



Nieuwe verbindingen

Jaarverslag VodafoneZiggo 2017

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	3	4 Plezier: Altijd en overal	28	7 Financiële resultaten	51
1 Hoogtepunten 2017	4	Hoe kijken we televisie?	29	Omzet en bedrijfsresultaat	52
Jaaroverzicht	5	De beste content	30	Resultatenrekening	53
Feiten en cijfers	7	Onze speciale evenementen	31	Balans	54
2 Waarde creëren voor klant, collega en maatschappij	9	5 Vooruitgang: investeren in de digitale toekomst	36	8 Over dit verslag	55
Trends en ontwikkelingen	10	Mobiel netwerk	37	Bijlage 1 Samenstelling directie	56
Hoe wij waarde creëren	11	Vast netwerk	38	Samenstelling raad van commissarissen	57
Strategie	12	Impact op klant en maatschappij	40	Bijlage 2 CO ₂ footprint	58
Producten en diensten	14	Blik op de toekomst	40		
3 Organisatie	16	6 Verbindingen: mens en samenleving versterken	42		
Integratie van Vodafone en Ziggo	16	Wat deed VodafoneZiggo in 2017?	43		
Medewerkers	18	CO ₂ reduceren met ICT	45		
Organisatiestructuur	23	De samenleving helpen met ICT	46		
Ons beleid	23	Wat de klant en maatschappij ervan merkten	47		
Inkoopbeleid	24	Samenwerken met maatschappelijke organisaties	48		
De wereld om ons heen	24	Blik op de toekomst	49		
		Cijfers in beeld	50		

Voorwoord

2017 was voor ons het jaar van nieuwe verbindingen. Vodafone en Ziggo verbonden zich en vormden een nieuw, sterk bedrijf. We verbonden technieken en netwerken om snelle en betrouwbare communicatie mogelijk te maken. En bovenal verbonden we mensen. We legden waardevolle verbindingen tussen mensen en voor mensen. We gebruikten de kracht van technologie om mensen te helpen en de samenleving sterker te maken, om een gevoel van verbondenheid te creëren, om ideeën uit te wisselen, om deuren te openen naar nieuwe werelden. Zodat mensen kunnen genieten en elkaar verder kunnen helpen. Ons doel luidt dan ook: **plezier en vooruitgang bij elke verbinding.**

Afgelopen jaar boden we consumenten het beste entertainment, zoals tv-programma's, series en films. We bouwden een feestje voor onze klanten. Zij kregen non-stop gratis extra's, zoals sneller internet via de kabel en grotere mobiele databundels. We verbeterden onze klantenservice, onder meer met een 'chatbot' en visuele ondersteuning bij hulpvragen. We lieten kinderen kennismaken met de technologie achter onze netwerken, zodat ze veiliger, bewuster en vaardiger online kunnen zijn. Ondernemers hielpen we op weg om efficiënter te werken en meer uit hun bedrijf te halen, zodat zij zich kunnen richten op waar zij goed in zijn: ondernemen.

Onze medewerkers maakten kennis met nieuwe collega's en gingen vol energie aan de slag. Het was voor iedereen wennen aan de nieuwe

organisatie. 2017 bleek voor ons allemaal een jaar vol uitdagingen. Ik ben er trots op hoe snel onze mensen hun weg wisten te vinden en samen een positieve en open cultuur gestalte gaven. In 2018 bouwen we verder aan meer verbondenheid, ook letterlijk, door te verhuizen naar één centraal kantoor in hartje Utrecht.

We kijken met een tevreden gevoel terug op 2017. Maar we kijken vooral vooruit. We willen invulling geven aan de digitale revolutie en de Nederlandse digitalisering aanjagen. Daarom bouwen we een infrastructuur die Nederland moet helpen om zijn digitale voorsprong te behouden.

Intussen vervaagt het onderscheid tussen vast en mobiel. Onze klanten zijn straks altijd en overal online. Daarom willen we vanaf 2020 het 'netwerk van de toekomst' aanbieden, waarbij zij nauwelijks meer merken of zij verbonden zijn via kabel, wifi of mobiel. Ons netwerk is dan nóg stabiel, slimmer en sneller, met internet-snelheden tot 1 Gigabit per seconde. Wij zijn er klaar voor.

Tot slot bedank ik onze klanten voor het vertrouwen dat zij in ons stelden en onze medewerkers voor hun tomeloze inzet. Zolang wij met elkaar verbonden zijn, is alles mogelijk.

Jeroen Hoencamp
CEO VodafoneZiggo

DE KLANT CENTRAAL

> Jaaroverzicht

> Feiten en cijfers



ONZE HERO PRODUCTEN

1 Hoogtepunten 2017

INVESTEREN VOOR DE TOEKOMST

Eerste dag als VodafoneZiggo

Het splinternieuwe bedrijf VodafoneZiggo schiet uit de startblokken en we hebben er zin in! Door de krachten te bundelen van het vaste netwerk van Ziggo en het mobiele netwerk van Vodafone, creëren we een nieuwe digitale snelweg in Nederland.

[Lees meer](#)



Journalistiek experiment 'De Tweede Kelder'

Vanuit de catacomben van het parlamentsgebouw maakt een groep jongeren een tv-programma over de aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen op 15 maart. Hun verrichtingen zijn dagelijks te zien op Ziggo-kanaal 13 en YouTube.

[Lees meer](#)



'Experience Days' maken kinderen warm voor techniek

Enthousiaste medewerkers van VodafoneZiggo laten kinderen tijdens de 'Experience Days' spelenderwijs kennismaken met technologie. Elke maand bieden zij scholieren een kijkje achter de schermen van ons bedrijf.

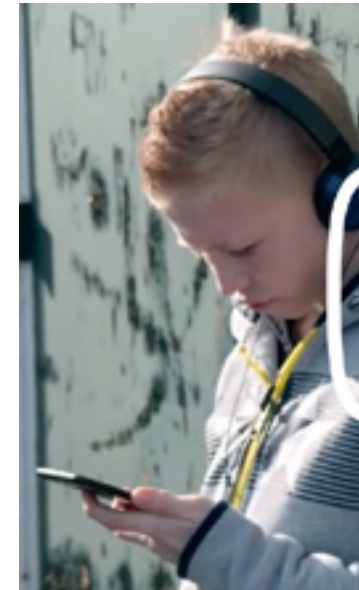
[Lees meer](#)



VodafoneZiggo trapt af in de Ziggo Dome

Ruim 7.000 collega's vieten op 22 maart in de Ziggo Dome dat we samen verdergaan als VodafoneZiggo. CEO Jeroen Hoencamp verricht de officiële 'kick-off'. Hij introduceert het doel voor ons nieuwe bedrijf: **'Plezier en vooruitgang bij elke verbinding'**. Met die gedachte gaan wij het verschil maken voor onze klanten, voor Nederland en voor elkaar.

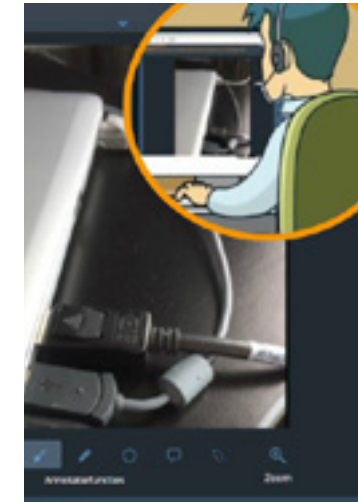
[Lees meer](#)



Rap-app 'Get the Flow' gaat stotteren tegen

Kinderen kunnen mee-rappen met hiphop-liedjes op de Get the Flow-app van VodafoneZiggo. Dit is een speelse manier om kinderen van het stotteren af te helpen. Met de app trainen ze hun uitspraak en krijgt hun zelfvertrouwen een boost.

[Lees meer](#)



Foto's helpen klanten uit de brand

Vaak is zien handiger dan uitlegen. Dat geldt zeker als mensen thuis problemen ervaren met hun netwerkverbinding en proberen te vertellen wat er mis is. Daarom biedt VodafoneZiggo sinds mei 2017 Visual Customer Support. Daarmee kan een klant met foto's laten zien wat eraan scheelt en kunnen wij visueel tonen hoe hij het probleem kan oplossen.

[Lees meer](#)



Landelijke dekking voor the Internet of Things (IoT)

De introductie van een IoT-netwerk met landelijke dekking maakt ons tot voorloper van de digitale revolutie. IoT verbindt apparaten op een efficiënte manier met het internet.

[Lees meer](#)

JANUARI

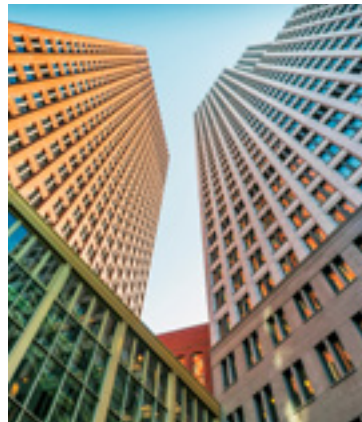
FEBRUARI

MAART

APRIL

MEI

JUNI



Overheid gaat in zee met VodafoneZiggo

Het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) gunt de rijksbrede aanbesteding voor mobiele communicatiediensten (IWR2017) aan Vodafone. Met de aanbesteding van mobiele diensten helpt Vodafone werknemers van de rijksoverheid flexibeler te werken, dankzij mobiele telefonie- en data, zowel in het binnen- als buitenland. Het gaat om 180.000 apparaten voor de komende 4 tot 7 jaar.

[Lees meer](#)

JULI

Campagne 'Vrijheid werkt'

Onderzoek laat zien dat als medewerkers zelf kunnen bepalen waar en wanneer ze werken, de productiviteit sterk verbetert. Digitale producten en diensten maken dit mogelijk. Met de marketingcampagne 'Vrijheid werkt' wilde Vodafone zijn zakelijke klanten inspireren en tonen hoe vrijheid echt werkt, zodat zij een hogere productiviteit kunnen realiseren.

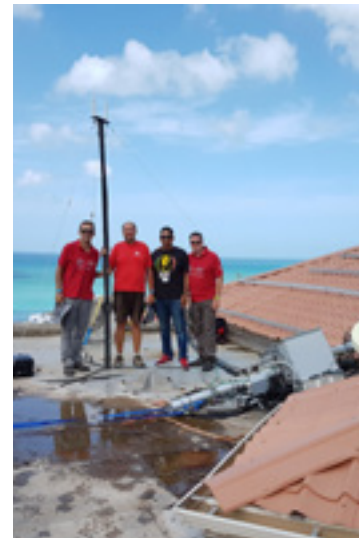
[Lees meer](#)

Exclusieve filmvertoning Game of Thrones

Met bioscoopketen Pathé boden we Game of Thrones-fans de mogelijkheid om een exclusieve vertoning bij te wonen in een Pathé-filmzaal. Uiteindelijk zagen honderden liefhebbers de finale van het voorlaatste seizoen in zeven bomvolle filmtheaters. Samen met het grootste aantal on-demand-kijkers ooit was dat voor ons een van de hoogtepunten van het jaar.

[Lees meer](#)

AUGUSTUS



Wifi voor stormslachtoffers Sint Maarten

Slachtoffers van de orkaan Irma op Sint Maarten kunnen contact leggen met familie en vrienden dankzij de hulp van vrijwilligers van de Vodafone Netherlands Foundation. Zij zetten een noodlocatie op waar de eilandbewoners een tablet kunnen lenen, toegang tot wifi hebben en hun telefoons kunnen opladen.

[Lees meer](#)

SEPTEMBER



VodafoneZiggo krijgt een nieuw centraal kantoor

In oktober 2018 verhuizen 1.600 medewerkers naar ons gloednieuwe kantoor in het midden van het land. VodafoneZiggo maakt bekend dat we gaan bouwen boven Hoog Catharijne, in hartje Utrecht.

[Lees meer](#)

Slogan verwoordt gevoel van opwindende toekomst

VodafoneZiggo neemt afscheid van zijn oude slogan 'Power to You' en introduceert 'The Future is Exciting. Ready?' Die past beter bij wat wij willen en waar we heen gaan.

[Lees meer](#)

OKTOBER

CEO roept op tot nationale digitaliseringtop

Tijdens het VodafoneZiggo Digitaliseringsdebat roept CEO Jeroen Hoencamp de regering op om een eenduidige visie te ontwikkelen op digitalisering en deze actief en consistent te ondersteunen. Anders loopt Nederland het risico achterop te raken.

[Lees meer](#)



'Online Masters' maken scholieren wegwijs in de digitale wereld

Digitale experts leggen aan scholieren uit hoe de digitale wereld in elkaar steekt in het gratis lesprogramma Online Masters. VodafoneZiggo lanceert het lespakket tijdens de nationale Week van de Mediawijsheid.

[Lees meer](#)

NOVEMBER



Ajax verlengt sponsorcontract

De voetballers van Ajax blijven het logo van Ziggo ook de komende periode op de borst dragen. De voortzetting van de sponsoring is voor ons een teken van een succesvolle samenwerking en wederzijds vertrouwen.

[Lees meer](#)

Grote ziekenhuizen kiezen voor VodafoneZiggo

VodafoneZiggo levert vaste en mobiele telefonie aan de academische ziekenhuizen in Amsterdam, Rotterdam, Leiden, Utrecht, Nijmegen, Maastricht en Groningen. Betrouwbaarheid en veiligheid staan voor deze klanten voorop. Het bewijst opnieuw de meerwaarde van de vereende krachten van Vodafone en Ziggo.

[Lees meer](#)

DECEMBER



ORGANISATIE

PLEZIER: ALTIJD EN OVERAL



Omzet

€ 4.019 miljoen
(-4% t.o.v. 2016)



Bedrijfsresultaat

€ 1.692 miljoen
(-6% t.o.v. 2016)



Investeringen

€ 827 miljoen
(21% van de omzet)



Kantoren

19



Winkels

186



3,9 miljoen klanten
vaste diensten



4,8 miljoen klanten
mobiele diensten



Totaal aantal
medewerkers

7.477



Totaal aantal
fte

6.806

Man-vrouwverhouding

Vrouwen
29%

Mannen
71%



Deeltijd

Parttimers
37%

Fulltimers
63%



LIBERTY GLOBAL

50% aandeelhouder VodafoneZiggo

30 landen

24 miljoen klanten



vodafone

50% aandeelhouder VodafoneZiggo

26 landen

523,5 miljoen mobiele telefonie-klanten



Aantal unieke uren content
Ziggo Sport &
Ziggo Sport Totaal:
ca. 5.500 uur



7 unieke Ziggo TV kanalen



141 miljoen
Replay TV-streams



22,2 miljoen
video on demand-streams
op Ziggo GO-app



Maximale downloadsnelheid
tot **400 Mbps**



Verdubbeling van de
data in bijna alle mobiele
bundels



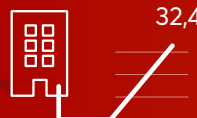
VOORUITGANG: INVESTEREN IN DE DIGITALE TOEKOMST



7,1 miljoen
aangesloten huishoudens



Aantal nieuwe consumenten-aansluitingen in 2017
60.579 = 7,4% groei



Aantal nieuwe zakelijke
coaxaansluitingen in 2017
19.479 = 32,4% groei



38.500 km glasvezelkabel
(ter vergelijking: de omtrek van de
aarde is 40.000 kilometer)



410.000 km coaxkabel in
Nederland
(ter vergelijking: dat is ruim **11x** de
omtrek van de aarde)



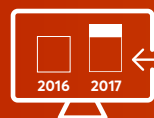
452.031
straatkasten



4.700
mobiele
zendmasten



Datapijk fixed **750 Gbps** op
28 augustus 2017 tijdens de
laatste aflevering van
Game of Thrones



Toename downloaddata (fixed):
+35-40%
t.o.v. 2016



Toename uploaddata (fixed):
+15-20%
t.o.v. 2016



Datapijk met mobiel:
829 Mbps



Toename dataverkeer mobiel
netwerk: **90%**

VERBINDINGEN: MENS EN SAMENLEVING VERSTERKEN



Aantal downloads 'Get The
Flow'-app: **10.000**

Get the Flow zit in het curriculum
van **70** spraaktherapeuten



169.535 kinderen
zijn digitaal vaardiger gemaakt



1.671 kinderen namen deel aan een Experience Day
op een van de kantoren van VodafoneZiggo



350 collega's gaven les bij online-masters.nl
en/of een Experience Day



13,8 kiloton CO₂-uitstoot



276 GWh elektriciteitsverbruik



> Inleiding

> Trends en ontwikkelingen

> Ons waardecreatiemodel

> Strategie

> Producten en diensten

2 Waarde creëren voor klant, collega en maatschappij

VodafoneZiggo is een Nederlands bedrijf dat vaste, mobiele en geïntegreerde communicatie- en entertainmentdiensten levert aan consumenten en bedrijven. Als VodafoneZiggo werken we hard om onze klanten te bieden wat zij willen. Liefst overtreffen we hun verwachtingen.

vodafone  

Door een betrouwbaar netwerk te leveren en door producten en diensten te ontwikkelen die altijd weer beter en sneller zijn dan tevoren. Waarde creëren voor onze klanten, noemen we dat.

Dat doen we overigens niet alleen voor onze klanten. Ook de maatschappij in zijn geheel willen we toegevoegde waarde bieden. Zodat iedereen zijn dromen en doelen makkelijker kan behalen.

Trends en ontwikkelingen

Er is veel veranderd sinds de kabel-tv zijn intrede deed in Nederland en de mobiele telefoon gemeengoed werd. Oudere klanten herinneren zich hoe zij voor het eerst filmpjes en muziek konden downloaden op hun computer. Of dat het ineens mogelijk was om tekstberichtjes via je telefoon te versturen. Partijen als Ziggo en Vodafone waren er al vroeg bij om dit mogelijk te maken. Nu, twintig jaar later, downloadt diezelfde klant een filmpje in een fractie van de tijd, met snelheden tot 1 Gbps. WhatsApp, Snapchat en Twitter haalden sms links en rechts in.

Het tempo waarin de digitale wereld zich inmiddels ontwikkelt, is zó hoog dat we kunnen spreken van een heuse revolutie. Apparaten communiceren met elkaar zonder tussenkomst van mensen. Door de groei van de automatisering en het toepassen van artificial intelligence verandert tussen nu en 2030 de helft van de huidige banen radicaal van inhoud. Of houdt op te bestaan. En tegelijkertijd levert deze digitale revolutie een enorme welvaart op. Voor de Europese Unie lopen

die schattingen uiteen van ruim **60 miljoen** tot wel **4 miljard** euro per dag. Daarmee verandert ook de manier waarop we werken, leren, leven en plezier maken.

VodafoneZiggo staat midden in deze digitale revolutie. Wij zijn ons ervan bewust dat wij een grote verantwoordelijkheid dragen om de veranderingen soepel te laten verlopen, met oog voor alle individuele en maatschappelijke aspecten. Zoals bescherming van de privacy en het voeren van een duurzaam bedrijfsbeleid. We werken hard aan de infrastructuur die dit allemaal mogelijk maakt. We investeren in uitmuntende netwerken, we zorgen dat wifi overal werkt en combineren ons vaste en mobiele net voor een nóg betere verbinding.

VodafoneZiggo ziet een aantal trends die de komende jaren het communicatielandschap gaan bepalen. Zoals Internet of Things (IoT), dat digitale machines met elkaar verbindt zonder dat er nog een mens aan te pas komt. Dat stelt hoge eisen aan de netwerken waarover die apparaten communiceren. Bijvoorbeeld voor zelfrijdende auto's, die continu alert moeten zijn in het verkeer. Of in de gezondheidszorg, waar een mensenleven kan afhangen van medische apparatuur.

Telefoons en andere apparaten beschikken over een spraakgestuurde assistent, vaak in de vorm van een elektronische 'praatpaal' zoals de Amazon Echo. Daarmee kun je onder meer een pizza bestellen, het volgende muzieknummer laten afspelen of het weerbericht opvragen.

Analoge tv en digitale videokastjes verdwijnen uit beeld. Providers bieden vrijwel alle content

'streaming', wat wil zeggen dat de gebruiker content meteen tot zich kan nemen, zonder te hoeven wachten tot een bestand in zijn geheel is gedownload. Veel streaming content loopt via WiFi-SON. SON staat voor Self Organizing Network, een netwerk waarin routers en modems zelf de beste frequentie zoeken, zichzelf installeren en verbindingproblemen oplossen. Gemak dient de mens.

Augmented Reality (AR) legt een extra, virtuele, laag over de werkelijkheid. Zo kun je bijvoorbeeld de camera van je telefoon op een winkelstraat richten en zien welke winkel aanbiedingen heeft. Of Pokémons vangen als ze in je buurt rondspringen. Bij VodafoneZiggo onderzoeken we hoe we AR kunnen inzetten om het werk van onze technische installateurs te vergemakkelijken. Een extra 'overlay' met informatie over een te repareren product toont waar ze op moeten letten en waar het probleem zich waarschijnlijk bevindt. Zo kunnen ze klanten sneller helpen.





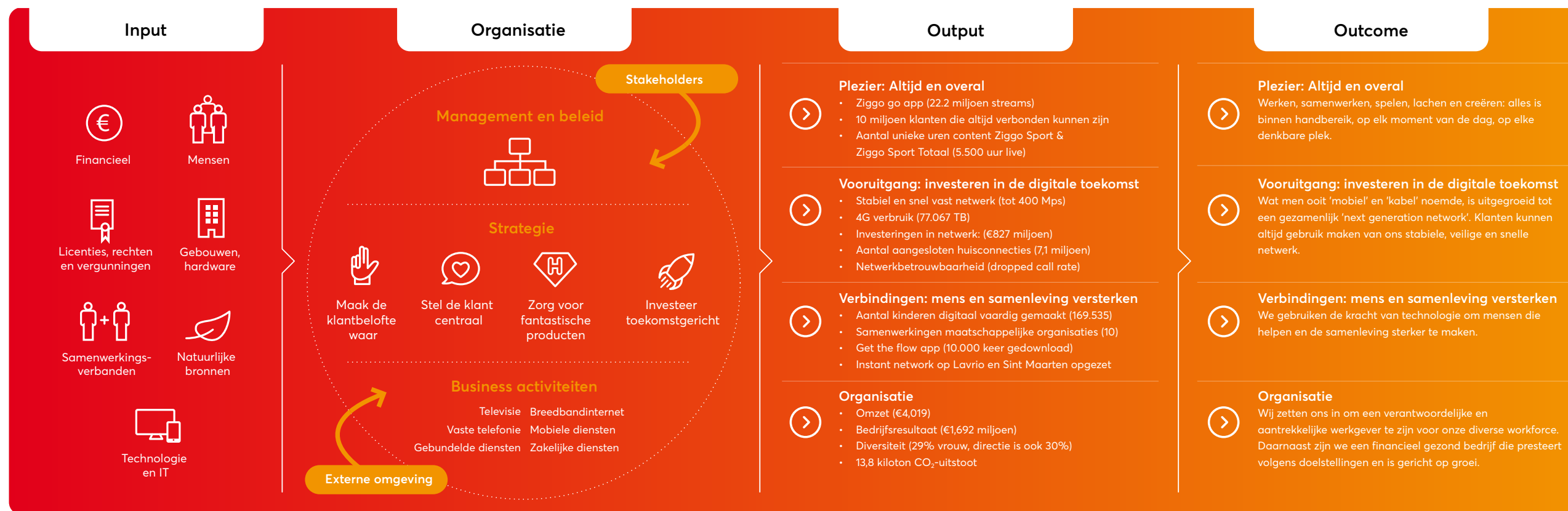
Hoe wij waarde creëren

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 organisa-

tie. Hiermee kunnen we onder meer onze klanten helpen, 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.

Waardecreatiemodel





Strategie

Plezier en vooruitgang, bij elke verbinding

De wereld raakt steeds meer verbonden. Connectiviteit en communicatie zijn de pijlers van onze maatschappij en economie. Maar verbondenheid gaat veel verder dan slimme connecties tussen netwerken of de techniek waarmee we contact leggen. Uiteindelijk draait het leven van mensen om het gevoel van verbondenheid. Met elkaar, met geliefden, vrienden en familie. Met de dingen die voor hen belangrijk zijn. Zodat ze volop kunnen genieten van alles wat de wereld te bieden heeft. Zodat mensen, bedrijven en de samenleving verder kunnen komen. Daarom luidt het doel van VodafoneZiggo: **plezier en vooruitgang bij elke verbinding.**

Plezier: altijd, overal

Als VodafoneZiggo leggen we waardevolle verbindingen, tussen mensen en voor mensen. Dat doen we in een samenleving die geen moment stil staat, waar afspraken steeds minder afhankelijk zijn van een specifieke tijd of plaats, waar communicatie, media en vermaak de hele dag beschikbaar zijn. Werken, samenwerken, spelen, lachen en creëren: alles is binnen handbereik, op elk moment van de dag, op elke denkbare plek.

Consumenten bieden we het beste entertainment, zoals tv, series en films. Ondernemers helpen we op weg met impactvolle bedrijfsvoering, zodat ze meer uit hun bedrijf halen, klantgericht werken en vooral hun tijd kunnen steken in wat zij het liefst doen: ondernemen. Onze medewerkers bieden we een fijne werkplek met een gezonde, positieve, open cultuur.

Vooruitgang: investeren in de digitale toekomst

Het tempo van innovatie ligt hoog, de ontwikkelingen vliegen je om de oren en soms lijkt het alsof de machines het winnen van de mens. Het tumult van deze tijd vereist nieuwe manieren van denken, nieuwe technieken en nieuwe combinaties. VodafoneZiggo is zo'n nieuwe combinatie. 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.

Vanaf 2020 willen we een 'netwerk van de toekomst' aanbieden, waarbij mobiele en vaste verbindingen nog dichter op elkaar aansluiten. Mensen zijn voortaan altijd en overal online. Ze zullen nauwelijks meer merken dat hun apparaten schakelen tussen vast internet, wifi, of mobiel internet. Ons netwerk wordt nóg stabiel, slimmer en sneller, met internetsnelheden tot 1 Gigabit per seconde. Dat is ook nodig, de databehoeften van Nederland groeien namelijk exponentieel.

Verbinding: mens en samenleving versterken

Omdat we zoveel mensen verbinden op zoveel verschillende vlakken, pakken we graag de verantwoordelijkheid om een positieve impact op gang te brengen. We gebruiken de kracht van technologie om mensen te helpen en de samenleving sterker te maken.

VodafoneZiggo zet deuren open naar nieuwe werelden met geweldige kansen, waar mensen en bedrijven met spanning maar ook met vertrouwen naar uitkijken. Daarnaast helpen we klanten met het vergaren van digitale skills.

Zo kunnen zij hun draai vinden in het tumult en controle pakken over hun digitale leven. Waar dan ook, wanneer dan ook: we wijzen de weg naar nieuwe manieren om plezier en vooruitgang te beleven.

Strategische pilaren

Uitstekende producten en een uitstekende klantervaring. Dat is onze belofte aan de klant. Om die waar te maken, werken we vanuit vier strategische 'pilaren'. Zij vormen de basis van ons handelen.

1 De belofte aan de klant waarmaken

In de loop van de tijd werden onze producten, processen en netwerken achter de schermen almaar complexer. Wij vinden dat de klant dit zo min mogelijk mag merken. Daarom werken we hard aan het verbeteren van onze processen en het opschonen van verouderde apparatuur. Enkele voorbeelden:

- Optimale klantervaring: We brengen duidelijk in kaart welke stappen een klant moet doorlopen om een bepaald product te kunnen gebruiken. We zorgen ervoor dat die reis zo goed en soepel mogelijk verloopt.
- Verouderde apparatuur opruimen en portfolio versimpelen: We brengen bijvoorbeeld het aantal IT-platformen terug en vervangen verouderde breedbandmodems en mediaboxen. We kunnen hierdoor makkelijker IT-wijzigingen doorvoeren en de klantervaring nog meer verbeteren.
- Hogere netwerkstandaarden: We investeren voortdurend in ons mobiele en vaste

netwerk, waardoor we een zeer hoge kwaliteitsstandaard hebben. We maken onze netwerkarchitectuur eenvoudiger, dringen het aantal menselijke fouten terug en voeren de prestaties op.

- Effectieve IT en processen: Om onze klanten zo goed mogelijk van dienst te zijn moeten we een goed inzicht hebben in wat ze willen en moeten we onze producten hier snel op kunnen afstemmen. Daarvoor vereenvoudigen en verbeteren we onze informatievoorziening en IT-systemen.

2 De klant centraal stellen

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 meer diensten af. Vaste en mobiele klanten kunnen bijvoorbeeld profiteren van onze gebundelde proposities met extra's.



3 Zorgen voor fantastische producten

VodafoneZiggo heeft in Nederland een sterke marktpositie. Die positie willen we behouden en verder uitbouwen. We doen alles om onze producten en de klantervaring zo positief mogelijk te maken. Op een aantal manieren werken we hieraan:

- 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 eersteklas 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-pakket 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 miljoen huishoudens deze aan.
- Internet of Things en Smart City: 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.

4 Investeren voor de toekomst

De snelheid waarmee nieuwe technologieën zich aandienen en bestaande technieken zich verder ontwikkelen, is adembenemend. Onze klanten verwachten van ons dat we altijd bij de tijd zijn en de laatste ontwikkelingen op de voet volgen. Dat is dan ook precies wat we doen. Zij kunnen vertrouwen op de meest geavanceerde netwerken en het beste entertainment. Nu en in de toekomst.

- Het netwerk klaar voor de toekomst: Het huidige vaste netwerk van VodafoneZiggo is toekomstvast. Consumenten beschikken momenteel over een maximale snelheid van 400 Mbps. Deze kunnen we verder verhogen tot 1Gbps (en later nog 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

 [\(zie ook hoofdstuk Vooruitgang: Investeren in de digitale toekomst\).](#)

- Geavanceerde analyses van klantdata: 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 klant levert dat verschillende voordelen op. We kunnen hem bijvoorbeeld suggesties doen voor een leuke serie of film. Als een klant weinig belt kunnen

we hem of haar 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.

- Focus op digitaal in alle kanalen: We vinden dat onze klant contacten nog meer digitaal moeten verlopen dan nu al het geval is. Steeds meer consumenten maken gebruik van onze selfservice-app en ook de verkoop van abonnementen gebeurt grotendeels digitaal.



Onze klanten willen appen, tv kijken en bellen, waar en wanneer zij dat willen. De scheiding tussen vast en mobiel is voor hen al lang weggefallen. Daarom was het een logische stap dat Vodafone en Ziggo samensmolten tot één bedrijf. Gezamenlijk zetten we in op nóg meer kwaliteit, betrouwbaarheid en innovatie. Perfect afgestemd op de wensen van onze klanten. Nu en in de toekomst.



Robin Kroes

Executive Director Strategie & Integratie

Producten en diensten

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

Televisie

- Een basis-tv-abonnement geeft de klant toegang tot minstens dertig televisiezenders en verschillende radiozenders.
- Met het basisabonnement kan de klant gebruikmaken van 'video on demand' en een elektronische programmagids. Hij kan programma's pauzeren en terugkijken.
- Het totale zenderaanbod bestaat uit entertainment, sport, films, documentaires, lifestyleprogramma's, nieuws, adult-, kinder-, etnische, buitenlandse en betaalkanalen.
- De klant kan tv kijken waar, wanneer en hoe hij maar wil, bijvoorbeeld met een digitale videorecorder, een multimedia-modem 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 mobiele app Ziggo Go kunnen klanten op een tweede scherm kijken.

Breedbandinternet

- VodafoneZiggo wil zijn klanten overal en altijd een goede netwerkverbinding bieden. Daarom investeren we in ons breedband-

netwerk, mobiele diensten, wifi-oplossingen en indoorapparatuur.

- 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 Mbps.
- 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 gebruikers in gevaar komt.

Vaste telefonie

- 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 open voor derden, die onder hun eigen merknaam mobiele data-diensten verkopen.

Gebundelde diensten

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

- Internet
- TV
- Vaste telefonie
- Mobiele diensten

Zakelijke diensten

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

1. Mobiele diensten, zoals wereldwijd bellen, sms'en, mobiele data en Internet of Things;
2. Telefoniediensten, zoals Voice over IP-telefonie, conference calls en telefoon-

centrales voor intern gebruik;

3. Datadiensten, zoals internettoegang, besloten bedrijfsnetwerken (Virtual Private Netwerken), point-to-point-verbindingen en managed wifi-netwerken;
4. Televisie- en internetdiensten voor zakelijke klanten om hun klanten te kunnen bedienen;
5. Extra diensten, zoals webhosting, cloudopslag en diensten om werken veilig te maken, bijvoorbeeld door bescherming tegen DDoS-aanvallen;
6. Convergente vaste en mobiele diensten, op maat gemaakt voor de zakelijke klant zoals Skype for Business.





> Inleiding

> Integratie van Vodafone en Ziggo

> Medewerkers

> Organisatiestructuur

> Ons beleid

> Inkoopbeleid

> De wereld om ons heen

3 Organisatie

Altijd bereikbaar zijn en overal beschikken over een veilige toegang tot internet, entertainment en bedrijfstoepassingen. Of je nou thuis bent, in de auto zit of aan het werk bent. Dat is wat klanten willen. Om dat te kunnen garanderen, is het nodig dat we vaste en mobiele diensten met elkaar integreren.

Met die gedachte in het achterhoofd besloten Vodafone en Ziggo in 2017 samen verder te gaan als één bedrijf. Om de gelijkwaardigheid van beide partners te benadrukken, kreeg de joint venture de samengestelde naam VodafoneZiggo.

Integratie van Vodafone en Ziggo

De nieuwe onderneming vormt een unieke combinatie van een nationaal kabelbedrijf en aanbieder van mobiele diensten. Ziggo bereikte na de fusie met UPC in 2015 al bijna alle Nederlandse huishoudens met zijn vaste netwerk. Vodafone heeft een landelijke dekking met zijn mobiele 2G-, 3G- en 4G-netwerken.

Samen kunnen we onze bestaande diensten op een hoger plan brengen en nieuwe services ontwikkelen op het gebied van communicatie en entertainment. Voor zowel de zakelijke als de particuliere markt. Op de lange termijn maakt de integratie het mogelijk om voortdurend te investeren in de digitale infrastructuur en innovatieve toepassingen.

De klant is de grote winnaar van het samengaan van de twee partijen. En natuurlijk Nederland, dat nu een extra telecom- en mediaspeler van formaat rijk is.

Keuzes maken

VodafoneZiggo wil het beste bedrijf van Nederland zijn met de meest tevreden klanten. Om dat voor elkaar te krijgen, moeten we stevige keuzes maken en de twee ondernemingen

Feest voor de klant

Onze bestaande klanten konden in de voorgaande periode profiteren van de actie 'Non-stop gratis extra's', waarmee zij iedere maand kosteloos een bijzonder voordeel kregen. Zoals supersnel internet, topkwaliteit interactieve televisie en een gratis beveiligingspakket.

omsmeden tot één efficiënt opererende organisatie. Het belang van de klant staat voorop bij alles wat we doen. Dat is zichtbaar in hoe we de integratie vormgeven, onze processen continu verbeteren en onze medewerkers motiveren. Hiermee kunnen we kosten besparen, wat zowel de klant als het bedrijf ten goede komt. Dat pakken we op verschillende manieren aan.

Eén platform voor mobiel

We verhuisden de mobiele telefoonabonnementen van Ziggo naar het Vodafone-platform. Zo'n 200.000 klanten maakten probleemloos de overstap. Het mobiele Ziggo-platform is hiermee verleden tijd, zodat we hiervoor geen kosten meer hoeven te maken.

Geïntegreerde service

De winkels van Vodafone en Ziggo voegen we samen in één retailconcept. Hierdoor kunnen we onze klanten van dienst zijn in liefst 186 winkels door het hele land. De telefonische en digitale services voor onze vaste en mobiele producten zijn nog gescheiden, maar gaan we steeds



Het nieuwe centrale kantoor

Een belangrijk onderdeel van de integratie is het samenbrengen van medewerkers. Daarom zijn we trots op ons nieuwe pand in Utrecht, waar een groot aantal collega's (op commerciële en staf-functies) van de twee voormalige bedrijven onder hetzelfde dak gaat samenwerken. Het 'central office' biedt ruimte aan 1.600 medewerkers en heeft ruim 15.000 vierkante meter aan kantooroppervlak. Het nieuwe gebouw ligt boven de hoofdingang van winkelcentrum Hoog Catharijne, dat gemiddeld 30 miljoen passanten per jaar heeft. We zitten pal tegenover de ingang van het Centraal Station, dicht bij alle vormen van openbaar vervoer. Dat is een belangrijke reden om deze locatie te kiezen. Het kantoor beschikt over een werkcafé, twee koffiebars, een dakterras, een VodafoneZiggo-winkel en ons Experience Center, waar wij zakelijke klanten en relaties kunnen ontvangen. We hebben de verhuizing gepland op 1 oktober 2018.



verder integreren. Het huidige aantal contact-centers brengen we terug tot een kleiner aantal centra met een grotere omvang. De klant kan uiteindelijk terecht bij één servicepunt voor alle producten. Onze medewerkers krijgen door deze nieuwe opzet meer mogelijkheden om zich in hun werk te ontwikkelen.

Samenvoeging IT-systemen

In 2017 integreerden we een aantal IT-platforms, waaronder de systemen voor kantoren, HR-services, intranet en internet. De complexere processen passen we de komende tijd zorgvuldig aan volgens de richtlijnen van een driejarig transitieplan. Dit geldt bijvoorbeeld voor de overgang naar één factuur voor zowel vaste als mobiele producten.

Eén centraal kantoor

De komende jaren brengen we het aantal kantoorlocaties terug van negentien naar negen. In 2018 verhuist een groot deel van onze medewerkers naar ons nieuwe kantoor in het centrum van Utrecht.

Herstructureren organisatie

Om efficiënt en slagvaardig te kunnen handelen, moeten we onze organisatie herstructureren. Dat betekent helaas ook dat we afscheid moeten nemen van collega's. In nauwe samenwerking met de ondernemingsraden en vakbonden hebben we de eerste adviesaanvragen op een goede manier afgerond. In het sociaal plan namen we diverse voorwaarden op om mensen te begeleiden naar nieuw werk. Medewerkers die hun baan verliezen, hebben bij interne vacatures voorrang op externe kandidaten.

Verder op de ingeslagen weg

In 2017 toonden we de meerwaarde aan van het samengaan van Vodafone en Ziggo. In 2018 gaan we verder op de ingeslagen weg en willen we nog meer synergie creëren. Door nieuwe producten en diensten te lanceren, een flinke efficiëncyslag te maken en de kwaliteit van ons werk naar een hoger niveau te brengen.

Medewerkers

Onze medewerkers vormen het kloppend hart van onze organisatie. Meer dan 60% van hen heeft dagelijks contact met de klant – in customer contact centers, in winkels, bij mensen thuis. De collega's van de commerciële, technische en supportafdelingen zorgen ervoor dat onze klanten blij met ons zijn en dat de klanttevredenheid in 2017 verder steeg.

Samen creëren we een open cultuur met veel energie en passie voor wat we doen. Hierin kunnen medewerkers zich continu ontwikkelen, zodat zij samen het beste bereiken voor de klant. De cultuur van VodafoneZiggo is gebaseerd op drie gemeenschappelijke waarden, die richting geven aan onze keuzes en handelen. Deze waarden hebben we afgelopen jaar samen gedefinieerd, zodat voor iedereen helder is:

- wie wij als bedrijf willen zijn
- hoe wij onze strategie waarmaken
- hoe wij met elkaar en met onze klanten omgaan

Culture crew

Hoe ziet de cultuur van VodafoneZiggo eruit? Hoe gaan we met elkaar om? Wat zijn onze symbolen, rituelen en tradities? En bovenal: wat zijn onze waarden? Een groep van dertig collega's vanuit alle geledingen van de organisatie ging hiervoor op onderzoek uit. Zij vormden de stem van de medewerkers en verwoordden waar de nieuwe organisatie voor staat. Cultuur is immers van ons allemaal. Dat is niet iets wat wordt opgelegd, maar wat alle medewerkers samen creëren.



Wees eerlijk en optimistisch en sta open voor nieuwe connecties, ideeën en situaties. Stap in de

Aan de hand van de bijdrage van 650 medewerkers ontwikkelde onze 'Culture Crew' samen met de directie drie kernwaarden:

OPEN UP **TEAM UP** **STEP UP**

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.**

Open houding

Open up gaat over vernieuwing, verandering, verbetering. Om van VodafoneZiggo één organisatie te maken, is een open houding nodig. Voor onze bestaande medewerkers, maar ook voor nieuw talent. Zo vormt het samengaan van Vodafone en Ziggo een inspiratiebron voor nieuwe ideeën. Iets wat je al jaren op een bepaalde manier deed, lijkt nu niet meer vanzelfsprekend. Door een open werkhouding aan te nemen, is 'op een andere manier' geen bedreiging, maar een kans.

Frisse blik

Op alle niveaus binnen onze organisatie hebben wij jonge mensen nodig, met een frisse blik op wie wij zijn en wat wij doen. In 2017 bouwden we ons management development-programma succesvol uit. Wij noemen dit programma 'Discover trainees', omdat dat is wat jong talent doet: het verkennen van zichzelf en de eigen kwaliteiten.

Ook geven we studenten graag een kijkje in de praktijk van ons bedrijf en bieden we ze de kans

om mee te denken over strategische vraagstukken. Daarbij werken wij nauw samen met verschillende universiteiten en hogescholen. We zijn bijvoorbeeld corporate partner van de Universiteit van Amsterdam. We verzorgen gastlessen en stages en helpen de afstand tussen opleiding en de praktijk te verkleinen, onder andere door businesscases te ontwikkelen.

Open Up gaat voor ons verder dan alleen de eigen organisatie. Het is de manier waarop wij met iedereen willen samenwerken.





Nu we samen één bedrijf vormen, willen we dat ook ervaren en uitstralen. In onze cultuur vinden we het belangrijk dat iedereen met plezier werkt, sterk betrokken is en trots uitstraalt. Om dat vorm te geven, gingen we samen met medewerkers op zoek naar wat ons verbindt en welke waarden we belangrijk vinden. Daaruit kwamen drie kernwaarden voort: 'Open up', 'Team up' en 'Step up'. Die staan achtereenvolgens voor 'continu leren en open zijn', 'samenwerken' en 'de lat hoger leggen'. Jezelf uitdagen en ontwikkelen is daarin heel belangrijk. Dat geeft energie en maakt ons trots op wat we samen bereiken voor onze klanten."

Anja Maassen van den Brink

Executive Director HR



TEAM UP

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

Inspirerende werkruimtes

Om goed te kunnen samenwerken, creëren we de optimale werkomstandigheden. Onze kantoren – onder andere in Amsterdam, Leeuwarden, Maastricht en Utrecht – richten we inspirerend in om samenwerken, creativiteit en productiviteit te stimuleren.

Connected working

Onze werkomgeving is erop gericht om diverse soorten activiteiten en overlegvormen zo makkelijk mogelijk te maken voor onze medewerkers. We willen als bedrijf bruisen en in beweging blijven. Daarvoor maken we optimaal gebruik van de menselijke en technische kwaliteiten die we in huis hebben, zoals video conferencing, Skype en een cloud-omgeving waarmee collega's op alle locaties goed en efficiënt kunnen samenwerken. Bij VodafoneZiggo heeft iedere medewerker de vrijheid én verantwoordelijkheid om effectief samen te werken.

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

Onderling vertrouwen en sturen op resultaten gaat ook om wederzijdse flexibiliteit. Wij vragen flexibiliteit van onze medewerkers om, als dat nodig is, een tandje bij te zetten en bereikbaar te zijn. Onze medewerkers willen de mogelijkheid om flexibel te werken en krijgen graag ondersteuning voor een goede balans tussen werk en privé.

Collega's leren kennen

Wij investeren veel in het samenbrengen van onze teams. Dat doen we onder meer in zogenoemde 'all-hands'-sessies, waarin we elkaar leren kennen en kennis delen over producten, diensten, klanten, processen en systemen. Hierdoor konden we in het eerste jaar grote stappen maken. Met een nieuw intranet, wekelijkse updates, videoberichten en roadshows betrekken we alle medewerkers bij de ontwikkeling van ons bedrijf. Met alle collega's samen vierden we eind maart in de Ziggo Dome de kick-off van VodafoneZiggo en deelden we onze toekomstvisie en strategie. Hierdoor werkten we vanaf de start samen aan hetzelfde doel. We sloten het jaar sfeervol af met een winterbezoek aan de Efteling voor alle medewerkers en hun gezin. Met dit soort initiatieven vierden we onze successen en stimuleren we de Team up-gedachte.

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.**

Vliegende start

In 2017 zijn we gestart met de integratie van twee organisaties tot één nieuwe. Op 1 januari benoemden we zeventig topmanagers die, om een hecht team te creëren, deelnamen aan een leiderschapsprogramma dat we in 2018 doorvertalen naar onze andere leidinggevenden. Inmiddels hebben we de meeste units samengevoegd of staan we op het punt deze te integreren. Hiermee bereikten we een belangrijke mijlpaal. Ook presenteerden we ons toekomstige locatiebeleid ([zie 'Het nieuwe centrale kantoor'](#)).

Waarden uitdragen

Om de waarden van de nieuwe organisatie uit te dragen, reisden de zeventig topmanagers in 2017 door het land om met medewerkers van gedachten te wisselen over de zaken die belangrijk zijn voor VodafoneZiggo. Deze 'Shaping Our Future-sessies' werden georganiseerd door

de Culture Crew en zorgden ervoor dat alle medewerkers de kans kregen om mee te denken en bij te dragen aan de ontwikkeling van onze waarden.

Onze managers kregen trainingen over het toepassen van de waarden in de dagelijkse manier van werken. Hierbij ging het niet alleen over de corporate waarden, maar ook over de eigen waarden en hoe deze elkaar kunnen versterken. Want goed leiderschap is gedeeld leiderschap.

Betrokkenheid meten

Natuurlijk willen we graag weten hoe onze medewerkers zich voelen en hoe betrokken zij zijn bij VodafoneZiggo. Daarom voeren we drie keer per jaar een 'engagement survey' uit, waarin we die betrokkenheid meten. We vragen dan meteen hoe zij de samenwerking met hun collega's en managers ervaren. De resultaten van dit – geanonimiseerde – onderzoek geeft managers handvaten om aanpassingen te doen in hun team of bepaalde zaken juist te versterken. Naast de betrokkenheid meten we hoe tevreden onze medewerkers zijn over ons producten- en dienstenaanbod. Dat komt tot uitdrukking in de Net Promotor Score.

Openstaan voor iedereen: diversiteit

Onze mensen zijn gedreven professionals, die leergierig zijn en met een open houding in de wereld staan. Zij willen van elkaar leren, ongeacht de achtergrond of overtuiging die de ander heeft. Want mensen van verschillende komaf en met diverse perspectieven zorgen samen voor rijkere ideeën en betere resultaten. Daarvan zijn wij overtuigd. We hechten dan ook waarde aan verschillen en behandelen iedereen gelijk.



LGBT+

We hebben een open houding ten aanzien van mensen uit de LGBT+-gemeenschap. We zijn lid van Workplace Pride, een vaste partner die ons ieder jaar helpt met het organiseren van de Pride Week in Amsterdam – hier nemen wij al een aantal jaar met trots aan deel. In 2017 gaven we prioriteit aan onze verbintenis met de LGBT+-gemeenschap en bouwden we aan één gezamenlijk VodafoneZiggo's LGBT & Friends Network.

Vrouwen

We zijn ervan overtuigd dat een evenwichtige genderbalans in de top én in de hele organisatie tot betere besluitvorming leidt en bijdraagt aan meer innovatie. Bovendien spreken we zo een bredere talentpool aan waardoor we succesvol-

ler zijn. In 2017 was 30% van onze topmanagers een vrouw. De organisatie Talent naar de Top erkende VodafoneZiggo als diversiteitsvoorbeeld met de toekenning van de Diamant-award 2017. Onze visie en resultaten waren doorslaggevend.

Mensen met afstand tot de arbeidsmarkt

We vinden het belangrijk om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt kans te bieden op een baan. Daar doen we al meerdere jaren ons best voor. Het onafhankelijk onderzoeksinstituut TNO beoordeelt elk jaar hoe goed we ons beleid op dit gebied uitvoeren. Dit geven zij weer in de [Prestatieladder Socialer Ondernemen](#), een meet-instrument dat laat zien hoe goed een onderneming scoort op sociaal vlak. Hoe hoger op de ladder, hoe beter een bedrijf presteert. Komend jaar willen we 'trede 1' bereiken.



ONZE MENSEN

Fte **6.806**

Werknemers **7.477**

Man-vrouw

Vrouwen **29%** Mannen **71%**



Directie

Vrouwen **30%** Mannen **70%**



Deeltijd

Parttimers **37%**

Fulltimers **63%**



Leeftijd

Aantal

< 30	1.567
30-39	2.709
40-50	2.124
> 50	1.077

Totaal
7.477

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.

De officiële oprichting van het bedrijf vond plaats op 31 december 2016, na goedkeuring van de Europese Unie en de ondernemingsraden van het voormalige Ziggo en Vodafone. Het bestuur van VodafoneZiggo bestaat uit de directie en de Raad van Commissarissen.

Directie

De 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 acht bestuursleden die de volgende businessunits vertegenwoordigen:

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

De raad van commissarissen benoemt de CEO, de CFO en de CTO.

 [Zie bijlage 1 voor meer informatie over de directie.](#)

Raad van commissarissen

De raad van commissarissen (RvC) adviseert en houdt toezicht op de directie. De raad bestaat uit acht leden:

- drie leden die zijn benoemd door Liberty Global
- drie leden die zijn benoemd door Vodafone Group
- twee onafhankelijke leden die zijn benoemd door de ondernemingsraden van voormalig Vodafone en Ziggo

De RvC vergaderde dit jaar zeven keer en besprak diverse onderwerpen, waaronder

- de telecomtrends
- de strategie
- de voortgang van de integratie
- het personeelsbeleid
- de financiële resultaten
- het verloop van de belangrijkste programma's

 [Zie bijlage 1 voor meer informatie over de raad van commissarissen.](#)

Gedrag

Het bestuur heeft zich gecommitteerd aan de [Corporate Governance Code](#), waarin de Nederlandse overheid de regels voor goed manage-

ment heeft vastgelegd. De regels zijn bedoeld om alle stakeholders van de onderneming te beschermen. VodafoneZiggo onderschrijft de regels en zorgt ervoor dat het bestuur deze dagelijks in de praktijk brengt.

Ons beleid

Veiligheid

De nieuwe organisatie kent een sterke veiligheidscultuur die de beveiliging van onze klantgegevens als hoofddoel heeft.

Veiligheidsteam

De verantwoordelijkheid voor de bescherming en veiligheid van klantinformatie ligt bij ons veiligheidsteam. De teamleden zorgen voor de beveiliging van onze mobiele en vaste netwerken, IT-infrastructuur en diensten, zowel binnen als buiten de organisatie. Daarvoor voeren zij voortdurend risicoanalyses uit. Het team krijgt ondersteuning van onze overzeese collega's bij Vodafone Group en Liberty Global. 'Cyber Defense 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 aan het veiligheidsteam.

Fraude en wangedrag

Een speciaal team bij VodafoneZiggo is verantwoordelijk voor de bescherming van onze klanten tegen fraude en misbruik. De specialisten in dit team 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 een 'zero tolerance'-beleid. Medewerkers 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 een gerechtelijke procedure kunnen starten.

Transparantie over terreurwetgeving

Met de toegenomen terreurdreiging blijft er ook 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 daar verband mee houden. Vodafone Group heeft een rapport gepubliceerd over Law Enforcement met een aanpak per land.



Lees het rapport

Gezondheid

Gezondheid, veiligheid en welzijn vormen een vast onderdeel van onze bedrijfscultuur. Alle medewerkers zijn vertrouwd met onze veiligheidsregels. Deze zorgen ervoor dat medewerkers risico's kunnen herkennen en verantwoordelijkheid nemen voor de gezondheid van zichzelf en

anderen. Op die manier proberen we gezondheidsrisico's en de kans op ongelukken te verkleinen. Collega's die een zakenreis maken, gebruiken 'TravelTracker'. Deze app zorgt ervoor dat VodafoneZiggo en zijn medewerkers 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 informatie.

Inkoopbeleid

Richtlijnen voor leveranciers

VodafoneZiggo hecht veel waarde aan duurzaamheid, betrouwbaarheid en veiligheid. Eind 2017 introduceerden we de [gedragscode voor duurzaam en ethisch inkopen](#), gebaseerd op internationale standaarden. De onderwerpen waarop de code zich richt, zijn onder andere kinderarbeid en de herkomst van mineralen. Elke medewerker die producten of diensten inkoopt, kent en handelt naar de regels uit deze code.

We verwachten dat onze leveranciers ook handelen volgens de gedragscode. Daarom maken we hierover afspraken met hen. Zodat ook zij kunnen voldoen aan de eisen die wij stellen op het gebied van ethiek, gezondheid, veiligheid, milieu en sociale thema's. De nieuwe inkoopvoorwaarden gaan hier dieper op in. Deze hebben we geschreven in 2017 en gingen in op 1 februari 2018.

Beoordeling van leveranciers

Twee keer per jaar beoordelen we de prestaties van onze leveranciers, aan de hand van vragen over duurzaamheid, gezondheid, veiligheid en

corruptiebestrijding. Op basis van de resultaten starten we, indien nodig, samen met de leveranciers een verbetertraject. Vervolgens beoordelen we hun prestaties opnieuw. Als een leverancier enkele keren achtereen geen verbetering laat zien, beëindigen we de samenwerking.

De wereld om ons heen

Onze stakeholders

VodafoneZiggo maakt communicatie mogelijk tussen individuen, organisaties, overheden, bedrijven en verschillende bevolkingsgroepen – 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 als geen ander verbonden met de maatschappij.

Vertegenwoordigers van de samenleving

We gaan 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 wij onze strategie en keuzes zo goed mogelijk aan te laten sluiten op hun wensen en waarden.

VodafoneZiggo onderscheidt drie groepen stakeholders, die samen een brede doorsnede van de samenleving vormen:

1. algemeen publiek (klanten en niet-klanten)
2. medewerkers
3. professionele stakeholders

Deze laatste groep hebben we onderverdeeld in:

- politiek
- ministeries en regelgevers
- industrie
- influencers en experts
- [maatschappelijke organisaties](#)



VodafoneZiggo staat midden in de maatschappij. Met ons platform van producten en diensten verbinden we mensen. Dat is niet alleen van belang voor onze klanten, maar voor de hele maatschappij. We hechten aan goede relaties met onze stakeholders. Met politici, beleidsmakers, experts, journalisten en vele andere organisaties. Samen willen we Nederland vooruit helpen richting een toekomst vol nieuwe mogelijkheden.



Marieke Dekker

Executive Director External Affairs



Maatschappelijke thema's

Door onze stakeholderdialogen winnen wij voortdurend informatie in van deze belanghebbenden. De afdeling External Affairs verzamelt alle gegevens en rapporteert met regelmaat aan de directie, die bepaalt welke acties we ondernemen.

Aan de hand van enquêtes en persoonlijke interviews stelden we onze drie groepen van stakeholders onder meer vragen over een aantal belangrijke maatschappelijke onderwerpen. We vroegen ze hoe belangrijk zij deze vinden voor onze reputatie en hoe zij onze prestatie op deze onderwerpen beoordelen.

We lichten er enkele onderwerpen uit:

Betrouwbaar netwerk

Consumenten, bedrijven en overheden zijn afhankelijk van vaste en mobiele netwerken om met elkaar te kunnen communiceren. VodafoneZiggo heeft de verantwoordelijkheid om zijn netwerken betrouwbaar, snel en zonder storingen te laten werken. Nu en in de toekomst.

[Lees meer over onze netwerken](#)

Gevolgen van digitalisering

De toenemende digitalisering krijgt een steeds grotere invloed op vrijwel alle aspecten van ons leven. Om de gigantische groei van data en nieuwe toepassingen aan te kunnen, zijn enorme investeringen in onze netwerken nodig.

[Lees meer over digitalisering](#)

Impact op milieu

De diensten die VodafoneZiggo levert, hebben een beperkte negatieve impact op het milieu. Om die reden vinden onze stakeholders dit onderwerp van minder belang voor VodafoneZiggo. Zij vinden het wel belangrijk wat we kunnen doen om te helpen een beter milieu te krijgen, bijvoorbeeld door de CO₂-uitstoot die ICT veroorzaakt te reduceren. In 2030 kan die uitstoot met 20% worden teruggebracht.

[Lees hoe onze klanten CO₂ reduceren](#)

Continue dialoog

We blijven investeren in de relatie met onze stakeholders. We zoeken de dialoog niet alleen via enquêtes en interviews, maar ook op andere manieren.

Communication and Reputation Council

Vier keer per jaar inventariseert onze Communication and Reputation Council welke zaken om aandacht vragen. Deze raad bestaat voornamelijk uit directieleden. Zij definiëren wat we kunnen doen om te voldoen aan de wensen en verwachtingen van de buitenwereld.

Publiek debat

We voeren graag een publiek debat over heden en toekomst van communicatie. Afgelopen jaar organiseerden we een groot digitaliseringsdebat, waarvoor een aantal belangrijke stakeholders aanschoof.

[Lees meer over het digitaliseringsdebat](#)

Politici

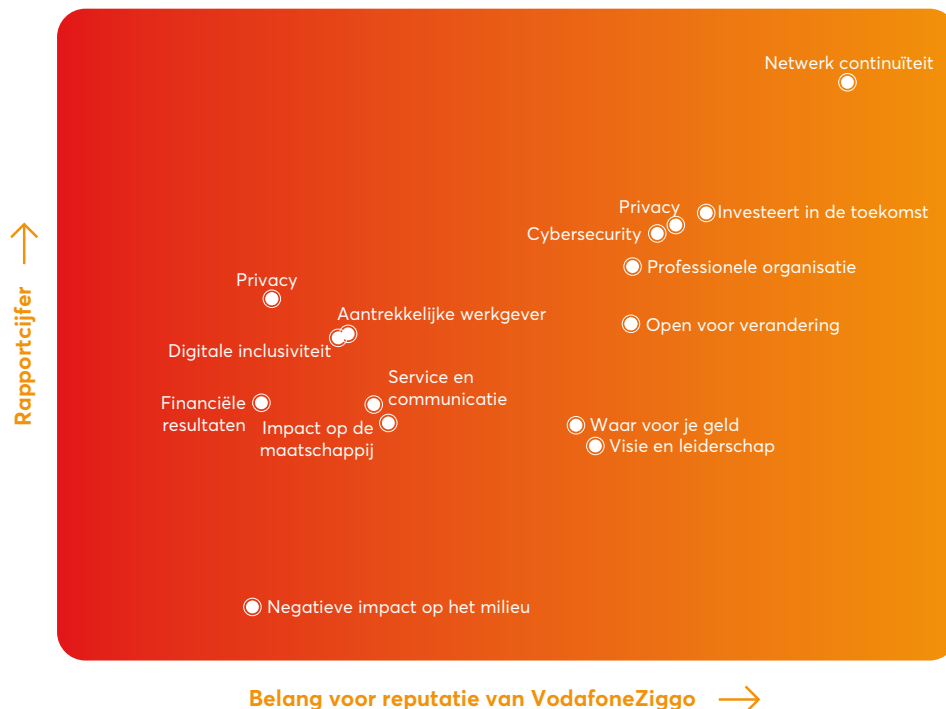
Gedurende het jaar hadden we politici van verschillende partijen op bezoek, die we de techniek achter onze producten lieten zien. We vertelden wat onze ambities zijn op het gebied van digitalisering in Nederland. Daarnaast gaven we een demonstratie van de mogelijkheden van het 5G-netwerk aan journalisten, ambtenaren, Tweede Kamerleden en politiek medewerkers.

Midden in de samenleving

VodafoneZiggo blijft zoeken naar mogelijkheden om feedback te krijgen van zijn stakeholders. Op die manier blijven we midden in de samenleving staan.

Wet- en regelgeving

Privacy en de bescherming van persoonsgegevens
We nemen de privacy van onze klanten en eindgebruikers zeer serieus en vinden het belangrijk dat VodafoneZiggo zorgvuldig omgaat met de persoonlijke gegevens van onze klanten. In het Privacybeleid is beschreven welke gegevens we bewaren, en voor welke doelen en op welke wijze wij deze gebruiken. Vanzelfsprekend voldoen we aan de wet- en regelgeving op het gebied van de bescherming van persoons-



gegevens met inbegrip van de Europese Algemene Verordening Gegevensbescherming.

Anti-omkoping en anti-corruptie

Ten aanzien van omkoping hanteert VodafoneZiggo een strikt 'zero tolerance'-beleid. Wij houden ons aan de wet- en regelgeving en communiceren via beleid en trainingen aan onze werknemers welk gedrag wij van hen verwachten wanneer zij geschenken of uitnodigingen ontvangen of willen geven.



Bij VodafoneZiggo werken we continu aan het beschermen van de privacy van onze klanten en medewerkers. Zij waarderen dat ten zeerste. Uit ons reputatieonderzoek blijkt dat onze klanten veel vertrouwen hebben in hoe wij omgaan met hun gegevens. We werken hard om dat vertrouwen waard te zijn, ook in 2018, als er strengere privacywetgeving van kracht wordt. We blijven voldoen aan de wensen van de maatschappij én aan onze eigen hoge eisen op dit gebied.

Barbara Jongerden

Executive Director Legal & Regulatory



Mededinging

We werken in overeenstemming met de toepasselijke wet- en regelgeving. Ter voorkoming van concurrentiebeperkend gedrag, organiseren we periodiek face-to-face trainingen voor de directie en geselecteerde teams. Hierin brengen we de richtlijnen en het beleid voor 'competition law compliance' onder de aandacht.

Naast de regels op het gebied van privacy, anti-omkoping en mededinging zijn er verschil-

lende regels en wetten die invloed hebben op wat wij doen. Enkele daarvan wijzigden in 2017. We zetten de belangrijkste op een rij:

Netneutraliteit

Onze taak als provider is om iedereen toegang te geven tot alle informatie op internet. We mogen niemand voortrekken of achterstellen, bijvoorbeeld door onze eigen website topsnelheden mee te geven en die van onze concurrenten heel trage. 'Netneutraliteit' heet dat. De Nederlandse Autoriteit Consument & Markt (ACM) verbood providers gratis streamingdiensten aan te bieden, omdat dit volgens de ACM prijsdiscriminatie is en daarom de netneutraliteit aantast. Een uitspraak van de rechtbank op 20 april 2017 haalde een streep door dit verbod, omdat het één het ander niet uitsluit. Tariefdifferentiatie is sindsdien wel toegestaan.

Gelijk tarief voor roaming in de EU

Vanaf 15 juni 2017 is het verplicht om binnen de EU tegen dezelfde tarieven als in het thuisland te kunnen bellen, sms'en en data te gebruiken. De EU-regels beschermen de telecoomaanbieders tegen misbruik. Zij mogen bijvoorbeeld een limiet stellen aan dataverkeer in het buitenland, wanneer een klant in zijn eigen land een zeer goedkoop abonnement en een onbeperkte databundel heeft.

VodafoneZiggo introduceerde op 1 juni 2017 één tarief voor dataroaming in de hele EU. Daarmee waren we de eerste Nederlandse provider die dit aanbod. 'Roam Like at Home' noemen we deze dienst.

Compensatie bij netwerkstoring

Als een netwerkstoring langer dan twaalf uur duurt, hebben telecomgebruikers recht op compensatie, aldus een nieuwe wet die op 1 juli 2017 inging. Dit geldt voor storingen op nationale, regionale en lokale netwerken.

Bereikbaarheid alarmnummer

Iedereen wil altijd 112 kunnen bereiken. Toch bleek in de praktijk dat het alarmnummer bij langdurige stroomstoringen niet bereikbaar was.

Daarom onderzoekt de telecomsector samen met het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat en het Ministerie van Justitie en Veiligheid hoe we de bereikbaarheid bij stroomuitval kunnen verbeteren.

Veiling van frequenties

Het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat bereidt een veiling voor van de 700-, 1400- en 2100 MHz-frequenties. De veiling staat gepland voor 2019.

Abonnement met mobieltje

Bij het verkopen van een telefoonabonnement in combinatie met een mobieltje kan sprake zijn van een vorm van consumentenkrediet, aldus de Hoge Raad in 2014 en 2016. VodafoneZiggo heeft daarom sinds 9 december 2016 een vergunning van de Autoriteit Financiële Markten voor het verstrekken van consumentenkrediet en houdt zich aan de regels voor consumentenkrediet.

Milieu

VodafoneZiggo voelt zich sterk verbonden met de samenleving. Dat betekent dat we ook veel aandacht schenken aan een van de grote thema's van onze tijd: hoe we verstandig omgaan met het milieu.

We kozen drie speerpunten, waar we als VodafoneZiggo het meeste effect kunnen sorteren:

- CO₂-uitstoot
- Circulaire economie
- Energieverbruik

Het reduceren van onze CO₂ uitstoot heeft voor ons de hoogste prioriteit, omdat we vooral hiermee de klimaatverandering gunstig kunnen beïnvloeden.

'Planet Tomorrow'

Onze eigen bedrijfsvoering veroorzaakt ongeveer 10% van de totale milieudruk van onze producten en diensten. We ontwikkelden het milieuprogramma 'Planet Tomorrow' om dit structureel te veranderen. Hiervoor formuleerden we drie doelen:

- Onze operationele activiteiten verbeteren
- Onze klanten in staat stellen milieuvriendelijker te worden
- Onze medewerkers inspireren milieuvriendelijk te werken en te leven

Onze operationele activiteiten verbeteren

De productie en het transport van ICT-apparatuur heeft veruit de grootste impact op het milieu. Dat geldt vooral voor de productie van ICT-randapparatuur (zoals smartphones), de productie van netwerkapparatuur (zoals data-

centers) en het transport van deze producten naar Nederland. Daarom vinden we het belangrijk om minder apparaten te gebruiken en efficiënter om te gaan met de apparaten waarover we al beschikken.

We proberen afvalstromen terug te dringen door verspilling tegen te gaan. Dat doen we onder andere door veel minder papier te gebruiken en zoveel mogelijk materialen te recyclen.

Een speciale werkgroep ging aan het werk om het energieverbruik te beteugelen. Dat doen we bijvoorbeeld door in de winter de deuren van een aantal winkels te sluiten, zoveel mogelijk energiebesparende netwerkapparatuur te gebruiken en automatisch het licht te doven in ruimtes waar geen medewerkers aanwezig zijn.

Enige jaren geleden stapten we over op groene stroom. Deze stroom bestaat nu nog deels uit Nederlandse windenergie en deels uit 'groene certificaten'. Onze ambitie is om ook dat laatste deel om te zetten naar windenergie.

**Onze klanten in staat stellen milieuvriendelijker te worden**

We stimuleren en helpen onze klanten om milieuvriendelijk te werken. We kopen hun gebruikte telefoons terug en [geven deze een tweede leven](#). We verkopen technologie die het mogelijk maakt om te werken op elk moment, op elke plek. Bijvoorbeeld via ons Internet of Things-netwerk, dat een landelijke dekking heeft. Klanten kunnen nog zeker 20% van hun CO₂-emissie vermijden door andere slimme technologieën toe te passen.

 [Lees hoe VodafoneZiggo de CO₂-uitstoot reduceert door ICT in te zetten](#)

Onze medewerkers inspireren milieuvriendelijk te werken en te leven

Voor VodafoneZiggo zorgt transport voor de meeste CO₂-uitstoot. Daarom sporen we onze medewerkers aan om vaker het openbaar vervoer te gebruiken of thuis te werken.

Andere initiatieven om de hoeveelheid CO₂ omlaag te krijgen, zijn de introductie van een nieuw planningsysteem, waardoor monteurs minder kilometers hoeven maken en de bouw van ons nieuwe centrale kantoor. Dat komt te liggen in Utrecht, vlak bij de bushaltes en treinperrons. Ideaal dus voor ov-reizigers.

Certificering en verslaglegging

De programma's van Planet Tomorrow werken volgens de internationale standaarden voor milieu management (ISO 14001) en energiebeheer (ISO 50001).

We rapporteren jaarlijks aan de overheid over ons energieverbruik, de effecten van energiereducerende maatregelen en de doelmatigheid hiervan. Dit vormt onderdeel van de meerjarenafspraken (MJA3) die de overheid en de ICT-sector maakten voor de verbetering van de energie-efficiëntie in Nederland.

De CO₂ uitstoot van VodafoneZiggo is 13,8 kiloton (scope 1 en 2). De CO₂-footprint van VodafoneZiggo staat in [bijlage 2](#).



- > Inleiding
- > Hoe kijken we televisie?
- > De beste content
- > Onze speciale evenementen
- > De kracht van een goede connectie

4 Plezier: Altijd en overal

Onze samenleving staat geen moment stil. Communicatie, media en vermaak zijn altijd binnen handbereik, op elk moment van de dag, op elke denkbare plek. Zodat we kunnen werken, samenwerken, spelen, lachen en creëren wanneer we maar willen.



VodafoneZiggo verzorgt de connecties en het aanbod die Nederland plezier brengen. Bijvoorbeeld door verrassende, vernieuwende tv-programma's, films en series aan te bieden. Die je niet alleen kunt kijken op de breedbeeld-tv in de woonkamer, maar ook op een mobiel apparaat. Door gebruik te maken van de laatste technologische ontwikkelingen, zodat je je favoriete speelfilm nog sneller kunt streamen. Of door speciale evenementen te organiseren en de laatste trends in gaming te sponsoren.

De verbindingen die wij leggen, maken het mogelijk dat mensen hun persoonlijke contacten kunnen onderhouden én hun werk kunnen uitvoeren. Met zoveel mogelijk gemak en plezier.

Hoe kijken we televisie?

De manier waarop mensen tv-kijken is de afgelopen jaren volledig veranderd. De zender-programmering dicteert het verloop van de avond al lang niet meer. Kijkers zappen terug in de tijd met 'replay tv' of kijken hun favoriete serie in één weekend uit. 'On demand'-tv zorgt ervoor dat zij ongestoord series en films kunnen kijken zonder de storende onderbreking van reclameboodschappen. Kijkers hebben meer kijk- en keuzevrijheid dan ooit.

Onze klanten kijken tv via de Ziggo Mediabox XL. Hiervan maakten we de menustructuur gebruiksvriendelijker, verbeterden we de prestaties en breidden we het aantal apps uit. Inmiddels treffen we voorbereidingen voor de volgende stap in tv-kijken: 4K. Deze techniek

biedt een beeld dat vier keer scherper is dan het bestaande Full HD. De EOS Mediabox – de opvolger van de Ziggo Mediabox – gaat dit mogelijk maken.

Tv-kijken doe je niet per se thuis op de bank. Steeds vaker kijken onze klanten tv op hun smartphone, tablet of laptop, waar ze maar willen. Ziggo GO maakt dat mogelijk. Hiermee kunnen zij uitzendingen terugkijken en hebben zij toegang tot onze complete bibliotheek met films en series. De Ziggo GO-app is de best beoordeelde tv-app van Nederland.

Afgelopen jaar brachten we een aantal verbeteringen aan op het Ziggo GO-platform, waardoor dit makkelijker, sneller en storingsvrij werkt. Klanten die Ziggo GO gebruiken op hun pc of laptop hebben voortaan geen speciale 'plug-in' meer nodig om tv te kijken op browsers als Firefox, Chrome en Edge. Het menu onder aan het scherm werd overzichtelijker en gebruiksvriendelijker. Via de startpagina heeft de gebruiker voortaan direct toegang tot zijn favorieten en de populairste content. Eind 2017 kreeg Ziggo GO een nieuw, fris uiterlijk en voegden we Touch ID, beeld in beeld, widgets en Force Touch toe. Ook de komende tijd blijven we Ziggo GO continu verbeteren.



Ruim 30% van de digitale televisie-klanten maakt inmiddels actief gebruik van Ziggo GO



Voor mij is het makkelijk om enthousiast te zijn over ons tv- en serieaanbod, ik ben zelf een groot liefhebber. Thuis kijken we steeds minder naar de 'gewone' tv. Vrijwel alles kijken we 'on demand'. Wanneer het ons uitkomt. Met een ruime keuze uit kwaliteitsfilms en -series in alle genres. Dat kijkgedrag zien we ook terug bij onze klanten. Het nieuwe tv-kijken wint het steeds meer van het oude tv-kijken.



Marcel de Groot

Executive Director Consumentenmarkt

De beste content

Het succes van ons entertainmentaanbod staat of valt met de kwaliteit en hoeveelheid content die we aanbieden. Daarom werken we voortdurend aan het uitbreiden en verbeteren van ons assortiment.

We hebben in totaal meer dan 170 zenders waarvan ruim 50 in HD. Naast het rijke standaard tv-pakket, bieden we met Ziggo Movies & Series XL ook een aantal internationaal bekende zenders zoals Travel Channel, Discovery Science en E! Entertainment.

Om onze klanten te voorzien van de meest diverse content, werken we met de grootste en beste contentleveranciers in binnen- en buitenland, zoals Viacom, Disney, CNN, BBC, Studio 100, en National Geographic.

Ziggo Sport

Voetbal

In 2017 maakten wij bekend dat vanaf het seizoen 2018-2019 de Champions League bij Ziggo Sport te bekijken is. We verlengden het contract met de Spaanse voetbalcompetitie 'La Liga', zodat onze kijkers ook de komende jaren kunnen genieten van de prestaties van Messi, Ronaldo en andere voetbalhelden. Het tv-programma Rondo, waarin Jack van Gelder met kopstukken uit de Nederlandse voetbalwereld de belangrijkste sportmomenten van het weekend doorneemt, is een belangrijk onderdeel van onze unieke content geworden in 2017.

Formule 1

We besteden uitgebreid aandacht aan de Formule 1. Gedurende het raceseizoen vertoont Ziggo Sport elke vrijdagavond het programma Formule 1 Café. Hierin nemen we de kijker mee in de wereld van de Formule 1 en tonen we wat er op en buiten de circuits gebeurt.

Andere sporten

Ziggo Sport besteedt ook aandacht aan sporten waarvan wij vinden dat die meer attentie verdienen. We laten bijvoorbeeld beelden zien van de Nederlandse hockeycompetitie, het WK handbal voor vrouwen, internationale golftoernooien en basketbalwedstrijden van de NBA. We tonen als enige Nederlandse partij kickboks-



wedstrijden uit de Glory-competitie.

We roeren ons ook buiten de traditionele media. In september lanceerden we bijvoorbeeld de wekelijkse YouTube-serie Binge. In filmpjes van tien minuten ontmoeten presentatoren Simon Zijlemans en Abbey Hoes creatieve makers, die samen met hen de wereld rond films en series ontleden.

Movies & Series

Het immense succes van series als Game of Thrones, de populariteit van publiekslievelingen als Westworld en diverse krakers van Disney laten zien dat er een grote markt is voor kwalitatieve 'on demand'-content. Daarom breidden we onze film- en seriepakketten fors

uit en streven we ernaar om populaire series en films zo snel mogelijk beschikbaar te stellen, liefst meteen nadat zij in Amerika uitkomen.

Op 1 januari 2017 lanceerden we drie nieuwe film- en seriepakketten:

- Ziggo Movies & Series
- Ziggo Movies & Series L
- Ziggo Movies & Series XL

De L- en XL-versies bieden beide een aanvulling op het standaardpakket met onder meer exclusieve series van HBO. De complete catalogus van HBO Originals was niet eerder voorhanden in Nederland. We zijn trots dat we deze exclusief aan onze klanten kunnen aanbieden, met



klassiekers als Band of Brothers, Ballers en The Sopranos. Natuurlijk bieden we ook alle nieuwe series en nieuwe seizoenen van HBO exclusief aan.

Onze klanten waarderen het aanbod enorm. Dat merkten we aan hun reacties en zagen we onder meer tijdens de seizoensfinale van de hitserie Game of Thrones, die voor de hoogste piek ooit zorgde op ons on demand-platform. Naast content van overzee onderscheidden we ons met Nederlandstalige topcontent. We presenteerden de Vlaamse serie Chaussée d'Amour, vergelijkbaar met de succesvolle Nederlandse crimi Penzoza. De serie had in november en december meer dan 188.000 streams en was daarmee de best bekeken titel van het Movies & Series-aanbod in die periode.

De waardering van onze klanten voor de diversiteit en de kwaliteit van ons aanbod zien we terug in de maandelijkse stijging van de klanttevredenheid. We streven ernaar om de komende jaren nog meer originele films en series te bemachtigen en de klanttevredenheid verder te verhogen.

Onze speciale evenementen

Wat ons betreft houdt de beleving van het VodafoneZiggo-gevoel niet op bij het tv-, smartphone- of tabletscherm van onze klanten. Ook op andere momenten bieden we bijzondere ervaringen, bijvoorbeeld door speciale evenementen te organiseren.

Met bioscoopketen Pathé boden we Game

of Thrones-fans de mogelijkheid om een exclusieve vertoning bij te wonen in een Pathé-filmzaal. Uiteindelijk zagen honderden liefhebbers de finale van het voorlaatste seizoen in zeven bomvolle filmtheaters. Samen met het grootste aantal on demand-kijkers ooit was dat voor ons een van de hoogtepunten van het jaar. In 2018 werken we opnieuw samen met Pathé om verrassende fan-events op touw te zetten.

Sponsoring

In ons entertainmetaanbod draait alles om beleving en vermaak. Dat verwoorden we met ons motto: 'Het plezier van Ziggo'. Met onze sponsoringdoelen vestigen we hier extra

aandacht op en bezorgen we onze klanten nog meer plezier.

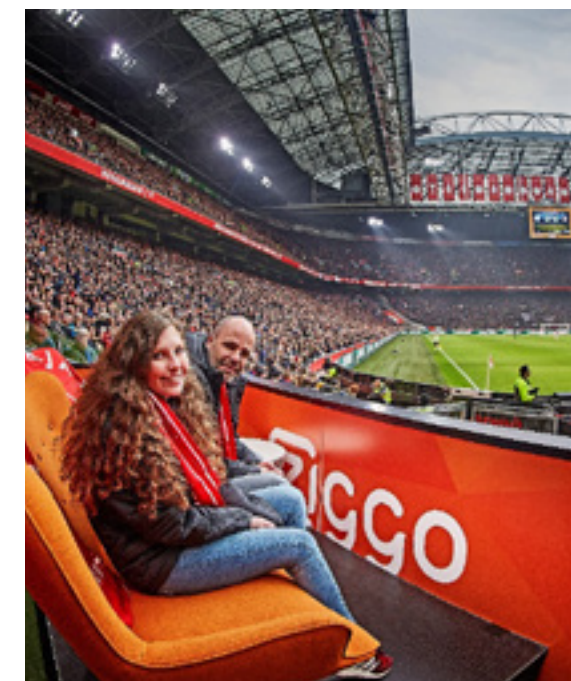
Ajax

Ziggo is sponsor van Ajax, het populairste voetbalteam van Nederland. Hierdoor kunnen we klanten met passie voor de club veel extra's bieden. Het wekelijkse tv-magazine Inside Ajax op Ziggo Sport biedt kijkers een exclusief kijkje in de Ajax-keuken. We schreven een prijsvraag uit, waar de twee winnaars een 'once in a lifetime'-ervaring meemaakten. De nacht voor de klassieker tegen Feyenoord brachten zij door in een Ziggo-huisje in de Amsterdam Arena, dat we speciaal hiervoor lieten bouwen. De match

zagen ze vanaf hun eigen 'voortuintje' in het stadion, met de neus op het veld.

Ziggo Dome

We zijn – de naam zegt het al – hoofdsponsor van de Ziggo Dome in Amsterdam. Deze concertzaal ligt pal naast de Amsterdam Arena en biedt plaats aan 17.000 bezoekers. Speciaal voor onze klanten schrijven we prijsvragen uit, waarmee zij kans maken op Ziggo Golden Seats. Een jaar lang mogen zij gratis alle concerten en evenementen bijwonen in de Ziggo Dome, vanaf hun eigen luxe stoelen in het VIP-gebied.





In 2017 verrasten we Ziggo-klanten met een exclusief, intiem concert van popheld Ed Sheeran, voorafgaand aan zijn uitverkochte optredens in de grote zaal. Honderdduizenden klanten zagen het winterconcert van Guus Meeuwis, dat we rechtstreeks uitzonden op het servicekanaal van Ziggo. Klanten die bij het concert aanwezig waren, konden 's middags al genieten van de soundcheck – een unieke gelegenheid.

Gaming

De gaming-industrie loopt al jaren voorop met digitale innovatie. VodafoneZiggo voelt daarom een natuurlijke verbondenheid met deze sector. De combinatie van Ziggo en eSports – virtuele

sportgames – is voor ons dan ook heel vanzelfsprekend.

Ziggo organiseerde de eerste officiële wedstrijd van het virtuele voetbalspel FIFA 17 eBattle tussen Ajax en PSV. We sloten een deal met Ajax eSports, om ons nog sterker te verbinden aan de jongere fans van de Amsterdamse club. We zetten een Formule 1-competitie voor gamers op, waarbij de winnaars uit de voorrondes een virtuele Grand Prix mochten rijden tegen oud-Formule 1-coureur Robert Doornbos.



Ziggo organiseert eBattles voor Formule 1-fans





Door de integratie van Vodafone en Ziggo zijn we een nog toonaangevender speler op de zakelijke markt. Middelgrote bedrijven, grootzakelijke klanten en belangrijke partijen als academische ziekenhuizen en overheden kozen voor onze converged diensten. We zagen een forse stijging van klanten in het kleinzakelijk segment op vaste en converged dienstverlening. Zij kunnen kiezen uit een compleet portfolio van vaste, mobiele en cloudproducten, waarmee we ze alle zorgen uit handen nemen. Ook kunnen zij bij ons terecht voor innovatieve technologieën zoals Internet of Things. Het vertrouwen van onze klanten groeit en dat zien we onder meer terug in de klanttevredenheid.

John van Vianen

Executive Director Zakelijke markt



De kracht van een goede connectie

Plezier is ook contact maken, je verbonden voelen, even bellen met je oma of een groet sturen aan een vriend op reis. Dat eenvoudige contact tovert vaak een glimlach op het gezicht van de ander. Dat is de kracht van communicatie en verbindingen leggen.

VodafoneZiggo maakte ook in 2017 weer de communicatie van miljoenen Nederlanders mogelijk. Of ze nou belden via een vaste lijn of mobiel, op kantoor of thuis werkten, onderweg of thuis online actief waren.

Internet

Gratis meer snelheid

Ziggo verhoogde de snelheid van een aantal internetabbonementen voor consumenten tot 400 Mbps. Liefst 1,6 miljoen klanten kregen hogere internetsnelheden zonder dat de prijzen omhooggingen. Ook de snelheden van een aantal zakelijke internetabbonementen gingen kosteloos omhoog. Ziggo biedt nu de hoogste zakelijke uploadsnelheid van 50 Mbps aan klanten die kiezen voor een Max-abbonement. De downloadsnelheid van dit abonnement is een fikse 500 Mbps. We spelen hiermee in op wat onderzoek ons leert: dat klanten supersnel internet een belangrijke graadmeter vinden bij het kiezen van een abonnement.

Het zijn stappen op weg naar het internet van de toekomst, waar snelheden van 1Gbps gemeengoed zullen zijn.



Lees meer over de toekomst van onze netwerken

Mobiel

Update van abonnementen

De vraag naar mobiele data blijft stijgen in Nederland. Het is inmiddels heel gewoon om op je mobieltje of tablet muziek en films te streamen, te videobellen met vrienden en sociale media bij te houden. Genoeg reden voor Vodafone om het huidige aanbod van mobiele abonnementen op te frissen. We verdubbelden de hoeveelheid mobiele data voor een deel van de bundels. Ook versimpelden we het aanbod, zodat het voor de klant nog overzichtelijker is, maar er genoeg keuze overblijft. Voor alle zakelijke mobiele abonnementen verhoogden we de databundels en het aantal belminuten.



Vodafone vernieuwt abonnementen met meer data

Leverancier van de overheid

Vodafone kreeg in 2017 de opdracht om alle mobiele communicatiediensten te verzorgen voor de Rijksoverheid. Hiermee helpt Vodafone werknemers van de Rijksoverheid flexibeler te werken, dankzij mobiele telefonie en data, Vodafone is inmiddels al meer dan vijftien jaar leverancier van mobiele communicatie voor de overheid.



Meer plezier door flexibel werken

Flexibel werken is voor werknemers niet langer een wens, het is een verwachting. Werknemers beleven hierdoor meer plezier aan hun werk. Bedrijven die hier slim op inspelen, krijgen daar extra productiviteit voor terug. Uit onderzoek dat Vodafone deed naar flexibel werken, blijkt dat vier op de tien (43%) bedrijven in Nederland de mogelijkheid biedt om flexibel te werken. 37% van de werknemers maakt hier ook daadwerkelijk gebruik van. De overgrote meerderheid van de werknemers ervaart flexibel werken als een positieve verandering. Werknemers die zelf kunnen kiezen waar en hoe ze werken, voelen ze zich niet alleen productiever (49%), maar ook meer betrokken bij hun werk. Van de werknemers die flexibel kunnen werken voelt 80,9% zich betrokken bij hun werkgever, ten opzichte van 68% van de werknemers die deze mogelijkheid niet hebben.

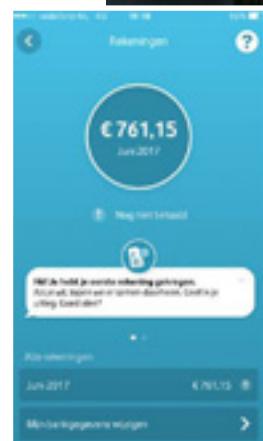
VodafoneZiggo is een van de grootste partijen in Nederland, die flexibel werken mogelijk maakt.



Techniek staat, nu de cultuuromslag nog

Vaste telefoon

Plezier in communicatie beleef je soms op onverwachte momenten. Als een servicemedewerker je probleem snel oplost, als een helpdesk je niet per ongeluk uit de wachtrij knikkert of als een gesprek loepzuiver doorkomt. Kortom, als de dienstverlening volledig naar wens is. Vaste telefonie speelt hierin nog altijd een belangrijke rol.



Virtuele uitleg over factuur

In elke factuur zijn we zo transparant mogelijk over de kosten. Toch blijken de gegevens op een factuur vaak moeilijk te doorgronden voor nieuwe klanten. Daarom hebben we een chatfunctie verwerkt in de My Vodafone-app, waarmee we hem wegwijs maken op zijn rekening. Een klant die voor het eerst een factuur ontvangt, krijgt een berichtje op zijn Vodafone-app met de vraag om samen de rekening door te lopen. De klant communiceert feitelijk met een chatbot, een virtuele gesprekspartner. Deze licht de belangrijkste kostenposten toe. Ook geeft hij advies over dataverbruik en sluit – als de klant dat wil – een andere belbundel aan, die hoge kosten voorkomt. We hebben deze functie getest in de loop van 2016 en 2017. In 2018 breiden we de proef uit naar onze websites.



Betrouwbare servicenummers

VodafoneZiggo kreeg de opdracht om de servicenummers van de overheid in goede banen te leiden. Twee belangrijke telefoonnummers binnen deze opdracht zijn de Belastingtelefoon (0800-0543) en het loket Informatie Rijksoverheid (1400). Het contract loopt voor een periode van drie tot zes jaar. Het gaat hierbij om grote volumes van telefoonverkeer, om miljoenen telefoontjes per jaar. De betrouwbaarheid van de dienstverlening via deze nummers moet uiteraard van het hoogste niveau zijn.

Vereniging van Nederlandse Gemeenten

VodafoneZiggo ondertekende een contract voor vaste communicatie met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten. Vanaf 2018 nemen zo'n 200 gemeentediensten vaste data, vaste spraak en internet af onder het nieuwe contract. Het loopt voor een periode van 5 tot maximaal 11 jaar.

Visuele helpdesk

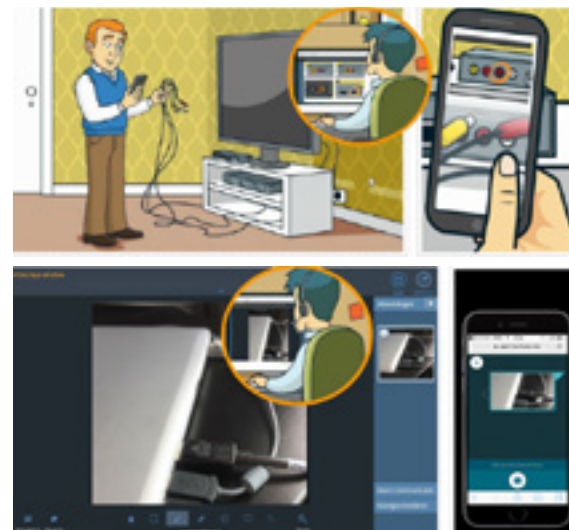
We vinden dat onze klanten ook een goed gevoel moeten overhouden aan het contact met onze eigen servicedesk. Daarom introduceerden we bijvoorbeeld Visual Customer Support, een innovatieve manier om klanten te helpen. In plaats van omslachtig uit te leggen waar het probleem zit en hoe het eruit ziet, maakt een klant een foto van de situatie. Die stuurt hij op via een beveiligde verbinding, waarna een medewerker van onze helpdesk telefonisch instructies doorgeeft of op de foto's aangeeft wat de klant moet doen. Hij omcirkelt bijvoorbeeld een kabel die niet goed is aangesloten. Sinds de introductie in mei 2017 tot eind 2017 deelden klanten ruim 50.000 foto's met ons. De klanttevredenheid nam toe en we hoefden minder vaak monteurs erop uit te sturen.

VodafoneZiggo was het eerste Nederlandse bedrijf dat deze innovatieve tool inzette.

Klantvriendelijkheid geldt als een van de belangrijkste waarden bij het beoordelen van onze medewerkers en de tevredenheid van de klant. Daarom besteden we veel aandacht aan de kwaliteit van onze klantenservice.



'Wij mikken op klanttevredenheid, niet op verkoopsnelheid'



Kunstmatige intelligentie – of AI – blijkt een prima manier om klanten van advies te voorzien. Dit jaar introduceerden we een chatbot, een virtuele medewerker die klanten via chats van antwoorden voorziet. Uit tests bleek dat de meeste klanten deze nieuwe dienst hoog waardeerden. Logisch, want wij helpen hen hiermee eerder en sneller. Voor VodafoneZiggo geldt dat we met een chatbot efficiënter ondersteuning kunnen bieden. Da's winst voor iedereen.

**Robin Clements**

Executive Director Customer Operations



- > Inleiding
- > Mobiel netwerk
- > Vast netwerk
- > Impact op klant en maatschappij
- > Blik op de toekomst

5 Vooruitgang: investeren in de digitale toekomst

Onze klanten verwachten dat het netwerk waarvan zij gebruikmaken, altijd snel, storingsvrij en veilig is. VodafoneZiggo wil dat zij daar zorgeloos op kunnen vertrouwen. Zowel nu als in de toekomst. Onze missie is daarom het betrouwbaarste netwerk van Nederland te bieden, dat voldoet aan de hoogste internationale standaarden.



Wat deed VodafoneZiggo in 2017?

In de toekomst onderscheidt een netwerk – via kabel of draadloos – zich door twee eigenschappen:

- voldoende capaciteit om alle bestaande en nieuwe diensten aan te kunnen bieden
- de garantie dat een verbinding altijd werkt, zonder storing of uitval

Om dit te kunnen waarmaken, gaan we mee met de laatste ontwikkelingen. Het afgelopen jaar investeerden we in uitbreidingen en technologische verbeteringen van ons vaste en mobiele netwerk.

Mobiel netwerk

Om ons mobiele netwerk klaar te maken voor de toekomst, kozen we in 2017 onder meer voor:

- vernieuwen, vergroten en innoveren van ons netwerk
- uitbreiden van 4G-capaciteit en -dekking
- breder verkrijgbaar maken van 4G+ (supersnelle standaard voor mobiele communicatie)
- ontwikkelen en introduceren van nieuwe producten en diensten voor onze particuliere en zakelijke klanten

We lichten er enkele zaken uit:

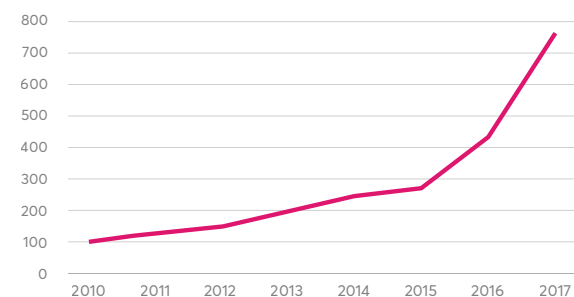
Uitbreiden netwerkcapaciteit

VodafoneZiggo verwacht dat het huidige 4G-netwerk eind 2018 zijn grenzen bereikt, te beginnen op de drukste plekken en momenten. Om dat ogenblik vóór te zijn, breiden we onze netwerkcapaciteit op veel locaties uit. Dat

doen we onder andere met een techniek die we 'carrier aggregatie' noemen. Hiermee bundelen we de capaciteit van de verschillende frequentiebanden. Bij elkaar opgeteld, creëren die meer capaciteit en meer snelheid. Op die manier kunnen steeds meer klanten gelijktijdig gebruikmaken van een snelle internetverbinding, oplopend tot 1Gbps.

De onderstaande tabel laat goed zien dat de vraag naar mobiele data fors toenam met een recordgroei van 90% in 2017 (ten opzichte van 2016).

*Datagebruik mobiel netwerk in Terabyte
2010 = 100%*



3G verdwijnt uit de ether

Ruim 90% van de mobiele data en meer dan 30% van het belverkeer van onze klanten verloopt via het 4G-netwerk. Die trend zet de komende jaren door. Hierdoor is het 3G-netwerk straks niet meer nodig. VodafoneZiggo wil de ruimte die 3G nu nog inneemt, vrijmaken om meer bandbreedte te creëren voor 4G en 5G. Op



Het dataverkeer groeit als nooit tevoren. In 2017 verwerkte ons mobiele netwerk bijna twee keer zoveel data als het jaar daarvoor. Onze klanten verwachten dat we die groei aankunnen en dat de verbindingen altijd snel, veilig en storingsvrij zijn. Onze technische mensen werken dag en nacht om dat mogelijk te maken. Zij zorgen voor het onderhoud en de doorontwikkeling van het bestaande netwerk. Dankzij hun inzet kunnen onze klanten genieten van een ongestoorde digitale ervaring.



Eben Albertyn

Executive Director Technology

kleine schaal doen we dat al. Op de allerdrukste locaties zetten we een deel van de 3G-bandbreedte in voor 4G. Dat is het deel dat we nog niet gebruikten, op de 2100 MHz-frequentie.

Bellen via 4G en wifi

Wie iemand belt, wil zeker zijn van een goede en betrouwbare verbinding. Niemand zit te wachten

op een telefoonstoring of een afgebroken gesprek. Toch kan het gebeuren dat het bereik van een mobiele telefoon soms wegvalt. Bijvoorbeeld omdat je in een pand staat met dikke betonnen muren of stalen constructies, die het signaal blokkeren. Die situaties verbeteren we door smartphones te voorzien van technieken die zorgen voor een betere dekking binnenshuis, zoals



'Bellen via 4G' en 'Bellen via wifi'. De eerste techniek, ook bekend als 'Voice over LTE', kiest automatisch het best beschikbare netwerk om mee te bellen. Dat kan zowel een telefonie- als 4G-netwerk zijn. Met de tweede techniek ('Voice over Wifi') kun je ervoor kiezen om via wifi te bellen in plaats van een telefonieverbinding, als die laatste het laat afweten.

Meer tevreden klanten

Onze inspanningen om ons mobiele netwerk zo goed en betrouwbaar mogelijk te maken,

zorgen voor een hogere klanttevredenheid en -loyaliteit. Dat zien we terug in de Net Promotor Score (NPS).

Vast netwerk

We verbeteren ons vaste netwerk continu. In 2017 legden we de basis voor hoogwaardige producten en diensten met minder verstoringen. We vereenvoudigden onze IT-systemen, netwerken en processen. Op die manier droegen

we niet alleen bij aan een goede klantervaring, maar ook aan dalende kosten – goed voor zowel klant als bedrijf.

Stabiele verbindingen

Om een goede en stabiele verbinding te kunnen garanderen, investeren wij – behalve in de uitbreiding van onze netwerken en platforms – in nieuwe technologieën, die onder meer slimmer omgaan met bandbreedte, sneller fouten opsporen en zelflerend zijn. Voorbeelden hiervan zijn cloud-oplossingen, SDN/NFV, edge-computing en fiber deep. Dankzij deze technologieën en netwerkverbeteringen brachten we het aantal netwerkincidenten en verstoringen nog verder terug.

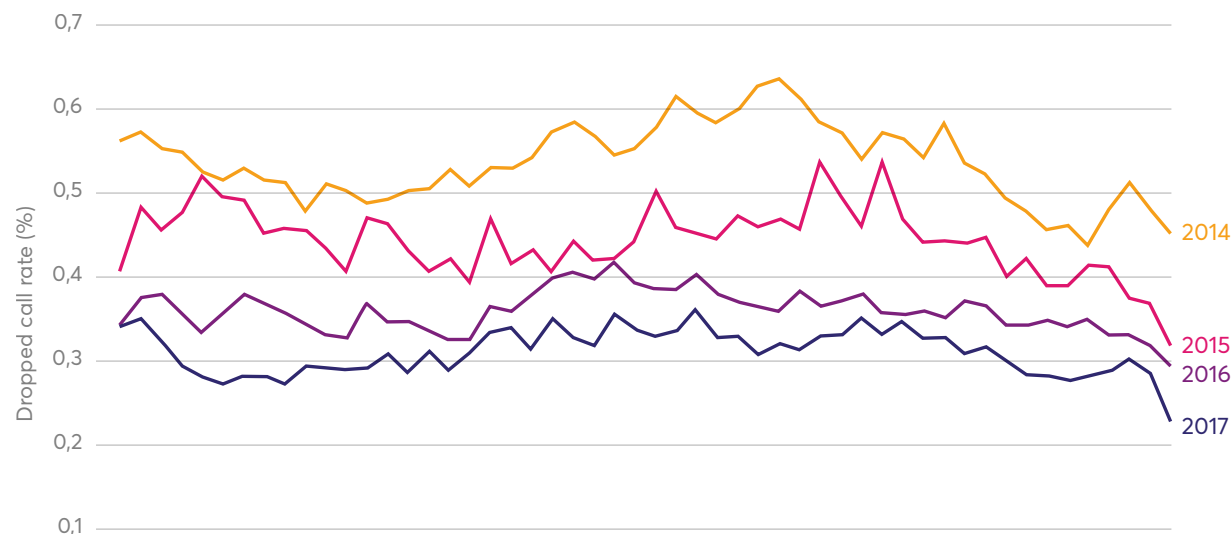
Benutten van ongebruikt potentieel

Het dataverbruik op de kabel stijgt gemiddeld met 30% per jaar. Daarom hebben we steeds meer ruimte nodig om die data te transporteren. Meer ruimte creëren kan op twee manieren. In de eerste plaats door nieuwe technieken te gebruiken, zoals DOCSIS 3.1 (zie 'Nieuwe standaard voor dataverkeer') en in de tweede plaats door extra frequenties vrij te maken. Dat laatste doen we door te stoppen met analoge kanalen, oude digitale protocollen uit te zetten en versterkers te vervangen.

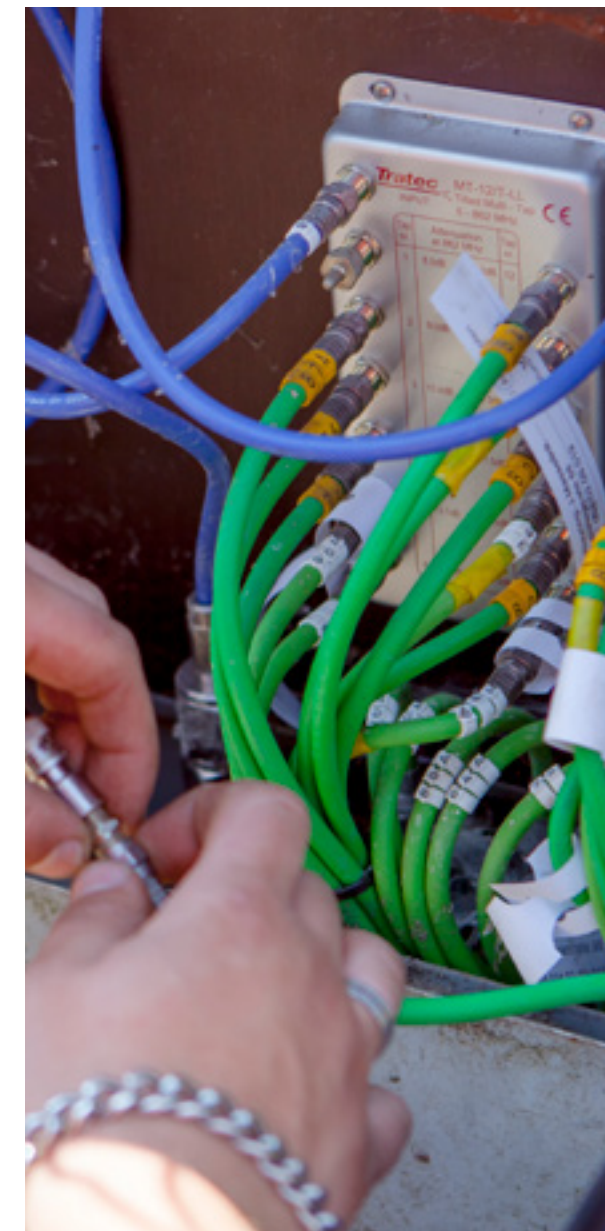
Koploper in snelheid en connectiviteit

Meer dan 95% van de Nederlandse huishoudens heeft toegang tot een internetaansluiting met een snelheid van meer dan 100 Mbps. Hiermee is Nederland de Europese koploper in connectiviteit. VodafoneZiggo is de grootste aanbieder van hogesnelheidsverbindingen. Ruim 95% van de VodafoneZiggo-gebruikers heeft potentieel

GSM, UMTS en VoLTE gecombineerd



Klanten beoordelen de kwaliteit van een mobiel netwerk onder meer op basis van het aantal keren dat een telefoongesprek ineens ongewenst wordt afgebroken. Dit is de 'dropped call rate'.



toegang tot een aansluiting met een snelheid van 400 Mbps. Dat maakt ons tot de nationale 'speed leader'.

Hogere snelheden via bestaand netwerk

De toekomst vraagt om nog snellere verbindingen. De vraag hiernaar groeit de komende jaren in hoog tempo. Om klaar te zijn voor de volgende stap in de digitale economie, introduceren we binnenkort DOCSIS 3.1, een nieuwe kabel-modemtechnologie die Gigabitsnelheden mogelijk maakt over de bestaande kabelnetwerken.

Integratie van vast en mobiel netwerk

Steeds vaker zien we dat diverse diensten en producten integreren. Alles moet zoveel mogelijk passen in één apparaat en moet zo mobiel mogelijk zijn, natuurlijk via een draadloze netwerkverbinding. Alles om het dagelijks leven efficiënter en overzichtelijker te maken.

De mobiele telefoon is het beste voorbeeld van die voortschrijdende integratie. Het mobieltje is al lang niet meer alleen bedoeld om mee te bellen. Je kunt er mee kaartlezen, de weersverwachting checken, bankieren, chatten, foto's posten – noem maar op.

Om aan de groeiende vraag te voldoen, zoeken we naar oplossingen waarbij zo veel mogelijk mensen gebruik kunnen maken van de bandbreedte op de bestaande netwerken. Dat kan onder meer door toe te werken naar één technologie en één protocol, ofwel één manier waarop alle apparaten met elkaar kunnen communiceren. Hierdoor wordt de onderliggende architectuur overzichtelijker en kunnen we die sneller aanpassen aan de veranderende behoeften.

Het IP-protocol maakt dit mogelijk. Dit is een wereldwijde standaard die alle fabrikanten gebruiken. Het is veelzijdiger dan de oude protocollen en maakt het mogelijk om tv en 'video on demand' te kijken op de tablet en smartphone. Dit betekent ook dat we langzaam afscheid moeten nemen van andere protocollen en verouderde systemen. Momenteel gebruiken we vier verschillende protocollen om tv te kijken, vergelijkbaar met oude softwareversies op een computer. Om het onderhoud te vereenvoudigen en meer ruimte voor data vrij te kunnen maken, willen we hiervan af.

Veiligheid en betrouwbaarheid

Consumenten, bedrijven en overheden die gebruikmaken van onze netwerken, willen zeker weten dat alles het blijft doen, onder alle omstandigheden. Ook willen zij de garantie dat hun privacy en gegevens veilig zijn. VodafoneZiggo zorgt er op verschillende manieren voor dat we nu en in de toekomst aan de wensen van de maatschappij blijven voldoen.

Datacenters

De afgelopen jaren investeerde VodafoneZiggo in drie grote, zwaarbeveiligde datacenters in Eindhoven, Arnhem en Schiphol-Rijk. Deze fungeren als elkaars back-up en kunnen elkaars verkeer overnemen als dat nodig is. De kleinere netwerkknoppunten in het land zijn hierdoor niet meer nodig. In 2017 sloten we de datacenters in Venlo, Eindhoven en Breda, in 2018 sluiten we de vestiging in Rotterdam. De locaties Amsterdam, Utrecht en Houten sluiten we naar verwachting in 2022.





Beschermen van gegevens

De bescherming van de gegevens van onze klanten heeft de hoogste prioriteit. VodafoneZiggo kent daarom een sterke beveiligingscultuur. De verantwoordelijkheid voor de beveiliging van alle informatie hebben we belegd bij onze beveiligingsteams. Zij werken nauw samen met hun collega's van Vodafone Group in Groot-Brittannië en Liberty Global in de Verenigde Staten. De beveiligingsteams gebruiken verschillende methodes en processen om onze hoge standaarden op het gebied van veiligheid te waarborgen. Deze stellen hen niet alleen in staat om snel en adequaat te reageren op beveiligingsincidenten. Zij kunnen ook risicovolle situaties voorspellen en inschatten, zodat zij tijdig actie kunnen ondernemen.

Werken volgens de hoogste standaarden

VodafoneZiggo heeft zijn veiligheidsorganisatie ingericht volgens de eisen van ISO 27001, de wereldwijde standaard voor informatiebeveiliging. Momenteel doorlopen we het proces om onze communicatiediensten voor zakelijke klanten volgens deze norm te laten certificeren. Voldoen aan ISO 27001 betekent onder meer dat alle medewerkers en partnerbedrijven verplicht zijn om mogelijke beveiligings- en privacyproblemen te melden. Om de veiligheid van gegevens te waarborgen, werken we verder volgens internationale richtlijnen, best practices in onze sector en de lokale wet- en regelgeving.

Meldpunt voor hackers

Samen met vijf andere telecomaandbieders en branchevereniging Nederland ICT lanceerde VodafoneZiggo het meldpunt 'Responsible Disclosure'. Hier kunnen ethische hackers –

eventueel anoniem – melding maken van potentiële beveiligingsproblemen en kwetsbaarheden in de ICT-systemen van telecomaandbieders.

Impact op klant en maatschappij

Het tempo van de technologische groei komt steeds hoger te liggen. Het regent nieuwe technologieën, allemaal bedoeld om ons leven aangenamer en ons werk efficiënter te maken. VodafoneZiggo volgt de nieuwe ontwikkelingen op de voet. We zorgen dat onze producten en diensten meegroeien met de zee aan nieuwe mogelijkheden. In de tussentijd moet de kwaliteit van wat wij leveren, onveranderd hoog blijven. Dat verwachten onze klanten van ons. Daar werkten we ook in 2017 hard aan.

Perfekte wifi in het hele huis

Steeds meer mensen zien een snelle wifiverbinding als een basisbehoefte. Zij gebruiken meerdere mobiele apparaten die verbonden zijn met wifi. Vaste apparatuur als tv's en desktops sluiten zij niet meer aan met een kabel, maar via een wifiverbinding. Dan wil je wel zeker zijn dat die wifi altijd werkt. Daarom introduceerde VodafoneZiggo in 2017 de Ziggo Power Promise, een pakket dat de klant verzekert van een perfecte wifiverbinding in zijn hele huis of bedrijf.

Topkwaliteit 4G-netwerk

Met een zeer hoge dekkinggraad en datasnelheid behoort het 4G-netwerk van VodafoneZiggo tot de beste in de wereld. Dat blijkt uit vergelijkende on-

derzoeken ([benchmark P3](#)) met telecomaandbieders over de hele wereld. Natuurlijk willen we dat hoge niveau vasthouden. Daarom werken onze netwerkontwikkelaars 24 uur per dag aan het uitbreiden, moderniseren en verfijnen van het netwerk. De komende jaren breiden we ons 4G- en 4G+-netwerk uit om een nog betere dekking te realiseren. Dat zorgt onder meer voor een beter bereik in grens-, plattelands- en natuurgebieden. Daarnaast investeren we in 'small cells', een fijnmazig netwerk van kleine zendmasten dat de kwaliteit van 4G naar een hoger plan tilt.

Landelijke dekking voor the Internet of Things

De meeste apparaten, gebruiksvoorwerpen, producten en voedselverpakkingen kunnen straks met elkaar communiceren via een chip die toegang heeft tot internet. Samen vormen zij the Internet of Things (IoT). Een slimme koelkast geeft bijvoorbeeld aan dat de melk op is, de kruidenier levert die automatisch aan. En de verwarming in huis gaat aan, zodra je je woonplaats in rijdt. Sinds september 2017 heeft VodafoneZiggo hiervoor een landelijk dekkend netwerk: het Narrow Band-Internet of Things (NB-IoT), dat voldoet aan de internationale standaard op dit gebied.

In het tweede kwartaal van 2018 voeren we landelijk de LTE-M-technologie in, waarmee we het meest complete radionetwerk voor IoT-diensten in Nederland hebben. Deze technologie geeft de mogelijkheid om meer bandbreedte te gebruiken dan het bestaande NB-IoT en ondersteunt bellen over 4G (zie hierboven). Dit is bijvoorbeeld van belang voor producten en diensten die gebruikmaken van spraak, zoals automatisch werkende slagbomen en 'pratende' liften.

Supersnel internet voor iedereen

We werken aan een toekomst waarin klanten zeker zijn van een snelle, storingsvrije en veilige verbinding. Daarin beschikt iedereen, waar dan ook, over een downloadsnelheid van 1.000 Mbps met een zeer lage vertragingfactor. Binnen het programma passen we de nieuwste technologieën toe en testen deze in onze infrastructuur. De hoge snelheden gaan we de komende jaren realiseren met 4G-, 5G- en DOCSIS 3.1-technologie ([zie 'Nieuwe standaard voor dataverkeer'](#)).

Blik op de toekomst

Om tijdig in te kunnen spelen op nieuwe technologische ontwikkelingen, moeten we ons een beeld vormen van de nabije toekomst. We sorteren hierop voor met investeringen in ons netwerk en het aantrekken van mensen die beschikken over de juiste kennis. Hoe ziet de wereld van tv, internet en telecommunicatie eruit over vijf à tien jaar? Met de snelheid waarop de technologie zich momenteel ontwikkelt, is het moeilijk om dat exact aan te geven.

Zeker is dat de hoeveelheid data die we uitwisselen, de komende jaren exponentieel groeit. Het dataverbruik per apparaat stijgt gehed, evenals het aantal apparaten dat via het IP-protocol met elkaar communiceert. Om alle klanten goed te kunnen bedienen, blijft VodafoneZiggo investeren in zijn netwerken. Wij moeten nu bouwen om de digitale toekomst te kunnen realiseren.



Overal digitaal tv kijken

De verschuiving van het 'oude kijken' naar het 'nieuwe kijken' is in volle gang en daarmee ook de veranderingen in het netwerk. De komende jaren vervangen we analoge televisie door digitale televisie. De consument krijgt een scherper beeld, wij nemen afscheid van een oude technologie. Daarnaast kijken steeds meer mensen televisie op een tablet of smartphone. Daarom investeren we in het uitbreiden en verbeteren van onze data-distributie. We slaan data niet meer centraal op, maar op meerdere plaatsen in het netwerk, dicht bij de klant. Op die manier voorkomen we grote dataopstoppingen op één plek en kan de klant ongehinderd zijn data van een server in de buurt plukken.

Ruimte maken voor 5G

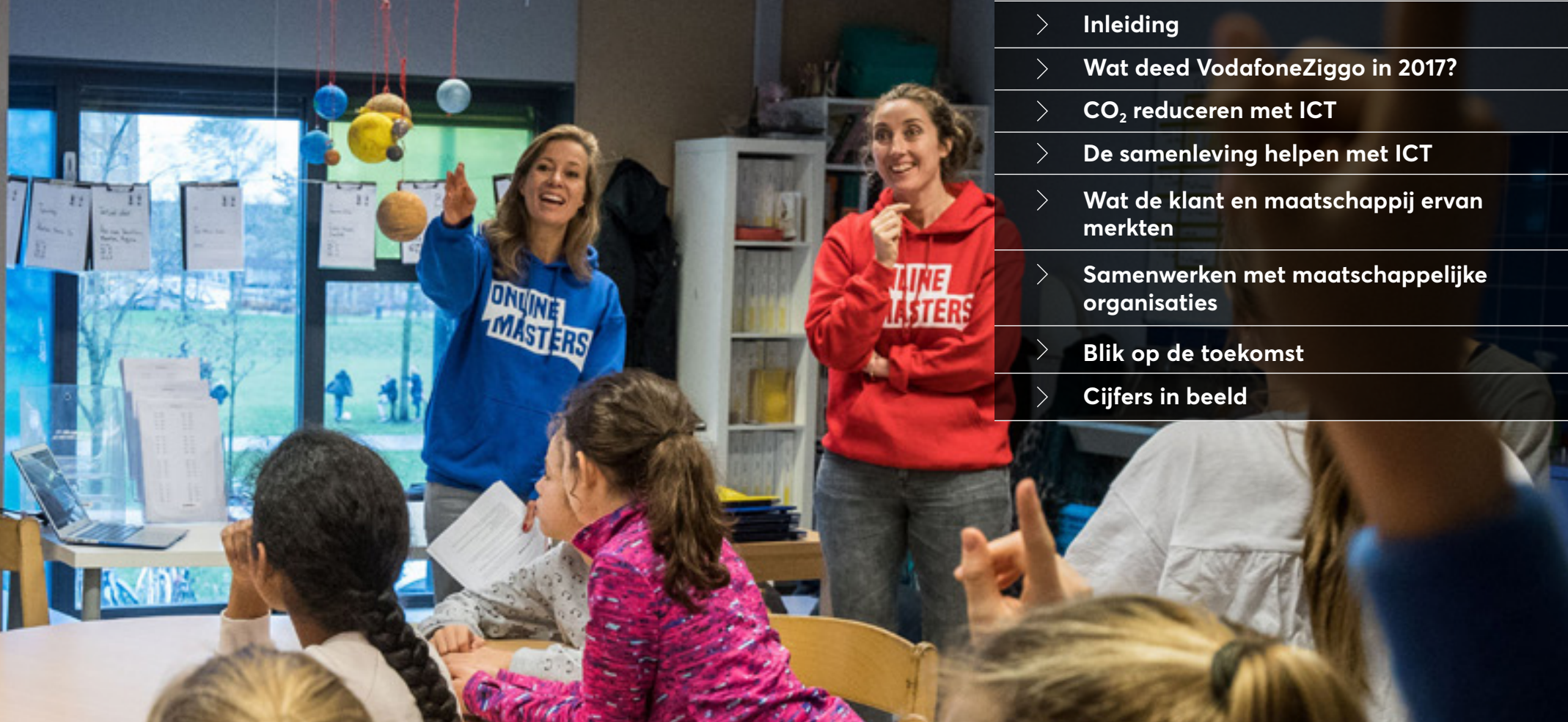
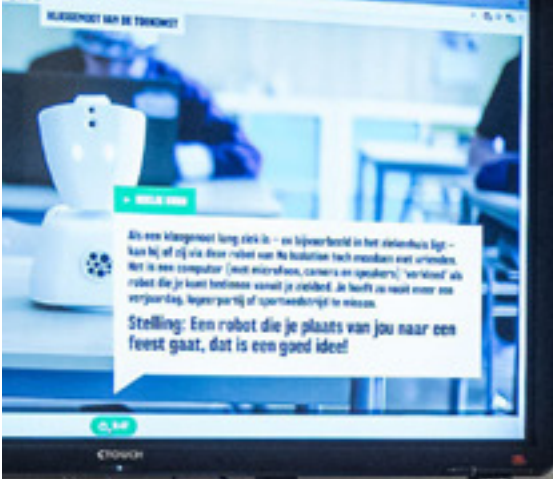
Het wordt almaar drukker in de ether. Om de groei van het mobiele dataverkeer op te vangen, moeten de huidige en toekomstige frequenties zo efficiënt mogelijk worden gebruikt. De komende frequentie-veiling is hierbij van groot belang. VodafoneZiggo zou graag zien dat de overheid van tevoren invulling geeft aan een aantal randvoorwaarden:

- Maak de 3,5 GHz-band volledig beschikbaar voor mobiele communicatie en hef de gebruiksbeperkingen op die nu gelden door het gebruik van defensie en de inlichtingendiensten.
- Geef de vergunningen voor 25 jaar uit, zodat marktpartijen met vertrouwen in hun netwerken kunnen investeren.
- Zorg ervoor dat 5G beschikbaar komt in heel Nederland, en geef de ruimte aan aanbieders om zelf te bepalen hoe ze dat doen.

Nieuwe standaard voor dataverkeer

Kabelmaatschappijen over de hele wereld hanteren de DOCSIS-standaard voor het leveren van internetdata-, spraak- en videodiensten via de bestaande kabeltv-systemen. Om tegemoet te komen aan de behoefte aan hogere datasnelheden, test VodafoneZiggo momenteel DOCSIS-versie 3.1. Deze technologie betekent een enorme sprong vooruit in download- en uploadsnelheid, tot respectievelijk 10 Gbps en 2 Gbps. Omdat de 3.1-versie ook werkt met de oudere 3.0-versie, blijven bestaande applicaties gewoon in de lucht en is de overstap naar de nieuwe standaard moeiteloos te maken. Consumenten onderkennen dus geen problemen, wanneer zij een DOCSIS 3.1-modem aanschaffen. Alles blijft werken en zij zijn klaar voor de volgende stap in internetsnelheden.





- > Inleiding
- > Wat deed VodafoneZiggo in 2017?
- > CO₂ reduceren met ICT
- > De samenleving helpen met ICT
- > Wat de klant en maatschappij ervan merken
- > Samenwerken met maatschappelijke organisaties
- > Blik op de toekomst
- > Cijfers in beeld



6 Verbindingen: mens en samenleving versterken

De digitale samenleving biedt mensen een zee aan 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.

Waar je ook woont, wie je ook bent. Je kunt samen met anderen – al wonen die aan de andere kant van de planeet – oplossingen bedenken voor vraagstukken en zo bijdragen aan een betere maatschappij.

Als je digitaalvaardig bent, ligt de wereld aan je voeten. Daarom willen wij mensen helpen hun digitale vaardigheden te ontwikkelen. Zodat zij vol zelfvertrouwen de online samenleving in stappen en de vruchten ervan kunnen plukken. VodafoneZiggo gelooft in de positieve impact van ICT en digitale media, omdat zij mensen in staat stellen om elkaar te ontmoeten, te inspireren, te genieten, van elkaar te leren en een ander te begrijpen. Wij willen ervoor zorgen dat digitale technologie voordelen biedt voor iedereen.

Natuurlijk hebben we ook oog voor de negatieve kanten van de digitale samenleving. De kranten en sociale media staan er vol mee. Minder persoonlijk contact door sociale media, online pesten, de druk om zo veel mogelijk 'likes' te hebben... Sommigen spreken al van 'sociobesitas': een schadelijke verslaving aan sociale media. Terecht besteedt het maatschappelijk debat veel aandacht aan deze problematiek. VodafoneZiggo onderschrijft die maatschappelijke zorg. Daarom zoeken we actief mee naar oplossingen.

VodafoneZiggo wil maatschappelijke impact creëren door enerzijds de positieve impact van de digitale samenleving te stimuleren en anderzijds de negatieve impact ervan te beperken. Dat vertaalt zich in ons doel voor de komende jaren:

Eind 2020 staat VodafoneZiggo bekend als het bedrijf dat de samenleving in staat stelt om de mogelijkheden van de digitale wereld op een verantwoordelijke manier te benutten.

Wat deed VodafoneZiggo in 2017?

In 2017 kozen we drie speerpunten om onze sociaal-maatschappelijke ambitie waar te maken:

- Vergroten van digitale vaardigheden
- CO₂ reduceren met ICT
- De samenleving helpen met ICT

Vergroten van digitale vaardigheden

VodafoneZiggo wil sociale uitsluiting van kwetsbare mensen tegengaan. We richten ons voornamelijk op kinderen en jongeren met minder kansen. We willen dat iedereen de kans heeft om volop mee te doen in de digitale samenleving. Zo verkleinen we de ongelijkheid in Nederland. Dit doen we bijvoorbeeld door kinderen en jongeren via het 100 Connected Schools-programma digitale vaardigheden te leren en mee te geven. Met ons medewerkersfonds stellen we technologie en mensen beschikbaar. Zij onderzoeken nieuwe manieren om jongeren te verbinden. Daarnaast stimuleren we mensen om technologie in te zetten voor innovaties die het leven van mensen verbeteren (InnovateforGood).

VodafoneZiggo wil de digitale vaardigheden van alle Nederlanders verbeteren. In 2017 richtten we ons daarbij vooral op jongeren. Wij vinden het belangrijk om hen zo vroeg mogelijk kennis laten maken met technologie, zodat zij vaardig, veilig en bewust kunnen omgaan met alle mogelijkheden. In Nederland zijn digitale vaardigheden echter nog geen onderdeel van het lesplan. Daarom zetten we ons samen met andere partijen in om, via verschillende landelijke initiatieven, dit



Digitale vaardigheden: het vermogen om bekwaam om te gaan met de mogelijkheden die technologie biedt.

thema hoog op de landelijke agenda te zetten. Intussen ontwikkelen we verschillende initiatieven om de jeugd vertrouwd te maken met technologie.

Online Masters

Online Masters is een gratis lesprogramma waarin digitale experts – de 'online masters' – uitleggen hoe de digitale wereld in elkaar steekt. Vloggers, professoren en internetondernemers laten schoolieren in korte videoclips zien hoe zij het digitale tijdperk beleven. Het lespakket is bestemd voor de bovenbouw van het basisonderwijs en de onderbouw van het voortgezet onderwijs. [Online Masters](#) betreft ook ouders bij de lesstof door thuisopdrachten mee te geven.

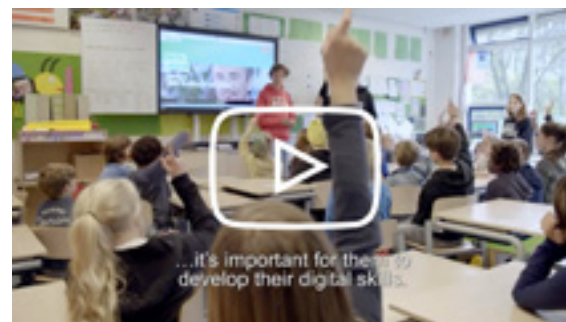
Het lesprogramma bestaat uit vier modules:

Digital Master
De leerling doet kennis op over digitale technologie.

Creative Master
De scholier leert werken met virtual reality, robots, design, programmeertalen en vlogs.

Safe Master
Deze module laat zien hoe je veilig online kunt bewegen.

Social Master
Hiermee krijgen de jongeren inzicht in de impact en effecten van online gedrag.



VodafoneZiggo ontwikkelde Online Masters in samenwerking met [Veilig Internetten](#) en Mediawijzer. We lanceerden het lespakket tijdens de nationale [Week van de Mediawijsheid](#), die plaatsvond van 17 tot en met 23 november 2017. In die week gaven 250 VodafoneZiggo-medewerkers introductielessen in ruim honderd Nederlandse gemeenten. In 2017 maakten in totaal zo'n 38.000 leerlingen op duizend scholen kennis met het programma.

Experience Days

VodafoneZiggo wil kinderen laten zien hoe ze vaardig, veilig en bewust kunnen omgaan met technologie. We hopen hen enthousiast te maken om een technisch beroep te kiezen. Omdat ze daarmee later vrijwel zeker werk vinden en omdat, laten we eerlijk zijn, VodafoneZiggo ook in de toekomst zit te springen om technisch opgeleide mensen.

Daarom organiseren we elke maand op verschillende vestigingen de Experience Days. Hier laten we jongeren spelenderwijs kennismaken met technologie en bieden we ze 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 bevoegde medewerkers die hen onder meer leren programmeren en 'kabelstrippen' – met een speciale tang een kabel ontdoen van zijn plastic omhulsel. In 2017 namen 1.671 leerlingen deel aan de Experience Days.

De Experience Days richten zich met name 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. De workshops blijken nuttig en, gezien de enthousiaste reacties van de kinderen, vooral erg leuk om te doen.

➤ Wethouder Sven de Langen bezoekt VodafoneZiggo voor een Experience Day

Maatschappelijk debat

VodafoneZiggo mengt zich nadrukkelijk in het debat over de impact van digitalisering op onze maatschappij. Hoe bereiken we een digitale maatschappij waaraan iedereen meedoet? Hoe blijft Nederland digitaal koploper in Europa? Waar willen we heen met de digitalisering in Nederland?

In 2017 organiseerde VodafoneZiggo het Digitaliseringsdebat, waarin captains of industry, digi-experts, politici en andere betrokkenen zich over deze vragen bogen. VodafoneZiggo gooide de knuppel in het hoenderhok met de stelling dat het



Naast Online Masters waren ook Slim Online (Ziggo) en Safe & Social (Vodafone) programma's in 2017. In totaal zijn hiermee 169.535 kinderen digitaal vaardiger gemaakt.

Nederland ontbreekt aan een visie en een samenhangende aanpak om de digitale transformatie mogelijk te maken. Daardoor loopt Nederland het risico achter te raken op andere landen, die dat wel voor elkaar hebben.

Het debat dat zich ontspon, stond onder meer stil bij de manier waarop politiek, onderwijs en bedrijfsleven met elkaar moeten samenwerken, de infrastructuur die Nederland nodig heeft om de digitalisering te stimuleren en de vraag hoe we jongeren én ouderen kunnen warmmaken om hun digitale vaardigheden te ontwikkelen.

Bekijk de video over het digitaliseringsdebat:



CO₂ reduceren met ICT

Om helder te krijgen wat we als bedrijf kunnen doen om de CO₂-uitstoot te verminderen, hebben we de handen ineengeslagen met [Natuur & Milieu](#), een organisatie die zich actief inzet voor een duurzamere samenleving. Samen met hen bepalen we hoe we de CO₂ zo ver mogelijk kunnen terugbrengen.

Hoe ver staat VodafoneZiggo hiermee? Door het gebruik van Nederlandse windenergie is een deel van de elektriciteit die VodafoneZiggo gebruikt, volledig groen. We namen verschillende maatregelen om onze impact op het milieu te verkleinen. Zo hergebruiken we 95% van de mediaboxen voor digitale tv en maakten we duurzaam inkopen een belangrijk onderdeel van de [nieuwe inkoopvoorwaarden](#). De grootste milieu-impact ligt namelijk in de keten, zowel bij leveranciers als bij klanten.

Slim gebruik van ICT

VodafoneZiggo belast het milieu vooral met het energieverbruik van zijn kantoren, het gebruik van apparatuur en het reizen van medewerkers. Daar staat tegenover dat we door slim gebruik te maken van ICT bijna twee keer zoveel CO₂ besparen dan er nodig is om diezelfde ICT te maken, leveren en gebruiken. Bijvoorbeeld omdat we met appen, internetten en skypen het mogelijk maken dat mensen contact met elkaar hebben zonder op pad te hoeven. Ze kunnen thuis werken, in de trein of op een handige locatie in de buurt. De reiskilometers die zij hiermee vermijden, zijn belangrijke milieuwinst. Een vijfde van de Nederlandse thuiswerkers werkt met een mobiele telefoon of laptop waarvoor VodafoneZiggo de diensten levert.

Het faciliteren van the Internet of Things (IoT) zorgt dat we nog meer milieuwinst kunnen boeken. IoT maakt het mogelijk dat apparaten onderling informatie uitwisselen zonder dat er een mens aan te pas komt. Zoals met navigatieapparatuur. De technologie verbindt het navigatiesysteem met de computer van de verkeersinformatiedienst, die de automobilist automatisch alternatieve routes doorgeeft, zodat hij files kan ontlopen.

Het kan beter

Ondanks deze milieuwinst zijn we nog lang niet tevreden. We zijn nog altijd verantwoordelijk voor meer CO₂-uitstoot dan we zouden willen. In [bijlage 2](#) staan de exacte cijfers over de milieu-impact van ons bedrijf.

De komende jaren willen we stappen zetten om de CO₂-uitstoot verder omlaag te brengen. De potentie is enorm. Als we de mogelijkheden die ICT biedt maximaal toepassen, kunnen we in 2030 liefst 74 miljoen ton CO₂ besparen – dat is vergelijkbaar met negen kolencentrales. Dit blijkt uit onderzoek van het Global e-Sustainability Initiative (GeSI), een wereldwijde samenwerking van grote ICT-bedrijven met als doel duurzaamheid te versnellen.

Inspireren tot actie

De mogelijkheden liggen voor het oprapen. Daarom willen we ook andere partijen inspireren om de handschoen op te pakken. Om die reden onderzocht Natuur & Milieu bij een aantal zakelijke klanten van VodafoneZiggo hoe de inzet van ICT kan leiden tot CO₂-reductie. We voerden een marketingcampagne onder de titel 'Minder CO₂ met ICT' om bedrijven te motiveren werk te maken van hun CO₂-beleid. Uiteindelijk zagen 500.000 professionals de campagne en wonnen we hiermee de [Digital Communication Award](#) voor beste digitale CSR-campagne van Europa.



Lees over het initiatief 'Vodafone voor Ready Cities'



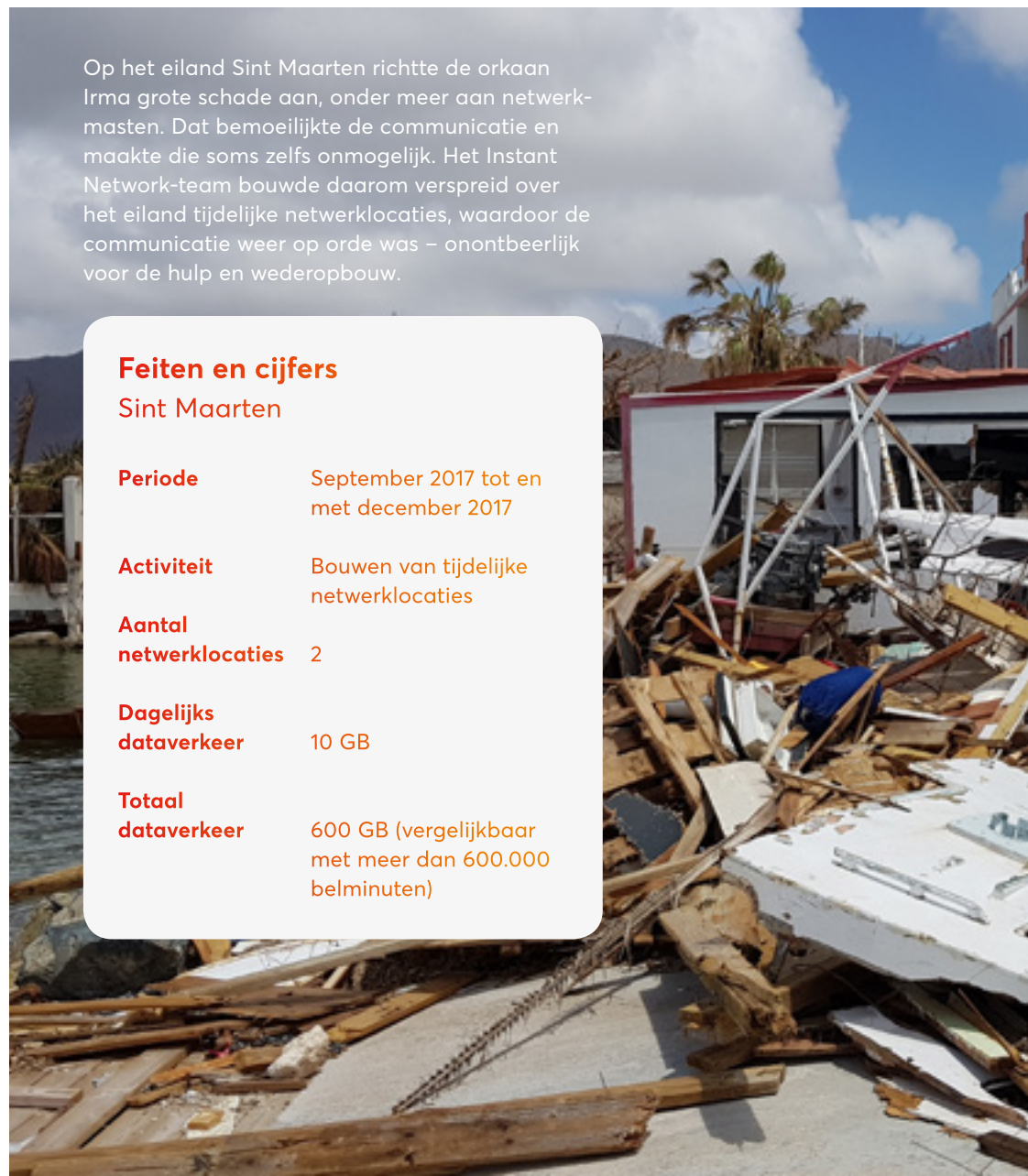
De samenleving helpen met ICT

ICT kan van grote maatschappelijke waarde zijn. Daarom stimuleert VodafoneZiggo het gebruik van ICT bij het oplossen van maatschappelijke vraagstukken. In 2017 ontwikkelden we in dat kader verschillende initiatieven, waarvan we er twee uitlichten: Instant Network en Get the Flow.

Instant Network

Instant Network is een initiatief van de Vodafone Netherlands Foundation dat vrijwilligers in staat stelt overal ter wereld te helpen om in crisis-situaties de telecommunicatie op poten te zetten.

In het Griekse stadje Lavrio, niet ver van Athene, installeerden medewerkers van VodafoneZiggo een wifinetwerk in een vluchtelingenkamp.



Op het eiland Sint Maarten richtte de orkaan Irma grote schade aan, onder meer aan netwerkmasten. Dat bemoeilijkte de communicatie en maakte die soms zelfs onmogelijk. Het Instant Network-team bouwde daarom verspreid over het eiland tijdelijke netwerklocaties, waardoor de communicatie weer op orde was – onontbeerlijk voor de hulp en wederopbouw.

Feiten en cijfers

Sint Maarten

Periode	September 2017 tot en met december 2017
Activiteit	Bouwen van tijdelijke netwerklocaties
Aantal netwerklocaties	2
Dagelijks dataverkeer	10 GB
Totaal dataverkeer	600 GB (vergelijkbaar met meer dan 600.000 belminuten)

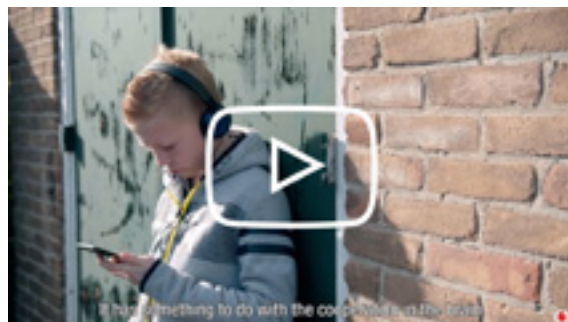


Foto's van collega Harm Kanters, lid van het Instant Network-team op Sint Maarten

Get the Flow

Ongeveer 5% van de Nederlandse kinderen stottert. Vodafone wil deze kinderen een methode bieden om niet alleen via sociale media, maar ook sprekend contact met elkaar te maken. Daarom ontwikkelden wij samen met bureau DDB & Tribal Amsterdam, de Nederlandse Federatie Stotteren en stotterambassadeur en zangeres Sanne Hans een app: Get The Flow. Deze app helpt kinderen om vloeiender te spreken door te rappen. De app bevat speciaal gemaakte rap-oefeningen, waarmee ze op een coole manier hun spraak trainen en hun zelfvertrouwen een boost geven. De app brengt kinderen met elkaar in contact via de app, onder meer door in duo's met elkaar te rappen.

Kijk wat rappen kan betekenen voor kinderen die stotteren



Klinkende resultaten

- Get The Flow werd 10.000 keer gedownload
- De gemiddelde rating was 4,1 (op een schaal van 5)
- Get the Flow won verschillende communicatieprijzen, te weten 5 Cannes Lions, 8 Eurobest Awards, 3 European Excellence Awards en 1 Epica Award
- 70 spraaktherapeuten voegden Get the Flow toe aan hun curriculum

Wat de klant en maatschappij ervan merkten

VodafoneZiggo ontwikkelt projecten met maatschappelijke impact, omdat we geloven dat we daarmee kunnen bijdragen aan een betere samenleving. De maatschappelijke relevantie van ons werk is alleen niet altijd even zichtbaar. Uit enquêtes blijkt dat onze klanten vooral geïnteresseerd zijn in de vraag of onze producten goed werken en of we ons werk goed doen. Vanzelfsprekend. Dat staat voor ons ook op nummer één. Maar de maatschappelijke relevantie van wat wij doen vinden we ook heel belangrijk, een essentieel onderdeel van ons werk zelfs. We vertellen er dan ook graag over, maar we schreeuwen het niet van de daken.

De kern van onze producten en diensten is het mogelijk maken van communicatie, een wezenlijk onderdeel van onze samenleving. Zonder communicatie is er geen contact en houden we op mens te zijn. Onze projecten laten zien hoe we een betere samenleving kunnen creëren door slimme technologische oplossingen te bieden. Zo maken we echt het verschil. En daar zijn we trots op.

Enkele voorbeelden maken duidelijk hoe we dit in de praktijk gestalte geven.

Verkiezings TV met De tweede kelder

Journalistiek experiment 'De Tweede Kelder' In twee maanden tijd een studio opbouwen, een politiek programma uit de grond stampen en dagelijks op tv komen. Ga er maar aan staan.

VodafoneZiggo gaf een groep van dertig leer-gierige jongeren de kans. Zij kregen hiervoor de beschikking over professionele apparatuur, een landelijke zender en een studio in de kelder van het Binnenhof. Een team van journalistieke professionals trainde en begeleidde hen. De kersverse programmamakers kregen coryfeeën als Mark Rutte, Thierry Baudet en Alexander Pechtold voor de camera en wisten ze verrassende uitspraken te ontlokken met interviews in spelvorm. Door het maken van 'De Tweede Kelder' ontwikkelden ze hun talenten en voegden ze een 'vet' stuk ervaring toe aan hun cv – klaar voor de arbeidsmarkt. Precies wat we hiermee voor ogen hadden.



Lees het complete verhaal op vodafoneziggo.nl





Samenwerken met maatschappelijke organisaties

Om onze maatschappelijke ambities te bereiken, werken we nauw samen met verschillende partners en ondersteunen we diverse landelijke en lokale initiatieven. Een overzicht van onze partnerships:

MAATSCHAPPELIJKE INITIATIEVEN

- Samen Digiwijzer**
'Digitale geletterdheid' is een voorwaarde om mee te kunnen doen in de wereld van nu en morgen. Daarom wil Samen Digiwijzer alle kinderen in Nederland gelijke kansen bieden om hun digitale vaardigheden te ontwikkelen. VodafoneZiggo is kernpartner van de organisatie.
Samenwerking met CodePact, Mediawijzer.net, Kennisnet en het ministerie van Economische Zaken en Klimaat.
- Techniepact**
Wie een technische opleiding heeft gevolgd, is vrijwel zeker van een baan, tonen onderzoeken aan. Techniepact helpt de instroom van jongeren binnen technische opleidingen te vergroten en zorgt voor een betere aansluiting van het onderwijs op de arbeidsmarkt. VodafoneZiggo maakt deel uit van zowel de landelijke organisatie als de Rotterdamse tak.
Samenwerking met overheden, onderwijsinstellingen en het bedrijfsleven.
- Schuldaiserscoalitie**
In Nederland zitten 700.000 huishoudens in de problemen door schulden, vaak in combinatie met armoede. Een coalitie van bedrijven werkt daarom samen om zulke probleemschulden te voorkomen en betalingsachterstanden op te lossen.
Samenwerking met onder meer Aegon, Brabant Water, CZ, Delta Lloyd, KPN, Nuon, OHRA en ABN Amro.

MAATSCHAPPELIJKE ORGANISATIES

- Expertisebureau Online Kindermisbruik (EOKM)**
VodafoneZiggo ondersteunt het Meldpunt Kinderporno van het EOKM, dat (online) seksueel misbruik en seksuele uitbuiting van kinderen bestrijdt en voorkomt.
- Missing Chapter**
Missing Chapter stimuleert kinderinclusiviteit: zij betrekken kinderen bij beslissingen die bedrijven en overheden nemen. Zeker als het gaat over onderwerpen die directe invloed hebben op hun leven. Ieder jaar denken kinderen mee met een maatschappelijk vraagstuk van VodafoneZiggo.
Raad van Kinderen op bezoek bij VodafoneZiggo
- 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 foundation.
- Fonds Gehandicaptensport**
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 partner van het fonds.
- Natuur & Milieu**
Om in de toekomst een mooie en duurzame wereld zeker te stellen, helpt Natuur & Milieu om duurzaam beleid en duurzame keuzes gemakkelijk en aantrekkelijker te maken. VodafoneZiggo gaf samen met Natuur & Milieu vorm aan de campagne 'Minder CO2 met ICT'.
- 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 (zie kader volgende pagina).
- Vodafone Foundation**
Sinds 2002 zet de Vodafone Foundation zich in om met mobiele technologie het leven van mensen in een kwetsbare positie te verbeteren. We willen sociale uitsluiting tegengaan door digitale vaardigheden aan te leren en digitale oplossingen bereikbaar te maken, zodat iedereen kan meedoen in de digitale samenleving. De foundation organiseert ook geregeld vrijwilligersactiviteiten voor medewerkers.

Leren wat je leuk vindt

Als je een goede beroepskeuze wilt maken, moet je wel weten wat er te kiezen valt in de wereld. En daar ontbreekt het bij veel kinderen aan. Vooral als je opgroeit in armoede, is de weg naar de arbeidsmarkt moeilijk te vinden. En helaas geldt in Nederland nog steeds: de plek waar je wieg staat, voorspelt hoe succesvol je zal worden. JINC wil dat helpen veranderen. Wij zetten ons ervoor in dat ieder kind gelijke kansen krijgt. De samenwerking met bedrijven is daarvoor onmisbaar. Ik vind het een prachtig resultaat dat we met VodafoneZiggo verspreid over Nederland zo'n groot aantal kinderen hebben bereikt voor een zogenaamde Experience Day bij VodafoneZiggo. Ik ben blij dat VodafoneZiggo in 2018 weer partner is, zodat we de horizon van nog veel meer kinderen kunnen verbreden.'

Daniël Roos, oprichter en directeur van JINC.



Verantwoordelijkheid nemen

We willen de samenleving een duwtje in de rug geven, met name de groepen die dat het beste kunnen gebruiken. We kijken waar we onszelf kunnen verbeteren en willen onze maatschappelijke impact verbeteren. Bijvoorbeeld door onze CO₂-uitstoot omlaag te brengen en goede afspraken te maken met onze ketenpartners. We sponsoren maatschappelijke initiatieven, vooral als die zich richten op digitale vaardigheden. We leggen verantwoordelijkheid af over al onze inspanningen op een transparante manier. Zoals in ons jaarverslag.

Blik op de toekomst

VodafoneZiggo wil Nederland digitaal vaardig maken. Dat is onze ambitie. Digitaal vaardig betekent dat je je bewust bent van de mogelijkheden die technologie biedt, dat je er veilig mee kunt omgaan en dat je er een bijdrage mee kunt leveren aan de maatschappij. Iedere Nederlander die digitaal vaardig is, biedt meerwaarde aan de samenleving. Want technologie verbindt. Vanuit dat idee tim-

merden we aan de weg in 2017. In 2018 gaan we verder op dezelfde route en leggen we de nadruk op drie thema's:

Digitale vaardigheden aanleren

We activeren digitale vaardigheden op lokaal en nationaal niveau en verbreden onze aandacht naar nieuwe doelgroepen. Dat doen we onder meer via de Online Masters.

Digitale oplossingen bieden

We laten zien welke maatschappelijke problemen we (deels) kunnen oplossen met digitale technologie. We inspireren Nederland door het tonen van innovatieve toepassingen en de maatschappelijke waarde hiervan.



Cijfers in beeld

In 2017 behaalden we enkele aansprekende resultaten. Van een aantal hiervan brengen we de cijfers in beeld:

DIGITALE VAARDIGHEDEN AANLEREN



38.000 kinderen

volgden een module van Online Masters.



1.000 scholen

gaven aan het leerpakket van Online Masters te gaan gebruiken.



1.671 kinderen

namen deel aan een Experience Day op een van onze kantoren.



350 collega's

gaven les tijdens een Experience Day of de Online Masters.



85% van onze collega's

wil hiermee doorgaan in 2018.

DIGITALE OPLOSSINGEN BIEDEN



De vrijwilligers van Instant Network zorgden ervoor dat inwoners van Sint Maarten en vluchtelingen in Griekenland **606 GB aan dataverkeer** konden ontvangen en versturen.



7 miljoen Nederlanders

hebben al eens gehoord van Get the Flow, dat inmiddels honderden jongeren hielp met hun spraakontwikkeling



20 studenten

maakten de 2e Kelder, verkiezings TV

VERANTWOORDELIJKHEID NEMEN



Onze CO2 uitstoot in 2017 was **13,8 kilo ton**



We steunden in 2017 voor **€ 350.000** aan goede doelen



> Inleiding

> Omzet en bedrijfsresultaat

> Resultatenrekening

> Balans

7 Financiële resultaten

2017 was een intensief jaar voor ons bedrijf. We maakten grote strategische en operationele vorderingen met het samenvoegen van Vodafone en Ziggo. De integratie vroeg veel van onze mensen en de organisatie, maar samen zetten we een stevig fundament neer om op voort te bouwen. In deze soms hectische tijden lukte het ons om onze financiële bedrijfsdoelstellingen voor dit jaar volledig te behalen.

vodafone  



Omzet en bedrijfsresultaat

Binnen 4 maanden na de start van VodafoneZiggo zijn we begonnen met het aanbieden van nieuwe geconvergeerde proposities aan onze klanten (de zogenaamde Non-Stop-Gratis-Extra's). In het kort betekent "geconvergeerd" dat een klant die een Vodafone mobiel abonnement combineert met een Ziggo internet product, voordelen ontvangt zoals dubbele data, korting op de mobiele rekening, een HBO of Sport TV en een internetveiligheid pakket. Hier zagen we duidelijk goed momentum aangezien nu al 880,000 van onze 3,9 miljoen kabel klanten geconvergeerde klanten zijn én deze huishoudens gebruiken een totaal van 1.25 miljoen mobiele abonnementen. Meer dan 20% van al onze vaste kabel klanten en meer dan 60% van onze Vodafone-merk mobiele klanten ervaren de voordelen van deze nieuwe propositie. Wanneer klanten een gecombineerd VodafoneZiggo abonnement afnemen leidt dit tot een veel hogere klanttevredenheid en daarmee een sterke verlaging van het klantverloop en dat onderstreept gelijk onze strategische focus op convergentie.

We realiseerden wederom groei in onze vaste kabel business, ondersteund door de aanwas van 63,000 nieuwe internetklanten in 2017, waarvan 24,000 in het vierde kwartaal. Dit was ons beste resultaat en mede het gevolg van onze Ziggo Power Promise WiFi campagne.

We merken dat onze strategische investeringen in content (zoals Ziggo Sport en HBO) en

innovatieve producten zoals Replay TV en Ziggo GO steeds beter werken gezien meer van onze klanten kiezen voor méér dan enkel het basis TV product. We bieden nu gemiddeld 2.5 producten aan per huishouden; dit is een combinatie van tv, internet en vaste telefonie. Ook zien we dat ons verlies van tv klanten aan het einde van 2017 nagenoeg nul is, ons beste resultaat in meer dan 6 jaar tijd.

De totale omzet daalde in vergelijking met 2016 met 4%, tot € 4.019 miljoen. Waarbij de omzet uit onze kabeldiensten voor de consumentenmarkt gelijk bleef en we een mooie groei van 4% op de zakelijke markt noteerden.

Voor onze mobiele tak zagen we een daling van 8% in het consumentensegment en van 12% voor het zakelijke segment. De helft van deze omzetzijging was het gevolg van nieuwe regulering, onder andere voor roaming en afgiftdiensten in mobiel.

Ons bedrijfsresultaat of Operating Cash Flow ("OCF") daalde met 6% tot € 1.692 miljoen. De voornaamste oorzaak hiervan was de eerder genoemde omzetzijging. Maar ook de extra operationele kosten van 24 miljoen die in 2017 gemaakt zijn om de integratie van de bedrijven te realiseren, had impact op het bedrijfsresultaat.



VodafoneZiggo wil waarde creëren voor zijn klanten. Zij moeten blindelings op onze diensten kunnen vertrouwen. Daarom investeerden we hierin meer dan 800 miljoen euro in het afgelopen jaar. Ik ben ervan overtuigd dat deze investeringen zich terugbetalen in tevreden klanten. Zij kunnen gebruikmaken van de beste infrastructuur van Nederland. Hiermee brengen we de mensen in onze samenleving echt met elkaar in verbinding. Ik ben trots dat ik als CFO hieraan een bijdrage kan leveren.



Ritchy Drost

CFO

Investeringsen

We kozen dit jaar opnieuw om te investeren voor de lange termijn, met name in de verbetering en uitbreiding van ons vaste en mobiele netwerk. We investeerden ook in de nieuwe Connect Box-modems en WiFi Boosters, waarmee we de Ziggo Power Promise waarmaken: het leveren van een zo goed mogelijke WiFi verbinding bij klanten thuis. In totaal besteedden we bijna € 830 miljoen aan langetermijn-investeringen, ongeveer 21% van onze omzet.

Conclusie

VodafoneZiggo is tevreden over het boekjaar 2017 en kijkt hierop terug als het jaar van:

- een voorspoedig lopende integratie
- sterke resultaten uit de vast-mobiele convergentie
- een stijgende omzet uit de vaste diensten (die de daling in mobiel deels compenseerde)

Vooruitblik

De ontwikkelingen in het voorgaande jaar geven ons vertrouwen voor de toekomst, in een markt die nog altijd zeer competitief is. We verwachten dat het aantal geconvergeerde klanten zal blijven stijgen door de zeer aantrekkelijke gecombineerde vast/mobiele proposities die erg gewaardeerd worden. Naar verwachting zal de concurrentiedruk de komende tijd aanhouden, voornamelijk op de zakelijke mobiele markt. Waarbij we wel zien dat de onderliggende prestaties van onze mobiele activiteiten op de consumentenmarkt zich verbeteren. We denken dat ons bedrijfsresultaat in 2018 zich in vergelijking met 2017 stabiliseert, vanwege onze goede prestaties op kabelgebied en de verwachting dat we nog meer voordeel gaan halen uit de integratie van Vodafone en Ziggo.

De volgende tabel bevat de pro forma-resultaten van het kalenderjaar eindigend op 31 december 2017, afgezet tegen de pro forma-resultaten van het kalenderjaar eindigend op 31 december 2016. Deze tabel is opgesteld volgens US GAAP.

- 1 Voor de volledige jaarrekening inclusief de definities en meetmethoden verwijzen wij naar de [VodafoneZiggo-website](#).

VODAFONEZIGGO GROUP B.V.

Resultatenrekening¹

	2017	2016	Verskil
	Pro Forma		
	in miljoenen, m.u.v. percentages		
Totale omzet			
Consumenten kabel omzet			
Abonnementen	2.095,2	2.104,9	-0,5%
Overige omzet	26,9	32,8	-18,0%
Totale consumenten kabel omzet	2.122,1	2.137,7	-0,7%
Consumenten mobiel omzet			
Diensten	751,9	816,4	-7,9%
Overige omzet	128,9	137,9	-6,5%
Totale consumenten mobiel omzet	880,8	954,3	-7,7%
Totale omzet consumenten	3.002,9	3.092,0	-2,9%
Zakelijke kabel omzet			
Abonnementen	338,6	321,9	5,2%
Overige omzet	24,7	27,6	-10,5%
Totale zakelijke kabel omzet	363,3	349,5	3,9%
Zakelijke mobiel omzet			
Diensten	529,1	609,3	-13,2%
Overige omzet	77,5	82,4	-5,9%
Totale zakelijke mobiel omzet	606,6	691,7	-12,3%
Totale zakelijke omzet	969,9	1.041,2	-6,8%
Overige omzet	46,3	39,7	16,6%
Totale omzet	4.019,1	4.172,9	-3,7%
Bedrijfsresultaat (OCF)	1.691,6	1.792,2	-5,6%
Bedrijfsresultaat (OCF) als percentage van de omzet	42,1%	42,9%	
Opbouw bedrijfsresultaat (OCF)			
Operating income	192,6	301,0	
Op aandelen gebaseerde vergoedingen	5,3	11,1	
Afschrijvingen	1.486,1	1.466,4	
Bijzondere waardevermindering, herstructurering en andere operationele posten	7,6	13,7	
Bedrijfsresultaat (OCF)	1.691,6	1.792,2	



Balans

VODAFONEZIGGO GROUP B.V.

Geconsolideerde balans¹

Activa:	2017 in miljoenen	2016
Liquide middelen	274,5	59,9
In pand gegeven geldmiddelen	—	2.979,4
Vorderingen op handelsdebiteuren	226,2	293,1
Vorderingen op aandeelhouders	20,6	16,0
BTW (belasting toegevoegde waarde), te ontvangen, netto	—	119,4
Vooruitbetaalde kosten	59,0	44,2
Voorraden voor verkoop, netto	25,7	32,2
Derivaten	45,9	20,4
Andere vlottende activa, netto	33,0	24,2
Totaal vlottende activa	684,9	3.588,8
Materiële vaste activa, netto	5.431,7	5.462,9
Goodwill	7.375,5	7.310,4
Immateriële activa onderhevig aan afschrijvingen, netto	7.171,5	7.879,7
Andere activa, netto	49,5	309,3
Totaal activa	20.713,1	24.551,1

Passiva:	2017 in miljoenen	2016
Crediteuren	370,8	322
Vorderingen op aandeelhouders	—	2.844,0
Overlopende en andere vlottende passiva:		
Derde partijen	325,0	331,6
Verbonden partijen	11,5	14,9
Uitgestelde omzet en vooruitbetalingen van abonnees en anderen	192,2	205,6
Derivaten	65,4	189,2
Opgebouwde rente	151,0	122,7
BTW af te dragen	122,1	51,8
Gedeelte van schulden op meer dan één jaar en capital lease verplichtingen :		
Derde partijen	750,4	275,3
Verbonden partijen	200,8	201,6
Totaal vlottende passiva	2.189,2	4.558,7
Langlopende schulden en capital lease-verplichtingen :		
Derde partijen	9.718,4	10.388,5
Verbonden partijen	1.600,2	1.801,0
Voorziening latente belastingverplichting	1.385,4	1.514,5
Andere lange termijnverplichtingen	697,3	349,3
Totaal passiva	15.590,5	18.612,0
Totaal eigen vermogen	5.122,6	5.939,1
Totaal passiva en eigen vermogen	20.713,1	24.551,1

8 Over dit verslag

Met dit jaarverslag geven we onze stakeholders inzicht in de belangrijkste ontwikkelingen, prestaties en thema's uit 2017 – het jaar waarin Vodafone en Ziggo samengingen. 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 www.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 interne werkgroep Reporting. Deze bestaat uit elf managementleden, waarvan ieder verantwoordelijk was voor de inhoud van een of meer hoofdstukken. Samen met de tien leden van de directie bepaalden zij de opzet van het rapport en leverden zij alle kwalitatieve en kwantitatieve gegevens aan voor de verslaglegging. De gehele directie beoordeelde de concepttekst van het jaarverslag en gaf akkoord op de definitieve versie. De afdeling Maatschappelijke Waarde is verantwoordelijk voor de samenstelling, eindredactie en publicatie van dit jaarverslag.

De [jaarrekening 2017 van VodafoneZiggo](#) is gecontroleerd door KPMG. Over de overige informatie in dit verslag vroegen we geen assurance.

Onze ambitie

Het afgelopen jaar richtten we ons voornamelijk op het integreren van de twee organisaties en kwamen we nog niet toe aan het ontwikkelen van KPI's. Hieraan gaan we de komende periode gestalte geven. We gaan dan ook werken

volgens de GRI Standards, de internationale richtlijnen voor niet-financiële rapportages.

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.

Uiteindelijk zullen we een geïntegreerd jaarverslag uitbrengen, opgesteld volgens de regels van de International Integrated Reporting Council (IIRC). Hierin zetten we uiteen hoe we met onze bedrijfsvoering waarde creëren, nu en in de toekomst.

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

colofon

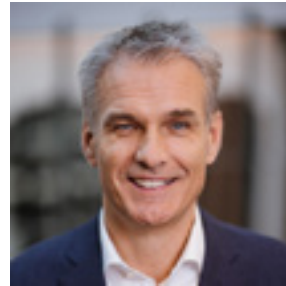
Fotografie cover
Marieke Odekerken

Tekst
Rob Vissers

Ontwerp
Marco van Buren

Bijlage 1
Samenstelling directie

De directie bestaat uit de volgende leden:



Jeroen Hoencamp
 (1966, Nederlands)
Chief Executive Officer (CEO)
en statutair directeur

Nevenfunctie:
 Bestuurslid VNO-NCW



Ritchy Drost
 (1974, Nederlands)
Chief Financial Officer (CFO)
en statutair directeur

Nevenfuncties: directeur van Vodafone
 Financial Services B.V, Lid Raad van
 Toezicht Alzheimer Nederland,
 bestuurslid bij Stichting Amsterdam
 Uitmarkt



Robin Kroes
 (1975, Nederlands)
Executive Director Strategie &
Integratie



Marcel de Groot
 (1967, Nederlands)
Executive Director
Consumentenmarkt

Nevenfunctie:
 directeur van Vodafone Financial
 Services B.V



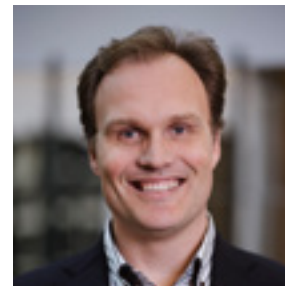
John van Vianen
 (1969, Nederlands)
Executive Director
Zakelijke markt



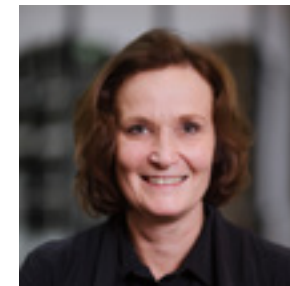
Robin Clements
 (1971, Nederlands)
Executive Director Customer
Operations

Ruben Uppelschoten
Director COPS

Verliet de organisatie in maart 2017. Sjors de Visser vulde deze functie
 ad interim in. Robin Clements nam in Juni 2017 de functie over van
 Sjors de Visser.

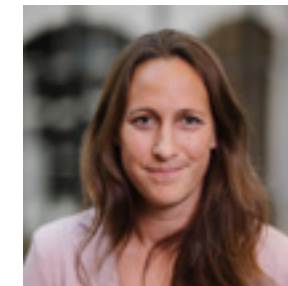


Eben Albertyn
 (1975, Zuid Afrikaans)
Executive Director Technologie



Anja Maassen van den Brink
 (1968, Nederlands)
Executive Director HR

Nevenfuncties: bestuur WENB
 werkgeversvereniging voor de
 sectoren energie, afval & milieu,
 kabel & telecom



Barbara Jongerden
 (1975, Nederlands)
Executive Director Legal &
Regulatory

Nevenfuncties: directeur van Vodafone
 Financial Services B.V



Marieke Dekker
 (1972, Nederlands)
Executive Director External Affairs

Nevenfuncties: Voorzitter Raad van
 Toezicht Today's Art, Voorzitter
 Vodafone Netherlands Foundation



Bijlage 1

Samenstelling raad van commissarissen

De Raad van Commissarissen bestaat uit de volgende leden:

Diederik Karsten (Chairman)
(1956, Nederlands)
*Executive Vice President en
Chief Commercial Officer Liberty Global*

Ahmed Essam (Vice Chairman)
(1976, Egyptisch)
CEO Europe Cluster Vodafone Group Plc

Charlie Bracken
(1966, Brits)
*Executive Vice President en
Chief Financial Officer for Liberty Global*

Nick Read
(1964, Brits)
Chief Financial Officer Vodafone Group Plc

Baptiest Coopmans
(1965, Nederlands)
Sup Technology Operations Liberty Global

Warren Finegold
(1957, Brits)
*Former Group Business
Development Director
Vodafone Group Plc*

Carla Mahieu
(1959, Nederlands)
*Global Head Human Resources en
Executive Vice President Aegon N.V.*

Huub Willems
(1944, Nederlands)
*Hoogleraar Corporate Litigation aan de Rijksuniversiteit
Groningen en voormalig voorzitter van de Ondernemingskamer van het Gerechtshof in Amsterdam*

De raad van commissarissen heeft twee commissies:

- **de Audit & Risk Commissie**
Charlie Bracken (Chair), Nick Read, Baptiest Coopmans en Ahmed Essam
- **de Remuneratie & Nominatie Commissie**
Ahmed Essam (Chair), Charlie Bracken, Warren Finegold en Diederik Karsten

De raad van commissarissen vergaderde in 2017 op 27 januari, 3 maart, 13 april, 5 mei, 30 juni, 29 september en 20 november.

Bijlage 2

CO₂ footprint

VodafoneZiggo is zich bewust van het mondiale klimaatprobleem. Vodafone en Ziggo maten in het verleden al hun CO₂-footprint en bepaalden diverse reductiemaatregelen. Om in de toekomst te kunnen sturen op vermindering van de CO₂-uitstoot bepaalden we de gezamenlijke CO₂-uitstoot over het kalenderjaar 2017.

Wat is een CO₂-footprint?

Een CO₂-footprint drukt de totale klimaat-impact van alle onderdelen van de bedrijfsvoering uit in één getal: het CO₂-equivalent van alle uitgestoten broeikasgassen bij elkaar opgeteld. Daarbij gaat het om broeikasgassen die vrijkomen bij verbranding van fossiele brandstoffen voor bijvoorbeeld verwarming of transport, maar ook door gebruik van ingekochte elektriciteit en de lekkage van koudemiddelen.

CO₂-footprint van VodafoneZiggo

De gezamenlijke CO₂-footprint van VodafoneZiggo over de periode van januari tot en met december 2017 bedroeg 14 kton CO₂-eq in scope 1 en 2. Mobiliteit (bedrijfs-auto's) veroorzaakte de meeste uitstoot (73%). Door het gebruik van groene stroom had VodafoneZiggo geen CO₂-emissie door elektriciteitsverbruik.

Scope	Onderdeel	2017	2016
		CO ₂ -uitstoot (kton CO ₂ /jaar)	CO ₂ -uitstoot (kton CO ₂ /jaar)
Scope 1	Kantoren	1,0	1,1
	Winkels	1,3	1,1
	Netwerk	1,0	0,8
	Mobiliteit (eigen wagenpark)	10,0	11,6
	Koudemiddelen	0,1	0,1
Scope 2	Kantoren (inkoop warmte)	0,3	0,4
Scope 3	Papierverbruik	2,8	0,0
	Mobiliteit (woon-werkverkeer*)	13,4	14,5
	Overig	0,5	0,4
Total scope 1 + 2		13,8	15,0
Total scope 1 + 2 + 3		30,5	30,1

* woon-werkverkeer bevat het gebruik van privéauto's, openbaar vervoer en zakelijke vluchten.

KPI's

Onderstaande KPI's geven een beeld van de ontwikkeling van specifieke onderdelen van de gezamenlijke footprint van Vodafone en Ziggo:

KPI	Eenheid	2017	2016
Mobiliteitsgerelateerde emissie	ton CO ₂ /FTE	3,44	3,52
Emissie kantoren	kg CO ₂ /m ²	13,61	14,00
Totale emissie scope 1 en 2	kton CO ₂	13,84	15,02
Totale scope 1 en 2 emissie per actieve klant - mobiel netwerk	kg CO ₂ /connecties en simcards	3,31	3,48
Totale scope 1 en 2 emissie per TB verkeer - mobiel netwerk	kg CO ₂ /TB	179,52	343,72
Totale scope 1 en 2 emissie per consumentendienst - vast netwerk	kg CO ₂ /RGU	1,43	1,55

Deze bijlage over de CO₂-footprint van VodafoneZiggo is gemaakt door Royal HaskoningDHV.

VodafoneZiggo
Atoomweg 100,
3542 AB Utrecht

www.vodafoneziggo.nl

