinds 2019 één naam: GigaNet. Hiermee bereiden we ons voor op de digitale toekomst. Dat betekent: hoge snelheden, meer netwerkcapaciteit en ultrakorte responstijden op alle mobiele apparaten. We hebben een state-of-the-art mobiel 4G-netwerk en bouwen verder aan ons netwerk met nieuwe technologie, waarmee onze klanten en onze collega's sneller, makkelijker en flexibeler kunnen werken. GigaNet biedt een infrastructuur die het ons en andere partijen mogelijk maakt nieuwe diensten en toepassingen te ontwikkelen. GigaNet verbindt duizenden Internet of Things-apparaten, zoals lampen, koelkasten, airco's en auto's en zorgt onder meer voor veilige led-straatverlichting en slimme dijkbewaking.

GIGANET – HET NETWERK VAN DE TOEKOMST



Ziggo levert internet met downloadsnelheden tot **600 megabit** per seconde.



GigaNet biedt downloadsnelheden tot **1 gigabit** per seconde in Utrecht en Hilversum (sinds eind 2019) en in de regio Den Haag (vanaf 2020).



Ten minste de helft van de **7,2 miljoen** huishoudens die zijn aangesloten op het Ziggo-netwerk, kunnen eind 2020 profiteren van gigabitsnelheden.



Vodafone 4G+ ondersteunt datasnelheden tot **350 megabit** per seconde.



Vodafone biedt het grootste mobiele 4G-netwerk ter wereld.



GigaNet stelt bedrijven in staat slimmer te werken. Door te werken in de cloud en gebruik te maken van toepassingen zoals videobellen, kunnen mensen efficiënter werken en stijgt hun productiviteit.



GigaNet verbindt miljoenen apparaten via Internet of Things (IoT).



In samenwerking met ziekenhuizen ontwikkelt VodafoneZiggo een geïntegreerd netwerk, dat het logistieke proces efficiënter en beter maakt.

GigaNet – het netwerk van de toekomst

- Ziggo levert internet met downloadsnelheden tot 600 Megabit per seconde.
- GigaNet biedt downloadsnelheden tot 1 gigabit per seconde in Utrecht en Hilversum (sinds eind 2019) en in de regio Den Haag (vanaf 2020)
- Ten minste de helft van de 7,2 miljoen huishoudens die zijn aangesloten op het Ziggo-netwerk, kunnen eind 2020 profiteren van gigabitsnelheden.
- **Vodafone 4G+** ondersteunt datasnelheden tot 350 Megabit per seconde.
- Vodafone biedt het grootste mobiele 4G-netwerk ter wereld.
- GigaNet stelt bedrijven in staat slimmer te werken. Door te werken in de cloud en gebruik te maken van toepassingen zoals videobellen, kunnen mensen efficiënter werken en stijgt hun productiviteit.
- GigaNet verbindt miljoenen apparaten via Internet of Things (IoT).
- In samenwerking met ziekenhuizen ontwikkelt VodafoneZiggo een geïntegreerd netwerk, dat het logistieke proces efficiënter en beter maakt.



VodafoneZiggo biedt het beste van twee werelden. Die kracht komt samen in GigaNet, ons gezamenlijke netwerk. In 2019 begonnen we met de uitrol van supersnel Gigabit-internet (zonder te graven) en de voorbereiding voor de komst van 5G. Laat de toekomst maar komen, wij zijn er klaar voor!

Eben Albertyn

Executive Director Technology



Versimpelen en digitaliseren

Dit jaar zagen we opnieuw de voordelen van het samengaan van Vodafone en Ziggo. We integreerden onze vaste en mobiele netwerken nog verder en verkleinden het aantal datacentra, systemen en diensten – de komende jaren brengen we deze hoeveelheid verder terug.

In 2019 begonnen we met het versimpelen en digitaliseren van onze producten en processen. Dit is – samen met een (drie)dubbele back-up van een deel van onze netwerken – cruciaal om de beschikbaarheid en stabiliteit voortdurend te verbeteren. Sinds april 2019 brengen we het aantal producten gestaag omlaag, zoals de verschillende

abonnementsvormen die we kennen. Dit sluit beter aan bij de wensen van onze klanten, die we hiermee beter bedienen. Voor ons wordt het eenvoudiger om deze zaken te beheren. We verbeteren en automatiseren veel van onze processen, zodat de klant meer zelf kan doen op kantoor, thuis of onderweg.

Steeds meer diensten bevinden zich online ofwel in de 'cloud', waardoor ze overal en altijd makkelijk toegankelijk zijn. Het maakt onze klanten minder afhankelijk van apparaten die zij in hun eigen woning of bedrijfspand hebben staan, zoals routers, servers of mediaboxen. Onze monteurs hoeven minder vaak op pad, omdat de apparatuur niet meer op veel verschillende locaties staat, maar op één centrale plek.

We digitaliseren en automatiseren onze diensten. Onze klanten krijgen daardoor steeds meer zelf de touwtjes in handen. Ze hoeven geen contact op te nemen met ons bedrijf om iets gedaan te krijgen. Ze passen zelf hun databundels aan of bestellen online een nieuw abonnement. Een goed voorbeeld hiervan is Vodafone Flex, waarmee bedrijven zelf *realtime*, zonder vertraging, onder meer de bandbreedte en snelheden van hun netwerk kunnen instellen.

Lees meer over [Vodafone Flex](#) in dit jaarverslag.

Vast netwerk



In ons vaste netwerk vervangen we verouderde systemen door nieuwe, die efficiënter omgaan met data en bandbreedte. We verruilden bijvoorbeeld digitale telefooncentrales voor nieuwe spraakplatforms die minder ruimte innemen, minder energie verbruiken en veel gebruiksvriendelijker zijn. We vervingen signaalversterkers in het vaste netwerk. In 2019 trokken we de stekker uit **ISDN**, een achterhaalde

techniek om te bellen, faxen en internetten. Eind 2021 stoppen we met analoge televisie en bieden we volledig digitale televisie aan. De klant krijgt daar beter beeld en meer zenders voor terug. We hebben nu 60% van de analoge aansluitingen afgeschakeld, waarmee we achterlopen op onze planning. In 2020 versnellen we het proces, zodat we onze planning (eind 2021) alsnog halen. De ruimte op de kabel die hiermee beschikbaar komt, gebruiken we voor toekomstige diensten. We benutten die ruimte beter met DOCSIS 3.1. Deze technologie zorgt ervoor dat we onze datacentra efficiënter inzetten en sneller kunnen inspelen op nieuwe ontwikkelingen in software en apparatuur.



Mobiel netwerk

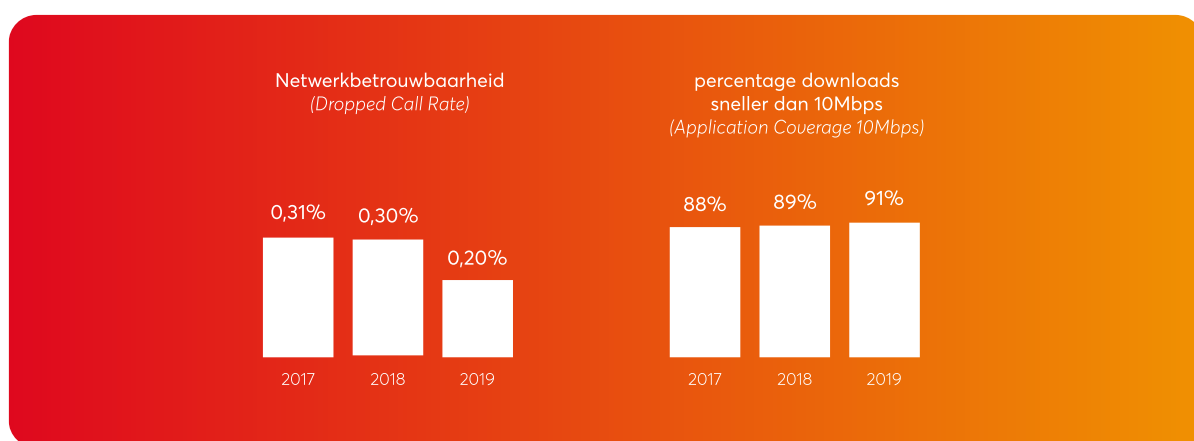
We vergroten de capaciteit van ons mobiele netwerk door nieuwe technieken te omarmen. Zoals 5G, dat slimmer omgaat met de beschikbare ruimte op ons netwerk. In februari 2020 schakelen we ons 3G-netwerk definitief uit om ruimte vrij te maken voor sneller en stabiel mobiel internet. De voorbereidingen hiervoor zijn in volle gang. Sinds 2018 attenderen we onze klanten hierop via verschillende kanalen. De bandbreedte die hiermee beschikbaar komt, is onder meer bestemd voor de efficiëntere, snellere en stabielere 4G-frequenties. Intussen is 4G onderdeel van alle nieuwe abonnementen en zijn de toestellen die we aanbieden stuk voor stuk geschikt voor 4G. Daarnaast zetten we vol in op de toekomst van mobiel dataverkeer: 5G. In Groningen, Maastricht en Eindhoven draaien hiermee al kleinschalige proeven.



Gigabitsnelheden

De volgende stap in vaste en mobiel dataverkeer zijn gigabitsnelheden op ons vaste netwerk, met snelheden tot 1 gigabit per seconde. Dat is bijna het tienvoudige van de gemiddelde aansluiting in Nederland. Met 1 gigabit per seconde kunnen klanten vrijwel onbeperkt ultrahoge-resolutie 4K-films en tv-programma's bekijken, zeer grote bestanden downloaden en supersnel gamen.

Op 15 oktober 2019 begonnen we met het aanbieden van gigabitsnelheden aan onze klanten in Utrecht-stad, Vleuten, De Meern en Nieuwegein. Eind november volgde Hilversum. Begin 2020 was het de beurt aan Den Haag en Delft. We gaan in 2020 verder in steden en regio's als Amsterdam, Apeldoorn, Arnhem, Eindhoven, Groningen, Nijmegen, Rotterdam, Tilburg en Wageningen. Naast sneller internet is een groot voordeel van het moderniseren van het vaste netwerk dat het stabiel wordt voor alle gebruikers.



	2019	2018
Dropped call rate (2G, 3G and 4G))	0,20%	0,30%
Totale dataverbruik mobiel (in Terabyte)	153,978	115,629
Totale dataverbruik vast (in Exabyte)	9,1	7,5
Beschikbaarheid netwerk vast	99,83%	99,85%
Beschikbaarheid netwerk vast	99,97%	99,97%

Duurzaam ondernemen

Kerncijfers

Een beter milieu begint bij jezelf. Daarom onderneemt VodafoneZiggo steeds duurzamer. We leveren producten en diensten die een bijdrage leveren aan een betere leefomgeving en we ontwikkelen ons milieubeleid voortdurend. Dit beleid omvat meer dan vijftig verschillende projecten en heeft het ISO 14001-certificaat, de internationale standaard voor het ontwikkelen en uitvoeren van een effectief milieubeleid.

Ons milieubeleid heeft de volgende speerpunten:

- *We verbeteren onze operationele activiteiten continu*
Dat doen we bijvoorbeeld door energiebesparende maatregelen te nemen, meer circulair te ondernemen en afvalstromen terug te dringen.
- *We stellen onze klanten in staat milieuvriendelijker te worden*
Dat doen we bijvoorbeeld door gebruikte telefoons terug te kopen en een tweede leven te geven. Daarnaast stimuleren we 'flexibel werken' (met als resultaat minder reizen) en het gebruik van milieuvriendelijke IoT-oplossingen.
- *We inspireren onze mensen om milieubewust te werken en te leven*
Dat doen we bijvoorbeeld door hen voordelig met het openbaar vervoer te laten reizen en het reizen tussen onze kantoren te beperken, door gebruik te maken van videovergaderen en andere communicatiemogelijkheden op afstand.



Energie

Alle energie die we gebruiken, is 100% duurzaam. We gebruiken alleen energie die wordt opgewekt door Europese windturbines. Daarnaast voldoen we aan belangrijke internationale regels als de Europese Energie-Efficiency Richtlijn (EED), de Meerjarenafspraken energie-efficiëntie (MJA), de internationale norm voor energiebeheersystemen (ISO 5001) en de internationale standaard voor milieumanagementsystemen (ISO 14001).

VAST NETWERK

Voor ons GigaNet kiezen we de meest energie-efficiënte apparatuur en software. Op die manier houden we het energieverbruik van ons almaar groeiende netwerk stabiel. We schrijven onze eigen softwarecodes om ons netwerk verder te automatiseren. Hierdoor brengen we de energiebesparing op een hoger niveau.

MOBIEL NETWERK

's Nachts schakelen we het 3G-netwerk uit in grote delen van het land. Als de vraag naar capaciteit toeneemt, schakelt het intelligente netwerk automatisch weer aan.

Smart grid

In de tests die we momenteel uitvoeren met 5G, onderzoeken we onder meer hoe 5G een *smart grid* kan ondersteunen. Dat is een stroomnet dat met digitale meet- en regelapparatuur de energie van verschillende bronnen automatisch afstemt op de vraag. Als bijvoorbeeld de zonnepanelen op een woning de hele dag stroom opwekken, maar de bewoners zijn op vakantie, dan gaat het ongebruikte deel naar de burelen. En vice versa. Of de wasmachine van de bewoners gaat pas aan, als de zon schijnt. Ons **Internet of Things** is een onmisbare schakel om het energiemangement van woningen zo op een hoger plan te brengen.

DATACENTRA

In 2019 gebruikten we nieuwe technologieën om de overtollige warmte van onze datacentra beter te benutten.

PRODUCTEN

Onze nieuwe producten zijn steeds duurzamer en energiezuiniger. Een goed voorbeeld hiervan is de Mediabox Next, die we in 2019 introduceerden. Hiermee kunnen klanten opnames maken en afspelen vanuit de 'cloud' – op afstand dus – en niet meer op een harde schijf in het apparaat. Daardoor hebben we minder materialen nodig om een mediabox te maken en zorgen we ervoor dat de mediabox kleiner wordt. Bovendien daalt hiermee het energieverbruik voor de meeste klanten.



VodafoneZiggo staat midden in de samenleving. Die rol brengt verantwoordelijkheden met zich mee. Naast het bieden van goede producten en diensten mag Nederland veel meer van ons verwachten. Zo werken wij 100% CO2-neutraal en gebruiken we groene energie. Ons doel is plezier en vooruitgang met iedere verbinding. En daar zorgen wij bij VodafoneZiggo gezamenlijk voor op een verantwoorde manier. Daar ben ik trots op.

Barbara Jongerden

Executive Director External & Legal Affairs

CO₂-uitstoot

VodafoneZiggo streeft naar een CO₂-neutrale bedrijfsvoering en stimuleert zakelijke klanten om hetzelfde te doen. Naast het elektriciteitsverbruik van onze organisatie hebben we invloed op het milieu door het gebruik van onder andere gas, koelmiddelen, dienstreizen en woon-werkverkeer. De impact hiervan proberen we voortdurend te verkleinen. De CO₂-uitstoot die resteert, compenseren we met **Gold Standard**-certificaten, de strengste standaard voor CO₂-reductieprojecten.

VERVOER

We hebben gekozen voor een mobiliteitsbeleid waarin zoveel mogelijk van onze mensen reizen met het openbaar vervoer. Dit heeft geleid tot een afname van het aantal leaseauto's en een toename van het aantal collega's dat met het openbaar vervoer reist. Hierdoor daalde het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot aanzienlijk.

De auto is voor een aantal functies echter een onontbeerlijk vervoermiddel, onder meer voor storingsmonteurs die snel ter plekke moeten zijn als zich problemen voordoen met het netwerk. Of voor salesmanagers die door het hele land reizen.

We stimuleren leaserijders om mee te doen aan de pilot 'green driving'. Hierbij voorziet de leasemaatschappij auto's van een chip die het rijgedrag en het brandstofverbruik analyseert. Aan de hand van die informatie krijgt de leaserijder tips, waardoor hij anders gaat rijden, wat uiteindelijk de CO₂-uitstoot vermindert en de verkeersveiligheid verhoogt.

Voor de monteurs die in bestelwagens en busjes van klant naar klant rijden, kiezen we voor milieuvriendelijke auto's, waarbij we een balans zoeken tussen energiezuinigheid en praktisch nut. Want onze monteurs moeten natuurlijk al hun gereedschap en materialen kwijt kunnen. Bovendien geldt voor veel elektrische busjes dat ze, gezien de lange routes en strakke tijdsplanning van monteurs, nog niet ver genoeg kunnen rijden zonder opladen.

Lees meer over **mobiliteit** in dit jaarverslag.

FLEXIBEL WERKEN

VodafoneZiggo wil de CO₂-uitstoot van het werkgerelateerde verkeer in Nederland terugbrengen door meer en betere verbindingen te leggen, zodat mensen vaker virtueel met elkaar communiceren. Door de kwaliteit van online verbindingen te verhogen, zullen meer mensen daarvoor kiezen. Daarnaast geloven we dat de opkomst van virtual

reality (VR) van invloed is op reisgedrag. Mensen kunnen dan bijvoorbeeld met VR lessen volgen of zelfs 'op reis gaan' naar een verre bestemming. De ontwikkeling van ons GigaNet speelt hierin een belangrijke rol, zeker als de snelheden in de nabije toekomst oplopen tot wel 10 gigabit per seconde.

Bij VodafoneZiggo geven we zelf graag het goede voorbeeld. We verminderden het aantal kantoorlocaties van 17 naar 9. We voorzagen alle vergaderruimtes van videoconferencing-apparatuur, waardoor het makkelijker is om op afstand te vergaderen. Het aantal reisbewegingen tussen onze kantoren nam hierdoor verder af. Omdat veel collega's flexibel werken, delen 100 mensen gemiddeld 70 bureaus. Op die manier benutten we de ruimte in onze vestigingen beter en blijft er minder kubieke meter over om te verwarmen of te koelen.

Circulaire economie

VodafoneZiggo werkt mee aan de transitie naar een circulaire economie – een economie waarin we producten een nieuw leven geven, grondstoffen recyclen en mensen aansporen om producten langer te gebruiken. Op verschillende manieren dragen we hieraan bij. De producten die we aanbieden, verbruiken steeds minder energie, bestaan uit minder componenten en zijn langer bruikbaar. We produceren minder afval en hergebruiken een groot deel van onze materialen.



KLANTPRODUCTEN

We moedigen klanten aan om de apparatuur die zij gebruiken aan ons terug te sturen, zodat we die kunnen hergebruiken of recycleren. De mediaboxen, modems, routers en wifiboosters die zij van ons in bruikleen hebben, zamelen we in aan het einde van hun levensduur. Wij maken het hun gemakkelijk door te zorgen voor kosteloze verzending en milieuvriendelijk verpakkingsmateriaal. In ons logistiek centrum in Venray kijken we welke van deze apparaten we nog kunnen hergebruiken. Die knappen we op en updaten we, waarna ze nog jaren mee kunnen. In 2019 kwam 80% van genoemde apparaten bij ons terug.

Klanten die mobiele producten bij ons afnemen, kunnen deze altijd weer inleveren. We bieden ze een financiële stimulans om hun oude smartphones aan ons terug te verkopen. Zie vodafone.nl/next en vodafone.nl/inruildeals.

In ons logistiek proces gebruiken we sinds 2019 biologisch afbreekbare materialen om lege ruimtes in dozen op te vullen. Vanaf 2020 gaan we de hoeveelheid verpakkingsmaterialen verder verminderen door ervoor te zorgen dat er minder loze ruimte in dozen is. Daarnaast verpakken we dozen niet meer in andere dozen, als we producten aan klanten

versturen. Hierdoor verdwijnt een groot deel van het verpakkingsmateriaal dat we eerder gebruikten. Omdat we onze producten slimmer verpakken, kunnen we 20% meer pakketten op een pallet plaatsen. Onze vervoerder PostNL hoeft hierdoor minder vaak te rijden en dat is goed voor het milieu.

KANTOREN

Binnen onze eigen organisatie streven we naar het recyclen van alle afgedankte apparatuur. Desktops, laptops, accu's, smartphones, tablets, toetsenborden, printers... niets gaat de vuilnisbak in. De apparaten gaan naar recyclebedrijven, waar ze de apparatuur gereedmaken voor hergebruik of voor duurzame verwerking tot andere producten en grondstoffen.

Op onze kantoren werken we zoveel mogelijk papierloos. We versturen berichten aan klanten, leveranciers en andere stakeholders in de regel elektronisch.

Onze koffie drinken we uit milieuvriendelijke kartonnen bekers, die 100% recyclebaar zijn. Na gebruik zamelen we de bekers in en laten deze verwerken tot grondstof voor nieuwe tissues en servetten. De coating van de bekers is te hergebruiken in de vorm van plastic producten. Op deze manier besparen we 194 kilogram CO₂ per 1000 kilogram aan koffiebekers. Het koffieresidu verzamelen we en wordt gebruikt om oesterzammen op te kweken.



Doelen en ambities

INNOVATIEF NETWERK

Vodafone is volop bezig om zijn GigaNet geschikt voor 5G te maken. Zo is de kern van het mobiele netwerk ('core-netwerk') al honderd procent klaar voor 5G. Samen met netwerkpartner Ericsson is het bedrijf actief om zijn antennepark stapsgewijs te upgraden door het monteren van 5G apparatuur en het uitbreiden van de benodigde capaciteit.

Vodafone wil 5G zo snel als mogelijk introduceren voor zijn klanten, maar kan in deze fase nog geen concrete mededelingen doen over de timing van de lancering. Naast de genoemde voorbereidingen in het netwerk, spelen hierbij ook andere factoren een rol. Zo zullen in de loop van dit jaar de 700, 1400 en 2100 megahertz frequentiebanden geveild worden en pas vanaf 2022 zijn de 3,5 gigahertz frequenties te gebruiken. Dit laatste houdt verband met de aangekondigde verplaatsing van het satelliet-afluisterstation in het Friese Burum dat gebruik maakt van deze 3,5 gigahertz frequenties.

DUURZAAM ONDERNEMEN

In 2020 willen we opnieuw minimaal 80% van de oude routers, modems, wifiboosters en mediaboxen innemen om ze gereed te maken voor hergebruik. De overige 20% van de apparaten kunnen we niet upgraden en willen we laten recyclen, zodat uiteindelijk alle oude apparaten een milieuvriendelijke bestemming krijgen.

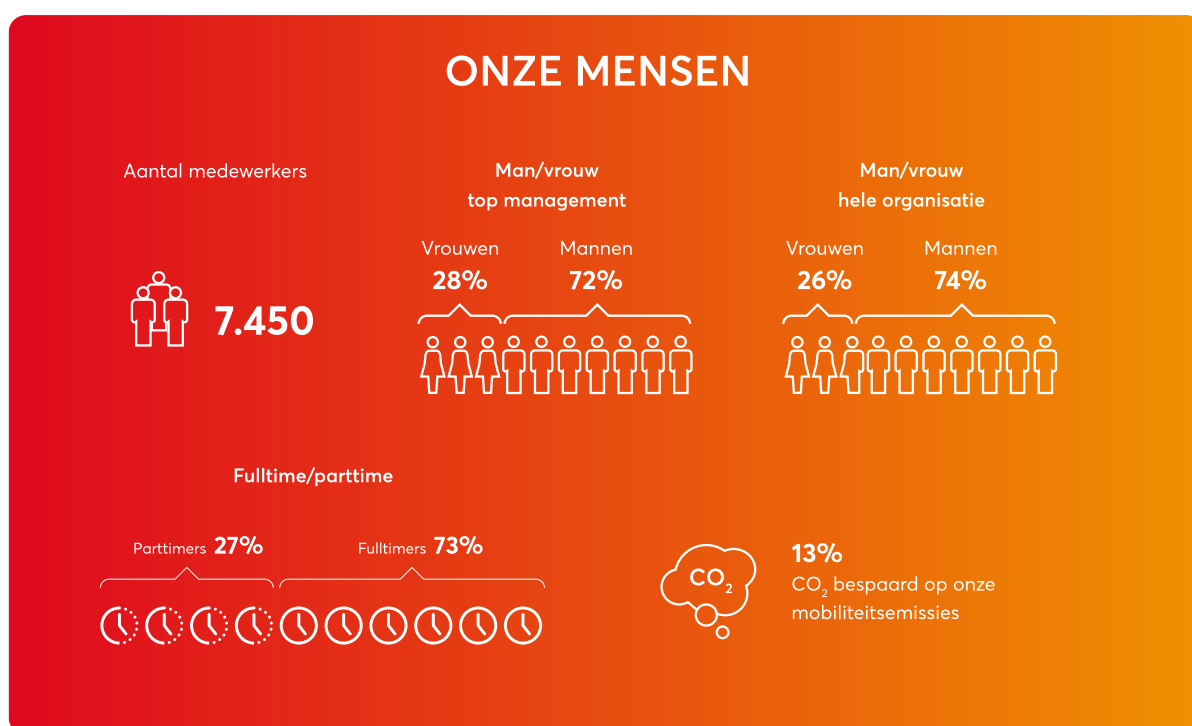
Onze doelstelling is om de energieconsumptie van ons bedrijf ieder jaar met 2% te laten dalen. Ook in 2020. 100% van de elektriciteit bestaat uit groene (wind)energie.



Onze mensen

Resultaten

VodafoneZiggo legt waardevolle verbindingen. Wij zorgen er met elkaar voor dat mensen en bedrijven elke dag weer verbonden zijn en blijven. Samen met alle collega's werken we aan ons doel: plezier en vooruitgang met elke verbinding. Bij ons heeft iedereen de vrijheid en verantwoordelijkheid om effectief samen te werken. En om succesvol te zijn door het efficiënt gebruik van tijd, middelen en de kennis van collega's.



Onze cultuur

Sinds de start van VodafoneZiggo bouwen we met elkaar aan een sterke cultuur, gebaseerd op onze waarden Open Up, Team Up en Step Up. Een cultuur waarin we elkaar begrijpen en aan een half woord genoeg hebben. Zo kunnen we efficiënter samenwerken, sneller schakelen, gaan dingen 'vanzelf' én wordt het leuker. Medewerkers kunnen op hun best zijn, waardoor we als bedrijf onze strategie waarmaken en het beste leveren voor onze klanten.

Onze waarden

OPEN UP

Denk ja! Stel jezelf open, eerlijk en positief op. Sta open voor nieuwe contacten, ideeën en situaties. Verplaats je in de ander. Deel je ervaring. Blijf nieuwsgierig. En het mooie is: hoe meer je open staat, hoe meer je leert.

TEAM UP

Ga voor elkaar. Versterk elkaar. Vertrouw elkaar. Waardeer de verschillen. Bundel de krachten. Gebruik de energie. Doe wat je afsprekt. Houd elkaar scherp. Vier samen elk succes. En het leuke is: hoe meer we samen werken, hoe meer we samen bereiken.

STEP UP

Stap uit je comfortzone. Leg de lat hoog. En hoger. Durf te vernieuwen. Neem het initiatief en pak je verantwoordelijkheid. Ga voor kwaliteit. Elke dag. Voor elke klant. En het goede is: hoe meer we voor elkaar krijgen, hoe meer klanten ons waarderen.

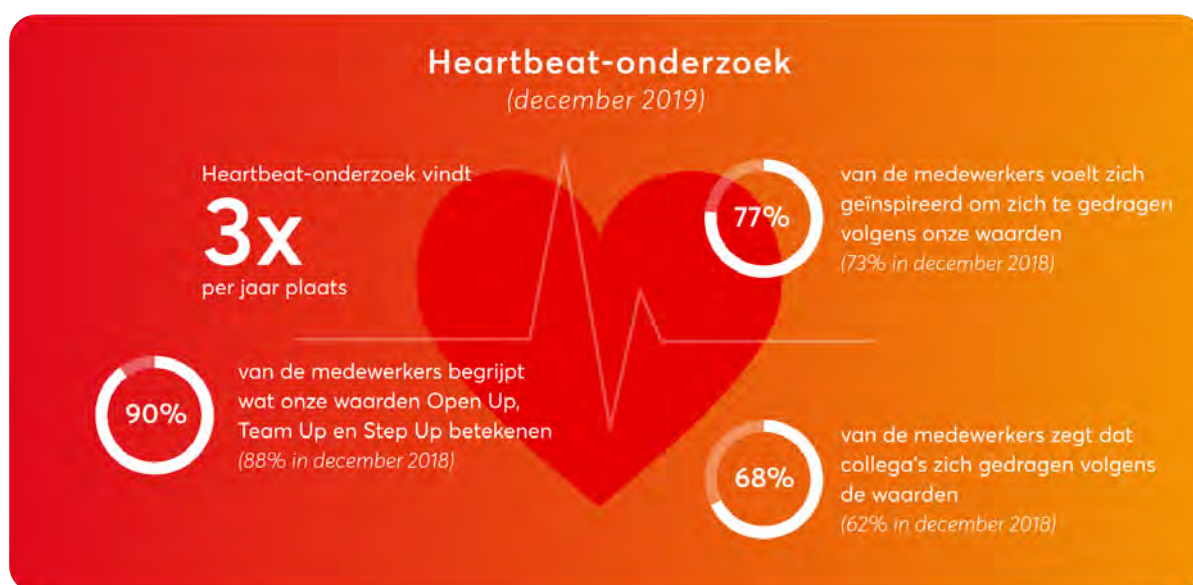
In 2019 besteedden we speciale aandacht aan de waarden *Team Up* en *Step Up*. We daagden iedereen uit de samenwerking tussen de teams te versterken. Dat deden onze mensen onder meer door aan te schuiven bij een overleg van een ander team. Vervolgens onderzochten zij met elkaar hoe zij samen klanten blijer kunnen maken.

Ook introduceerden we de Step (C)Up, waarbij elk team wekelijks stilstaat bij een collega die Step Up gedrag liet zien.

De Step Up Awards tenslotte zijn een blijk van waardering vanuit het hele bedrijf voor een of meer personen die een Step Up deden voor ons bedrijf, onze mensen of onze klanten.

Medewerkerstevredenheid

Drie keer per jaar meten we in samenwerking met onze externe partner Peachy Mondays de betrokkenheid en bevlogenheid van onze mensen in het Heartbeat-onderzoek. Hierbij komen onderwerpen aan de orde als energie, leiderschap en de mate waarin onze collega's over onze eigen producten aanbevelen. Zij krijgen hiermee inzicht in de voldoening die hun werk biedt en ontvangen tips over wat zij kunnen doen om met zoveel mogelijk energie en plezier hun werk te doen. Op alle fronten zagen we dat zij een sterker gevoel van verbondenheid ervoeren en zich onze waarden eigen hadden gemaakt.



De uitkomsten van het onderzoek vormen de basis voor gesprekken die de managers voeren met hun teams gedurende het jaar. Daarnaast krijgen we hiermee inzicht in de algehele tevredenheid van onze mensen, wat we gebruiken om te bepalen wat zij nodig hebben om betrokken te zijn en te blijven. Zo introduceren we een programma over welzijn en besteden we meer aandacht aan persoonlijke ontwikkeling, zowel voor medewerkers als voor leidinggevenden.



Ons succes is volledig toe te schrijven aan onze mensen. We bieden medewerkers een werkplek waar ze zich thuis voelen en dagen hen uit zich continu te blijven ontwikkelen voor zichzelf, ons bedrijf en de maatschappij. We bouwen samen aan een sterke cultuur en organisatie. Geweldig om te zien hoeveel we in 2019 bereikt hebben met z'n allen.

Thomas Mulder

Executive Director Human Resources

HR-strategie

Na drie integratiejaren was 2019 het moment om te kijken naar onze ambitie voor de komende drie tot vijf jaar. De volgende twee belangrijke uitgangspunten voor het HR-beleid vormen daarvoor de basis:

- We versterken bij onze mensen de passie voor hun werk en hun motivatie om door ontwikkeling relevant te blijven, zowel voor VodafoneZiggo als de arbeidsmarkt.
- We bouwen aan een organisatie die snel en flexibel reageert op ontwikkelingen in onze industrie.

Dit betekent dat we ons de komende jaren intensiever richten op het ontwikkelen van onze mensen en leidinggevenden. We creëren een organisatie die het mogelijk maakt dat we snel reageren op de wensen van onze klanten. Het fundament voor deze veranderingen zijn onze waarden en ons geloof in de kracht van diversiteit.

We vinden het belangrijk dat onze mensen plezier hebben om te werken in de uitdagende markt waarin we ons bevinden. Onder de noemer 'Enjoy the Challenge' geven we een organisatie vorm, waarin (nieuwe) collega's het beste uit zichzelf halen en die we daartoe dagelijks stimuleren. Elke dag opnieuw gaan zij de uitdaging aan om het verschil te maken voor onze klanten. Dit doen zij door goed samen te werken, plezier te hebben in wat zij doen en zich te ontwikkelen.

Diversiteit en inclusie

Erbij horen, deel uitmaken van een gemeenschap die je waardeert om wie je bent. Dat is een behoefte die mensen motiveert in hun werk en bijdraagt aan hun gezondheid en geluk. Daarom creëren we een werkomgeving waarin onze mensen zich thuis voelen en zich gerespecteerd voelen om wie zij zijn.

We kiezen voor 'inclusie': iedereen levert vanuit zijn of haar achtergrond en ervaring een unieke bijdrage. En we geloven in diversiteit: we werken samen met unieke individuen met verschillende achtergronden en overtuigingen. Want mensen van verschillende komaf en met diverse perspectieven zorgen samen voor gevarieerdere ideeën en betere resultaten. Onze mensen vormen een afspiegeling van de samenleving waarin we leven en werken. Dit zorgt voor een betere verbinding met onze klanten, die deel uitmaken van een samenleving die rijk is aan culturen en overtuigingen.

Bewustzijn creëren

Het belang van diversiteit en inclusie moet doordringen in de hoofden en harten van onze mensen, zodat het een vaste plek heeft in onze organisatiecultuur. Daarom creëren we bewustzijn over het belang van een goede balans tussen mannen en vrouwen in de organisatie, over de voordelen van werken met mensen uit verschillende culturen en over het plezier van omgaan met collega's die andere levenservaringen hebben.

Dit doen we onder meer door het geven van trainingen aan onze mensen. In 2019 kregen onze managers bijvoorbeeld een training waarin zij leerden over onbewuste vooroordelen en hoe zij deze kunnen herkennen en uitschakelen in gesprekken met (nieuwe) collega's.

We spreken in het Engels en Nederlands met elkaar, zodat iedereen elkaar begrijpt en met elkaar kan communiceren. Onze mensen kunnen gebruikmaken van een stilteruimte om in alle rust te doen wat nodig is vanuit hun geloofsovertuiging. In ons Heartbeat-onderzoek vragen we hen of zij zichzelf kunnen zijn op het werk en of zij zich thuis voelen in hun team en bij VodafoneZiggo.

Uitgangspunten

We definieerden vier uitgangspunten voor alle activiteiten die we ondernemen om diversiteit en inclusie in onze organisatie te stimuleren:

1. Diversiteit en inclusie is goed voor onze mensen, onze klanten en de maatschappij. Het draagt bij aan betere resultaten.
2. Wat iemand verdient, hangt af van de functie. We discrimineren niet op geslacht, afkomst, overtuiging of voorkeuren.
3. Iedere collega is baas over de eigen loopbaan. Mentoren, managers, rolmodellen en andere mensen in de organisatie zijn er om te inspireren en te ondersteunen.
4. Managers hebben het beste voor met hun mensen. Zij behandelen iedereen zonder vooroordelen.

Daarbinnen richten we ons op vier thema's:

1. Vrouwen
2. LGBT+
3. Mensen met afstand tot de arbeidsmarkt
4. Etniciteit

Vrouwen

Een goede balans tussen mannen en vrouwen in de organisatie leidt tot betere besluiten en draagt bij aan meer innovatie. Daarom werken we hard aan een betere man-vrouwverdeling binnen alle functies, niveaus en afdelingen. In 2019 was 28% van onze topmanagers een vrouw. Dit percentage reflecteert het aandeel van vrouwen in de gehele organisatie, dat ook op 28% lag. We zijn ons ervan bewust dat in de telecomsector nog relatief weinig vrouwen werken en doen ons best dit te veranderen.

VodafoneZiggo sloot zich aan bij het initiatief 'Talent naar de Top' en beloofde meer vrouwen door te laten stromen naar de top.

In Discover Traineeship, het opleidingsprogramma dat jonge talenten in onze organisatie volgen, is de verhouding tussen mannen en vrouwen 50-50.

Op 17 april 2019 lanceerden we ons vernieuwde beleid voor diversiteit en inclusie. We organiseerden een evenement in de Ziggo Dome met een paneldiscussie over gelijkheid tussen mannen en vrouwen, waarna we de lezing van Michelle Obama bijwoonden op dezelfde locatie. Op 8 maart 2019 deden we mee aan [International Women's Day](#) en op 11 april 2019 organiseerden we Girlsday. 150 meiden bezochten toen de open dag bij VodafoneZiggo.



LGBT+

VodafoneZiggo kent een grote LGBT+-gemeenschap. We hebben intussen een hechte en actieve groep collega's in ons LGBT+ & Friends-netwerk. In 2019 organiseerden zij trainingen en netwerkbijeenkomsten. Tijdens **Paarse Vrijdag** was er aandacht voor de campagne 'Jezelf kunnen zijn is een feest'. Zij hebben goede banden met het internationale netwerk van LGBT+-collega's van onze moederbedrijven.

We ondersteunen de Utrecht Gay Pride, zijn lid van de **Pride Business Club** en ambassadeur van **Workplace Pride**.

Mensen met afstand tot arbeidsmarkt

We vinden het belangrijk om mensen met afstand tot de arbeidsmarkt kans te bieden op een baan. Bij ons krijgen zij een volwaardige baan, waarbij zij deel uitmaken van onze reguliere teams.

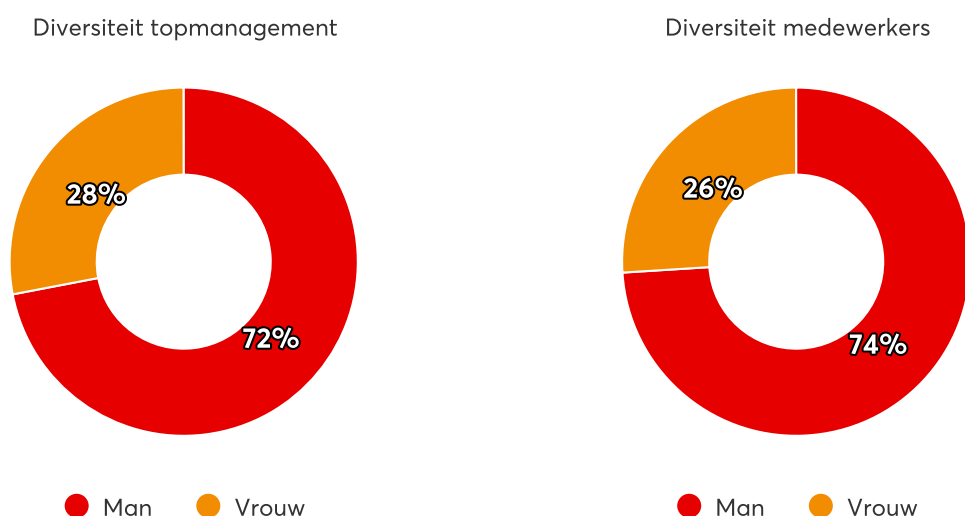
	Doelstelling 2020	2019	2018
Totaal aangenomen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt	90	87	50

We werken samen met externe partijen om de integratie van deze mensen zo succesvol mogelijk te laten verlopen, zoals de Lucile Werner Foundation, Emma at Work, Onbeperkt aan de slag, Locus en Normaalste zaak. Speciale jobcoaches begeleiden de werknemers bij hun werkzaamheden.

Onderzoeksinstituut TNO beoordeelt elk jaar het beleid dat we voeren om deze mensen aan te nemen en te begeleiden. Het resultaat geven zij weer in de 'Prestatieladder Socialer Ondernemen', een meetinstrument dat laat zien hoe goed een onderneming scoort op sociaal vlak. Hoe hoger op de ladder, hoe beter een bedrijf presteert. Dit jaar behaalden we de 'aspirant-status'.

Lees meer over de [Prestatieladder Socialer Ondernemen](#)

VodafoneZiggo heeft een wettelijke verplichting om mensen in dienst te nemen, die afstand hebben tot de arbeidsmarkt. Dit gebeurt onder de noemer 'Social Return on Investment' en geldt als voorwaarde voor onze aanbestedingen. We verwelkomden dit jaar 42 collega's met een afstand tot de arbeidsmarkt.



Etniciteit

VodafoneZiggo is een Nederlands bedrijf met een internationale uitstraling. We maken deel uit van een organisatie met vestigingen in vrijwel alle delen van de wereld. En daar zijn we trots op. Die internationale allure is zichtbaar op de werkvloer, waar mensen met verschillende culturele en etnische achtergronden met elkaar

samenwerken. Die diversiteit verrijkt onze organisatie en draagt bij aan meer onderling begrip. Het is belangrijk dat iedereen zich bewust is van elkaars culturele gewoonten en tradities. Daarom communiceren we hierover met elkaar, bijvoorbeeld tijdens Kerstmis, Pesach en de ramadan.

Werving en selectie

In ons aannamebeleid verankerden we diversiteit en inclusie. We selecteren mensen op basis van hun persoonlijkheid en kwaliteiten. We gebruiken data waarmee we vooroordelen bij de selectie vermijden. Onze vacatureteksten controleren we op toon, inhoud, stereotypen en vooroordelen. Het adviesbureau Energique leert onze HR-collega's hoe zij moeten omgaan met onbewuste vooroordelen. Iedereen moet zich welkom voelen in onze organisatie.

Werken bij VodafoneZiggo

Wij zijn een aantrekkelijke werkgever en dat willen we blijven. Wij investeren daarom fors in onze mensen, onze cultuur, onze kantooromgeving en techniek.

Manier van werken

In onze manier van werken hanteren we twee uitgangspunten: sturen op resultaten en onderling vertrouwen. Zo blijven we goed en effectief met elkaar samenwerken, in een tijd en een wereld die steeds dynamischer, veeleisender en complexer wordt. We vertrouwen erop dat iedereen deze verantwoordelijkheid kan dragen en we ondersteunen onze mensen hier zo goed mogelijk in.

We vragen flexibiliteit van onze mensen om een stapje extra te zetten en bereikbaar te zijn als het nodig is. We ondersteunen onze mensen om een goede balans tussen werk en privé te creëren met de mogelijkheid om flexibel te werken.

We werken steeds meer *agile*. Deze wendbare werkwijze maakt het mogelijk om snel en effectief in te spelen op de wensen van de klant en veranderingen in de markt. Dat betekent dat ongeveer 20% van onze mensen in het business-to-business-segment werkt in cross-functionele teams ofwel *squads*, en zo'n 25% van onze mensen in de consumentenmarkt.

Deze teams van acht tot twaalf collega's werken autonoom en bepalen zelf hoe zij invulling geven aan een bepaalde opdracht, zoals het ontwerpen en verbeteren van producten en diensten. In zogenoemde *sprints* – een vaste tijdsperiode van twee weken – pakken zij taken op. Aan het einde van de periode evalueren zij wat er goed ging en wat beter kan. 'Agile coaches' ondersteunen de teams hierbij.

Uit onderzoek blijkt dat mensen die zelfstandig werken en meer zeggenschap hebben over hun werk, tevredener zijn. Tevreden mensen helpen hun klanten beter, waardoor ook bij de klant de tevredenheid stijgt – een heuse win-winsituatie dus.

Overigens gaat lang niet de hele organisatie werken in agile teams. Het moet passen bij het soort werk dat we doen.



Harmonisatie arbeidsvoorwaarden

Het realiseren van één arbeidsvoorwaardenpakket voor al onze mensen was een belangrijke stap in de integratie van Vodafone en Ziggo. We gingen van twee arbeidsvoorwaardenpakketten met grote onderlinge verschillen naar één pakket voor iedereen. Het zorgde ervoor dat we alle collega's nu op een vergelijkbare manier voor hetzelfde werk belonen. We namen de onderlinge verschillen weg en zorgden voor duidelijkheid over de arbeidsvoorwaarden die voor een specifieke functie gelden. We begonnen dit proces in 2018 en ronden het af in juli 2019. Er waren meer dan veertig onderhandelingsrondes met sociale partners nodig om te komen tot een nieuwe cao met goede sociale voorzieningen en een nieuwe set aan bedrijfsregelingen.

Het nieuwe pakket aan arbeidsvoorwaarden kent een grote mate van keuzevrijheid, waarbij we extra inzet belonen. Onze mensen kunnen onder meer extra vrije dagen kopen, kiezen voor extra pensioeninleg, sparen voor een sabbatical, fiscaalvriendelijk een fiets aanschaffen of sporten met korting. Al onze mensen (voor wie de VodafoneZiggo-cao geldt) vallen nu onder hetzelfde functiewaarderingssysteem. Dit systeem bestaat uit vier loonlijnen (één per functiecluster). Daarnaast is er een nieuw pensioensysteem, dat bestaat uit een beschikbare premie-regeling waarbij iedere collega een goed pensioen opbouwt en de mogelijkheid heeft om extra in te leggen. Met de nieuwe, attractieve arbeidsvoorwaarden willen we talent behouden en het beste talent op de arbeidsmarkt binnenhalen.

Ontwikkelen van onze mensen

We willen dat onze mensen relevant zijn en blijven voor de organisatie en de arbeidsmarkt. We willen dat zij flexibel zijn en meebewegen met wat onze klanten en de markt vragen. Wij ondersteunen hen, zodat zij succesvol kunnen zijn in hun persoonlijke ontwikkeling en die van hun team en de organisatie. Zij krijgen de gelegenheid en ondersteuning om zich te ontwikkelen op inhoud, competenties, leiderschap en duurzame inzetbaarheid. Het leerproces vindt zoveel mogelijk plaats op de werkvloer en bestaat uit het uitvoeren van uitdagende projecten in samenwerking met anderen, waarbij collega's terugkoppeling geven op elkaars handelen.

De nadruk ligt op de ontwikkeling van het individu. We willen dat iedereen het beste uit zichzelf haalt. We geven onze mensen de ruimte om relevante vaardigheden aan te leren en zich voortdurend te ontwikkelen. We vertellen niet waarop zij zich moeten ontwikkelen. Elke collega is verantwoordelijk voor zijn eigen loopbaanplan.

Om hun vaardigheden te ontwikkelen, beschikken onze mensen sinds maart 2019 over een gezamenlijk online leerplatform 'Progress for You'. Hier leren zij onder meer over persoonlijk leiderschap, effectief communiceren, samenwerken, innoveren en analytisch denken. Daarnaast lopen er programma's om hen mee te nemen in de digitaliseringsslag van onze organisatie, zoals data-gedreven, agile en klantgericht werken.

Omdat iedereen anders leert, kiezen onze mensen de trainingsmethode die het beste bij hen past, zoals online cursussen, apps, podcasts en video's in het Engels of Nederlands. Sommige trainingen zijn verplicht voor alle collega's, bijvoorbeeld over onderwerpen als ethisch handelen en veiligheid. Andere trainingen volgen onze mensen naar eigen behoefte. Onze uitgebreide catalogus van ruim zevenhonderd trainingen bieden een scala aan onderwerpen, waaronder coachend leidinggeven, datavisualisatie en storytelling. Voor collega's die klanten te woord staan, zijn er functiespecifieke trainingen – dat gaat om monteurs, salesmanagers en collega's die werken in winkels en callcenters.

We ondersteunden de introductie van Progress for You met enkele evenementen om onze nieuwe leercultuur onder de aandacht te brengen. In juli en augustus 2019 organiseerden we bijvoorbeeld de Summer Boost, een intern trainingsprogramma waarin collega's met bijzondere verhalen hun ervaringen en kennis deelden met andere collega's. Onderwerpen waren onder meer mindfulness, het visualiseren van doelen en leren van de mentaliteit van topsporters.



Maatschappelijke activiteiten

We betrekken onze mensen graag bij onze inzet voor een digitale maatschappij waarin iedere dezelfde kansen heeft.

STEP UP FOR GOOD

Voor veel mensen, zowel jong als oud, is meedoen in de digitale samenleving nog helemaal niet zo vanzelfsprekend. VodafoneZiggo maakt zich er sterk voor dat iedereen digitale vaardigheden ontwikkelt. We hebben daarom verschillende programma's ontwikkeld om jongeren en ouderen te begeleiden: Online Masters, Experience Days en Welkom Online. Wij bieden medewerkers de mogelijkheid om zich onder werktijd als vrijwilliger in te zetten voor een van deze programma's. Zij kunnen als juf, coach of helpende hand een bijdrage leveren. Sinds oktober 2019 beschikken we over het online platform [Step Up for Good](#), waar zij zich als vrijwilliger kunnen registreren.

SPORTEVENEMENTEN

We organiseren sportevenementen zoals Connect Run, waarmee we in 2019 geld ophaalden voor de stichting [Kind en Ziekenhuis](#). Dit is een patiëntenorganisatie die zich sterk maakt voor medische zorg die rekening houdt met de behoeften van kinderen, zoals het serieus nemen van angst en het voorkomen van pijn.

Onze sportcommissie organiseert diverse sportactiviteiten voor onze mensen, zoals hardloop- en mountainbike clinics. Daarnaast faciliteert zij deelname aan sportevenementen. Onze collega's deden onder andere mee aan de 4 Mijl van Groningen en de Singelloop Utrecht. Verder hebben we een gemengd bedrijfshockeyteam en een **footy**-team.

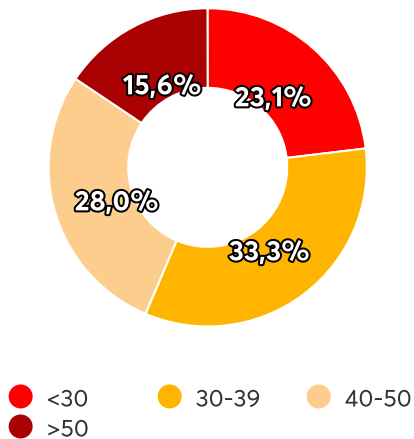
Werkplek

We bieden een geweldige plek om te werken. Niet alleen vanwege onze producten en diensten, maar ook door een kantoor dat gericht is op de nieuwste manieren van werken. Een plek die als basis dient voor alle collega's en waar je veilig en prettig kunt samenwerken. Een plek die duurzaam, dynamisch en slim is.

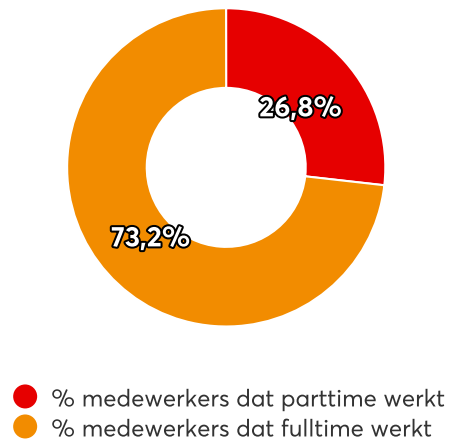
Onze werkomgeving is gericht op het stimuleren van verschillende soorten activiteiten en overlegvormen die onze mensen gedurende de dag hebben. We willen dat de manier van werken binnen onze organisatie onze mensen de energie geeft om in beweging te blijven, zodat zij zich persoonlijk ontwikkelen en optimaal kunnen bijdragen aan onze bedrijfsdoelen. Daarbij maken we gebruik van de menselijke en technische kwaliteiten die we in huis hebben. Denk bijvoorbeeld aan video conference, Skype en een cloud-omgeving waardoor we met collega's – op alle locaties - goed en efficiënt kunnen samenwerken.

We werken vanuit negen kantoorlocaties in Nederland, met twee *hubs* in Utrecht en Maastricht. Onze kantoren liggen zo centraal mogelijk, zodat deze goed bereikbaar zijn en collega's en gasten met de trein kunnen komen. We zorgen ervoor dat er genoeg plekken zijn om flexibel te werken. Bij de inrichting van het Central Office in Utrecht zorgden we voor een vitale omgeving en een plek waar mensen zich prettig voelen en fijn kunnen werken. In 2020 bouwen we een nieuwe *hub* pal naast het Centraal Station van Eindhoven. Het pand ontwerpen we geheel naar de wensen voor flexibel en agile werken. Eind 2021 nemen we het kantoor in gebruik.

Verdeling collega's leeftijd



Verdeling parttime en fulltime collega's



Nieuwe collega's

Nieuwe collega's verwelkomen we met een speciaal introductieprogramma. Dit is een belangrijk middel om hen snel het gevoel te geven dat ze onderdeel zijn van de VodafoneZiggo-familie. Tijdens dit programma leren nieuwe collega's onze mensen en organisatie kennen. We geven ze in korte tijd het gevoel dat ze er echt bij horen – de basis om goed te functioneren en met plezier te werken.

In de eerste twee werkdagen maken de nieuwe collega's kennis met de gedragscode, cultuur, waarde, missie en producten van VodafoneZiggo. Zij lopen een dag mee in een call center en brengen een bezoek aan een van onze winkels. Zij leren dat elke functie en elk individu in de organisatie even belangrijk is. Zij brengen een bezoek aan de **TEC Campus** en het Experience Centre, waar zij ervaren hoe wij onze klanten centraal stellen in alles wat wij doen. Ze nemen deel aan een onboarding-dag voor alle nieuwe starters van die maand.

Wijzigingen in onze IT-processen hebben ervoor gezorgd dat nieuwe collega's sneller aan de slag kunnen. 77% van alle nieuwe collega's beschikt al op de eerste dag over de apparatuur en middelen om mee te starten, zoals een laptop en een toegangspas. In 2018 was dit nog 51%. Een speciale Onboarding Desk met mensen van HR en IT ondersteunt de nieuwe collega's.

In totaal doorliepen in 2019 meer dan vierhonderd nieuwe collega's ons onboarding-programma. Het resultaat hiervan is een hechte groep mensen, die elkaar altijd weet te vinden en goed kan samenwerken.

Trainees

Talent bepaalt het succes van VodafoneZiggo. Een van de programma's die we daarom al vele jaren aanbieden, is het Discover Traineeship. Het doel hiervan is om talenten gedurende anderhalf jaar uitgebreid kennis te laten maken met ons bedrijf en onze mensen, waarbij wij hen uitdagen om snel te leren en groeien binnen een dynamisch bedrijf als het onze. In deze periode werken de trainees aan drie verschillende projecten. Twee daarvan vinden plaats binnen het bedrijfsonderdeel waar zij op een baan hebben gesolliciteerd en één binnen een ander onderdeel. Op die manier ontdekken zij meerdere facetten van de organisatie en dagen we hen uit om uit hun comfortzone te stappen. Zij nemen deel aan meerdere sessies met een trainer-coach om te werken aan hun persoonlijke ontwikkeling. Daarnaast volgen zij verschillende workshops en trainingen. Een lijnmanager ondersteunt elke trainee door het jaar heen.

We selecteren de trainees van wie wij geloven dat zij de innovatieve talenten zijn, die ons bedrijf nu en in de toekomst kunnen vormgeven. Daarom krijgt iedere kandidaat een uitgebreid assessment, waarin we kijken naar ervaring, kennis en groeipotentieel. In 2019 meldden zich ruim 750 mensen aan, van wie er uiteindelijk 42 mochten starten als trainees.

	Doelstelling 2020	2019	2018
Totaal Discover trainees aangenomen	50	42	n/a

Leiderschap

Onze managers – ongeveer zeshonderd mannen en vrouwen – volgden in 2019 de VodafoneZiggo Leadership Journey. Dit leiderschapsprogramma richt zich op de transformatie van sturen en controleren naar delegeren en coachen. De belangrijkste doelen zijn:

- het ontwikkelen van persoonlijke leiderschapskwaliteiten
- het bouwen van een informeel netwerk van leidinggevendenden
- het stimuleren van de gewenste organisatiecultuur
- verbinding maken met onze missie in alle activiteiten

Dit gebeurde onder meer in 360° feedback-sessies, waar de managers inzicht kregen in hun kwaliteiten en ontwikkelpunten. Tijdens het Leadership Event kwamen alle managers samen voor inspirerende sessies met als thema's plezier, vooruitgang en verbinding.

We introduceerden de Leadership App, een digitaal spel dat de speler dagelijks uitdaagt op het gebied van leiderschapsgedrag. De focus ligt hierin op zelfreflectie en het toepassen van nieuw aangeleerde vaardigheden, zoals gesprekstechnieken, coaching en feedback geven. Het Progress for You-platform biedt e-learning's die de managers vrijwillig kunnen volgen, met onderwerpen als teamprestaties, zelfontwikkeling en energie.

In het kader van de **digitalisering** van onze organisatie ontwikkelden we een lesprogramma voor agile en data-gedreven werken. Daarnaast voeren we continu een dialoog over de betekenis van onze waarden.

Om te bepalen of de managers hun werk goed verrichten en hun teams en mensen stimuleren en motiveren, is het Heartbeat-onderzoek van groot belang. Hierin bevragen we onze mensen onder meer over hun leidinggevenden. Als zij een lage beoordeling krijgen van hun team, gaan we in gesprek met de managers om te kijken wat deze nodig hebben om de teams beter te laten ontwikkelen.

Mobiliteit

We willen het aantal reisbewegingen tussen de verschillende VodafoneZiggo-locaties stevig terug te brengen. Hiervoor hebben we meer nodig dan goede technische faciliteiten. We investeren ook in de organisatiecultuur, zodat onze mensen zich comfortabeler voelen bij het werken en vergaderen op afstand. Door ervaring op te doen met deze technieken, raken ze er steeds meer mee vertrouwd.

We pasten ons mobiliteitsbeleid aan om de ecologische voetafdruk van onze activiteiten verder te verkleinen. Om gebruik van het openbaar vervoer te stimuleren, gaven we de meeste mensen de keuze uit verschillende soorten treinabonnementen. De meerderheid (51%) koos de optie 'volledig OV': een eersteklas treinabonnement, inclusief vrij privégebruik. Meer dan 120 leaserijders leverden hun auto vroegtijdig in om de overstap naar het openbaar vervoer te maken. Onze mensen legden in 2019 ruim 30,5 miljoen treinkilometers af.

Onze keuze voor een centrale locatie van ons Utrechtse kantoor – gelegen naast het Centraal Station – valt in de smaak bij jonge talenten, die graag werken op een goed bereikbare plek in de buurt van winkels en gelegenheden om met collega's een hapje of borrel te pakken.

We zetten belangrijke stappen op weg naar een groener wagenpark. Voor collega's die vaak onderweg zijn – zoals monteurs en salesmanagers –, kwamen we met een nieuwe leaseregeling. Hierin bieden we elektrische en hybride auto's aan tegen aantrekkelijke voorwaarden. We stelden twaalf hybride deelauto's beschikbaar op de verschillende kantoorlocaties, die onze mensen kunnen gebruiken voor dienstreizen.

In de komende periode ligt de focus op het verbeteren van het beleid, onder andere door het fietsgebruik verder te stimuleren.

	2019	2018
% medewerkers met een onbeperkt reizen treinkaart	51%	51%

Ziekteverzuim

Uit het tevredenheidsonderzoek onder onze mensen (het Heartbeat-onderzoek) bleek dat veel collega's dit jaar vaak een hoge werkdruk ervoeren. We zagen dit terug in een hoger verzuimpercentage van 5,42%. We onderzoeken wat de oorzaken hiervan zijn en hoe we kunnen investeren in preventie, gezondheid en vitaliteit.

In 2019 zijn we alvast extra gaan inzetten op verzuimbegeleiding. Onze managers weten beter wat zij moeten doen als een medewerker ziek thuis is. Zij krijgen hierbij ondersteuning van een team specialisten. In de loop van het jaar zagen we dat het ziekteverzuim daalde.

Als reactie op de voorlopige resultaten van het Heartbeat-onderzoek hebben we al enkele acties gedefinieerd voor 2020. Onze mensen krijgen bijvoorbeeld korting als zij gaan sporten. We verbeteren de werkplekken door aanpassingen te doen in onze panden. In ons Gronings kantoor plaatsten we bijvoorbeeld planten en maakten we bureaus geschikt voor een zit-stafunctie. Op meerdere locaties onderzochten we hoe we het binnenklimaat structureel kunnen verbeteren. Daarnaast investeren we verder in ons leiderschapsprogramma, waarbij we een belangrijke rol zien voor het geven van waardering. Gebrek aan waardering bleek een belangrijk thema onder veel collega's.

Ondernemingsraad

Nadat we één arbeidsvoorwaardenpakket voor al onze mensen hadden gecreëerd, was het een logische stap om één Ondernemingsraad (OR) te realiseren. Voorheen beschikte zowel Vodafone als Ziggo over een eigen OR. De samenvoeging tot één gezamenlijke raad van 25 leden maakt de afstemming tussen de organisatie en de OR effectiever en het werk voor de OR overzichtelijker. De verkiezingen voor de nieuwe OR vonden plaats van 12 tot en met 17 september 2019.



	2019	2018
Aantal medewerkers	7.450	7.438
Aantal FTE	6.696	6.656

Doelen en ambities

DIVERSITEIT EN INCLUSIE

Ons doel is om diversiteit en inclusie binnen VodafoneZiggo de komende jaren verder te bevorderen. We willen daarom duidelijk communiceren dat onze organisatie openstaat voor een grote variëteit aan nieuwe collega's. In het bijzonder bieden we arbeidskansen aan vrouwen, mensen met een arbeidsbeperking, LGBT+'ers en asielzoekers met een voorlopige of voorwaardelijke verblijfsvergunning (statushouders). We ondersteunen onze medewerkers bij het werven van deze mensen met job coaching, buddytrainingen en awareness-sessies. Onze inspanningen moeten resulteren in een goede score op de [Prestatieladder Socialer Ondernemen](#). Ook moeten ze ervoor zorgen dat we voldoen aan onze wettelijke verplichting om mensen met afstand tot de arbeidsmarkt in dienst te nemen ([Social Return on Investment](#)). In 2020 willen we ongeveer vijftig mensen met een arbeidsbeperking aannemen. Verder gaan we inzichtelijk maken hoeveel vrouwen in top- en hogere functies werken in ons bedrijf. Daarnaast streven we ernaar dat meer vrouwen instromen naar technische functies.

Diversiteit VodafoneZiggo	Doelstelling 2020	2019
Diversiteit topmanagement (weergegeven in % vrouw)	30%	25,6%
Diversiteit subtop management (weergegeven in % vrouw)	26%	19,8%

	Doelstelling 2020	2019	2018
Totaal aangenomen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt	90	87	50

AANTREKKELIJKE WERKGEVER

VodafoneZiggo wil dat alle medewerkers met plezier vooruitkomen in hun functie. Op die manier blijven ze gedurende hun hele loopbaan (binnen en buiten VodafoneZiggo) relevant voor de arbeidsmarkt. In ons HR-beleid stimuleren we collega's om zowel de vaardigheden van vandaag als die van toekomst te ontwikkelen. Ze leren van elkaar op de werkvloer en krijgen volop mogelijkheden om cursussen en opleidingen te volgen. Iedereen, met welke achtergrond, opleidingsniveau of (gebrek aan) technische kennis dan ook, nodigen we uit om bij ons de uitdaging aan te gaan.

VodafoneZiggo biedt medewerkers ook de kans om in de tijd van de baas vrijwilligerswerk te doen voor één van de maatschappelijke projecten van het bedrijf. Denk aan lesgeven aan kinderen in digitalisering of ouderen helpen hun weg te vinden op internet.



Onze organisatie



Organisatiestructuur

VodafoneZiggo is een joint venture van de Nederlandse divisies van Vodafone Group en Liberty Global, respectievelijk Vodafone Nederland en Ziggo. De moedermaatschappijen zijn de aandeelhouders van VodafoneZiggo en hebben een gelijkwaardig belang van 50%.

De officiële oprichting van het bedrijf vond plaats op 31 december 2016, na goedkeuring van de Europese Commissie en de ondernemingsraden van het voormalige Ziggo en Vodafone Nederland.

Bestuur & Directie

Het (statutair) bestuur van VodafoneZiggo bestaat uit de CEO en CFO, die worden benoemd door de algemene vergadering van aandeelhouders.

Onze directie ziet toe op het dagelijkse management en is verantwoordelijk voor het ontwikkelen van een langetermijnvisie en het formuleren van de bedrijfsstrategie. De directie bestaat uit de CEO, CFO en zeven directieleden die de volgende bedrijfssonderdelen vertegenwoordigen:

- Strategy Insights & Integration
- Consumer Business
- Enterprise Business
- Customer Operations
- Technology
- HR
- External & Legal Affairs
- Finance

De directie werkt nauw samen met het Senior Management Team (SMT). Dit is een groep van 65 ervaren directeuren en senior managers, verdeeld over acht bedrijfssonderdelen. De directie en het SMT hebben de dagelijkse leiding over 7.450 interne en 3.000 externe medewerkers.

Samenstelling directie

JEROEN HOENCAMP – CEO

Jeroen werkte 18 jaar bij Vodafone Group. Tot zijn start als CEO van VodafoneZiggo was hij CEO van respectievelijk Vodafone Ireland & UK en Vodafone Nederland.

RITCHY DROST – CFO

Ritchy was CFO van Ziggo en werkte daarvoor 17 jaar bij Liberty Global, onder meer als CFO van de Europese divisie van Liberty Global en UPC Nederland.

THOMAS MULDER – EXECUTIVE DIRECTOR HUMAN RESOURCES

Thomas was directeur HR van Vodafone Nederland. Vanaf januari 2017 werkte hij in Londen als Global HR Director voor de grootzakelijke tak Group Enterprise. In de zomer van 2018 keerde hij terug naar Nederland. Op 1 augustus 2018 volgde hij Anja Maassen van den Brink op.

JOHN VAN VIANEN – EXECUTIVE DIRECTOR BUSINESS-TO-BUSINESS

John was CEO van KPN Zakelijke Markt en lid van het Executive Committee van KPN. Onder zijn leiding integreerde IT Solutions (voorheen Getronics) met KPN.

MARCEL DE GROOT - EXECUTIVE DIRECTOR BUSINESS-TO-CONSUMER

Marcel was Consumer Business Unit Director van Vodafone Nederland en was dat eerder bij Vodafone Ireland. Hij begon zijn carrière bij GlaxoSmithKline.

ROBIN CLEMENTS – EXECUTIVE DIRECTOR CUSTOMER OPERATIONS

Robin was 15 jaar werkzaam bij KPN in diverse operationele en commerciële rollen, zowel in de vaste en mobiele telefonie als in de internettak. Voor VodafoneZiggo was hij bij Achmea Centraal Beheer en FBTO verantwoordelijk voor marketing, sales en service in de particuliere en kleinzakelijke markt.

EBEN ALBERTYN – EXECUTIVE DIRECTOR TECHNOLOGY

Eben was Technology Director Vodafone Nederland. Voor zijn komst naar Nederland vervulde hij een aantal technische senior executive-rollen bij telecombedrijven in Afrika.

BARBARA JONGERDEN – EXECUTIVE DIRECTOR EXTERNAL & LEGAL AFFAIRS

Barbara was Corporate Affairs & Strategy Director bij Vodafone Nederland. Ze werkte eerder bij PwC, Corporate Express (nu Staples) en Liberty Global.

ROBIN KROES – EXECUTIVE DIRECTOR STRATEGY INSIGHTS & INTEGRATION

Robin was Senior Vice President Strategy & Integration bij Ziggo. Vanaf 2012 was hij Vice President Strategy & Corporate Development UPC Nederland. Hij begon zijn carrière bij Chello Media.

Raad van commissarissen

De raad van commissarissen adviseert en houdt toezicht op het (statutair) bestuur. De raad van commissarissen bestaat uit acht leden:

- drie leden die zijn benoemd op voordracht van Liberty Global
- drie leden die zijn benoemd op voordracht van Vodafone Group
- twee onafhankelijke leden die zijn benoemd op voordracht van de ondernemersraden van voormalig Vodafone Nederland en Ziggo

Samenstelling raad van commissarissen

De raad van commissarissen bestaat uit de volgende leden (samenstelling op 31 december 2019):

MANUEL KOHNSTAMM (CHAIR)

(1962, Nederlands)

Senior Vice President & Chief Corporate Affairs Officer Liberty Global

BAPTIEST COOPMANS

(1965, Nederlands)

Chief Executive Officer UPC Switzerland

CHARLIE BRACKEN

(1966, Brits)

Executive Vice President & Chief Financial Officer Liberty Global

SERPIL TUMURAY

(1969, Turks)

CEO Europe Cluster Vodafone Group

CARMEN VELTHUIS

(1974, Nederlands)

Finance Director Europe Cluster Vodafone Group

JOHN OTTY

(1964, Brits)

Group Financial Controller Vodafone Group

HUUB WILLEMS

(1944, Nederlands)

Hoogleraar Corporate Litigation aan de Rijksuniversiteit Groningen
en voormalig voorzitter van de Ondernemingskamer van het
Gerechtshof in Amsterdam

CARLA MAHIEU

(1959, Nederlands)

Global Head Human Resources & Executive Vice President Aegon N.V.

Commissarissen afgetreden in 2019:

- Diederik Karsten, afgetreden op 22 maart 2019.
- Margherita Della Valle, afgetreden op 31 december 2019.

De raad van commissarissen heeft twee commissies (samenstelling op
31 december 2019):

- *De Audit, Risk & Compliance Committee: De Audit, Risk & Compliance Committee:* Charlie Bracken (Chair), Baptiest Coopmans, Margherita Della Valle en John Otty
- *de Remuneration & Nomination Committee:* Serpil Timuray (Chair), John Otty, Manuel Kohnstamm en Charlie Bracken

Risicobeheersing

Wij vinden het belangrijk dat we weten welke risico's onze strategie kunnen beïnvloeden. We willen de juiste maatregelen treffen om deze risico's te beheersen om zo onze klanten, mensen, reputatie en aandeelhouders te beschermen. Voor elk bedrijfsonderdeel is een medewerker verantwoordelijk voor het herkennen en benoemen van alle relevante risico's in zijn bedrijfsonderdeel. Vier keer per jaar rapporteren deze medewerkers aan het Privacy, Risk & Compliance Team van VodafoneZiggo. Dit team borgt de kwaliteit van het proces, coördineert bedrijfsbrede risico's en zet de tien belangrijkste risico's op een rij. De risico-eigenaar is verantwoordelijk voor het uitvoeren van maatregelen om het risico te beheersen.

Grootste risico's

De tien belangrijkste risico's in 2019 waren:

CONCURRENTIE

Het risico van groeiende concurrentie van telecomproviders, maar ook content- en media-aanbieders zoals Amazon, Google en Apple. Dit zou ten koste kunnen gaan van onze omzet en winst. Door de vele externe factoren is dit risico lastig te beheersen. We houden de marktontwikkelingen nauwlettend in de gaten en blijven zorgen voor onderscheidende 'content' (sport, films, series en tv-programma's).

CONSUMENTENKREDIET

Het risico dat we niet voldoen aan de wet- en regelgeving voor consumentenkrediet, met mogelijk overcreditering van consumenten als gevolg. Hierdoor kan de overheid sancties aan ons opleggen. We verplichten alle collega's die contact met klanten hebben, om een training te volgen. Zij leggen allemaal de **bankierseed** af. Daarnaast nemen we andere preventie- en detectiemaatregelen om het risico verder te beperken. We bekijken continu of en hoe we het complianceprogramma kunnen verbeteren.

CYBERAANVALLEN

Het risico van een cyberaanval, zowel van binnen als buiten de organisatie. Dit kan onder meer datalekken en netwerkstoringen veroorzaken. We zijn constant bezig met het verbeteren van preventie, detectie en correctiemaatregelen om de beveiliging te verhogen en het risico van cyberaanvallen te verkleinen. Daarnaast voldoen we aan de algemene veiligheidsrichtlijnen die hiervoor gelden en volgen we de laatste ontwikkelingen op de voet.

DATAKWALITEIT EN -MANAGEMENT

Het risico dat datakwaliteit en datamanagement niet voldoen, waardoor we geen goede basis hebben om beslissingen te nemen. Dit kan negatieve effecten hebben voor onze klanten. Ook kunnen we hierdoor onze commerciële en strategische doelen moeilijker behalen. We ontplooiën verschillende initiatieven en projecten om de datakwaliteit en het databeheer te verbeteren.

INTEGREREN VAN DE VERSCHILLENDE IT-SYSTEMEN

Het risico dat het realiseren en migreren van IT-systemen mislukt, met grote gevolgen voor onze klanten, opbrengsten, kosten en reputatie. Dit risico raakt alle grote IT-transformatieprogramma's en kan ook leiden tot slechtere interne controle. De risico-eigenaar en het management bespreken regelmatig de voortgang van de programma's en de status van de risico's. Waar nodig, sturen zij bij.

MEDEDINGINGSRECHT

Het risico dat we niet voldoen aan de mededingingswetgeving. Dit kan effect hebben op onze klanten en een aanleiding zijn voor de overheid om sancties aan ons op te leggen. Om dit risico te beheersen, brengen we regelmatig de richtlijnen over mededinging onder de aandacht. Onze mensen kunnen deze regels ook altijd raadplegen op intranet. We geven persoonlijke trainingen en bieden een verplichte e-learning aan voor alle medewerkers van VodafoneZiggo.

INLOSSEN KLANTVERWACHTING

Het risico dat we onze klanten niet de ervaring kunnen bieden, die zij verwachten. De oorzaken hiervan zijn bijvoorbeeld fouten in onze systemen, in onze producten en bij onze klantenservice. We voerden verschillende projecten uit, die een bijdrage leverden aan een positieve klantbeleving en -ervaring. Enkele projecten blijven doorlopen. In de hele organisatie volgen we voortdurend de ontwikkeling van de klantbeleving.

PRIVACY

Het risico dat we de privacyregelgeving niet nakomen. Dit kan schade opleveren aan onze klanten en onze reputatie. De overheid kan sancties opleggen. Met een organisatiebreed programma voerden we de vernieuwde privacywetgeving in. Ons Privacy Office houdt alle ontwikkelingen rond privacy bij en werkt aan het terugbrengen van de risico's.

Lees meer over [privacy](#) in dit jaarverslag.

REGELDRUK

Het risico van meer en complexere regelgeving die een grote invloed kan hebben op onze organisatie en strategie, onder meer op het gebied van spectrumveilingen en kabeltoegang. Het team Regulatory Affairs volgt de nieuwe ontwikkelingen op het gebied van wet- en regelgeving. Dit team heeft regelmatig overleg met de overheid en stakeholders over nieuwe ontwikkelingen op het gebied van wet- en regelgeving binnen onze branche.

TECHNOLOGISCHE STORING

Het risico dat een belangrijk onderdeel van onze infrastructuur verstoord raakt. Hierdoor kunnen we sommige diensten niet meer leveren, wat een groot effect kan hebben op onze klanten en omzet. We introduceerden veel maatregelen en projecten om te bouwen aan een betrouwbaar netwerk en infrastructuur, waarin we storingen zoveel mogelijk tegengaan. We monitoren alle netwerken op (mogelijke) technische storingen en grijpen direct in om de gevolgen voor onze klanten te beperken.

Ethisch handelen

We streven ernaar om op een eerlijke en integere manier te werken, volgens de hoogste ethische en juridische normen. Met respect voor elkaar en degenen met wie we zakendoen.

Gedragscode

In ons bedrijf werken we met vele duizenden mensen samen, voor een veelvoud aan klanten. Om van elkaar te weten hoe we samen willen werken, is het van belang dat we gezamenlijke gedragsregels hebben, vastgelegd in een **gedragscode**. Zo'n gedragscode geeft richting aan ons dagelijkse doen en laten en beschrijft welke regels er gelden binnen ons bedrijf: formeel, informeel en ethisch. In januari 2019 lanceerden we onze vernieuwde gedragscode.

Training

Gedurende het jaar kregen al onze mensen trainingen over gedrag en ethisch handelen, waarbij ze leerden over:

- privacy
- anti-omkoping en -corruptie
- mededingingsrecht
- veiligheid
- gezondheid en welzijn
- de gedragscode

Elke twee maanden besteedden we aandacht aan een thema uit de gedragscode met onder meer posters, artikelen, discussies op Yammer (vergelijkbaar met Twitter, maar alleen voor medewerkers), trainingen en teambijeenkomsten.

Het Privacy, Risk & Compliance Team zag dat de bewustwording over ethisch handelen toenam door deze activiteiten. Dat uitte zich onder meer in een hoger aantal meldingen en verzoeken om advies. De terugkoppeling vanuit onze mensen gebruiken we om de communicatie en trainingen over ethisch handelen verder te ontwikkelen.

- Bijna 95% van onze mensen heeft de modules over de gedragscode afgerond. We zijn we ook bezig om elke externe die wij inhuren, verplicht de modules te laten volgen.
- Trainingsuren: corporate 4000 x 2,5 uur en customer-facing 4.500 x 0,5 uur

Klokkenluidersregeling

De gedragscode geeft ook aan hoe in- en externe medewerkers moeten handelen, als zij vermoeden dat er misstanden of overtredingen plaatsvinden. Belangrijk hierbij is dat zij zich veilig voelen om dergelijke zaken te melden. Wij stimuleren hen om dit te doen en beloven dat we iedereen die te goeder trouw handelt, beschermen.

We bieden onze mensen verschillende manieren om een melding door te geven als zij een vermoeden hebben van een misstand. In 2019 zagen we een toename van de meldingen, doordat we meer aandacht schonken aan dit onderwerp en interne discussies hierover voerden. Ook de kwaliteit van de meldingen nam toe. Elke melding bevat meer informatie, zodat we de gevolgen en de prioriteit beter kunnen beoordelen. Vervolgens treden we sneller en efficiënter op. De noodzakelijke informatie stellen we veilig. De kwaliteit van de beoordelingen is beter. De disciplinaire maatregelen die voortvloeien uit de beoordelingen, variëren van een waarschuwing tot ontslag op staande voet.



Bijlagen

Producten en diensten

VodafoneZiggo biedt producten en diensten op het gebied van televisie, breedbandinternet, telefonie en mobiel dataverkeer aan consumenten en zakelijke klanten in Nederland.

Televisie

Een basis-tv-abonnement geeft de klant toegang tot minstens 45 televisiezenders en verschillende radiozenders.

Het totale zenderaanbod bestaat uit entertainment, sport, films, documentaires, lifestyleprogramma's, nieuws, adult-, kinder-, etnische, betaal- en buitenlandse kanalen.

De klant kan tv-kijken waar, wanneer en hoe hij maar wil, bijvoorbeeld met een digitale videorecorder, een multimediamodem of een mobiele app.

De slimme gebruikersinterface stelt de klant in staat te kijken naar lineaire ('gewone') tv, video on demand of persoonlijke media.

Het is mogelijk om media te bekijken en te delen op meerdere apparaten. Met de Ziggo GO-app kunnen klanten overal in de EU op een tweede scherm kijken.

Breedbandinternet

VodafoneZiggo wil zijn klanten overal en altijd een goede netwerkverbinding bieden. Daarom investeren we in ons breedbandnetwerk, mobiele diensten, wifi-oplossingen en apparatuur voor binnenshuis.

Klanten krijgen toegang tot het netwerk met een kabelmodem of een draadloze verbinding via een wifi-gateway. Zij kunnen kiezen uit verschillende internetsnelheden, tot 400 megabit per seconde voor consumenten en tot 500 megabit per seconde voor kleinzakelijke klanten.

Onze internetdiensten zijn inclusief e-mail, adresboek en software voor ouderlijk toezicht.

Tegen een meerprijs bieden we extra diensten, zoals online opslagmogelijkheden, meer webruimte en beveiliging tegen virussen, spyware en spam.

Met Wifispots hebben klanten ook buitenshuis toegang tot draadloos internet. Deze dienst maakt gebruik van de wifi-routers van klanten, zonder dat de veiligheid van de gebruikers in gevaar komt.

Bellen via de vaste lijn

De vaste telefoonlijn van VodafoneZiggo loopt via het 'Voice over Internet Protocol' (VoIP).

Een basisabonnement geeft recht op een vaste telefoonaansluiting met een keuze uit diverse opties, zoals onbeperkt bellen binnen het netwerk, bellen naar nationale of internationale nummers en bellen tijdens daluren.

Tegen een meerprijs bieden we diensten aan, zoals een extra telefoonlijn, een Personal Call Manager om binnenkomende en uitgaande gesprekken te managen en een unified messaging-dienst om berichten van verschillende 'formats' in één gemeenschappelijke inbox binnen te laten komen. De Personal Call Manager geeft de klant een compleet overzicht van onder meer binnenkomende en uitgaande gesprekken, gekozen nummers en de tijdsduur van gesprekken.

Mobiele diensten

Via onze mobiele diensten zijn klanten overal online verbonden. We leveren goede en snelle verbindingen met voldoende capaciteit.

Onze mobiele klanten kunnen bellen, sms'en, internetten, muziek streamen en televisiekijken, waar en wanneer ze willen, zowel binnenshuis als buiten de deur.

Het mobiele verkeer loopt via onze 2G-, 3G- en 4G-netwerken, die beschikken over een landelijke dekking. VodafoneZiggo stelt zijn mobiele netwerken onder commerciële voorwaarden open voor derden die onder hun eigen merknaam mobiele datadiensten verkopen.

Gebundelde diensten

Onze klanten kunnen onze producten in bundels aanschaffen, in combinaties van twee, drie of vier diensten. Dat gaat om:

- Internet
- TV
- Bellen via de vaste lijn
- Mobiele diensten

Zakelijke diensten

VodafoneZiggo heeft een speciaal dienstenpakket voor zijn zakelijke klanten in zes categorieën:

- Mobiele diensten, zoals wereldwijd bellen, sms'en, mobiele data en Internet of Things
- Telefoondiensten, zoals Voice over IP, videovergaderen en telefooncentrales voor intern gebruik
- Datadiensten, zoals internettoegang, besloten bedrijfsnetwerken (Virtual Private Netwerken), point-to-point-verbindingen en managed wifi-netwerken
- Televisie- en internetdiensten voor zakelijke klanten om hun klanten te kunnen bedienen
- Extra diensten, zoals webhosting, cloud-opslag en diensten om werken veilig te maken, bijvoorbeeld door bescherming tegen DDoS-aanvallen
- Convergente vaste en mobiele diensten, op maat gemaakt voor de zakelijke klant zoals Skype for Business

Stakeholderdialogen en materiële onderwerpen

Hoe wij waarde creëren

Als VodafoneZiggo willen wij waarde creëren voor onze 'stakeholders': onze klanten, medewerkers en de maatschappij. Om dat voor elkaar te krijgen, zetten we een scala aan mensen en middelen in. Zij vormen samen de input voor onze organisatie. Hiermee kunnen we onder meer onze klanten van dienst zijn, producten en diensten ontwikkelen en onderhoud plegen aan onze netwerken. Alles wat de organisatie maakt en in gang zet, noemen we de output. Deze vertegenwoordigt een bepaalde waarde voor elke stakeholder. Als bedrijf staan wij midden in de maatschappij. Wij hebben invloed op de maatschappij en de maatschappij op ons. Deze externe invloeden hebben effect op alle onderdelen van ons waardecreatiemodel.

Materialiteitsonderzoek

In dit jaarverslag publiceren we nieuws en ontwikkelingen die voor onze stakeholders van belang zijn. Wát we opnemen in dit verslag, bepalen we aan de hand van verwachtingen van de stakeholders en op basis van strategisch belangrijke ontwikkelingen. We volgen de maatschappelijke ontwikkelingen die invloed kunnen hebben op onze organisatie. Hiervoor gebruiken we externe onderzoeken (zoals sectoronderzoeken), media- en politieke scans, issue-analyses, individuele gesprekken en ons medewerkerstevredenheidsonderzoek (Heartbeat). Ook kijken we naar de **GRI**-richtlijnen, onze reputatieonderzoeken, bedrijfsrisico's, trendanalyses, marktontwikkelingen en de factoren die invloed hebben op vertrouwen en reputatie. Op basis van deze bronnen maakten we een lijst met de belangrijkste onderwerpen:

- Bedrijfsethiek
- Circulaire economie
- Community investment
- Digitale inclusie
- Digitale transformatie
- Diversiteit en inclusieve cultuur
- Elektromagnetische straling
- Energieverbruik en CO₂-emissies
- Governance

- Impact van producten en diensten
- Innovatie
- Ketenbeheer
- Netwerk
- Privacy
- Veiligheid
- Verantwoordelijke werkgever
- Zorg voor de klant

Deze onderwerpen bepalen de basis voor ons jaarverslag.

Onze stakeholders

VodafoneZiggo maakt communicatie mogelijk tussen individuen, organisaties, overheden en bedrijven – iedereen die deel uitmaakt van onze samenleving. We dienen hiermee een groot maatschappelijk belang en we zijn ons bewust van de verantwoordelijkheid die we dragen. Daardoor voelen we ons verbonden met de maatschappij.

VERTEGENWOORDIGERS VAN DE SAMENLEVING

We zijn in gesprek met verschillende stakeholders om te weten wat er speelt in de wereld om ons heen en welke rol zij daarin zien voor VodafoneZiggo. Met die kennis proberen we onze strategie en keuzes zo goed mogelijk aan te laten sluiten op hun wensen en waarden. In de onderstaande tabel geven we inzicht in alle contacten die we hadden met de verschillende stakeholders in 2019.

Stakeholdergroep	Belangrijkste materiële thema's	Op welke manier bespreken we deze thema's
Algemeen publiek (klanten en niet-klanten)	• Digitale inclusie • Elektromagnetische straling • Impact van producten en diensten • Investerings in de maatschappij • Privacy • Veiligheid • Zorg voor de klant	• Reputatieonderzoek • Maandelijkse NPS-metingen • Workshops met klanten om behoeften, wensen en ervaringen van de klant goed te begrijpen • Ziggo Community
Medewerkers	• Digitale transformatie • Diversiteit en inclusieve cultuur • Verantwoordelijke werkgever	• Drie keer per jaar houden we ons Heartbeat-onderzoek • All Hands-sessies • Gezamenlijke deelname aan vrijwilligersactiviteiten • Onboarding voor nieuwe collega's • Ondernemingsraad • Maandelijkse update op het intranet door CEO
Professionele stakeholders (politiek, ministeries, regelgevers, industrie, influencers, experts, maatschappelijke organisaties en investeerders)	• Bedrijfsethiek • Circulaire economie • Digitale Inclusie • Elektromagnetische straling • Energieverbruik/ CO₂-emissies • Governance • Innovatie • Privacy • Veiligheid	• Regelmatig overleg op allerlei niveaus over verschillende thema's • We hebben op verschillende momenten binnen en buiten het wetgevingsproces contact met relevante partijen en organisaties over zaken die VodafoneZiggo raken • Regelmatig contact via sectororganisaties (bijv. NLdigital) • We streven ernaar om (wisselende, soms tijdelijke) allianties te bouwen om problemen te agenderen, op te lossen en/of beleid te beïnvloeden. Denk hierbij aan de Open Internet Coalitie ter bevordering van het open internet. We leveren een bijdrage door actief deel te nemen in overheidsconsultaties op verschillende terreinen (van randvoorwaarden 5G tot regels omtrent een investeringsplicht in Nederlandse content). We zijn mede-initiatiefnemer van de Alliantie Digitaal Samenleven • We organiseren werkbezoeken en informatiesessies met professionele stakeholders om in dialoog te gaan over belangrijke materiële thema's • We organiseren evenementen in samenwerking met externe relaties • We nemen deel aan platformgesprekken • Partner van diverse organisaties (Netwerk Media-wijsheid, ECP, JINC en VHTO) • Bijdragen aan rondetafelbijeenkomsten en expertsessies, zoals de digitaliseringsagenda onderwijs van OCW en EZK, Werkgroep Onderwijs van NLdigital en Curriculum.nu • We werken samen met onze moederbedrijven en (buitenlandse) collega's

Over dit verslag

Met dit jaarverslag geven we onze stakeholders inzicht in de belangrijkste ontwikkelingen, prestaties en thema's uit 2019. We schetsen een eerlijk beeld over de zaken die goed gingen en geven inzicht in de uitdagingen die we voor ons zien. Daarnaast verwijzen we naar onze corporate website vodafoneziggo.nl, waar nieuwe informatie over de laatste ontwikkelingen en projecten staat.

Opzet en inhoud

Het jaarverslag kwam mede tot stand door de inzet van de managementleden die verantwoordelijkheid hadden voor een materieel onderwerp, Samen met de negen leden van de directie bepaalden zij de opzet van het rapport en leverden zij alle kwalitatieve en kwantitatieve gegevens aan voor de verslaglegging. De CSR Committee beoordeelde de concepttekst van het jaarverslag en gaf akkoord op de definitieve versie. De afdeling Corporate Communicatie is verantwoordelijk voor de samenstelling, eindredactie en publicatie van dit jaarverslag.

De gepresenteerde financiële cijfers zijn ontleend aan de geconsolideerde jaarrekening van VodafoneZiggo Group B.V. De geconsolideerde jaarrekening van VodafoneZiggo Group B.V. voor het jaar eindigend op 31 December 2019 is opgesteld overeenkomstig US GAAP en voorzien van een controleverklaring door KPMG Accountants N.V. op 13 maart 2020.

De [rapportagecriteria](#) van de Prestaties Duurzaamheid zijn de intern gehanteerde rapportagecriteria gebaseerd op de definities van het GreenhouseGas Protocol.

Onze ambitie

Ons doel is om een nog transparanter en uitgebreider jaarverslag te maken, waarin we focussen op de thema's waaraan onze stakeholders het meeste belang toekennen. Om helder te krijgen wat precies onze invloed is op de wereld om ons heen, laten we de komende jaren regelmatig impactstudies uitvoeren.

Voor vragen over dit jaarverslag of VodafoneZiggo kunt u mailen naar pers@vodafoneziggo.com.

Colofon

Website realisatie

F19 Digital Reporting

Ontwerp

Marco van Buren

Tekst

Rob Vissers

Sustainable Development Goals

Sustainable Development Goals (SDG) VodafoneZiggo's impact



	4 GOED ONDERWIJS	Achtergrond VodafoneZiggo heeft speciale lesprogramma's ontwikkeld (Welkom Online voor ouderen, Online Masters en Experience Days voor scholieren en gezinnen) Doelstelling Eind 2020 heeft VodafoneZiggo 152.500 mensen in Nederland digitaal vaardiger gemaakt.
	5 VROUWEN EN MANNEN GELIJK	Achtergrond We introduceerden in 2019 een nieuw diversiteits- en inclusiebeleid. Doelstelling 2019 28% vrouwen in de top (SLT en SMT) 2020 30% vrouwen in de top (SLT en SMT) - Gelijke beloning (ook voor parttime en fulltime medewerkers)
	7 DUURZAME EN BETALBAARDE ENERGIE	Achtergrond Ons netwerk, onze kantoren en winkels gebruiken energie. Om dit zo duurzaam mogelijk te laten verlopen, investeren we continu in energie-efficiëntie. Doelstelling 100% groene energie inkopen, opgewekt door Europese windmolens - Eik jaar 2% energie-efficiënter worden. - De meest energie-efficiënte apparatuur en software gebruiken - Stabiel houden van het energieverbruik van het groeiende netwerk
	8 FATSOENLIJKE BANEN EN ECONOMISCHE GROEI	Achtergrond We hebben een duurzame en ethische inkoopcode opgesteld ter voorkoming van misstanden in de keten. Daarnaast bevorderen we waardig werk voor iedereen. Doelstelling - PSO (prestatieladder sociaal ondernemen) meenemen in inkoopproces - Toegankelijkheidstoets op nieuwe kantoren - Hulpmiddelen realiseren (o.a. voor blinden en slechtzienden) bij het gebruik van onze websites en apps
	9 INNOVATIE EN DUURZAME INFRASTRUCTUUR	Achtergrond Door een infrastructuur te bieden van hoge kwaliteit en door innovaties door te voeren in Internet of Things (IoT), bevorderen we het welzijn van mensen en zorgen we voor duurzame oplossingen. Doelstelling - De mogelijkheden van digitalisering optimaal benutten door jaarlijks - bijna 1 miljard euro te investeren om onze netwerken (vast en mobiel) te verbeteren
	10 MINDER ONGELIJKHEID	Achtergrond We creëren een organisatie waarin medewerkers hun talenten kunnen inzetten, zich thuis voelen en zichzelf kunnen zijn. Doelstelling - Programma's doorontwikkelen op het gebied van digitale vaardigheden - Een organisatie die een afspiegeling is van de maatschappij (diversiteit en inclusie) - Volledige acceptatie binnen de organisatie voor alle medewerkers
	11 VEILIGE EN DUURZAME STEDEN	Achtergrond Steden helpen om efficiënter, veiliger en duurzamer te worden. Doelstelling - Met de IoT-oplossingen van VodafoneZiggo het - mogelijk maken voor steden om uit te groeien tot 'slimme' steden.
	12 DUURZAME CONSUMPTIE EN PRODUCTIE	Achtergrond We werken continu aan manieren om efficiënter om te gaan met natuurlijke hulpbronnen Doelstelling 80% van onze Ziggo-mediaboxen recycleren - Meer toestellen laten retourneren met onze Inruildeals

Environmental Impact

(in tCO2)

Scope 1		2019			2018		
Onderdeel	Subonderdeel	Verbruik	Unit	CO2-emissie in ton	Verbruik	Unit	CO2-emissie in ton
Kantoren	Gebruik van fossiele brandstoffen	524.537	m3	988	337.264	m3	637
		-	liter diesel	-	-	liter diesel	-
Winkels	Gebruik van aardgas	382.534	m3	721	461.461	m3	872
Netwerk	Het mobiele netwerk	161.383	liter diesel	521	275.828	liter diesel	891
	Vast netwerk en datacenters	31.772	m3	60	121.433	m3	230
		29.055	liter diesel	94	19.309	liter diesel	62
Mobiliteit	Eigen wagenpark	2.419.265	liter diesel	7.814	2.519.897	liter diesel	8.139
		725.217	liter benzine	1.987	605.057	liter benzine	1.658
		3	litre lpg	-	970	litre lpg	2
Koudemiddelen	Kantoor	18.627	n.a.	19	-	n.a.	-
	Winkels	-	kg CO2eq	-	41.278	kg CO2eq	41
	Netwerk	153.010	n.a.	153	5.475	n.a.	5
Totaal (zonder Gold Standard certificaten)				12.357			12.538
Totaal (met Gold Standard certificaten)				-			-

Scope 2							
Onderdeel	Subonderdeel	Verbruik	Unit	CO2-emissie in ton	Verbruik	Unit	CO2-emissie in ton
Kantoren	Elektriciteitsverbruik kantoren	18.900.827	kWh	-		kWh	-
	Stadsverwarming	18.708	GJ	673	7.608	GJ	274
Winkels	Elektriciteitsverbruik	4.799.288	kWh	-	339.038	kWh	-
Travel	Bedrijfsauto's	62.772	kWh	-	62.598	kWh	-
Netwerk	Elektriciteitsverbruik acces netwerk	76.103.754	kWh	-	22.175.134	kWh	-
	Elektriciteitsverbruik core netwerk	111.976.723	kWh	-		kWh	-
	Elektriciteitsverbruik datacenters	106.966.417	kWh	-		kWh	-
	Mobiele netwerk		kWh	-	123.430.861	kWh	-
	Vast netwerk en Datacenters		kWh	-	137.591.530	kWh	-
Totaal (zonder Gold Standard certificaten)				673			274

Totaal (met Gold Standard certificaten)				-			-
--	--	--	--	---	--	--	---

Scope 3

Onderdeel	Subonderdeel	Verbruik	Unit	CO2-emissie in ton	Verbruik	Unit	CO2-emissie in ton
Mobiliteit	Zakelijke vluchten <700 km	98.560	km	29	59.657	km	18
	Zakelijke vluchten> 700 <2.500 km	860.865	km	172	680.780	km	136
	Zakelijke vluchten> 2.500 km	1.590.117	km	234	1.634.488	km	240
	Zakenreizen met het openbaar vervoer	4.284.366	km	154	4.284.366	km	154
	Zakenreizen met eigen auto	8.630.830	km	1.743	8.630.830	km	1.899
	Woon-werkverkeer met de eigen auto	6.936	tCO2	6.936	9.573	tCO2	9.573
	Woon-werkverkeer openbaar vervoer	317	tCO2	317	341	tCO2	341
Papier verbruik	Kantoren	180.000	kg papier	217	2.152	kg papier	3
Verzending apparaten	Verzenden pakketjes	902	tCO2	902	850	tCO2	851
Totaal (zonder Gold Standard certificaten)				10.706			14.064
Totaal				1.120			14.064

Afval Kantoren en steunpunten

2019

Karton en papier	13.851.000 kg
Koffieresidu	520.000 kg
Overig afval	108.310.000 kg

Afval Netwerk

2019

Verwijdering van het totale afval van telecommunicatieapparatuur	228.027 kg
Recycling van totale telecommunicatieapparatuur	197.393 kg
Hergebruik van het totale afval van telecommunicatieapparatuur	2.334 kg
Totale verwijdering van gevaarlijk afval	114.591 kg
Verwijdering van batterijen die zijn geclassificeerd als gevaarlijk of speciaal afval	15.558 kg
Verwijdering van asbest	- kg
Totale recycling van afval geclassificeerd als gevaarlijk of speciaal	80.858 kg
Recycling van batterijen geclassificeerd als gevaarlijk of speciaal afval	10.113 kg
Totaal hergebruik van afval geclassificeerd als gevaarlijk of speciaal afval	- kg
Hergebruik van batterijen die zijn geclassificeerd als gevaarlijk of speciaal afval	2.334 kg

