Jaarverslag VodafoneZiggo 2018

Waardevolle verbindingen

vodafone ZIGGO

Inhoud

Overzicht 2018 **4**
Januari 4
Februari 4
Maart 4
April 5
Mei 5
Juni 5
Juli 6
Augustus 6
September 6
Oktober 7
November 7
December 8

Strategie en Financiële resultaten **10**
Waarde creëren 12
Financiële resultaten 14
Balans en resultatenrekening 17
Strategie 20

Plezier **24**
Kijken waar en wanneer je wilt 26
De beste content op ieder moment 29
Ziggo Wow: de ultieme ervaring 30
Volop aandacht voor e-sports 31
Versterken van de servicebeleving 33

Vooruitgang **39**
Converged: vast en mobiel smelten samen 41
Het mobiele netwerk van morgen 42
Verbeteren van de vaste infrastructuur 46
Internet of Things: alles met iedereen verbonden 51

De toekomst van onze klantenservice 54

Verbinding **59**

Waarde voor de klant, waarde voor ons bedrijf 62

De digitale werkplek mogelijk maken 63

Digitaal vaardig in de online wereld 66

De digitale balans vinden 69

Een extra stapje zetten voor de klant 72

Onze organisatie **76**

Vormgeven van de nieuwe organisatie 79

Samen bouwen aan een nieuwe cultuur 84

Ontwikkelen van managers en medewerkers 86

Warm welkom voor nieuwe medewerkers 88

Duurzaam ondernemen: de nieuwe norm 91

Buiten de kaders denken voor de klant 94

Bijlagen **97**

Corporate Governance 97

Producten en diensten 101

Sustainable Development Goals 105

Prestaties duurzaamheid 107

Stakeholderdialogen en materiële onderwerpen 108

Over dit verslag 112

Overzicht 2018

Januari

Voetbalfans overnachten in de ArenA

Ajax-supporters Pieter en Mike zijn de gelukkige winnaars van een bijzondere prijsvraag. Zij mogen de nacht doorbrengen in het Ziggo Huisje, op een topplek in de Johan Cruijff ArenA. De volgende dag kijken ze samen met hun voetbalheld Jari Litmanen naar Ajax-Feyenoord.

Lees meer

Februari

Meer flexwerken levert 5 miljard euro op

Hoe meer mensen flexwerken, hoe beter het is – voor werknemers, werkgevers én de maatschappij. Dat blijkt uit onderzoek dat adviesbureau EY uitvoert voor VodafoneZiggo. Als we de mogelijkheden van flexwerken beter benutten, zou dat Nederland maar liefst 5 miljard euro per jaar opleveren.

Lees meer

Maart

VodafoneZiggo maakt tv-kijken 100% digitaal

VodafoneZiggo wil dat alle klanten het plezier van digitale tv ervaren. Daarom stoppen we met het aanbieden van het analoge tv-signaal en maken we kabel-tv volledig digitaal. Zo creëren we ook ruimte op de kabel voor sneller internet. De overgang gebeurt in fases en neemt ongeveer twee jaar in beslag.

Lees meer

April

Mobiele netwerk hoort bij Europese top

Onderzoeksbureau P3 beloont Vodafone's mobiele netwerk met de beoordeling 'uitstekend'. Daarmee horen we bij de top 4 van Europa en daar zijn we trots op! P3 test ieder jaar de kwaliteit van de mobiele netwerken in stedelijke en landelijke gebieden.

Lees meer

Mei

TEC Campus opent de deuren

In Amsterdam bouwen we een niet van echt te onderscheiden woonhuis: het Technical Experience Center (TEC). Hier kunnen onze monteurs in de praktijk oefenen met zowel bestaande als splinternieuwe technologieën. Zodat ze onze klanten nog beter kunnen helpen.

Lees meer

Juni

Gezinnen delen databundels met Red Together

Handig en voordelig. Dat is Red Together, het nieuwe Vodafone-abonnement waarmee gezinnen eenvoudig data kunnen delen. Als twee personen hiervan gebruikmaken, verdubbelt de databundel. Als zij ook een Ziggo-product afnemen, verdubbelt de bundel nog een keer.

Lees meer

Juli

DigiDiner: bron van ideeën voor betere digitale balans

VodafoneZiggo streeft naar een goed evenwicht tussen het online en 'echte' leven. Daarom gaat CEO Jeroen Hoencamp in gesprek met vertegenwoordigers van bedrijven, media, maatschappelijke organisaties en universiteiten tijdens het DigiDiner in Amsterdam. Zij wisselen ideeën uit, die moeten bijdragen aan een betere digitale balans.

Lees meer

Augustus

OV voor alle medewerkers

Bijna alle medewerkers van VodafoneZiggo kunnen vanaf oktober 2018 gratis reizen met het openbaar vervoer. Met deze keuze dragen we substantieel bij aan onze duurzaamheidsdoelen. We verwachten hiermee ongeveer 3.500 ton CO_2 uit te sparen.

Lees meer

September

Storing Ziggo

Door een stroomstoring in een groot datacenter ervaren Ziggo-klanten problemen met Replay TV, video on demand en uitgesteld kijken. Het duurt uiteindelijk drie dagen voordat we deze storing op ons vaste netwerk volledig oplossen, omdat het opstarten van het datacenter niet goed verloopt. Dit incident volgde kort na een storing op ons mobiele netwerk in augustus.

Lees meer

Oktober

Steeds meer klanten kiezen voor 'converged'

Al 1 miljoen huishoudens kiezen voor de combinatie van vaste en mobiele – ofwel 'converged' – diensten. Zij kijken series op hun smartphone, bellen via de laptop of kijken YouTube-filmpjes op hun tv-toestel. Het verschil tussen vast en mobiel verdwijnt hierdoor gaandeweg uit zicht.

Lees meer

November

IoT-wedstrijd levert innovatieve oplossingen op

We maken de winnaars bekend van de Vodafone TNW IoT Challenge, een wedstrijd voor startups die IoT-oplossingen bedenken voor problemen als elektriciteitsfraude, watervervuiling en wachtrijen voor pretparkattracties. De tien winnaars mogen hun innovatieve IoT-ideeën ontwikkelen met de steun van gerenommeerde bedrijven.

Lees meer

Feestelijke opening centraal hoofdkantoor

Met een grote lichtshow en muziek van de Utrechtse DJ Fedde le Grand nemen we ons centraal hoofdkantoor officieel in gebruik. Dicht bij het centraal station van Utrecht vinden ruim 1.600 medewerkers een nieuwe werkplek. CEO Jeroen Hoencamp laat weten dat Utrecht als eerste Nederlandse stad een vaste infrastructuur met Gigabit-snelheden krijgt.

Lees meer

December

Online Masters maakt 176.370 kinderen 'digitaal slimmer' [1]

Het lesprogramma Online Masters leert jongeren wat de mogelijkheden en valkuilen zijn van de digitale wereld. In 2018 bereiken we 176.370 kinderen en jongeren met ons online lessenpakket[1] – een mijlpaal.

Lees meer

1 *Over deze indicator heeft KPMG assurance met beperkte mate van zekerheid verstrekt. Zie paragraaf 'over dit verslag'.*

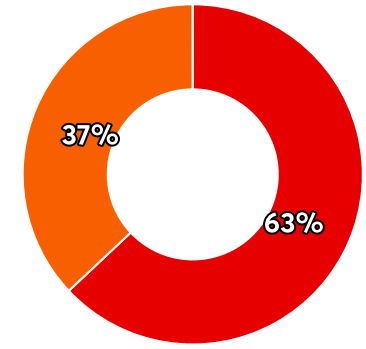
Aanjager van digitalisering

Strategie en Financiële resultaten

Aanjager van digitalisering

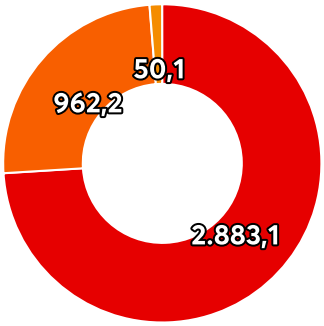
VodafoneZiggo is een belangrijke drijvende kracht achter de digitalisering in Nederland. Wij bouwen en onderhouden de infrastructuur die mensen en apparaten met elkaar verbindt: het netwerk van de toekomst. We zorgen ervoor dat miljoenen mensen contact kunnen maken met vrienden, familie en collega's, ondernemers makkelijker zaken kunnen doen in binnen- en buitenland en onze klanten kunnen genieten van het beste entertainment, waar en wanneer zij willen. Daarom is ons doel: plezier en vooruitgang met elke verbinding.

Vaste vs mobiele omzet 2018



Totale omzet vaste diensten
Totale omzet mobiele diensten

Consumenten vs zakelijke omzet



Totale omzet consumenten
Totale zakelijke omzet
Overige omzet

We hebben in twee jaar tijd goede stappen gezet in de integratie van Vodafone en Ziggo en dat heeft dit jaar in een verbetering van ons bedrijfsresultaat geresulteerd. Met omzet groei uit onze kabelactiviteiten en sterke omzetverbetering uit mobiel kijk ik met vertrouwen uit naar 2019 waar we ons financieel en commercieel momentum verder verwachten te verbeteren.

Ritchy Drost
CFO

Waarde creëren

We investeren continu in onze netwerken. We zorgen dat wifi overal werkt en we bieden vaste en mobiele diensten aan in één pakket. We ondersteunen kwetsbare groepen in de samenleving, zodat ook zij zich verbonden voelen in de digitale wereld. Zo creëren we waarde voor onze klanten, medewerkers en de maatschappij:

Input

- Samenwerkingsverbanden
- Natuurlijke bronnen
- Financieel
- Mensen
- Licenties, rechten en vergunningen
- Gebouwen, hardware
- Technologie en IT

Organisatie

Stakeholders

Management en beleid

Strategie

- Maak de klantbelofte waar
- Stel de klant centraal
- Zorg voor fantastische producten
- Investeer toekomstgericht

Business activiteiten

Televisie	Breedbandinternet
Vaste telefonie	Mobiele diensten
Gebundelde diensten	Zakelijke diensten

Externe omgeving

Output

Plezier
- 37 miljoen video streams op Ziggo GO-app
- 3,9 miljoen klanten vast
- 4,96 miljoen klanten mobiel

Vooruitgang
- 7,2 miljoen aangesloten huishoudens
- Downloadsnelheid fixed kabel: 1000 Mbps
- Downloadsnelheid mobiel: 500 Mbps
- Betrouwbaarheid netwerk (dropped call rate): 99,76%

Verbinding
- Aantal kinderen digitaal vaardig gemaakt: 176.000
- Electriciteitsverbruik: 247 GWh
- 430 collega's gaven les bij Online Masters en/of een Experience Day

Organisatie
- Omzet: € 3,9 miljard
- Bedrijfsresultaat: € 1,7 miljard
- Totaal aantal medewerkers: 7.438
- Diversiteit: 29% vrouw, 71% man

Outcome

Plezier
Werken, samenwerken, spelen, lachen en creëren: alles is binnen handbereik, op elk moment van de dag, op elke denkbare plek.

Vooruitgang
Wat men ooit 'mobiel' en 'kabel' noemde, is uitgegroeid tot een gezamenlijk 'netwerk van de toekomst'. Klanten kunnen altijd gebruik maken van ons stabiele, veilige en snelle netwerk.

Verbinding
We gebruiken de kracht van technologie om mensen die helpen en de samenleving sterker te maken.

Organisatie
Wij zetten ons in om een verantwoordelijke en aantrekkelijke werkgever te zijn voor onze diverse workforce. Daarnaast zijn we een financieel gezond bedrijf die presteert volgens doelstellingen en is gericht op groei.

Financiële resultaten

2018 was een goed financieel jaar, waarin we lieten zien dat de combinatie van Vodafone en Ziggo leidt tot succes. Hieronder lees je een samenvatting van onze financiële resultaten1

Klanten

- 7,2 miljoen huishoudens zijn aangesloten op ons kabelnetwerk. Dat is 91,6% van alle huishoudens in Nederland, een groei van 0,8% ten opzichte van 2017.
- VodafoneZiggo heeft 3,9 miljoen tv-aansluitingen, een daling van 1% ten opzichte van vorig jaar.
- Het aantal klanten met een Ziggo Mediabox XL groeide met 110.000. Inmiddels gebruikt meer dan 40% van onze digitale tv-klanten de Ziggo Mediabox XL.
- 300.000 nieuwe klanten downloaden en gebruikten de Ziggo GO-app. Eind 2018 had de app 1,5 miljoen actieve gebruikers.
- Het aantal internetaansluitingen steeg met 1,5% naar 3,3 miljoen.
- Het aantal mobiele aansluitingen steeg met 1,6% naar 5 miljoen.
- Het aantal huishoudens dat producten afneemt van zowel Vodafone als Ziggo steeg met 20,9% (183.000). Dit gebeurde dankzij onze aantrekkelijke mobiele en vaste gecombineerde diensten, inclusief non-stop gratis extra's. In totaal kozen 1.059.000 huishoudens voor onze convergente diensten. Deze huishoudens hebben samen 1,5 miljoen actieve Vodafone SIM's. Dit betekent dat 32% van onze internetklanten en 50% van onze in aanmerking komende mobiele klanten convergente klanten zijn. Deze klanten zijn loyaler en tonen hierbij een hogere Net Promotor Score en een lager klantverloop in vergelijking met niet convergente klanten.

Omzet en OCF

Het was een jaar met een mooi slotakkoord. In een telecommarkt waar de omzet onder druk staat, slaagden wij erin om het laatste kwartaal weer klantgroei te realiseren. Dat leidt tot een licht dalende omzet in vergelijking met vorig jaar en een iets hoger OCF2 (Operational Cash Flow)

- De totale omzet bedroeg 3.895 miljoen euro, een daling van 2%. Door de druk op de mobiele markt en door de impact van de reguleringen in het eerste halfjaar ging de omzet omlaag, terwijl het aantal klanten juist steeg.

- De omzet uit de consumentenmarkt daalde met 1% naar 2.883 miljoen euro, bestaande uit:
  - de omzet van het vaste netwerk van 1.998 miljoen euro (-1,5%), terwijl de gemiddelde omzet per gebruiker op 31 december steeg met 1% naar 47 euro
  - de omzet van het mobiele netwerk van 885 miljoen euro (+0,1%), terwijl de gemiddelde omzet per postpaidgebruiker op 31 december steeg met 5% naar 22 euro
- De omzet uit de zakelijke markt daalde met 5,2% naar 962 miljoen, bestaande uit:
  - de omzet van het vaste netwerk van 431 miljoen euro (+6,9%), terwijl er 64.000 gebruikers in het midden- en kleinbedrijf bijkwamen in 2018
  - de omzet van het mobiele netwerk van 531 miljoen euro (-13,2%), terwijl de gemiddelde omzet per gebruiker op 31 december met 10% afnam naar 22 euro
- OCF groeide met 0,5% naar 1.701 miljoen euro. Dit kwam onder meer door de stabiliserende omzet en de behaalde kostensynergieën.
- We behaalden 50% van de beoogde 210 miljoen euro aan kostensynergieën.
- Gedurende het jaar hebben we 701 miljoen euro uitgekeerd aan de aandeelhouders Vodafone Group en Liberty Global als afbetaling op lening, rente en dividend.

Investeringen

- Onze investeringen in onder andere ons netwerk bedroegen 837 miljoen euro, 10 miljoen euro meer dan in 2017.
- Deze investeringen maakten samen 21,5% uit van de omzet in 2018.
- Onze uitgaven bedroegen 10 miljoen euro meer dan in het voorgaande jaar, voornamelijk als resultaat van:
  - een uitbreiding van de investeringen in onze vaste en mobiele netwerken – deze uitbreiding betrof zowel nieuwe infrastructuur als capaciteit
  - hogere uitgaven aan projecten voor de integratie van Vodafone en Ziggo
  - lagere kosten gerelateerd aan de installatie van settopboxen

Vreemd vermogen

- De totale schuld aan derden exclusief leveranciersfinanciering en leaseverplichtingen, bedroeg 9,9 miljard euro op 31 december 2018.
- Eind 2018 bedroegen de kosten voor ons vreemd vermogen 4,6%. De gemiddelde looptijd van onze schulden aan derden exclusief leveranciersfinanciering was 6,7 jaar.
- Onze covenant netto leverage was 4,83 op 31 december 2018.

Verwachtingen voor 2019

- Het komende jaar blijft de focus liggen op het verbeteren van de klantervaring. Dat doen we onder andere door een nieuw tv-platform te introduceren en door klanten kennis te laten maken met 5G.
- We willen het commerciële en financiële momentum dat we hebben ingezet in 2018, doortrekken in 2019. We verwachten dat OCF zal groeien met 1 à 3%. Dit is mogelijk ondanks de relatief hoge kosten voor de overgang van analoge naar digitale tv, waarmee we ruimte vrijmaken voor de introductie in 2020 van Gigabit-snelheden op het kabelnet.
- De hogere OCF moet er rekening houdend met de continue investeringen in onze netwerken voor zorgen dat we in 2019 een bedrag van 400 à 600 miljoen euro kunnen uitkeren aan onze aandeelhouders.

1 *Om de financiële cijfers goed te kunnen vergelijken presenteren we alle financiële informatie voor de 2017 periode op een 'pro forma' basis (tenzij anders aangegeven) wat de impact van de nieuwe omzetverantwoording regels ('New GAAP', ASU 2014-09) weergeeft. Voor de volledige definitie van 'New GAAP' verwijzen we graag naar voetnoot één in het financiële persbericht welke op 27 februari, 2019, is gepubliceerd.*

2 *OCF (Operational Cash Flow) wordt door het management als maatstaf gebruikt om de operationele prestaties van ons bedrijf te evalueren. OCF is gedefinieerd als operationeel inkomen voor afschrijvingen, op aandelen gebaseerde betalingen, voorzieningen en voorzieningen die gerelateerd zijn aan significante juridische geschillen, bijzondere waardeverminderingen, herstructureringen en andere operationele items. Management is van mening dat OCF een betekenisvolle maatstaf is, omdat het inzicht geeft in onze continue operationele prestatie welke niet beïnvloed wordt door onze kapitaalstructuur. Voor de volledige definitie van OCF verwijzen we graag naar voetnoot twee in het financiële persbericht welke op 27 februari, 2019, is gepubliceerd*

Balans en resultatenrekening

Geconsolideerde balans

De volgende tabel bevat de geconsolideerde balans van VodafoneZiggo Group B.V. per 31 december 2018 in vergelijking met de geconsolideerde balans per 31 december 2017, beide opgesteld overeenkomstig US GAAP.

ACTIVA	2018	2017
	In miljoenen	
Geldmiddelen en kasequivalenten	239,4	274,5
Vorderingen op handelsdebiteuren	206,2	226,2
Vorderingen op aandeelhouders	18,1	20,6
Vooruitbetaalde kosten	46,4	59
Voorraden voor verkoop, netto	37,5	25,7
Derivaten	74,5	45,9
Contract activa	169,8	-
Andere vlottende activa, netto	93,3	33
Totaal vlottende activa	**885,2**	**684,9**
Materiële vaste activa, netto	5.320,90	5.431,70
Goodwill	7.375,50	7.375,50
Immateriële activa onderhevig aan afschrijvingen, netto	6.554,10	7.171,50
Lange termijn contract activa	55	-
Andere activa, netto	116,8	49,5
Totaal activa	**20.307,50**	**20.713,10**

VERPLICHTINGEN EN EIGEN VERMOGEN	2018	2017
	In miljoenen	
Crediteuren	395,4	370,8
Overlopende en andere vlottende passiva:		
Derde partijen	313	325
Verbonden partijen	2,4	11,5
Uitgestelde omzet en vooruitbetalingen van abonnees en anderen	203,6	192,2
BTW af te dragen	107,8	122,1
Derivaten	71,9	65,4
Te betalen rente	155,9	151
Kortlopende gedeelte van schulden en capital lease verplichtingen:		
Derde partijen	1.005,70	750,4
Verbonden partijen	200,2	200,8
Totaal vlottende passiva	2.455,90	2.189,20
Langlopende schulden en capital lease-verplichtingen :		
Derde partijen	9.946,20	9.718,40
Verbonden partijen	1.400,00	1.600,20
Uitgestelde winstbelasting verplichting	1.070,20	1.385,40
Andere langetermijnverplichtingen	465,1	697,3
Totaal schulden	**15.337,40**	**15.590,50**
Totaal eigen vermogen	**4.970,10**	**5.122,60**
Totaal Verplichtingen en eigen vermogen	**20.307,50**	**20.713,10**

Resultatenrekening

De volgende tabel bevat de geconsolideerde resultatenrekening van VodafoneZiggo Group B.V. van het kalenderjaar eindigend op 31 December 2018, afgezet tegen de pro-forma resultatenrekening eindigend op 31 December 2017, opgesteld overeenkomstig US GAAP1.

Totale omzet	2018	2017 Pro Forma	Verschil
	in miljoenen, m.u.v. percentages		
Consumenten kabel omzet			
Abonnementen	1.980,30	2.006,60	-1,30%
Overige omzet	17,8	22,8	-21,90%
Totale consumenten kabel omzet	1.998,10	2.029,40	-1,50%
Consumenten mobiel omzet			
Diensten	669,5	640,4	4,50%
Overige omzet	215,5	243,7	-11,60%
Totale consumenten mobiel omzet	885	884,1	0,10%
Totale omzet consumenten	2.883,10	2.913,50	-1,00%
Zakelijke kabel omzet			
Abonnementen	407,1	376,1	8,20%
Overige omzet	24,3	27,4	-11,30%
Totale zakelijke kabel omzet	431,4	403,5	6,90%
Zakelijke mobiel omzet			
Diensten	430,8	506,2	-14,90%
Overige omzet	100	105	-4,80%
Totale zakelijke mobiel omzet	530,8	611,2	-13,20%
Totale zakelijke omzet	962,2	1.014,70	-5,20%
Overige omzet	50,1	46,3	8,20%
Totale omzet	3.895,40	3.974,50	-2,00%
OCF	1.701,10	1.692,10	0,50%
OCF als percentage van de omzet	43,7%	42,6%	
Opbouw OCF			
Operationeel inkomen	110,6	193,1	
Op aandelen gebaseerde vergoedingen	2,8	5,3	
Afschrijvingen en amortizatie	1.552,00	1.486,10	
Bijzondere waardevermindering, herstructurering en andere operationele posten	35,7	7,6	
OCF	1.701,10	1.692,10	

1 *Om de financiële cijfers goed te kunnen vergelijken presenteren we alle financiële informatie voor de 2017 periode op een 'pro forma' basis (tenzij anders aangegeven) wat de impact van de nieuwe omzetverantwoording regels ('New GAAP', ASU 2014-09) weergeeft. Voor de volledige definitie van 'New GAAP' verwijzen we graag naar voetnoot één in het financiële persbericht welke op 27 februari, 2019, is gepubliceerd. De 2017 cijfers zijn niet direct ontleend uit de gecontroleerde jaarrekening en aangepast voor het effect van de nieuwe standaard voor omzetverantwoording (ASC 606). Deze cijfers zijn ontleend aan de MD&A sectie.*

Strategie

De belofte die wij maken aan onze klanten, is dat zij van ons altijd uitstekende producten en een uitmuntende klantervaring kunnen verwachten. Om die toezegging na te komen, baseren we ons handelen op vier strategische pilaren:

Maak de klantbelofte waar

Stel de klant centraal

Zorg voor fantastische producten

Investeer toekomstgericht

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.

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

Zorgen voor fantastische producten

Als aanbieder van vaste én mobiele netwerkdiensten hebben we in Nederland een sterke marktpositie en zijn we relevant voor onze klanten. Daarom werken we hard om nieuwe producten naar de markt te brengen en bestaande producten te laten groeien, zoals onze 'converged' proposities, de nieuwe mediabox, Ziggo GO, de Wifi Power Promise en Internet of Things:

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-pakketten en een veilig online pakket. Sinds we in april 2017 begonnen met het aanbieden van gebundelde abonnementen op internet, tv én mobiel schaften al meer dan 1 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.

Investeren voor de toekomst

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

HET NETWERK KLAAR VOOR DE TOEKOMST

Het huidige vaste netwerk van VodafoneZiggo is toekomstvast. Consumenten beschikken momenteel over een maximale snelheid van 400 Megabit per seconde. Deze kunnen we verder verhogen tot 1 Gigabit per seconde (en later nóg verder). Het bestaande 4G-netwerk voldoet aan de behoefte van de meeste klanten, maar we moeten voortdurend blijven investeren. Dat doen we onder andere door 'netwerkvirtualisatie', een methode die ervoor zorgt dat het netwerk nog beter en betrouwbaarder wordt. In de tussentijd maken we plannen voor de volgende generatie netwerken en technologieën.

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 klantcontacten 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.

Plezier overal, voor iedereen

Plezier

Plezier overal, voor iedereen

VodafoneZiggo verzorgt de connecties en het entertainment die mensen plezier brengen. We zorgen ervoor dat zij binnen- én buitenshuis een goede verbinding hebben – via vast, mobiel en wifi – en door altijd de best mogelijke content aan te bieden. Zo creëren we de optimale beleving van entertainment en communicatie. Kijkers genieten van ons rijke filmaanbod en de nieuwste series op Ziggo Movies & Series. Die kunnen ze zien op tv, smartphone of tablet, zelfs in het buitenland. Ondernemers ervaren meer plezier in hun werk vanwege de snelle en betrouwbare verbindingen. Voor families zijn er voordelige groepsabonnementen, waarmee de gezinsleden zo lang met elkaar kunnen bellen als ze willen. Muziekfans zien hun idolen in de Ziggo Dome, sportliefhebbers genieten van Ziggo Sport, Ajax-supporters maken kans maken op unieke arrangementen bij hun club. Wij maken dat allemaal mogelijk. En daar hebben we zelf ook plezier in. Met de combinatie van unieke eigen content, sterke content van derden en een kijkomgeving waarin bedieningsgemak voorop staat, weten we steeds meer klanten aan ons te binden.

Steeds meer mensen kijken tv via een app op hun smartphone of tablet. Inmiddels hebben we ruim 1,5 miljoen actieve gebruikers van Ziggo GO. Ik ben er trots op dat de Ziggo GO-app tot de absolute top behoord van meest gebruikte en gewaardeerde tv-app van Nederland. Dat laat zien dat wij met de continue ontwikkeling van dit platform de juiste keuze maken en relevant zijn en blijven voor onze klanten.

Robin Kroes
Executive Director Strategie & Integratie

Feiten en cijfers

Video on demand-streams op Ziggo GO-app

37m

Actieve gebruikers Ziggo GO

1,5m

Maximale downloadsnelheid vast consumenten

400 mbps

NPS converged vast

+15

NPS converged mobiel

+19

Kijken waar en wanneer je wilt

Op onze platforms kunnen klanten gemakkelijk navigeren langs alle kanalen, films en series. Dat kan thuis zijn, op de tv of de laptop, maar ook onderweg, op de tablet of smartphone. Plezier zit 'm immers ook in gemak.

HET COMFORT VAN DE ZIGGO MEDIABOX

Kijkers kunnen zich thuis op de bank vermaken met hun favoriete tv-zenders, dankzij de Ziggo Mediabox. Deze digitale ontvanger maakt het mogelijk om programma's te kijken op het moment van uitzending of op een later tijdstip. Met Replay TV zappen kijkers via de tv-gids terug in de tijd, met On Demand kunnen zij kiezen uit een bibliotheek vol films en series. Ook kunnen zij programma's opnemen met de ingebouwde digitale recorder.

DILEMMA: KIEZEN TUSSEN MEER TV-ZENDERS EN RUIMTE OP DE KABEL

Onze klanten waarderen het als zij veel keuze hebben in tv-zenders. Daarom hebben we zeer gevarieerde standaard tv-pakketten met een groot aantal nationale, regionale en buitenlandse zenders en gespecialiseerde kanalen voor onder meer humor, cultuur, show, muziek, nieuws, kinderen, koken, sport en natuur.

Maar hoe meer zenders we aanbieden, hoe minder bandbreedte er over is voor ander dataverkeer over de kabel, bijvoorbeeld voor internet. We kunnen dat onder meer oplossen door tv-zenders aan te bieden via onze Ziggo GO-app. Die maakt gebruik van de ruimte die we op het vaste netwerk al hebben ingeruimd voor internet (IP). Op die manier nemen de zenders geen extra plek in op de kabel.

Voor veel klanten voorziet de Ziggo GO-app in een groeiende behoefte. Zij willen tv kunnen kijken waar en wanneer zij willen. Op die behoefte haken andere contentaanbieders in, waardoor het aanbod van online tv via andere spelers de komende jaren aanzienlijk toeneemt. Dat zien we onder meer terug in de groei van het aantal streamingplatforms. Dat zorgt voor meer IP-verkeer over onze netwerken, wat weer impact heeft op onze capaciteit.

We zijn voortdurend op zoek naar de juiste balans tussen het aanbieden van meer tv-zenders en de manier waaróp we die aanbieden. Welke zenders zijn nog relevant voor een groot publiek? Welke zenders kunnen we aanbieden via een app? Op basis van de keuzes die we daarin maken, kiezen we de mediapartijen voor lineaire tv en video on demand.

Overal kijken met Ziggo GO

De tv in de woonkamer is allang niet meer de enige plek waar mensen genieten van tv-entertainment. Met de Ziggo GO-app kunnen onze klanten kijken waar en wanneer zij willen op ieder soort beeldscherm. Wie de app heeft gedownload, kan hem op drie apparaten tegelijk gebruiken. Zo kan iedereen in het gezin zijn eigen tv-avond

samenstellen. De app werkt in elk land binnen de Europese Unie, wat handig is op vakantie. App-gebruikers hebben de optie om films of afleveringen te downloaden en ze later offline te bekijken. Via Chromecast of Apple TV kunnen ze de beelden van de Ziggo GO-app bovendien streamen naar tv. Zo hebben zij geen extra Ziggo Mediabox nodig om op de slaapkamer een film te kijken.

Betere kijkbeleving

Met de komst van nieuwe technologie en de feedback van klanten maken we de mediabox en Ziggo GO-app steeds gebruiksvriendelijker en werken we continu aan een betere kijkbeleving op de verschillende schermen.

ONZE MERKEN VOOR DE CONSUMENTENMARKT

VodafoneZiggo opereert met drie merken in de consumentenmarkt: Ziggo voor het 'vaste' deel van de markt, Vodafone voor het premiumdeel van de mobiele markt en hollandsnieuwe voor het 'no frills'-deel van de mobiele markt. Klanten kiezen voor hollandsnieuwe vanwege de voordelige prijzen en omdat zij dan geen extra kosten hebben als zij buiten de bundel data verbruiken, sms'en of bellen. hollandsnieuwe kent één bundel, met MB's, belminuten en sms'jes die klanten kunnen gebruiken zoals zij willen.

Technologie speelt een steeds grotere rol in ons dagelijks leven. Het verbindt ons met de wereld en met onze vrienden, gezinnen en families. Ik vind het mooi dat onze producten en diensten dit mogelijk maken, bijvoorbeeld met een gezinsabonnement als Red Together.

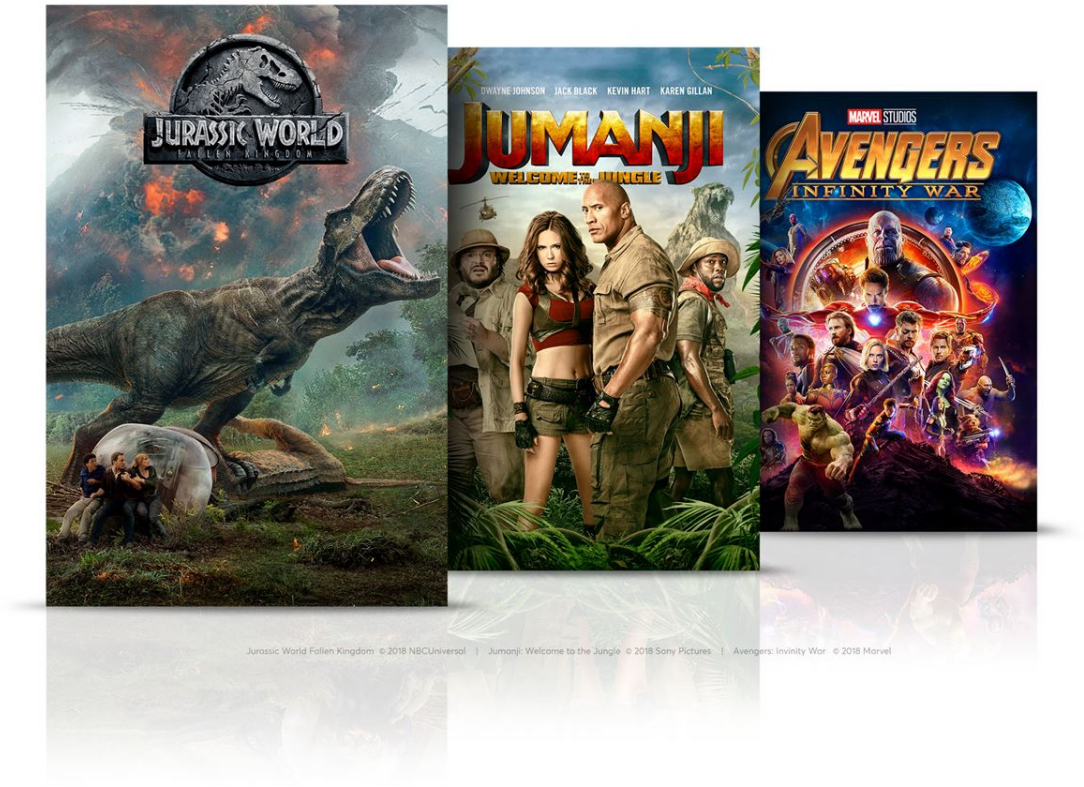
Marcel de Groot
Executive Director Consumentenmarkt

De beste content op ieder moment

VodafoneZiggo biedt hoogwaardige content van producenten uit de hele wereld. Onze klanten kunnen zappen langs tientallen tv-stations en kiezen uit een scala aan films en series.

Oneindig 'bingen' met Ziggo Movies & Series

Klanten van VodafoneZiggo hebben de keuze uit verschillende Movies & Series-pakketten, met honderden films en complete seizoenen van topseries. Wie kiest voor Movies & Series XL krijgt er bijna vijftig extra zenders bij. Naast films van de grote filmstudio's, arthouseproducties en vele kwaliteitsseries kunnen onze klanten een groot aantal moderne HBO-klassiekers 'bingen', zoals Game of Thrones, Westworld en de beste nieuwe Amerikaanse series. We hebben namelijk als enige Nederlandse aanbieder de rechten om de prijswinnende producties van HBO aan te bieden.



Top 3 films 2018

Ziggo Sport, thuishonk voor de sportliefhebber

Ziggo Sport is onze best gewaardeerde tv-service en een van de belangrijkste redenen waarom klanten kiezen voor VodafoneZiggo. Elke Ziggo-klant heeft gratis toegang tot Ziggo Sport, met programma's voor de echte sportliefhebber. Het aanbod bestaat uit exclusieve live-verslagen van wedstrijden in de Formule 1, golf, tennis, NBA basketbal, diverse Nederlandse amateursporten en voetbal uit de grote Europese competities. In 2018 verlengden we de belangrijkste uitzendrechten voor de komende jaren, zoals de Engelse Premier League en de EK's en WK's voor volleybal, handbal en hockey.

Ziggo Wow: de ultieme ervaring

We willen dat onze klanten niet alleen via hun beeldschermen een 'wow'-ervaring hebben, maar ook in het echte leven. Daarvoor organiseren we speciale live-evenementen en online wedstrijden met bijzondere prijzen.

Concerten, sportevenementen en prijsvragen

Naast de Johan Cruijff ArenA ligt de Ziggo Dome, een populaire plek voor popconcerten en andere optredens, vanwege de goede akoestiek en de locatie dicht bij uitvalswegen en stations van het openbaar vervoer. Een groeiend aantal artiesten uit binnen- en buitenland weet de concertzaal inmiddels te vinden – de Ziggo Dome staat in de top 5 van best verkopende concertzalen ter wereld. In 2018 verwelkomden we er onder anderen U2, Justin Timberlake, Pearl Jam en Lady Gaga. Muziekliefhebbers kunnen Golden Seats in de Ziggo Dome winnen, waar ze een jaar lang gratis alle concerten en evenementen mogen bijwonen vanaf hun eigen luxe stoelen met perfect zicht op het podium.

Als sponsor van Ajax presenteren we geregeld bijzondere arrangementen en prijsvragen voor fans van de club. Ajax-supporters maken kans op Golden Seats: twee stoelen pal achter de dug-out in de Johan Cruijff ArenA, waar ze alle thuiswedstrijden van Ajax mogen zien. Of op een overnachting in het Ziggo Huisje in de Amsterdam ArenA, waar ze samen met oud-voetballer Jari Litmanen naar de klassieker tegen Feyenoord kunnen kijken.

Volop aandacht voor e-sports

Professionele gamers, ofwel e-sporters, gaan online de strijd met elkaar aan. Zij trainen hard, volgen speciale opleidingen en zijn vaak fit als 'echte' sporters. Miljoenen kijkers over de hele wereld volgen hun verrichtingen rechtstreeks op hun beeldscherm. VodafoneZiggo investeert in e-sports, omdat het al jarenlang een van de snelstgroeiende vormen van entertainment is. Wereldwijd bedroeg de omzet van e-sports in 2018 liefst 900 miljoen dollar. In 2017 was dit nog 650 miljoen dollar. Daarnaast voelen we ons als technologiebedrijf extra verwant met deze vorm van sport. Dat dragen we graag uit door als sponsor op te treden van verschillende e-sports-organisaties.

Hoge eisen aan netwerkcapaciteit

Onze vaste netwerken beschikken over de technologie die nodig is om wedstrijden scherp, zonder vertraging en storingsvrij te spelen en te streamen. Ons 4G-netwerk is geschikt voor bijna alle bestaande games, maar schiet soms nog tekort voor de meest geavanceerde e-sports. Die doen een groot beroep op de netwerkcapaciteit en stellen hoge eisen aan de latency, de vertragingsfactor bij dataverkeer – voor veel online games geldt dat er nog geen milliseconde vertraging mag zitten in het spel. Met de aankomende introductie van 5G kan ons mobiele netwerk de vraag van e-sports wel makkelijk aan.

eBattle F1

De successen van coureur Max Verstappen zorgen in Nederland voor een ongekende populariteit van de Formule 1-sport. VodafoneZiggo gaf racefans dit jaar de kans in de cockpit van een Formule 1-bolide te kruipen en een virtuele Grand Prix te rijden. We doorkruisten het land in een opvallende eBattle-vrachtwagen met tientallen race-simulators en bezochten verschillende evenementen, zoals Koningsdag, het Bevrijdingsfestival en de Nijmeegse Vierdaagse. Tienduizenden deelnemers namen plaats in de simulatoren en waanden zich voor even Max Verstappen.

Daarnaast organiseerden we de Ziggo PRO League, waarin de twintig snelste e-coureurs van het land het tegen elkaar opnamen. Zij streden om 10.000 euro prijzengeld en voor de officiële titel van Nederlands kampioen – die eer was voor de 20-jarige Allert van der Wal.

Ajax e-sports

VodafoneZiggo is niet alleen hoofdsponsor van voetbalclub Ajax, sinds 2017 zijn we dat ook van het Ajax e-sports-team. De gamers van het virtuele Ajax 1 spelen wedstrijden en toernooien op het FIFA eBattle-platform, waarop alle grote clubs aanwezig zijn. Wereldwijd heeft FIFA liefst 20 miljoen spelers, waarvan 1,3 miljoen in Nederland. Voor het spelen van FIFA e-sports hebben zij het soort snelle en betrouwbare internetverbinding nodig, die VodafoneZiggo kan bieden. Het digitale voetbalspel vormt voor VodafoneZiggo een ideale manier om contact te maken met de moeilijk bereikbare doelgroep van millennials – de generatie die werd geboren tussen 1980 en 2000.

In 2018 organiseerden we verschillende activiteiten voor de spelers van FIFA:

- Op YouTube presenteerden we de Ziggo eBattle, waarbij elke week een e-sporter van Ajax het opnam tegen een speler van het 'echte' Ajax.
- Ziggo-klanten konden deelnemen aan het FIFA-toernooi 'Ziggo eBattle The Ultimate Clash'. De winnaar mocht een dag spelen voor het e-sport-team van Ajax op een internationaal toernooi met clubs als Manchester City, Olympique Lyon en Schalke 04.
- De Ziggo eBattle Road to Florida was een FIFA-toernooi met wekelijkse wedstrijden. De winnaar van de eerste seizoenshelft ging met Ajax (zowel het 'echte' als het e-sports-team) op trainingskamp in Florida.

We werken samen met Electronic Sports League ESL, een van de grootste e-sports-bedrijven ter wereld. ESL organiseert online toernooien voor betalend publiek en offline toernooien voor tienduizenden toeschouwers in grote hallen en stadions, waar de beste teams tegen elkaar spelen voor serieuze geldbedragen. VodafoneZiggo sponsort het bedrijf sinds begin 2018.

Versterken van de servicebeleving

Nederland telde dit jaar ruim 7,8 miljoen huishoudens. Ongeveer 5 miljoen daarvan nam minimaal één product af bij VodafoneZiggo, ruim 1 miljoen van deze huishoudens gebruikte producten van zowel Vodafone als Ziggo. En dat brengt onze klanten plezier. Maar wij willen dat zij ook plezier hebben als er vragen zijn over onze producten. Daarom willen wij hen zo goed mogelijk helpen met al hun vragen en wensen.

Tevreden klanten

Van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat staan de medewerkers en chatbots van onze servicedesk klanten te woord via telefoon, chat, e-mail en social media. In 2018 hielpen wij onze klanten gemiddeld een miljoen keer per maand en bezochten onze monteurs maandelijks ongeveer 100.000 klanten voor het installeren van producten of het oplossen van problemen. En naar tevredenheid, zo laat klantonderzoek zien. De waarderingscijfers waren hoger dan ooit.

RELATIEVE KLANTTEVREDENHEID OVER SERVICEVERLENING

Onderstaande tabel laat zien hoe de tevredenheid van onze klanten over onze serviceverlening zich de afgelopen jaren ontwikkelde. De tabel neemt 2016 als basisjaar en de percentages geven de stijging of daling van de klanttevredenheid (TNPS) aan.

	2017	2018
Winkel	0%	5%
Monteur	-25%	32%
Callcenter	-34%	290%
E-mail	2%	4%
Chat	-9%	18%

Werken aan een hoog serviceniveau

Als toonaangevend technologiebedrijf willen wij voorop lopen in servicebeleving. Wij vinden dat klanten onze service als persoonlijk, snel en effectief moeten ervaren. Om dat voor elkaar te krijgen:

- verbeteren wij continu onze klantbeleving
- ontwikkelen wij nieuwe serviceconcepten
- verzorgen wij de overstap naar digitale tv voor onze klanten

Verbeteren van klantbeleving

Het verbeteren van de klantbeleving is een continu proces. Dat is aan de ene kant zo vanwege de omvang en complexiteit van onze organisatie. We hebben 10 miljoen gebruikers en apparaten die iedere dag weer gebruik van onze netwerken maken, een zeer breed productportfolio en veel netwerkdiensten die soms al dertig jaar in bedrijf zijn. Aan de andere kant komt dat doordat onze producten onderling van elkaar afhankelijk zijn. Als we bijvoorbeeld een grotere downloadsnelheid willen realiseren op de kabel, dan gaat dit ten koste van de totale ruimte op die kabel.

STROOMLIJNEN VAN DE KLANTENSERVICE

We voeren onze klantenservice steeds effectiever uit, maken deze geschikt voor meerdere communicatiekanalen en laten het klantencontact meer via digitale weg plaatsvinden. Klanten verwachten dat zij overal hetzelfde antwoord krijgen, ongeacht het kanaal dat zij kiezen – of zij nou contact hebben via een VodafoneZiggo-winkel, callcenter, webcareteam of via onze website. Om dat voor elkaar te krijgen, stemmen we deze kanalen op elkaar af

en registreren we alle interacties met klanten. Verschillende disciplines en afdelingen in onze organisatie werken hiervoor samen. Het resultaat is dat klanten nu sneller antwoorden vinden, merendeels digitaal (bijvoorbeeld via onze chatbot) én dat zij hun vraag niet meer hoeven herhalen als zij spreken met een andere medewerker.

NON-STOP GRATIS EXTRA'S VOOR 'CONVERGED' KLANTEN

Sinds Vodafone en Ziggo in 2017 de handen ineensloegen, nemen steeds meer klanten één pakket af, met mobiele en vaste telefonie, kabelinternet en wifi. 'Converged' noemen we dat. In 2018 zijn er meer dan 1 miljoen huishoudens met deze pakketten. Deze klanten zijn voor ons extra waardevol, omdat zij meer producten kopen, een hogere tevredenheid tonen en gemiddeld langer klant blijven. Daarom stimuleren wij 'converged' klanten met voordelen als dubbele data, extra tv-zenders, korting op hun mobiele abonnement en een 'Veilig online'-pakket.

Ontwikkelen van nieuwe serviceconcepten

De technologie ontwikkelt zich in razende vaart. De verwachtingen van onze klanten groeien daarin mee. Wij willen die verwachtingen overtreffen met serviceconcepten waarmee we meer halen uit onze producten en diensten.

ZIGGO POWER PROMISE

Als het gaat om internet, dan is de behoefte van de klant helder. Die wil overal in huis goede ontvangst. Tot voor kort lag de verantwoordelijkheid voor de wifi-verbinding bij de gebruiker. VodafoneZiggo leverde via coax- en glasvezelkabels het snelste netwerk van Nederland – tot de voordeur. Met de Ziggo Power Promise beloven we onze klanten goede wifidekking in het hele huis vanáf de voordeur. Nieuwe klanten, klanten die verhuizen en klanten die een andere mediabox of modem krijgen, helpen we met installeren. Onze monteurs installeren een wifibooster als die nodig is om overal in huis perfecte wifi te krijgen. Sinds we in 2017 begonnen met de Ziggo Power Promise, kregen we veel positieve reacties van onze klanten. Vandaar dat we hiermee doorgingen in 2018.

ENTERTAINMENT OP MAAT

Klanten kunnen ook bij ons terecht voor tv op maat. Handig in situaties waar de klant graag controle houdt over de zenders die gasten of cliënten kunnen kijken. Zoals in hotels, ziekenhuizen, gevangenissen, jeugdinstellingen en centra voor verstandelijk gehandicapten.

ABONNEMENTEN VOOR HET HELE GEZIN

Red Together is een mobiel abonnement met een grote databundel die klanten kunnen delen met vrienden of familie. Wie dit abonnement met twee personen afsluit, krijgt 80 Gigabit aan data of zelfs 160 Gigabit in combinatie met een Ziggo-aansluiting. Maximaal vijf mensen kunnen hiervan gebruikmaken. Ouders ontvangen één rekening en houden zo gemakkelijk inzicht in het belgedrag en dataverbruik van hun kinderen.

Uitstekende service is een vereiste voor de optimale klantervaring, die onlosmakelijk verbonden is met onze producten en diensten. De wereld van onze klanten verandert snel en daarmee ook de verwachting die ze van onze service hebben. Die verwachting willen wij iedere dag weer overtreffen. We bedienen onze klanten daarom steeds meer naar hun specifieke behoefte: persoonlijker, steeds meer geautomatiseerd, via meer kanalen en digitaler dan ooit.

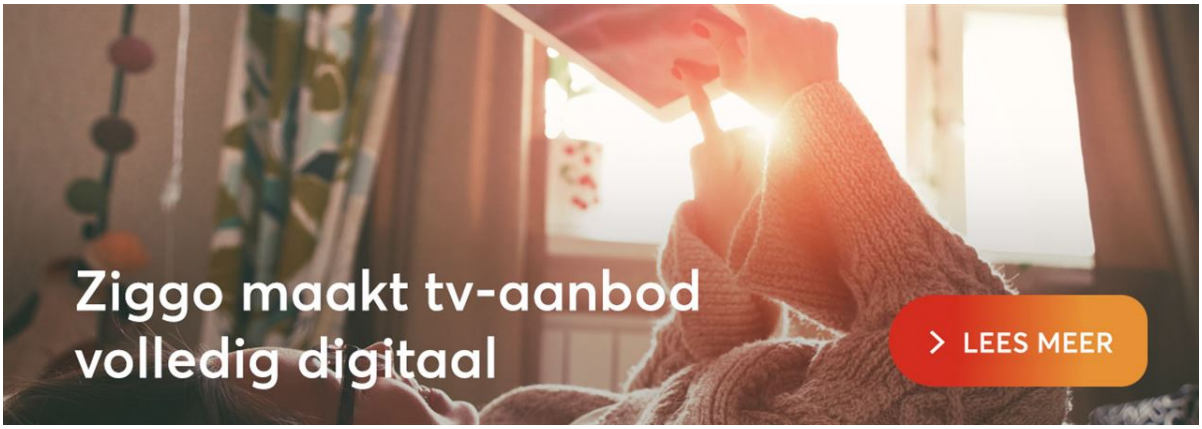
Robin Clements
Executive Director Customer Operations

Allemaal digitaal: de overstap naar digitale tv

We stoppen met het aanbieden van het analoge tv-signaal en maken kabel-tv volledig digitaal. Dat doen we om ruimte te maken op het netwerk voor sneller internet en om onze klanten een hogere kwaliteit van tv-kijken te garanderen. Dit betekent dat we alle klanten die nog analoog tv-kijken – zo'n 1,2 miljoen mensen – vragen om over te schakelen naar digitale kabel-tv. Klanten die een tv hebben, die geschikt is voor de ontvangst van het digitale signaal, hoeven hun tv alleen maar opnieuw in te stellen. Daarvoor hebben we een eenvoudig stappenplan gemaakt.

Om de overgang naar 100% digitaal tv-kijken soepel te laten verlopen en iedereen zo goed mogelijk te kunnen ondersteunen, verloopt de omzetting in fases. In 2018 begonnen we in Capelle aan den IJssel en omgeving, daarna gingen we regio voor regio verder. We informeren de klanten in iedere regio acht weken vooraf per brief en e-mail. Speciale promotieteams ondersteunen onze klanten en beantwoorden vragen. De laatste twee weken voor de omschakeling tonen we op de analoge tv-kanalen een melding over de tijd dat het analoge signaal

nog actief is. We besteden speciale aandacht aan klanten die extra hulp nodig hebben bij het instellen van hun apparatuur, vaak kwetsbare mensen in de samenleving. In iedere regio zijn extra monteurs stand-by om klanten thuis te bezoeken. Hierdoor legden onze monteurs in 2018 meer dan 53.000 extra huisbezoeken af – klanten waardeerden hun inzet met hoge beoordelingen.



Structureel verbeteren van diensten op het vaste netwerk

Met het Fixed Improvement Program (FIP) voeren we structurele kwaliteitsverbeteringen door voor alle diensten die we aanbieden via ons vaste netwerk. Hierdoor voorkwamen we in 2018 monteursbezoeken en telefoontjes naar onze serviceafdeling. Minder klanten dan voorheen vertrokken vanwege problemen met onze producten of service. In 2019 gaan we door met FIP. Enkele voorbeelden van wat we in 2018 deden:

- Een speciaal team van 300 medewerkers besteedt extra aandacht aan klanten die vaak contact opnemen met wifi- of videoproblemen. Hierdoor daalde het aantal (herhaalde) telefoongesprekken met 2.000 gesprekken per week.
- We gaan kritischer om met het vervangen van hardware. Dit doen we alleen nog als we verwachten dat het echt een oplossing biedt.
- De kennis en ervaring van monteurs die we inplannen voor een klantbezoek, laten we beter aansluiten bij wat de klant vraagt.
- Klanten krijgen meer mogelijkheden om zelf online een afspraak met een monteur te plannen en afspraken aan te passen.

Vooruitgang: netwerk van de toekomst

Vooruitgang

Vooruitgang: netwerk van de toekomst

De digitalisering verandert onze wereld in een rap tempo. Dat is zichtbaar in alle aspecten van het dagelijks leven. Ouders checken of de baby slaapt via een online beeldverbinding, collega's werken met een beveiligde netwerklijn vanuit huis en stelletjes volgen hun favoriete tv-serie op hun tablet. VodafoneZiggo is mede aanjager van deze digitalisering. We omarmen nieuwe technologieën voor mobiele communicatie en werken hard om het netwerk van de toekomst mogelijk te maken, met 5G-diensten en Gigabit-snelheden via de kabel.

We investeren in vaste glasvezel-coaxnetwerken, leggen supersnelle verbindingen en realiseren grotere bandbreedtes voor het groeiende dataverkeer over de kabel. We bieden geïntegreerde diensten, waardoor het onderscheid tussen vast en mobiel vervaagt en iedereen overal en altijd verbinding heeft. We dragen eraan bij dat Nederland digitale koploper is in Europa en dat iedereen mee kan doen in de digitale maatschappij. Die positie willen we vasthouden, nu en de komende jaren. Wat ons betreft, is de digitale vooruitgang niet te stoppen.

De kwaliteit en snelheid van onze mobiele en vaste netwerken behoren tot de beste van Europa. Om te voorzien in de stijgende vraag naar snelle en betrouwbare verbindingen, investeerden we in 2018 al in het netwerk van de toekomst. Dat blijven we de komende jaren doen, omdat dat is wat onze klanten willen.

Eben Albertyn
Executive Director Technologie

Feiten en cijfers

Aangesloten huishoudens
7,2 miljoen

Dekkingsgraad mobiel
99%

Downloadsnelheid mobiel
500 Mbps

Straatkasten
454807

Toename downloaddata (fixed)
25-30%

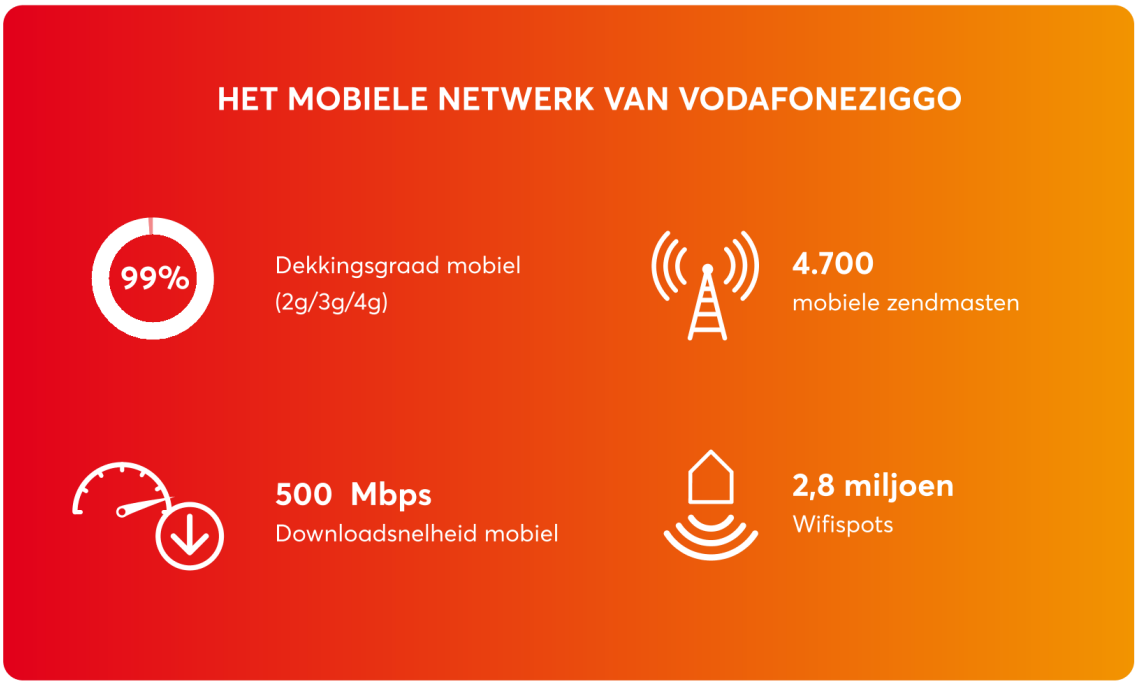
Wifispots
2,8 miljoen

Converged: vast en mobiel smelten samen

Voor veel mensen is het verschil tussen vaste en mobiele verbindingen al lang weggevallen. Onze klanten volgen 'Boer zoekt Vrouw' via hun smartphone, bellen de pizzeria via de laptop of kijken YouTube-filmpjes op hun tv-toestel. Op elk apparaat verwachten zij dezelfde verbindingssnelheid en hoge kwaliteit. Daarom integreren wij ons vaste en mobiele netwerk en bieden we gecombineerde diensten aan. Met onze nieuwe mediabox kunnen klanten bijvoorbeeld een uitzending kijken op hun tv-toestel en vervolgens verder kijken op een mobiel apparaat. Een vereiste voor zulke samengestelde diensten is een stabiel, slim netwerk met meer netwerkcapaciteit en snellere internetverbindingen. Al 1 miljoen huishoudens kiezen voor de combinatie van vaste en mobiele – ofwel 'converged' – diensten.

Het mobiele netwerk van morgen

De eisen die het digitale leven aan onze netwerken stelt, groeien met de dag. We streamen massaal muziek via Spotify, uploaden talloze foto's op Instagram en kijken tv in HD-kwaliteit via Ziggo. De hoeveelheid data die we versturen via kabel, wifi en de ether, is gigantisch. Dat groeit de komende jaren exponentieel. VodafoneZiggo zorgt ervoor dat die netwerken aan de groeiende behoefte voldoen. Zodat we al die data kunnen verbruiken, op een veilige manier, razendsnel en met een minimum aan storingen.



4G vervangt 3G

De oude manieren om data te versturen tussen mobiele apparaten, zoals 3G, verouderen snel. De frequentieruimte die zij nu innemen, benutten we liever voor snellere technieken die meer data kunnen versturen en betrouwbaarder zijn. Om te voldoen aan de toenemende vraag naar 4G en straks ook naar 5G, stoppen we daarom op 1 januari 2020 met het aanbieden van 3G. We attenderen onze klanten hierop via verschillende kanalen. Intussen is 4G onderdeel van alle nieuwe abonnementen en zijn de toestellen die we aanbieden stuk voor stuk geschikt voor 4G.

5G komt eraan

Intussen lonkt de toekomst van mobiel dataverkeer: 5G. Deze opvolger van 4G belooft tientallen keren sneller te zijn dan zijn voorganger, kan veel grotere hoeveelheden data aan en is veel stabieler dan 4G. En dankzij de extreem korte reactietijden is de nieuwe 5G-netwerkstandaard bij uitstek geschikt voor 'kritieke' communicatie – mobiele communicatie die het altijd moet doen, bijvoorbeeld voor ambulancediensten, zelfrijdende auto's of drones. 5G is zeer geschikt als netwerk voor Internet of Things (IoT), bijvoorbeeld vanwege de goede dekking op moeilijk bereikbare plaatsen – denk aan meters die gasleidingen controleren of apparatuur in een ondergrondse parkeergarage. Bovendien verbruikt 5G-apparatuur veel minder energie dan 4G.

Voordat Nederland kan genieten van 5G, moeten we nog een hoop werk verzetten. We zijn de nieuwe 5G-technologie uitgebreid aan het testen, onder meer in het onderzoeksprogramma 5Groningen, waar bedrijven, non-profitorganisaties en experts samen 5G-toepassingen uitproberen. Daarnaast moeten we onze kabels en zendmasten aanpassen aan de nieuwe netwerkstandaard.

Om een volwaardig 5G-netwerk te realiseren, is de frequentieband van 3,5 gigahertz nodig. De Nederlandse overheid heeft te kennen gegeven dat zij de frequentie gaat vrijmaken voor 5G. Om deze frequentieband voor 5G te kunnen gebruiken, moet de overheid eerst een satellietontvangststation verplaatsen naar het buitenland. Deze is nu in gebruik bij de nationale inlichtingendiensten. In de loop van 2019 wordt hierover meer bekend.

VERGUNNINGEN VOOR MOBIELE FREQUENTIES

In Nederland verleent het Agentschap Telecom (AT) de vergunningen voor het gebruik van de frequenties voor mobiele communicatie. Een vergunning geldt voor een verzameling frequenties en is geldig voor een vaste periode tegen een aantal voorwaarden, zoals een verplicht dekkingsgebied. Vergunninghouders betalen een eenmalig bedrag voor de frequenties en een jaarlijkse bijdrage aan het AT, afhankelijk van het aantal blokken van frequenties dat zij op hun naam hebben staan. Partijen die een vergunning willen bemachtigen, kunnen zich inschrijven voor de veilingen die het AT hiervoor organiseert.

Op 31 december 2018 had VodafoneZiggo ongeveer 32% in handen van het totale aantal licenties voor het mobiele spectrum in Nederland. We beschikken over vergunningen voor de frequenties van 800, 900, 1800, 2100 en 2600 megahertz, die we gebruiken voor onze 2G-, 3G- en 4G-netwerken. Deze vergunningen lopen af in 2030, met uitzondering van de 3G-licentie voor de 2100 megahertz-frequentie – die verloopt al in 2020. De Nederlandse overheid is van plan deze frequentie begin 2020 opnieuw te veilen, net als de vergunningen voor 700 en 1400 megahertz.

'5G gaat mobiliteit in Nederland aanzienlijk veranderen'

Testen van nieuwe technologieën

We doen ook proeven met andere mobiele technologieën. Zoals 'edge computing', waarbij we data zo dicht mogelijk bij de klant opslaan en verwerken. Hierdoor ervaart deze een hogere datasnelheid. Verder testen we zogenoemde 'beamforming' antennes. Deze bundelen het signaal – dat zich normaal gesproken in alle richtingen verspreidt – in de richting van een ontvanger zoals een laptop of smartphone. Die ontvangt hierdoor een sterker signaal.

Verbeteren van de vaste infrastructuur

De digitalisering van de samenleving zorgt voor een vloedgolf aan data, een groeiende behoefte aan nóg snellere verbindingen en een toenemende vraag naar superbetrouwbare netwerken. Om in die behoefte te voorzien, breiden we onze vaste netwerken continu uit en installeren we voortdurend nieuwe netwerkapparatuur. We monitoren constant de kwaliteit van onze netwerken en vernieuwen die waar nodig. We investeren in nieuwe technologieën die het aantal storingen sterk terugdringen en de beschikbare bandbreedte efficiënter benutten. Veiligheid en privacy hebben hierbij altijd de hoogste prioriteit.

HET VASTE NETWERK VAN VODAFONEZIGGO

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

454.807
straatkasten

412.600 km
coaxkabel in Nederland
(ter vergelijking: dat is ruim **10x** de omtrek van de aarde)

7,2 miljoen
aangesloten huishoudens

GIGABIT-RECORD VOOR 'BOER ZOEKT VROUW'

De Gigabit-teller van VodafoneZiggo tikte op 11 november 2018 maar liefst 771 Gigabit per seconde aan. Een record. Dit was een optelsom van iedere klant die op dat moment online naar tv of films keek via Ziggo on Demand, Ziggo Replay of Ziggo GO. De piek in de netwerkbelasting kwam vooral door de vele duizenden Nederlanders die keken naar de finale van 'Boer zoekt vrouw'. Het vorige jaarrecord stond op 750 Gigabit per seconde, tijdens de laatste aflevering van Game of Thrones in 2017.

Gigabit-netwerk staat in de steigers

VodafoneZiggo bouwt aan een infrastructuur van mobiele, glasvezel- en coaxnetwerken, waarmee we de explosieve groei in bandbreedte en snelheid de komende jaren ruim kunnen opvangen. We hebben de ambitie om vanaf 2020 internetsnelheden te bieden van meer dan 1.000 Megabit per seconde, ofwel 1 Gigabit. Streamen en downloaden van grote bestanden gebeurt dan in een oogwenk.

DOCSIS 3.1 benut de ruimte van de kabel

Een slimme manier om meer data te transporteren via onze glasvezel-coaxnetwerken, is om de beschikbare ruimte op de bestaande infrastructuur beter te benutten. Dat doen we bijvoorbeeld door nieuwe technieken voor de kabel te gebruiken, zoals DOCSIS 3.1. Deze technologie geeft de bestaande netwerkcapaciteit een flinke *boost*, waardoor internetsnelheden kunnen oplopen tot 5 à 10 Gigabit per seconde. DOCSIS 3.1 maakt de connectie stabieler, veiliger en de reactietijd van het netwerk veel sneller. De Utrechtse wijk Oog in Al kreeg eind 2018 de primeur van superhoge internetsnelheden. Twintig huishoudens en bedrijven testen daar kabelinternet met DOCSIS 3.1-technologie, waarmee ze gegevens kunnen binnenhalen met meer dan 1 Gigabit per seconde. Na de proef vormen we Utrecht vanaf 2020 als eerste stad om tot 'Gigabit City'.

KABELTOEGANG VOOR ANDERE TELECOMAANBIEDERS

De Autoriteit Consument & Markt (ACM) besloot in september 2018 dat VodafoneZiggo – net als KPN – toegang moet verlenen tot het eigen netwerk aan aanbieders die niet over een eigen netwerk beschikken. Volgens de ACM hebben KPN en VodafoneZiggo gezamenlijk een dominante positie, waardoor de concurrentieverhoudingen met andere partijen uit balans kunnen raken. VodafoneZiggo is het niet eens met de conclusies van de ACM over de concurrentieverhoudingen. We denken dat kabeltoegang geen toegevoegde waarde biedt ten opzichte van bestaande toegangsvormen. Eind 2019 verwachten we een uitspraak in deze zaak. Tot die tijd kunnen we geen reële inschatting maken van de financiële impact van het besluit.

Van analoog naar digitaal

Een andere methode om meer ruimte te creëren op de bestaande kabelnetwerken, is door extra frequenties vrij te maken. Omdat het signaal voor analoge televisie een deel van de kabelcapaciteit inneemt, vervangen we dat met het signaal voor digitale televisie. De klant krijgt daar beter beeld en meer zenders voor terug.

Zie 'Allemaal digitaal: de overstap naar digitale tv'

Storingen op de kabel razendsnel verhelpen

Om onze klanten te verzekeren van stabiel internet en een storingsvrij tv-signaal, werken we continu aan verbeteringen in ons kabelnetwerk. We voegden de systemen van Ziggo en het voormalige UPC samen tot een nieuwe verbindingsketen, vanaf de serverruimtes tot aan de internetconnecties bij de klant. Hierdoor zijn we in staat om ons netwerk continu te monitoren en te analyseren. We kunnen nu monteurs op pad sturen om reparaties uit te voeren vóórdat de klant last krijgt van storingen en onze klantenservicemedewerkers zijn meteen op de hoogte van lokale problemen. Op internet verschijnt direct een bericht dat we werken aan herstel en een stemcomputer licht bellers in over actuele storingen. Door de nieuwe aanpak losten we drie keer zoveel netwerkstoringen op bij onze klanten. Iedere week daalde het aantal telefoontjes met 10.000 en stuurden we 1.500 busjes minder op pad.

STORINGEN OPLOSSEN EN VOORKOMEN

Veel mensen ervaren een goede verbinding inmiddels als een essentiële levensbehoefte. Zij willen altijd en overal verbonden zijn. Dat merken we bijvoorbeeld wanneer een technische storing zorgt voor een tijdelijke onderbreking van de internetconnectie. Voor sommigen voelt dat alsof hun leven even stilstaat. De medewerkers van onze klantenservice kunnen de e-mails, telefoontjes en chats dan maar amper bijbenen. Toch komen storingen nog steeds enkele keren per jaar voor. De techniek blijft nu eenmaal gevoelig voor onverwachte gebeurtenissen, zoals stroomuitval, een gebroken kabel of een zendmast die het begeeft.

Begin augustus 2018 hadden we te maken met een grote storing van ons mobiele netwerk. Veel van onze klanten konden ineens niet meer bellen, sms'en of mobiel internetten. De oorzaak van de storing was een korte onderbreking in het systeem dat het mobiele telefoonverkeer reguleert. Hierdoor ontstond een 'file' op het netwerk. Kort daarop volgde een driedaagse storing van Ziggo On Demand, doordat een van onze datacenters zonder stroom kwam te zitten. Dat veroorzaakte een defect in de apparatuur die essentieel is voor on demand-tv. We hebben met man en macht gewerkt om de schade zo snel mogelijk te herstellen.

We doen er alles aan om storingen te voorkomen en om ze zo snel mogelijk op te lossen, als ze zich tóch voordoen. We controleren de staat van onze netwerken continu, zodat we onmiddellijk op de hoogte zijn als er iets mis is of verkeerd dreigt te gaan. We informeren dan direct onze klanten en sturen onze monteurs meteen op pad om het probleem te fiksen.

Vaak is het één onderdeel in de keten van apparatuur en netwerken dat het begeeft, waardoor een hele service plotseling uit de lucht is. Momenteel zijn we al die onderdelen aan het inventariseren en brengen we in kaart hoe we elke situatie kunnen verbeteren. We streven ernaar om alle kritieke onderdelen in de keten dubbel uit te voeren, zodat het ene onderdeel meteen het werk van het andere kan overnemen wanneer het mankementen vertoont.

In de nabije toekomst gaan we Artificial Intelligence (AI) inzetten om te voorspellen waar en wanneer zich een storing kan voordoen. Zodat we dat moment van uitval vóór zijn.

Internet of Things: alles met iedereen verbonden

Internet of Things (IoT) verbindt steeds meer apparaten met het internet. Hierdoor besparen bedrijven kosten, ervaren consumenten meer comfort en krijgen patiënten betere zorg. Zo kan een koffieapparaat aan de online supermarkt laten weten dat de bonen op zijn, geeft een sensor door dat een patiënt meer zuurstof nodig heeft of betaalt een klant met zijn smartphone, zonder tussenkomst van een medewerker. In Nederland maakt het IoT-netwerk van VodafoneZiggo veel van deze verbindingen mogelijk.

SLIMME DIJKEN HOUDEN ONZE VOETEN DROOG

Partnerships zijn belangrijk voor ons bij de ontwikkeling van IoT-oplossingen. VodafoneZiggo werkt bijvoorbeeld samen met JLD Contracting en FacilityApps aan een IoT-systeem om dijken beter te kunnen monitoren. Zo kan JLD Contracting sneller zwakke plekken ontdekken en op tijd maatregelen treffen om deze te verstevigen.

IoT biedt volop kansen voor bedrijven

De markt voor IoT groeit sterk. Het aantal machines dat IoT met elkaar verbindt, bestaat intussen al uit zo'n 50 miljard stuks wereldwijd. Naar verwachting zijn dat er 155 miljard in 2025. De meeste Nederlandse bedrijven die IoT in hun bedrijfsvoering toepassen, geven aan dat hun omzet hierdoor groeide of dat IoT bijdroeg aan substantiële kostenbesparingen. Bovendien leiden IoT-toepassingen vaak tot een betere klantervaring. Al met al genoeg redenen om IoT in de armen te sluiten. Dat besef daalt ook steeds meer in bij ondernemers. Na de grote bedrijven zien we een groeiend aantal mkb'ers dat met IoT aan de slag gaat.

Voorloper in IoT-netwerken

Vodafone is wereldwijd een van de grootste spelers op het gebied van IoT, met meer dan 74 miljoen aansluitingen. Wij ondersteunen klanten in alle bedrijfssectoren met het introduceren en ontwikkelen van IoT. Dat doen we door de internationale kennis van ons bedrijf en onze lokale partners in te zetten om een IoT-service te bieden, die perfect aansluit op de behoefte van de klant.

In 2018 investeerden we opnieuw flink in ons IoT-netwerk. We kozen voor zogenoemde Low Power Wide Area (LPWA)-netwerken, die zeer weinig energie verbruiken en ook ondergronds een goed bereik hebben, bijvoorbeeld in tunnels of achter dikke kantoormuren. Een bekend voorbeeld van zo'n netwerk is Narrow Band Internet of Things (NB-IoT), dat we landelijk ondersteunen. Dat geldt ook voor ons LTE-M-netwerk, dat een grotere bandbreedte kan gebruiken dan NB-IoT en daardoor geschikt is voor producten die gebruikmaken van spraak, zoals automatische slagbomen en 'pratende' liften. Zowel NB-IoT als LTE-M zijn onderdeel van het 5G-netwerk en bieden klanten daarmee de zekerheid van een 'futureproof' netwerk.

IoT Starter Kit helpt bedrijven op weg

Voor veel klanten zijn IoT-toepassingen helemaal nieuw. Daarom helpen wij hen op weg met de IoT Starter Kit. Hiermee kunnen zij stap voor stap een IoT-prototype bouwen, testen en aanpassen, zonder dat zij hiervoor veel technische kennis nodig hebben.

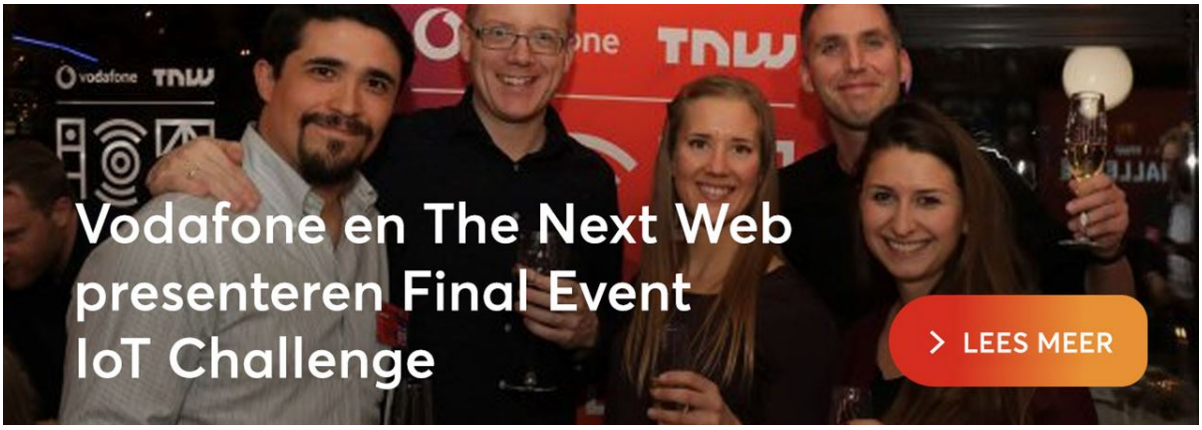
Marketingcampagne voor mkb

Een uitgebreide mediacampagne in 2018 moest middelgrote en kleine bedrijven overtuigen van de voordelen van IoT. Hierin benadrukten we dat IoT niet zozeer over 'things' gaat, maar over mensen en betere dienstverlening. Dankzij de campagne bezoeken dagelijks meer dan 500 mensen onze website over IoT. Daar vinden zij waardevolle informatie over hoe wij IoT toepassen in verschillende bedrijfssectoren en met welke partners we samenwerken. De campagne zorgde voor een duidelijke groei (8%) in het aantal mkb-klanten dat VodafoneZiggo overweegt als IoT-partner. Met deze geïnteresseerden gaan we in gesprek, onder meer tijdens speciale IoT-evenementen. Uiteindelijk hadden we met meer dan duizend klanten contact over wat IoT voor hen kan betekenen.

IoT Challenge stimuleert innovatie en samenwerking

VodafoneZiggo en tech-mediabedrijf The Next Web (TNW) organiseerden in 2018 samen de 'Vodafone TNW IoT Challenge'. Tien grote organisaties – waaronder Heineken, de Efteling en Stedin – daagden frisse, innovatieve startups uit om IoT-oplossingen voor specifieke vraagstukken te bedenken. Zoals elektriciteitsfraude

tegengaan, ouderen stimuleren om meer te bewegen of wachtrijen verkorten voor pretparkattracties. Uit de 267 internationale aanmeldingen kozen de organisaties uiteindelijk tien startups met wie zij de ideeën verder ontwikkelden tot werkende producten, die zij eind november presenteerden.



De toekomst van onze klantenservice

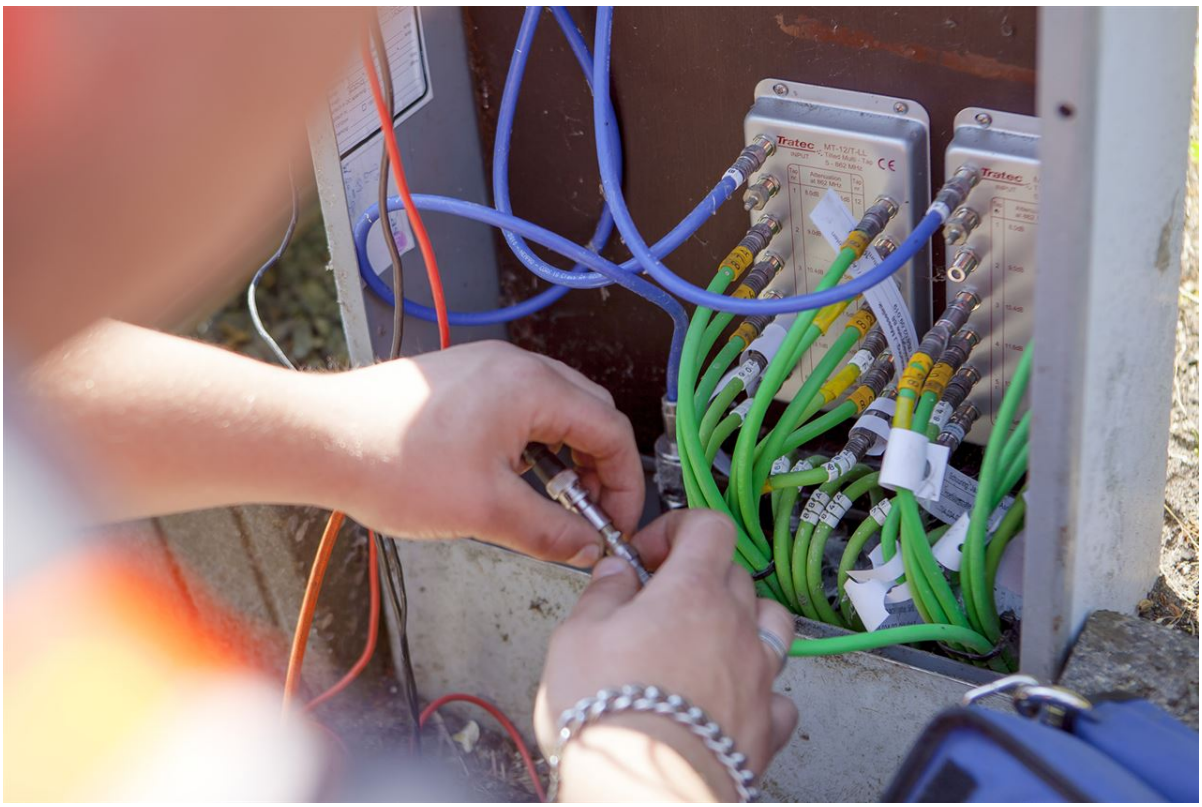
We zoeken continu naar nieuwe oplossingen en technologieën om onze service op een hoger plan te brengen. Zodat onze producten nog beter aansluiten op de wensen van onze klanten en we hun verwachtingen overtreffen. Nu en in de toekomst. Daarom begonnen we dit jaar met onze TEC Campus, introduceerden we een virtuele assistent voor vragen van klanten en ontwikkelden we een model waarmee we kunnen voorspellen waar en wanneer er onderhoud aan ons netwerk nodig is.

TEC Campus als ideale praktijkschool

De beste plek om het vak van monteur te leren, is de praktijk. Met die gedachte bouwden we naast ons technisch kantoor in Amsterdam de TEC Campus. Daar staat het: een levensecht woonhuis, dat beschikt over alle netwerktechnieken die ons bedrijf rijk is. In het pand kunnen we alle mogelijke technische situaties nabootsen. Monteurs kunnen er oefenen met bestaande systemen als kabel, wifi, glasvezel en mobiel, maar ook met de technologie van de toekomst, zoals IoT en DOCSIS 3.1. Link naar alinea over DOCSIS 3.1 in dit hoofdstuk In totaal ligt er veertien kilometer aan kabels in het huis. We hebben er alle apparatuur aangesloten op ons IoT-netwerk, zowel de deursloten, lampen, gordijnen en tv's als de stofzuiger en de grasmaaier. Alle monteurs die sinds mei 2018 bij VodafoneZiggo in dienst kwamen, boden we een trainingsprogramma aan op de TEC Campus. Uiteindelijk gaat elk van onze monteurs er een technische cursus volgen.

Storingen voorkomen door voorspellen

Niets is zo vervelend als een storing of onderbreking als je net lekker in een voetbalwedstrijd zit of een Skype-gesprek voert met een nieuwe klant. Als zoiets toch een keer gebeurt – de techniek is helaas niet onfeilbaar –, dan proberen wij het probleem zo snel mogelijk te verhelpen. Het zou natuurlijk nog beter zijn als we dergelijke problemen vóór zouden zijn. Artificial Intelligence (AI) en andere nieuwe technologieën kunnen ons daarbij helpen. Een goed voorbeeld daarvan is het algoritme dat we momenteel ontwikkelen, waarmee we afwijkingen in onze systemen snel kunnen herkennen en lokaliseren. Dit zorgt ervoor dat onze monteurs straks veel gerichter aan de slag kunnen. Zij weten dan meteen welk onderdeel in welke kast in welke wijk zij moeten vervangen.



Chatbot als gesprekspartner

Een chatbot is een computerprogramma dat antwoorden geeft op getypte vragen. Weliswaar kan een chatbot niet álle vragen van onze klanten beantwoorden, maar wel de meest voorkomende. Zoals 'Hoe stel ik mijn e-mailprogramma in?' of 'Hoe log ik in op Mijn Ziggo?' Het grote voordeel van een chatbot is dat we er meer klanten tegelijkertijd mee kunnen helpen, zodat er geen of kortere wachtrijen ontstaan. In 2018 startten we op kleine schaal met het 'trainen' van een chatbot: elke keer als deze een vraag niet herkent of geen antwoord weet, 'vertellen' onze medewerkers hem wat het juiste antwoord moet zijn. We bieden de chatbot inmiddels op verschillende pagina's aan. In totaal voerde onze chatbot dit jaar ruim 35.000 gesprekken met klanten. In 2019 verwachten we dat dit aantal groeit naar ruim 200.000 klanten. De komende periode gaan we werken aan het verhogen van de kwaliteit van de antwoorden en zorgen we ervoor dat ze beter aansluiten op de specifieke klantsituatie.

TOBi
Goedemorgen! Ik ben TOBi, de virtuele assistent van Vodafone.
Waarmee kan ik je helpen?
U om 9:16, Feb 11:
Hoi TOBi
TOBi om 9:16, Feb 11:
Hallo! Leuk dat je er bent! Als virtuele assistent van van Vodafone kan ik je helpen met een aantal onderwerpen.

"Straks praten we met 'm!"
LEES MEER

Verbinding: waardevolle connecties tussen mensen

Verbinding

Verbinding: waardevolle connecties tussen mensen

Verbindingen leggen, connecties maken – zodat mensen in contact met elkaar komen en kunnen genieten van wat de wereld te bieden heeft. Dat zie je terug in al onze producten en diensten. We maken telefoongesprekken mogelijk tussen een oma en haar kleinzoon in Amerika. We zorgen ervoor dat een e-mail in een oogwenk bij een klant belandt. We laten een Formule 1-fan live genieten van de inhaalacties van Max Verstappen.

Om die momenten mogelijk te maken, legt VodafoneZiggo concrete verbindingen. Via kabel, 4G, wifi, IoT – noem maar op. Al die verbindingen bij elkaar zijn van grote waarde voor de maatschappij. Want ze maken steden en dorpen slimmer, veiliger en socialer. Ze brengen mensen samen en zorgen voor meer wederzijds begrip tussen individuen en bevolkingsgroepen. We vinden het belangrijk dat iedereen de vruchten kan plukken van de mogelijkheden die digitale verbondenheid te bieden heeft. We willen een bijdrage leveren aan het digitale welzijn van alle Nederlanders. Door hen digitaal vaardig te maken en te leren hoe zij de balans bewaren tussen de online wereld en het 'echte' leven.

We willen dat iedereen kan deelnemen aan de digitale maatschappij en dat mensen in staat zijn om dit verantwoord te doen. We ondersteunen onder meer zwakkere groepen in de maatschappij, zodat ook zij de waarde van verbindingen ervaren. We hebben speciale programma's om digitale vaardigheden aan te leren, voor onder meer scholieren in achterstandswijken, mensen met een kleine beurs of ouderen die de digitale boot hebben gemist. Voor scholen ontwikkelden we lesprogramma's die de mindere kanten van het digitale leven belichten en kinderen leren digitaal in balans te blijven. Ze leren spelenderwijs hoe ze verstandig omgaan met social media, op tijd stoppen met gamen of nepnieuws van echt nieuws kunnen onderscheiden.

Dit jaar toonden we niet alleen de positieve effecten, maar ook de negatieve effecten van digitalisering. Mensen die achterblijven in de maatschappij, omdat ze niet genoeg digitale vaardigheden hebben. Mensen die de digitale balans kwijtraken. Met speciale programma's zorgen wij ervoor dat zoveel mogelijk mensen kunnen meedoen in de digitale samenleving.

Marieke Dekker
Executive Director External Affairs

Feiten en cijfers

Kinderen digitaal vaardiger gemaakt[1]
176370

Kinderen ExperienceDay
2451

No Isolation Robots
20

Samenwerking maatschappelijke organisaties
10

- Over deze indicator heeft KPMG assurance met beperkte mate van zekerheid verstrekt. Zie paragraaf 'over dit verslag'.

Waarde voor de klant, waarde voor ons bedrijf

De verbindingen die VodafoneZiggo legt, vertegenwoordigen twee soorten waarden. Aan de ene kant is dat de waarde voor ons bedrijf: de vaste en mobiele verbindingen vormen de basis van onze inkomsten. Onze klanten betalen voor onze communicatie- en mediadiensten, zoals telefoonabonnementen, Alles-in-1-pakketten en kabelaansluitingen. Hun bijdragen zorgden in 2018 voor een omzet van 3,9 miljard euro.

Aan de andere kant vertegenwoordigen onze diensten een maatschappelijke waarde. Die bestaat uit meerdere factoren, zoals het geluk dat een dienst oplevert, hoe milieuvriendelijk deze is, in welke mate hij bijdraagt aan een veilige leefomgeving of in hoeverre een dienst bedrijven helpt hun doelstellingen te halen.

We willen in ieder geval dat iedereen kan genieten van de voordelen van de digitale revolutie. Daarom denken we na over hoe we dingen beter kunnen doen en wat de impact van alle veranderingen is op geluk, productiviteit en milieu. We bekijken welke technologische oplossingen kunnen zorgen voor een betere verbinding tussen mensen over de hele wereld.

Slimme technologie voor een betere maatschappij

Een van de ontwikkelingen die een grote bijdrage leveren aan een veiliger en socialer maatschappij, is IoT. Dit netwerk van intelligente verbindingen tussen apparaten maakt bijvoorbeeld slimme vuilcontainers mogelijk, die een signaal geven aan de stadsreinigingsdienst wanneer ze vol zijn. Daardoor rijden er minder vuilniswagens en daalt de CO_2-uitstoot. Een ander voorbeeld is valdetectie. Senioren die slecht ter been zijn, dragen een polsbandje met een zendertje en een sensor die vaststelt wanneer zij ten val komen. Wanneer dat gebeurt, krijgt een verzorger of hulpdienst razendsnel een signaal door, zodat zij te hulp kunnen schieten.

In de toekomst worden verbindingen almaar intelligenter. Artificial Intelligence (AI) maakt apparaten zelflerend, waardoor zij zich op eigen houtje nóg sneller kunnen ontwikkelen. Het tempo waarin bedrijven nieuwe technologieën bedenken en introduceren, neemt ieder jaar toe. De waarde van verbindingen groeit met de dag.

BONDGENOTEN: ROBOTS VOOR KINDEREN MET EEN LANGDURIGE ZIEKTE

Via het project Bondgenoten helpen we kinderen met een langdurige ziekte contact houden met hun klasgenoten, familie en vriendjes. Dat gebeurt via een speciale robot. VodafoneZiggo levert de 4G-connectie en leent twintig van deze robots uit aan Nederlandse kinderen, zodat zij niet in een sociaal isolement belanden. Ze hoeven geen les te missen en kunnen zelfs virtueel buitenspelen.

De AV1-robot is bedacht door het Noorse bedrijf No Isolation. Stichting Kind en Ziekenhuis ziet erop toe dat de twintig robots goed worden verdeeld. Op deze manier maakt de Vodafone Foundation een 'Internet of Things'-oplossing bereikbaar voor een grotere groep kinderen.

De digitale werkplek mogelijk maken

De verbindingen die VodafoneZiggo legt, zorgen óók voor een revolutie op de werkplek. Het is al lang niet meer nodig om altijd op kantoor te zijn. Je leest je e-mails in de trein, je belt een klant vanuit de auto of je werkt met collega's op verschillende locaties in hetzelfde, online gedeelde document. Slimme ICT-oplossingen maken het allemaal mogelijk.

Deze nieuwe manier van werken levert talloze voordelen op. Mensen zijn bijvoorbeeld productiever als ze thuiswerken en ze hoeven minder vaak op pad, wat goed is voor het milieu. Maar wat is nou precies de impact hiervan? Er bestaan al wel onderzoeken naar werken op afstand, maar deze belichten vaak maar één kant. Wij wilden een helder verhaal. Voor onszelf. En voor onze klanten. Daarom schakelden wij adviesbureau EY in.

Zij onderzochten de effecten van flexibel werken en ontwikkelden een rekenmodel, waarmee onze klanten zelf de winst van flexibel werken kunnen berekenen.

DE POTENTIE VAN FLEXIBEL WERKEN

FLEXIBEL WERKENDE NEDERLANDERS

er zijn **8,3 miljoen** werkende Nederlanders

maakt nog geen gebruik van 'flexwerk'-concepten

IMPACT IN EURO'S

Stel dat die 32%, dat zijn **2,6 miljoen** mensen, ook flexibel gaan werken

Dat zou een positieve impact hebben van **€ 450 miljoen** per maand

AANNAMES:

- Elke potentiële flexibele werker werkt één dag per week thuis en reist één dag per week buiten de spits
- Het gemiddelde salaris bedraagt € 2.739
- 50% van de werktaken zijn routineklussen en komen geregeld terug

Onderzoek naar flexwerken

Uit het onderzoek van EY komt een aantal bevindingen naar voren, dat de positieve effecten op werknemers, werkgevers én de samenleving als geheel onderschrijft.

SOCIALE IMPACT VOOR DE WERKNEMER

Het grote voordeel voor werknemers is de tijdwinst die zij boeken. Daardoor kunnen zij bijvoorbeeld de kinderen naar school brengen of vaker gaan sporten. Flexwerken is vooral geschikt voor de kenniswerker, die op elk moment en op elke plaats een groot deel van zijn werk kan uitvoeren.

POSITIEF SALDO VOOR DE WERKGEVER

Werken op afstand zorgt voor lagere reis- en kantoorkosten, vermindert het aantal verkeersincidenten en levert een hogere arbeidsproductiviteit op. De stijging van de arbeidsproductiviteit is veel groter dan de kosten die nodig zijn om flexibel werken mogelijk te maken. Werken op een andere locatie dan de vaste werkplek blijkt bovendien bevorderlijk voor sommige activiteiten, zoals creatieve processen.

GOED VOOR DE SAMENLEVING

Als minder mensen met de auto naar het werk gaan, ontstaan er minder files en daalt het aantal verkeersongelukken. Met minder auto's op de weg loopt ook de uitstoot van CO_2 en fijnstof terug.

POTENTIËLE OPBRENGST: 5 MILJARD EURO

Lang niet iedereen maakt al gebruik van de mogelijkheid om flexibel te werken, terwijl een groot deel van de Nederlandse beroepsbevolking wél een baan heeft, die hiervoor geschikt is. Als deze mensen ook gaan flexwerken, levert dat maar liefst 5 miljard euro per jaar op en daalt de uitstoot van CO_2 met zo'n 370 kiloton.

Rekenmodel voor werken op afstand

Het rekenmodel dat EY voor onze klanten ontwikkelde, brengt alle aspecten van flexibel werken tot uitdrukking – wetenschappelijk onderbouwd en uitgedrukt in euro's. Bedrijven kunnen hiermee een goede inschatting maken van de voordelen van flexwerken voor hun medewerkers, de organisatie en de maatschappij. De uitkomsten van het rekenmodel helpen hen een weloverwogen besluit te nemen over het inpassen van flexwerken in hun organisatie. Zie de minireportage die Quote-hoofdredacteur Sander Schimmelpenninck maakte over flexibel werken.

VodafoneZiggo helpt ondernemers om succesvol te zijn in de digitale wereld, bijvoorbeeld door Internet of Things-oplossingen aan te bieden, flexibel werken mogelijk te maken en vaste en mobiele diensten in één pakket aan te bieden. Op die manier kunnen zij voorop blijven lopen in deze tijd van toenemende digitalisering. Ondernemers waarderen dat: zakelijk Nederland kiest steeds vaker voor de combinatie van Vodafone en Ziggo.

John van Vianen
Executive Director Zakelijke markt

Digitaal vaardig in de online wereld

VodafoneZiggo wil dat zoveel mogelijk mensen kunnen meedoen in de digitale wereld. Dat stimuleren we door actief aan de slag te gaan met uiteenlopende doelgroepen als kinderen, leerkrachten, gezinnen en ouderen. Voor hen ontwikkelen we speciale programma's die hen digitaal wijzer maken. Zodat ze beter kunnen omgaan met digitale apparaten, software en processen en daar hun voordeel mee doen. Tegenwoordig gebeurt immers steeds meer digitaal: een paspoort aanvragen, een route plannen, solliciteren op een leuke vacature – je kunt het zo gek niet bedenken. Lees in onze white paper 'Digitaal leven' hoe wij de digitale maatschappij voor iedereen toegankelijk willen maken.

FUTURE SOCIETY NL: GIDS NAAR DE TOEKOMST

Voor sommige mensen gaan alle veranderingen te snel, anderen kunnen ze maar nét bijbenen. Eigenlijk hebben veel mensen behoefte aan iemand die hen begeleidt in de digitale wereld, die uitlegt wat er gebeurt en hen geruststelt. Daarom hebben VodafoneZiggo en adviesbureau DFFRNT Media in 2018 Future Society NL opgericht. Dit onafhankelijke platform van 101 Nederlandse experts schetst toekomstscenario's, die het deelt met het grote publiek. Op die manier wil Future Society NL een gids zijn voor Nederland. De deelnemende wetenschappers, ondernemers, politici, kunstenaars en ethici proberen samen antwoorden te vinden op belangrijke vragen over de rol van technologie. Onderwerpen zijn bijvoorbeeld de invloed van algoritmes op onze keuzes, de rol van stemgestuurde programma's in het dagelijks leven en de effecten van zelfrijdende auto's op onze mobiliteit.

http://www.futuresociety.nl

In 2018 waren er verschillende programma's en activiteiten waarmee VodafoneZiggo mensen digitaal vaardiger maakte.

- Online Masters:Online Masters is een online lesprogramma dat kinderen bewustmaakt van hun gedrag in de digitale samenleving en ze leert hoe ze verantwoord omgaan met de online mogelijkheden. In 2018 hebben 176.370 kinderen een Online Masters les gevolgd1.
- Future Ready op school: Het programma Future Ready versterkt de digitale vaardigheden van leerlingen en leerkrachten van scholen in achterstandswijken.
- Experience Days: Tijdens een Experience Day gaan kinderen aan de slag met technologie en nemen ze een kijkje achter de schermen van VodafoneZiggo.
- Girls Day: Op 12 april 2018 vond een speciale Experience Day plaats voor meisjes, tijdens de landelijke 'Girls Day'.
- Expositie in NEMO: Het 'Museum van de Beroepenrevolutie' in het Amsterdamse NEMO laat zien hoe belangrijk digitale vaardigheden zijn voor de toekomst van de huidige generatie schoolkinderen. VodafoneZiggo organiseerde deze expositie.
- Curriculum.nu: VodafoneZiggo heeft adviseert het ontwikkelteam 'digitale geletterdheid' voor het nieuwe curriculum van het primair en voortgezet onderwijs.
- Welkom Online: Welkom Online is een programma voor mensen die zelden of nooit online zijn geweest. Studenten, kinderen of andere mensen uit hun omgeving helpen hen hun weg te vinden in de digitale wereld.

1 *Over deze indicator heeft KPMG assurance met beperkte mate van zekerheid verstrekt. Zie paragraaf 'over dit verslag'.*

De digitale balans vinden

Digitale media leveren ons volop voordelen op. We hebben meer contact met andere mensen, we zijn altijd op de hoogte van de laatste nieuwtjes en ons werk wordt er makkelijker door. Toch schuilt er ook gevaar in de digitale overvloed. Dan schiet de balans door naar ongezond gedrag. Mensen appen bijvoorbeeld tot diep in de nacht of zijn continu bang dat ze iets missen ('fear of missing out').

Wij vinden dat we als digitale aanbieder een verantwoordelijkheid dragen voor de invloed die digitale media op het leven van onze klanten kunnen hebben. We willen bijdragen aan een leuk en gezond digitaal leven, dat in balans is met andere activiteiten. Dat doen we onder andere door programma's te ontwikkelen, waarmee we mensen helpen de digitale balans te bewaren. Zodat zij vaardig, veilig en bewust in de digitale wereld kunnen bewegen. We gaan geregeld met diverse stakeholders in gesprek om oplossingen te bedenken en veranderingen in gang te zetten.

We hebben privacy hoog in het vaandel staan en zetten ons in om de gegevens van onze klanten continu te beschermen en te waarborgen. Sinds 25 mei 2018 hebben zij meer mogelijkheden om hun persoonlijke gegevens in te zien, te bewerken of te verwijderen. Vanaf die datum geldt de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), die strengere regels stelt aan het verwerken en delen van persoonsgegevens van klanten en medewerkers. Ons beleid voldoet aan deze regels en staat beschreven in ons privacystatement.

Onze klanten moeten erop kunnen rekenen dat wij vertrouwelijk omgaan met hun gegevens. Dat vinden wij van wezenlijk belang. Daarom maakt het beschermen van privacy structureel onderdeel uit van ons beleid en speelt het een belangrijke rol bij de keuzes die we maken. Onze klanten hebben zelf de controle over hun persoonlijke gegevens, die ze eenvoudig kunnen aanpassen of verwijderen.

Barbara Jongerden
Executive Director Legal & Regulatory

- *DigiDiner 'Balance the Future'*

Vijftig ondernemers, wetenschappers, maatschappelijke organisaties en politici schoven op 3 juli 2018 aan voor het DigiDiner 'Balance the Future'. Daar bespraken zij de voordelen en nadelen van digitalisering en hoe we daarmee kunnen omgaan.

- *Raad van Kinderen geeft advies*

Ieder jaar vragen we de Raad van Kinderen om advies over een actueel onderwerp. Dit jaar wilden wij weten hoe VodafoneZiggo gezinnen kan helpen om samen de digitale wereld te ontdekken en ervaren.

- *CEO pleit voor digitale balans*

Jeroen Hoencamp, CEO van VodafoneZiggo, zocht de publiciteit met zijn pleidooi voor meer digitale balans. "Het evenwicht lijkt zoek, we leggen die smartphone bijna nooit meer weg. Ik vind dat wij daar als telecom- en internetbedrijf een verantwoordelijkheid hebben."

- *Introductie van nieuwe privacywetgeving*

In mei 2018 werd de nieuwe privacywetgeving van kracht. Het scholenprogramma Online Masters kreeg daarom een extra onderdeel over privacy, waarin we stilstaan bij de veranderingen in de wet en het belang van gegevensbescherming.

- *Digital Life Experience*

In het Experience Center in ons nieuwe kantoor op Utrecht Centraal dagen we jongeren uit in gesprek te gaan over hun online leven. Hoe gaan zij online met elkaar om? Hoe ziet hun on- en offline balans eruit? Ook laten we ze kennismaken met programmeren.

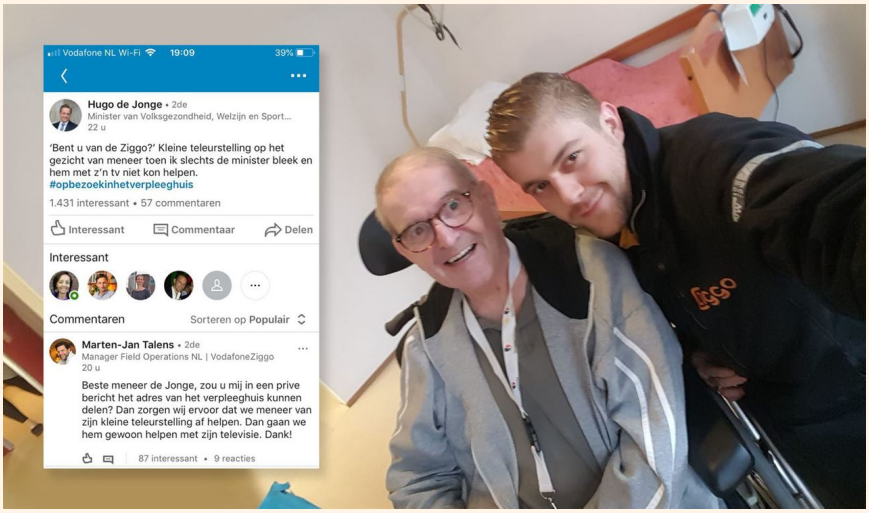
Een extra stapje zetten voor de klant

Iedere dag nemen duizenden klanten contact op met de medewerkers van onze klantenservice. Zij proberen altijd echt verbinding te maken met de klanten en goed te luisteren naar alle klachten, tips en complimenten. Zij streven ernaar een goede en snelle oplossing aan te dragen voor wat de klanten wensen. Liefst zetten ze daarin een extra stapje en overtreffen ze de verwachtingen van de klant.

ZIEKE PAPPA KAN ONLINE TOCH BIJ BEVALLING ZIJN

Cheyenne Huige, medewerker van de VodafoneZiggo-winkel in Roosendaal, kreeg afgelopen jaar een hoogzwangere klant op bezoek. Zij vertelde dat ze bijna uitgerekend was, maar dat haar partner de bevalling niet zou kunnen bijwonen. Hij was opgenomen in het ziekenhuis met de diagnose 'acute leukemie'. De vrouw informeerde naar de mogelijkheden van Multi Data Sim, omdat zij en haar man – nu hij in het ziekenhuis lag –, vaker met elkaar wilden WhatsAppen en e-mailen. Cheyenne vond het verhaal zo aangrijpend dat ze iets bijzonders voor deze klant wilde doen. Zodat haar zieke man toch een beetje aanwezig kon zijn wanneer het kind geboren werd. Ze nam contact op met haar collega Wendy van de klantenservice in Maastricht en vroeg wat de mogelijkheden waren. Na overleg met andere collega's en leidinggevenden, vonden zij een mooie oplossing voor de klant. Zij zouden haar een tablet ter beschikking stellen, die gereed was gemaakt voor live streaming, zodat de aanstaande pappa de bevalling vanuit zijn ziekbed kon volgen. Op vrijdag 28 september zouden zij de tablet verzenden naar de klant. Alleen leek die vlieger niet op te gaan, omdat de koeriersdienst aangaf het pakketje pas op maandag af te kunnen leveren – terwijl de klant de datum waarop ze was uitgerekend, al had bereikt… Dat kon best eens te laat zijn. Wendy besloot daarop om de tablet zelf naar de klant te brengen. Zij reed van Maastricht naar Roosendaal om de tablet persoonlijk te overhandigen aan de klant en te testen of alles werkte. De vrouw was helemaal in de wolken met deze oplossing. En de timing bleek perfect, want diezelfde avond beviel zij nog van een jongetje, Twan.

GATEN GRAVEN VOOR TV RIJNMOND-FAN



Honderden klanten van VodafoneZiggo gaan over van analoog naar digitaal tv-kijken. Die overgang proberen we zo soepel mogelijk te laten verlopen. Toch komt er wel eens een kink in de kabel. Bijvoorbeeld omdat sommige zorginstellingen hun eigen netwerk hebben, waar wij geen zicht op hebben. Dat was ook het geval in het Rotterdamse verzorgingshuis waar meneer Adriaanse verblijft. Hij kon zijn favoriete zender TV Rijnmond niet meer ontvangen en was hierdoor zeer ontstemd. Daarom klampte hij de eerste persoon aan, die een bezoek bracht aan zijn tehuis. Dat bleek geen monteur van ons te zijn, maar Hugo de Jonge, minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport! Die plaatste een berichtje op LinkedIn over deze ontmoeting, waar wij snel op reageerden. Hierdoor kwamen we in contact met het verzorgingshuis. Niet veel later ging onze monteur Jasper aan de slag en zorgde ervoor dat alle bewoners nog diezelfde dag alle digitale tv-zenders tot hun beschikking hadden. Na enkele metingen aan het netwerk bleek dat er ook een glasvezelkabel beschadigd was. Jasper groef eigenhandig een geul om de kabel te kunnen repareren. Toen dat was gebeurd, ging hij naar meneer Adriaanse, die liet weten erg blij te zijn dat hij weer naar zijn geliefde TV Rijnmond kon kijken. Jasper legde hem meteen even uit hoe de nieuwe afstandsbediening werkt.

Samen werken aan onze organisatie

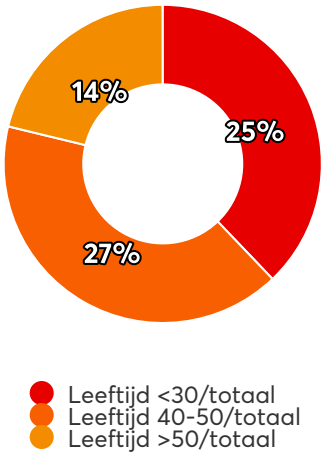
Onze organisatie

Samen werken aan onze organisatie

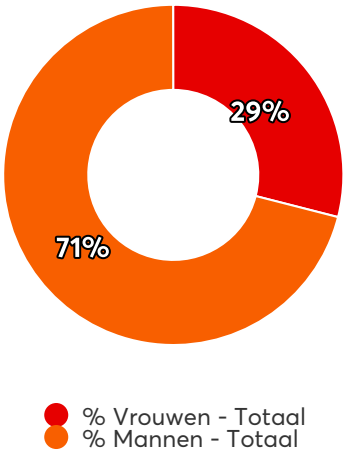
In twee jaar tijd ontwikkelde VodafoneZiggo zich tot een sterk bedrijf met een duidelijke strategie, heldere doelen en een nieuwe bedrijfscultuur. Onze medewerkers kregen er honderden nieuwe collega's bij, die samen die cultuur vormgeven. Een groot deel van hen verhuisde naar het Central Office in Utrecht. We zijn gestart met 'agile' teams. Bijna alle medewerkers volgden programma's waarin zij hun kennis verdiepten over onze producten, diensten, visie, missie, strategie, waarden en klantbeleving. Onze 'people leaders' hadden hierin een belangrijke, ondersteunende rol.

Bij alles wat we doen, staat de mens centraal. We staan klaar om onze klanten de beste producten en diensten te bieden, waarbij we altijd proberen hun verwachtingen te overtreffen. Binnen VodafoneZiggo zijn het de mensen die onze beloften waarmaken. De mens centraal stellen, betekent ook dat we speciale aandacht hebben voor duurzaamheid. We besparen energie waar we kunnen, reduceren de uitstoot van CO_2 en stimuleren onze medewerkers om met het OV te reizen.

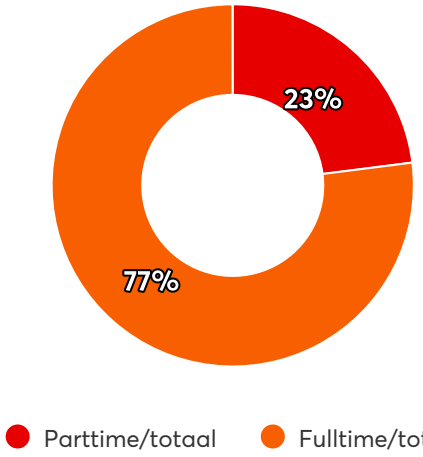
Verhouding leeftijd medewerkers 2018



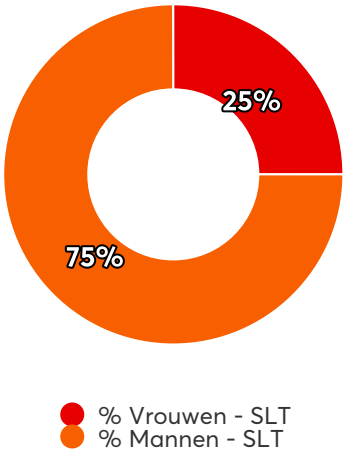
Verhouding man/vrouw 2018



Verhouding parttime / fulltime medewerkers 2018



Verhouding man/vrouw directie 2018



Ons doel is om de joint venture VodafoneZiggo tot een succes te maken. Door onze purpose te verankeren in de haarvaten van onze organisatie. Door de nadruk te leggen op onze gezamenlijke waarden en cultuur. Door een heldere organisatiestructuur te creëren, met duidelijke rollen en verantwoordelijkheden. Door mensen letterlijk en figuurlijk samen te brengen, bijvoorbeeld in ons nieuwe centraal hoofdkantoor.

Thomas Mulder
Executive Director HR

Feiten en cijfers

Fulltime totaal
77%

Parttime totaal
23%

Percentage mannen totaal
71%

Percentage vrouwen totaal
29%

Totaal aantal medewerkers
7438

Vormgeven van de nieuwe organisatie

Vodafone en Ziggo gingen in 2017 samen verder als één bedrijf. Wij willen hiermee het beste van twee werelden samenbrengen voor onze klanten. Sindsdien ervaren onze klanten de voordelen van de beste vaste en mobiele diensten onder één dak. De medewerkers van de twee bedrijven werden collega's en werken nu samen aan het succes van de nieuwe organisatie.

Verandering gaat niet vanzelf. Een fusie van deze omvang is in veel gevallen niet succesvol. Daarom steken wij veel tijd in het samenbrengen van de twee bedrijven. We startten in 2017 met een ervaren Senior Leadership Team (SLT) en creëerden in 2018 belangrijke componenten van de nieuwe VodafoneZiggo-organisatie.

Nieuw organisatieontwerp

Een van de eerste keuzes was om de organisatiestructuur functioneel in te richten, zodat vanaf het begin duidelijk was waar de verantwoordelijkheden binnen VodafoneZiggo liggen. Het tienkoppige SLT werkt nauw samen met het Senior Management Team (SMT), een groep van 65 ervaren directeuren en senior managers verdeeld over 9 business units. Samen hebben het SLT en SMT de dagelijkse leiding over 7.400 interne en 3.000 externe medewerkers. Het SLT legt verantwoording af aan de Supervisory Board dat bestaat uit vertegenwoordigers van beide moederbedrijven en onafhankelijke leden.

In 2018 lag de focus voor het organisatieontwerp op 3 aspecten:

SAMENVOEGEN VAN BEDRIJFSONDERDELEN

Alle organisaties die samengaan, hebben te maken met dubbele bedrijfsonderdelen en dubbele functies. In 2018 voegden wij zoveel mogelijk van deze bedrijfsonderdelen en functies samen. De meeste medewerkers kregen intern een andere baan, waardoor het aantal mensen dat VodafoneZiggo vanwege het samengaan verliet, relatief laag was. Sinds het begin van de joint venture gingen 450 medewerkers met een contract voor onbepaalde tijd uit dienst.

HARMONISATIE VAN ARBEIDSVOORWAARDEN

Een belangrijk onderdeel van het creëren van één organisatie is het aanbieden van een arbeidsvoorwaardenpakket dat geldt voor alle medewerkers. We zetten een eerste stap met het realiseren van een nieuw, duurzaam mobiliteitsbeleid. Ook werkten we in 2018 nauw samen met de medezeggenschapsraden en de vakbond om tot een goed arbeidsvoorwaardenpakket te komen. Eind 2018 behaalden we hierin een onderhandelingsresultaat, een mijlpaal voor onze organisatie. In 2019 gaan we samen met hen verder met het uitwerken en implementeren van de cao en de bedrijfsregelingen.

MOBILITEITSBELEID STIMULEERT OV-GEBRUIK

De integratie van Vodafone en Ziggo bood de kans om een modern mobiliteitsbeleid op te zetten met als uitgangspunten 'flexibel', 'slim' en 'duurzaam'. Bij de samenvoeging van de twee Utrechtse kantoren en het Amsterdamse kantoor op het Oosterdok kozen we voor een centrale locatie aan het Stationsplein in Utrecht. Hiermee willen we de reistijd zo effectief en comfortabel mogelijk maken voor het talent dat we vanuit heel Nederland aantrekken. Om gebruik van het openbaar vervoer te stimuleren, kozen we niet alleen voor een OV-gericht beleid, maar gaven we de meeste medewerkers de keuze voor een eersteklas treinabonnement, inclusief vrij privégebruik voor wie de optie 'volledig OV' kiest. Dit bespaart medewerkers veel tijd omdat zij nu mobiel kunnen werken tijdens reistijd en het betekent ook dat zij vaker kunnen kiezen voor het OV in plaats van de auto. De medewerkers hadden keuze uit verschillende opties. Meer dan 51% van onze medewerkers koos voor de optie 'Volledig OV', met eersteklas vervoer op alle NS-trajecten. 4% koos de NS-Business Card Traject, een tweedeklas abonnement tussen werk en woonplaats in combinatie met een vergoeding voor de parkeerkosten bij een treinstation. Leaseauto's stellen we alleen nog beschikbaar als dat van belang is voor de functie, bijvoorbeeld voor onze Sales-organisatie.

SAMENWERKEN

Om de VodafoneZiggo-organisatie tot een succes te maken, is intensieve samenwerking tussen teams en medewerkers cruciaal. De focus moet constant op de klant blijven en teams moeten met een snelheid opereren, waarmee wij leidend in de markt kunnen blijven. Daarom begonnen wij in 2018 op verschillende afdelingen met 'agile' werken. Om succesvol samen te werken, vinden wij het belangrijk dat collega's vaak fysiek in één ruimte bij elkaar zijn. Dat betekent we niet dat we per se minder flexibel en mobiel werken, maar dat we de beste balans zoeken tussen agile en flexibel werken.

AGILE WERKEN: BETERE RESULTATEN IN MINDER TIJD

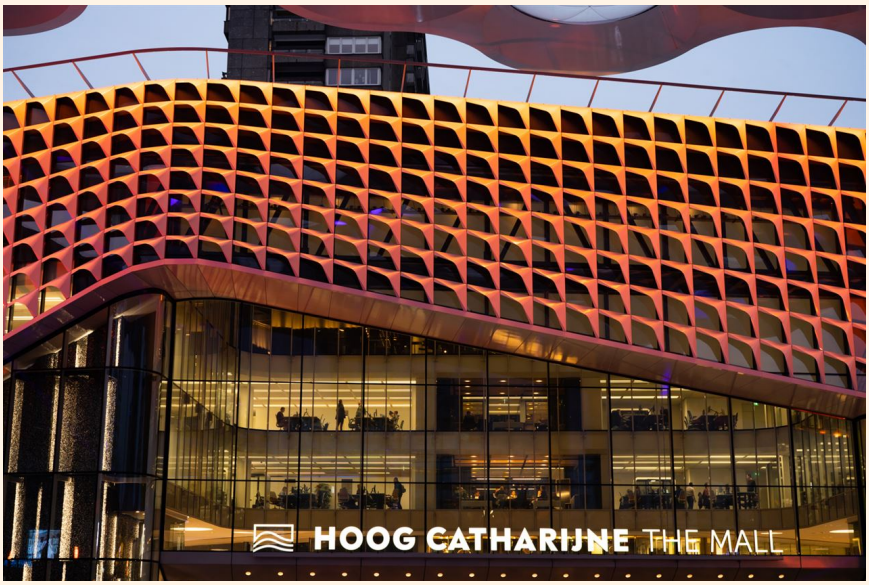
Net als vele andere organisaties besloot ook VodafoneZiggo 'agile' te gaan werken. Hierbij werken kleine multidisciplinaire teams intensief samen om binnen een korte doorlooptijd concrete producten op te leveren. Dit maakt het mogelijk om in korte tijd resultaten te boeken en continu verbeteringen te realiseren. Zo maken we onze organisatie steeds flexibeler en sneller in het aanpassen en perfectioneren van onze producten en servicebeleving. Dat is noodzakelijk als we een belangrijke speler willen blijven in onze sector. De leden van onze agile teams hebben de beschikking over verschillende 'agile studio's' in ons nieuwe centrale hoofdkantoor, waar zij samen aan projecten kunnen werken. Naast snelheid, flexibiliteit en efficiency staat plezier centraal in de agile manier van werken, wat goed aansluit bij ons streven naar 'plezier en vooruitgang met elke verbinding' voor onze medewerkers. We hebben inmiddels 43 agile teams. Daarnaast leerden 1.400 medewerkers over agile werken in zogenoemde Agile Awareness- en Super Demo-sessies.

Omdat agile werken anders is dan traditionele manier van werken, gaan we de organisatie waar nodig anders inrichten. In 2019 brengen we in kaart waar agile werken binnen VodafoneZiggo het beste bijdraagt aan de strategie en onze doelen, en waar traditionele methodes beter passen.

In 2018 voegden we onze kantoren in Eindhoven samen, verplaatsten we de kantoorwerkzaamheden van Helmond naar Nijmegen en sloten we ons kantoor in Heerhugowaard. Ook voegden we een kantoor in Amsterdam samen met twee van onze kantoren in Utrecht tot het nieuwe Central Office.

CENTRAL OFFICE: DICHTBIJ VOOR IEDEREEN

Het nieuwe centrale hoofdkantoor van VodafoneZiggo ging op 1 oktober 2018 officieel open. De belangrijkste uitgangspunten voor het nieuwe kantoor waren om dicht bij onze klanten te zitten, op een centrale plek in Nederland, nabij het openbaar vervoer en op een inspirerende locatie. En dat is zeker gelukt. Ons kantoor ligt boven de hoofdingang van het geheel vernieuwde winkelcentrum Hoog Catharijne in Utrecht, waar jaarlijks ruim 30 miljoen mensen passeren. Het pand staat op een steenworp afstand van het centraal station, dicht bij opstapplaatsen voor treinen, bussen, taxi's en andere soorten vervoer. Zo zitten we niet alleen dicht bij onze klanten, maar bieden we ook een inspirerende werkomgeving voor onze medewerkers én een vooruitstrevend mobiliteitsbeleid voor het woon-werkverkeer.



Het centrale hoofdkantoor telt vijf verdiepingen, heeft een oppervlakte van 15.000 vierkante meter en biedt plaats aan ruim 1.600 medewerkers. Zij hebben de beschikking over meer dan honderd vergaderzalen, een espressobar en twee restaurants. Eerder werkten zij op drie verschillende locaties in het land

We hebben het centraal hoofdkantoor ingericht volgens de laatste inzichten en technologieën op het gebied van samenwerken. Medewerkers zijn geheel mobiel en kunnen werken waar zij willen. Voor iedere activiteit heeft het gebouw de ideale werkplek. Dat kan een ruimte zijn voor een brainstorm, vergadering of klantbezoek, maar ook een stilteplek waar een collega zich in alle rust kan voorbereiden op een presentatie of bijvoorbeeld een studio voor een agile team. Natuurlijk hebben medewerkers de mogelijkheid om thuis te werken of op een andere geschikte locatie.

Samen bouwen aan een nieuwe cultuur

Met de input van meer dan 600 collega's definieerden we na de vorming van VodafoneZiggo de cultuur waarin onze mensen zich gewaardeerd voelen en het beste uit zichzelf kunnen halen. Eén ding was snel duidelijk: bij alles wat we binnen onze sector en ons bedrijf doen, hangt de mate van succes af van onze mensen en de manier waarop zij samenwerken. Door open te staan voor elkaar en voor nieuwe ideeën, door samen te werken en een stapje verder te gaan, kunnen we de strategie van VodafoneZiggo tot een succes maken. Alles wat we binnen VodafoneZiggo doen, doen we met onze waarden in het achterhoofd:

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.

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.

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.

Zo'n nieuwe cultuur ontstaat niet zomaar, maar ontwikkelt zich elke dag verder. Dat gebeurt gaandeweg, als onze mensen samenwerken om de beste producten en service te bieden aan onze klanten en als zij de meerwaarde tonen van de samenvoeging van Vodafone en Ziggo. De bovengenoemde waarden zijn daarbij richtinggevend. Leidinggevenden geven het voorbeeld en coachen de medewerkers, waarbij zij ervoor zorgen dat het organisatiebeleid en de interne communicatie gelijklopen. Zeker in de beginfase van de joint venture vinden we het belangrijk om veel aandacht te schenken aan cultuurontwikkeling.

Cultuur activeren

Het hele jaar door organiseerden we activiteiten onder het motto 'Up We Go', waarbij we telkens een van onze drie kernwaarden in de schijnwerpers zetten. Hierdoor konden medewerkers ervaren wat deze betekenen voor onze klanten, voor henzelf en voor onze organisatie. We boden oefeningen aan, die raken aan een gedraging die hoort bij een van de waarden. We stelden medewerkers en hun teams in staat om deze gedragingen te doorleven en erover met elkaar in gesprek te gaan. Het doel was om samen te kijken welk gedrag zij kunnen versterken om nóg effectiever samen te werken en om meer bevlogenheid te creëren.

Ontwikkelen van managers en medewerkers

Om onze strategie te laten slagen en onze doelen te behalen, moeten die verankerd liggen in de organisatie. We willen dat elke medewerker zich betrokken voelt bij de keuzes die we maken en bij de waarden waar we voor staan. Daarom besteedden we in 2018 veel aandacht aan organisatieontwikkeling, zodat alle collega's zich met elkaar en met de organisatie verbonden voelen.

'People leaders' essentieel voor realiseren strategie

Managers heten bij ons 'people leaders', omdat de mens centraal staat in hun handelen. Zij halen het beste uit hun team door richting te geven aan de diversiteit in talenten, persoonlijkheden en ervaring en door het ontwikkelen van hun medewerkers. Alle 575 people leaders van VodafoneZiggo volgden in de periode van september tot en met november 2018 de VodafoneZiggo Leadership Journey. Binnen dit programma leren zij vaardigheden aan, die nodig zijn voor de verdere ontwikkeling van onze organisatie – in het bijzonder:

- het leiden van (onderdelen van) de organisatie
- het inspireren van medewerkers
- het leveren van resultaat

Wij leren de people leaders ook hoe zij de gewenste cultuur binnen ons bedrijf op een effectieve manier stimuleren. Daarnaast willen wij leiders in de hele organisatie met elkaar verbinden in de VodafoneZiggo Leadership Community, waarin zij elkaar inspireren, ideeën uitwisselen en ondersteunen. In 2019 gaan we hiermee door en lanceren we de Leadership Game, een applicatie voor de smartphone, waarmee zij de 'people management'-vaardigheden kunnen oefenen die horen bij people leaders. In 2019 stellen we de Management Skills Suite beschikbaar via onze online leeromgeving. Deze stelt people leaders ook in de toekomst in staat om zich op het gebied van people management verder te ontwikkelen.

EXPERIENCE CENTER: INTERACTIEF EN INSPIREREND

Het Experience Center bevindt zich op de tweede verdieping van het nieuwe Central Office. Het is een plek waar we onze klanten, stakeholders, nieuwe collega's en potentiële collega's laten ervaren waar we voor staan en wat de achtergronden en doelen zijn van ons bedrijf. In een open omgeving van 600 vierkante meter bieden we volop interactieve en inspirerende verhalen. We creëren een ervaring die echt bijblijft, onder meer met sessies voor klanten, die ervaren wie wij zijn en wat wij doen, en voor scholieren die we meenemen in de digitale wereld met het schoolprogramma 'Digital Life'.

Ontwikkelplan voor people leaders en team

De people leaders maken een persoonlijk ontwikkelplan en een plan om de mensen in hun team mee te nemen in de veranderingen die de organisatie doormaakt. Zij leren technieken om beter feedback te geven en te ontvangen en methodes om beter te reflecteren op het eigen functioneren en dat van de medewerkers.

Reboarding

Een ander onderdeel van de organisatieontwikkeling die de integratie en cultuur van VodafoneZiggo bevordert, is 'reboarding'. Alle medewerkers van het nieuwe Central Office namen in 2018 deel aan reboarding-bijeenkomsten in ons Utrechtse Experience Center. Sessies van drie uur zorgden voor een verdieping van hun kennis over onze producten, diensten, visie, missie, strategie, waarden en klantbeleving. De sessie werden geleid door een lid van het senior management, geassisteerd door een van de cultuurambassadeurs van het Central Office. De feedback op de reboarding-sessies was zó positief dat we overwegen om deze aan alle medewerkers aan te bieden.

Warm welkom voor nieuwe medewerkers

In 2018 startten we met een 'onboarding'-programma voor nieuwe medewerkers. Hierin besteden we aandacht aan elementaire zaken als de strategie, waarden en onze producten en diensten, zodat iedereen een totaalbeeld krijgt van onze organisatie.

Om de nieuwe collega's vanaf dag één vertrouwd te maken met de wereld van VodafoneZiggo, krijgen ze niet alleen uitleg over ons bedrijf, maar nodigen we ze ook uit op de TEC Campus in Amsterdam en het Experience Center in Utrecht.

We zorgen ervoor dat zij zich welkom voelen door een buddysysteem, waarbij we hen koppelen aan een ervaren collega. Ze nemen deel aan een onboarding-dag voor alle nieuwe starters van die maand. En we begeleiden hun directe managers, zodat die precies weten wat er belangrijk is voor deze medewerkers in de eerste, vaak spannende, weken.

Discover Traineeship

Talent bepaalt het succes van VodafoneZiggo. Een van de programma's die we daarom al vele jaren aanbieden, is het Discover Traineeship. Het doel hiervan is om potentieel talent gedurende één jaar uitgebreid kennis te laten maken met ons bedrijf en medewerkers, waarbij wij ze uitdagen om snel te leren en groeien binnen een dynamisch bedrijf als het onze. In dit jaar werken ze aan drie verschillende projecten. Twee daarvan vinden plaats bij de business unit waar zij op een baan hebben gesolliciteerd en één bij een andere business unit. Op die manier ontdekken zij meerdere facetten van de organisatie en dagen we hen uit om uit hun comfortzone te stappen. Daarnaast nemen zij deel aan meerdere sessies met een trainer-coach om te werken aan hun persoonlijke ontwikkeling. Naast een projectmanager koppelen we hen aan een lijnmanager die hen ondersteunt in hun ontwikkeling door het jaar heen. In 2018 hadden we ruim 500 aanmeldingen, waarvan 26 mannen en vrouwen begonnen als Discover Trainees. Voordat wij een kandidaat aannemen, krijgt deze een uitgebreid assessment, waarin we kijken naar zowel de huidige ervaring en kennis als het groeipotentieel van de trainee. We selecteren de Discover Trainees immers, omdat we erin geloven dat zij de innovatieve talenten zijn, die de huidige organisatie en de toekomst van ons bedrijf kunnen vormgeven.

DILEMMA: FLEXIBEL WERKEN VERSUS AGILE WERKEN

Snelheid en continue verbetering zijn twee voorwaarden waaraan bedrijven in onze sector moeten voldoen om succesvol te zijn. Klanten verwachten dat ze altijd en overal een goede verbinding hebben met het beste entertainmentaanbod, zowel vast als mobiel. Om aan die behoefte te voldoen, moeten we vlug en adequaat kunnen inspelen op de actualiteit. Samenwerken is hierbij het sleutelwoord. Daarom introduceerden we in 2018 agile teams, die samen projecten runnen en zo vaak mogelijk fysiek samen zijn – naar ons idee essentieel om als team goede resultaten te behalen.

Dit lijkt te botsen met onze keuze voor flexibel werken. Binnen VodafoneZiggo werken de meeste afdelingen flexibel en hebben medewerkers de vrijheid om te werken op de plek en de tijd waar(op) zij het productiefst zijn. We sturen op individuele en teamresultaten en vinden het minder belangrijk hoe medewerkers deze resultaten bereiken. Een groot deel van onze medewerkers is al jaren gewend aan flexibel werken. De bezettingsgraad van onze kantoren hebben we aan de hand hiervan berekend. Volgens het CBS laat 95% van de grote

bedrijven in Nederland hun mensen al flexibel werken. Dat werkt ook in ons voordeel, aangezien een groot deel van onze omzet op de zakelijke markt is gerelateerd aan flexibel werken, omdat communicatiediensten aan de basis hiervan liggen. Het eerdergenoemde onderzoek van EY Link naar Hoofstuk 3, verbindingen Slim werken laat bovendien zien dat flexibel werken grote economische, milieu- en sociale voordelen oplevert.

Het dilemma bestaat dus aan de ene kant uit de noodzaak om meer fysiek samen te werken en aan de andere kant uit de voordelen die flexibel werken ons biedt. In de praktijk betekent dit dat we duidelijke afspraken moeten maken binnen teams en tussen teams over wat we binnen VodafoneZiggo 'Connected Working' noemen. Onze people leaders zijn hiervoor de sleutel. Zij bepalen welke teams en mensen flexibel kunnen werken. Ook hebben we een aantal organisatiebrede afspraken gemaakt. Medewerkers hebben bijvoorbeeld geen vaste thuiswerkdag, maar zij hebben wel de mogelijkheid om later of eerder te beginnen. Voor veel mensen is het nog wennen en is het nog moeilijk de balans te vinden tussen flexibel en agile werken. In 2019 gaan we door met het ontwikkelen van de VodafoneZiggo-manier van werken: Connected Working, even uniek als onze cultuur en onderneming.

Duurzaam ondernemen: de nieuwe norm

VodafoneZiggo wil aanjager zijn van de digitalisering in Nederland en daarmee zorgen voor een duurzamere samenleving. Dat betekent dat we niet alleen producten en diensten leveren die een positief effect hebben op het milieu, maar ook dat onze eigen organisatie duurzaam onderneemt.

Binnen ons milieuprogramma 'Duurzaam VodafoneZiggo' coördineren we alle milieu-initiatieven. Dit programma ontving het ISO14001-certificaat, de internationale standaard voor het ontwikkelen en uitvoeren van een effectief milieubeleid. Hierin focussen we op drie doelen:

- We willen jaarlijks 2% efficiënter omgaan met energie
- We willen onze CO_2-uitstoot substantieel reduceren
- We willen meer circulair ondernemen

Efficiënter omgaan met energie

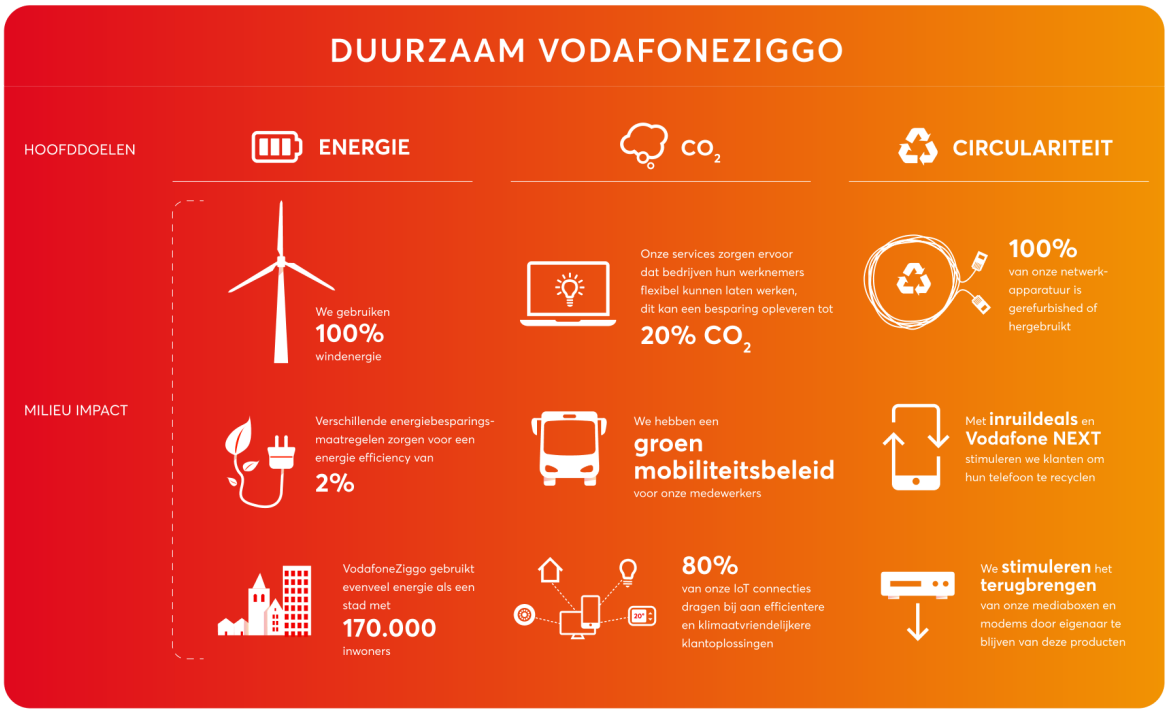
De capaciteit van ons mobiele en vaste netwerk groeit continu. Aangezien deze netwerken veel stroom nodig hebben, is het een uitdaging om ieder jaar 2% efficiënter met energie om te gaan. Toch lukt ons dat, door intelligente oplossingen te bedenken voor onze stroombehoefte. Bijvoorbeeld door datacenters zoveel mogelijk met vrije lucht te koelen in plaats van met airconditioning. Of door 's nachts het 3G-netwerk uit te schakelen in grote delen van het land. Als de vraag naar capaciteit toeneemt, schakelt het intelligente netwerk automatisch weer aan. Samen met onze netwerkpartner Ericsson zoeken we voortdurend naar innovatieve manieren om het energieverbruik terug te dringen.

De grootste winst voor het milieu is de keuze die we maakten om al onze elektriciteit te laten opwekken door windmolens, deels al in 2018 en vanaf 1 januari 2019 voor alle elektriciteit. Zeker als je bedenkt dat VodafoneZiggo evenveel energie verbruikt als een middelgrote Nederlandse stad, zoals Breda of Nijmegen.

CO_2-uitstoot reduceren

Met verschillende maatregelen krimpt onze CO_2-footprint nog verder. In de winter laten we de deuren van onze winkels niet meer openstaan en zetten we de warmtegordijnen uit – de luchtblazers die de kou buitenhouden en de warmte binnen. In plaats daarvan doen we gewoon de deuren dicht. In de grote steden gaan steeds meer van onze monteurs een elektrische bakfiets gebruiken in plaats van een bestelbus. En in het hele land reizen medewerkers voortaan volgens de regels van ons nieuwe mobiliteitsbeleid.

Een echt forse impact op de CO_2-uitstoot kunnen we behalen als onze klanten massaal flexibel gaan werken. Dat zou zelfs enkele honderden kilotonnen aan CO_2 kunnen schelen. Daarnaast kunnen we veel voordeel halen uit IoT-oplossingen, waarmee we het stadsleven 'smart' kunnen maken. 80% van alle IoT-connecties die wij leveren, hebben een CO_2-besparend effect. Zoals een 'rijwijzer'-systeem voor buschauffeurs van vervoersbedrijf Connexxion. Zij krijgen dagelijks feedback op hun rijstijl en passen daarop hun rijgedrag aan. Dit bespaart het bedrijf duizenden liters diesel per jaar en zorgt dus ook voor een forse CO_2-reductie. Maar ook geautomatiseerde transportsystemen en vlootmanagement-oplossingen op basis van IoT-technologie dragen bij aan minder CO_2-uitstoot.



Circulair ondernemen

Producten langer gebruiken of een nieuw leven geven en grondstoffen recyclen. Dat is circulair ondernemen in een notendop. VodafoneZiggo wil bijdragen aan de overgang naar een circulaire economie. Hierbij ligt onze focus op de apparatuur die onze klanten gebruiken. Aan het einde van de levenscyclus van elk apparaat zamelen we dat in en gunnen we het een tweede kans.

VASTE NETWERK

We stimuleren klanten om verouderde of niet-werkende hardware in te leveren. Zij krijgen van ons een doos, waarin ze de oude apparatuur kosteloos kunnen terugsturen. Gemiddeld retourneren zij 90% van de apparaten die wij eerder verstrekten. In 2018 kregen we 1,1 miljoen stuks terug – onder meer mediaboxen, modems, routers en wifi-boosters. De mediaboxen geven we een opknapbeurt en gebruiken we opnieuw, mits ze te herstellen zijn. We wissen de oude gegevens, vervangen onderdelen, zetten er nieuwe software op en onderwerpen ze aan een uitgebreide test.

MOBIELE NETWERK

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

ORGANISATIE

Binnen onze eigen organisatie recyclen we 100% van alle afgedankte apparatuur. Desktops, laptops, accu's, smartphones, tablets, toetsenborden, printers… niets gaat de vuilnisbak in. De apparaten gaan naar recyclebedrijven, waar ze de apparatuur gereedmaken voor hergebruik of voor duurzame verwerking tot andere producten en grondstoffen. Onze medewerkers werken zoveel mogelijk papierloos. We verzenden onze documenten in de regel online, we lezen ze bij voorkeur op onze computerschermen of tablets. Daarnaast scheiden we zoveel mogelijk ons afval in.

BELEID EN GEDRAGSREGELS 2018

- We maken afspraken met onze leveranciers over hun duurzame en ethische prestaties. Hiervoor ontwikkelden wij een inkoopcode.
- Niet alleen onze leveranciers, maar ook wijzelf moeten ons houden aan duurzame en ethische codes. Daarom stelden wij in 2018 onze gedragscode op.

Buiten de kaders denken voor de klant

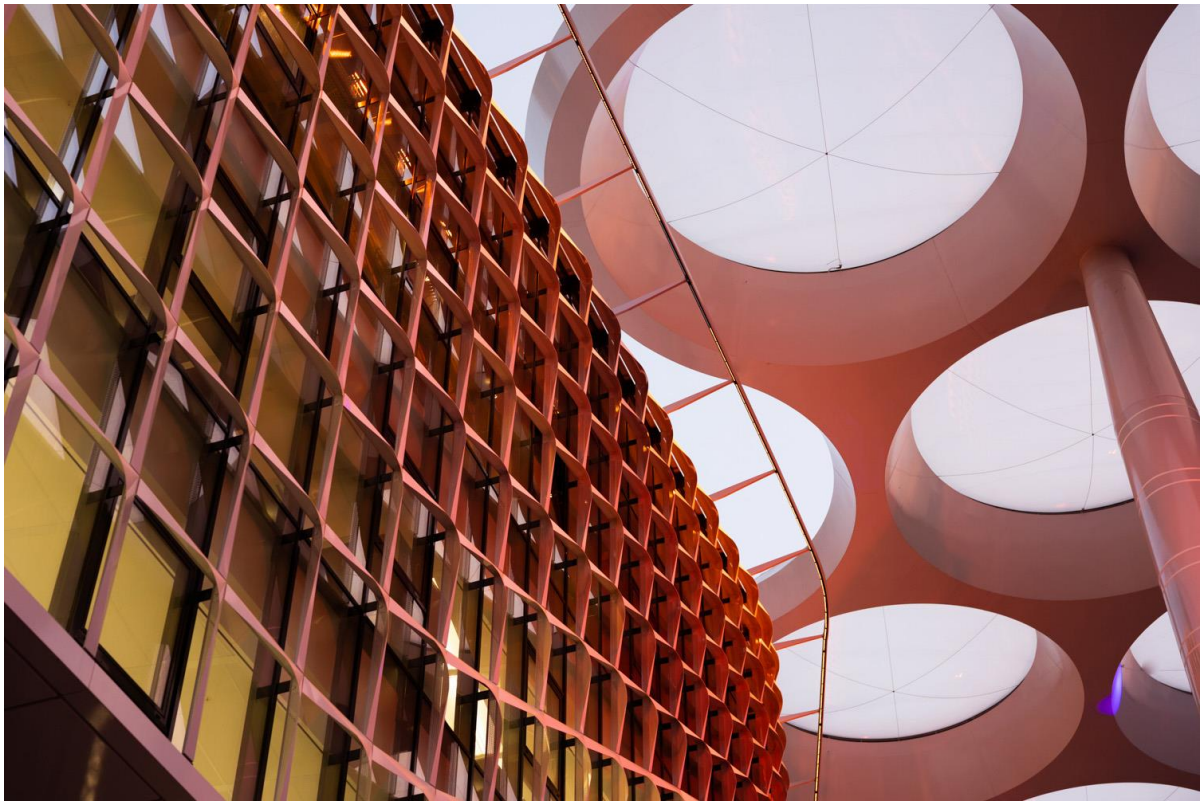
Onze medewerkers vormen samen het gezicht van VodafoneZiggo. Zij dragen de cultuur van onze organisatie en maken waar wat wij beloven. Zij staan voortdurend in direct contact met de klant. Via onze 180 winkels, onze contactcenters in Leeuwarden, Groningen, Nijmegen, Heerhugowaard, Rotterdam en Maastricht en natuurlijk via onze 1200 monteurs, die bij onze klanten over de vloer komen en helpen het maximale te halen uit onze producten. Het doel van onze servicemedewerkers is om onze klanten zo goed mogelijk te ondersteunen. Het liefst verrassen zij ze met een stukje extra service. Zij denken daarvoor graag buiten de kaders.

MONTEURS BIEDEN HULP BIJ HARTSTILSTAND

Ruim 75 van onze monteurs rijden sinds juni 2018 rond in een servicebus die beschikt over een Automatische Externe Defibrillator (AED). Dat is een draagbaar apparaat dat het hart bij een hartstilstand met een elektrische schok weer op gang brengt. Als zo'n noodsituatie zich voordoet in de buurt, ontvangt de monteur een oproep van de 112-alarmcentrale. Vervolgens gaat hij zo vlug mogelijk met de AED naar de aangegeven locatie. De overlevingskans is het grootst als het slachtoffer binnen zes minuten hulp krijgt (een ambulance is meestal niet zo snel ter plaatse). De monteurs maken delen uit van een landelijk netwerk van speciaal getrainde burgerhulpverleners. De Hartstichting wil dit netwerk zó groot maken dat iedereen die in Nederland een hartstilstand krijgt, tijdig een hulpverlener met een AED aan zijn zijde heeft. VodafoneZiggo draagt graag bij aan het waarmaken van deze ambitie. Afgelopen jaar ontvingen onze monteurs zo'n vijftig keer een oproep van de alarmcentrale. In bijna de helft van de gevallen waren zij aanwezig voordat de officiële hulpdiensten arriveerden. Klanten waarderen dit initiatief enorm. Zij spreken de monteurs vrijwel dagelijks aan op de AED-sticker op hun bus. Als een monteur naar een noodgeval toegaat, neemt in de regel een collega in de buurt zijn werk over.

Bijlagen

Bijlagen



Bijlagen

Corporate Governance

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 Commissie 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 directieleden 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.

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 ondernemersraden van voormalig Vodafone en Ziggo

De RvC vergaderde dit jaar vijf 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

Gedrag

Het bestuur heeft zich gecommitteerd aan de Corporate Governance Code, waarin de Nederlandse overheid de regels voor goed management 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.

Samenstelling directie

De directie bestaat uit de volgende leden:

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

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

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

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

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

Robin Clements – Executive Director Customer Operations
Robin was 15 jaar werkzaam bij KPN in diverse operationele en commerciële rollen, zowel in de vaste en mobiele telefonie als in de internettak. Tot voor kort was hij bij Achmea Centraal Beheer en FBTO verantwoordelijk voor marketing, sales en service in de particuliere en kleinzakelijke markt.

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

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

Marieke Dekker – Executive Director External Affairs
Marieke was Senior Vice President Corporate Affairs bij Ziggo en lid van het Corporate Affairs-team bij Liberty Global. Daarvoor was zij directeur Public Affairs van ONL voor ondernemers.

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

Samenstelling Raad van Commissarissen

De Raad van Commissarissen bestaat uit de volgende leden:

Serpil Timuray (Chair)
(1969, Turks)
CCO Europe Cluster Vodafone Group Plc

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

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

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

Margherita Della Valle
(1965, Italiaans)
Chief Financial Officer Vodafone Group Plc

John Otty
(1964, Brits)
Group Financial Controller Vodafone Group Plc

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

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

Afgetreden in 2018:

Warren Finegold, afgetreden op 29 juni
Nick Read, afgetreden op 29 juni
Ahmed Essam, afgetreden op 31 december

De Raad van Commissarissen heeft twee commissies (samenstelling per 31 december 2018):

- de Audit & Risk Commissie
  Margherita Della Valle (Chair), Charlie Bracken, Baptiest Coopmans en Serpil Timuary

- de Remuneratie & Nominatie Commissie
  Diederik Karsten (Chair), Serpil Timuray, Charlie Bracken en John Otty

De Raad van Commissarissen vergaderde in 2018 op 26 januari, 19 april, 17 september, 1 november en 3 december.

Producten en diensten

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

Televisie

- Een basis-tv-abonnement geeft de klant toegang tot minstens 45 televisiezenders en verschillende radiozenders.
- Het totale zenderaanbod bestaat uit entertainment, sport, films, documentaires, lifestyleprogramma's, nieuws, adult-, kinder-, etnische, 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 overal in de EU op een tweede scherm kijken.

Breedbandinternet

- VodafoneZiggo wil zijn klanten overal en altijd een goede netwerkverbinding bieden. Daarom investeren we in ons breedbandnetwerk, mobiele diensten, wifi-oplossingen en apparatuur voor binnenshuis.
- Klanten krijgen toegang tot het netwerk met een kabelmodem of een draadloze verbinding via een wifi-gateway. Zij kunnen kiezen uit verschillende internetsnelheden, tot 400 Megabit per seconde voor consumenten en tot 500 Megabit per seconde voor kleinzakelijke klanten.
- Onze internetdiensten zijn inclusief e-mail, adresboek en software voor ouderlijk toezicht.
- Tegen een meerprijs bieden we extra diensten, zoals online opslagmogelijkheden, meer webruimte en beveiliging tegen virussen, spyware en spam.

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

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 onder commerciële voorwaarden open voor derden die onder hun eigen merknaam mobiele datadiensten verkopen.

Gebundelde diensten

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

- Internet
- TV
- Vaste telefonie
- Mobiele diensten

Zakelijke diensten

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

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

Sustainable Development Goals

We helpen klanten duurzamer en milieuvriendelijker te zijn. Daarnaast kijken wij ook voortdurend naar onze eigen organisatie. Wij zijn ons zeer bewust dat onze bedrijfsactiviteiten invloed hebben op de aarde, en proberen daarom ons steentje bij te dragen aan de duurzame en circulaire economie. Daarvoor kijken we onder meer naar de Sustainable Development Goals (SDGs).

Goal 4 – Kwaliteitsonderwijs

VodafoneZiggo wil eind 2020 2 miljoen mensen in Nederland digitaal vaardiger hebben gemaakt. Dit doen we onder andere met de inzet van het lesprogramma Online Masters voor 10- tot 14-jarigen. Inmiddels hebben we 18% van ons doel bereikt.

Goal 9 – Industrie, innovatie en infrastructuur

VodafoneZiggo heeft het snelste nationaal dekkende breedbandnetwerk van Europa. Toegang tot de digitale wereld is onmisbaar om niet alleen SDG 9, maar ook alle andere SDGs te halen. Jaarlijks investeren wij bijna 1 miljard euro om onze vaste en mobiele netwerken uit te bouwen.

Goal 11 – Duurzame steden en gemeenschappen

De Internet of Things (IoT)-oplossingen van VodafoneZiggo maken het mogelijk voor steden om uit te groeien tot 'slimme' steden. Hiermee helpen we steden om efficiënter, veiliger, en duurzamer te worden. Met inmiddels meer dan 3 miljoen IoT-verbindingen zijn vele slimme oplossingen in Nederland nu al actief en dragen bij aan SDG 11.

Goal 12 – Verantwoorde consumptie en productie

Met het oog op de groeiende wereldbevolking moet het produceren van onze goederen veel handiger. We moeten 'meer produceren met minder'.

Prestaties duurzaamheid

CO2 footprint VodafoneZiggo[1]		2018	2017
Scope	Onderdeel	**CO2-emissie in ton**	**CO2-emissie in ton**
Scope 1	Kantoren	637	1.048
	Winkels	872	1.330
	Netwerk	1.183	1.043
	Mobiliteit (eigen wagenpark)	9.799	10.036
	Koudemiddelen	47	84
Totaal scope 1		12.538	13.540
Scope 2	Kantoren (inkoop warmte)	274	295
	Retail	0	0
	Mobiliteit (woon-werkverkeer)	0	0
	Netwerk	0	0
Totaal scope 2		274	295
Scope 3	Zakelijke vluchten	394	583
	Zakelijke mobiliteit privé vervoer	154	158
	Zakelijke mobiliteit openbaar vervoer	1.899	1.942
	Woon-werkverkeer	9.913	10.724
	Verzending apparaten	850	502
Totaal scope 3		13.210	13.908
Totaal scope 1 & 2		12.812	13.835
Totaal scope 1, 2 & 3		26.022	27.743

1 Over deze indicator heeft KPMG assurance met beperkte mate van zekerheid verstrekt. Zie paragraaf 'over dit verslag'.

Stakeholderdialogen en materiële onderwerpen

Hoe wij waarde creëren

Als VodafoneZiggo willen wij waarde creëren voor onze 'stakeholders': onze klanten, medewerkers en de maatschappij. Om dat voor elkaar te krijgen, zetten we een scala aan mensen en middelen in. Zij vormen samen de input voor onze organisatie. Hiermee kunnen we onder meer onze klanten 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.

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

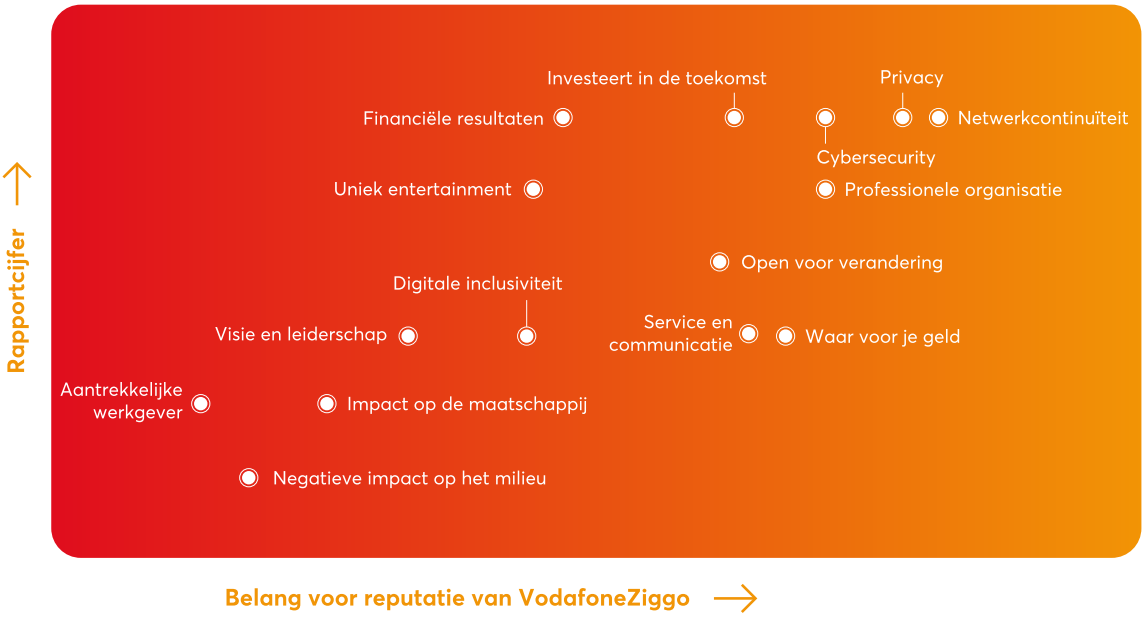
Deze laatste groep hebben we onderverdeeld in:

- politiek
- ministeries en regelgevers
- industrie
- influencers en experts
- maatschappelijke organisaties

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 de drie stakeholdergroepen vragen over onder meer 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.



1. *Aantrekkelijk werkgeverschap*
   Zet zich in om een verantwoordelijke en aantrekkelijke werkgever te zijn.
2. *Cybersecurity*
   Houdt zich aan de wet, heeft controle over de eigen systemen en processen, waarborgt de beveiliging van klantgegevens.
3. *Digitale deelname*
   Zet zich in om zoveel mogelijk mensen (inclusief achtergestelde digitale groepen) op basis van gelijkwaardigheid te laten deelnemen aan de digitale samenleving.
4. *Financial performance*
   Is financieel gezond, presteert volgens doelstellingen en is gericht op groei.
5. *Impact op de maatschappij*
   Is zich bewust van de maatschappelijke rol, is maatschappelijk betrokken en handelt verantwoord met het oog op een betere wereld.
6. *Impact op het milieu*
   Is zich bewust van de impact op het milieu, voelt zich verantwoordelijk en zet zich in voor een schone wereld.
7. *Investeert in de toekomst*
   Investeert in (technologische) ontwikkelingen die de organisatie en de klanten voorbereiden op de toekomst.
8. *Netwerkcontinuïteit*
   Heeft een betrouwbaar netwerk en goede netwerkkwaliteit (netwerkdekking en-bereik en snelheid van vast en/of mobiel internet, weinig storingen).

9. *Open voor verandering*
   Is innovatief, flexibel en proactief bij veranderende omstandigheden en staat open voor het ontwikkelen en gebruiken van innovatieve diensten, services, producten en content.
10. *Privacy*
    Waarborgt de privacy van klanten en gebruikers en gaat op een verantwoordelijke manier om met persoonlijke klantgegevens (en het op de juiste manier inzetten van big data).
11. *Professionele organisatie*
    Is een geloofwaardige, professionele organisatie, waar je op kunt vertrouwen.
12. *Service en communicatie*
    Zet de klant centraal bij het verlenen van service en in de onderlinge communicatie, zowel een-op-een als in de media.
13. *Unieke entertainment*
    Biedt unieke en kwalitatief hoogwaardige content aan (zenderpakketten).
14. *Visie en leiderschap*
    Heeft een duidelijke visie en is toonaangevend in het publieke debat over telecomtrends en -issues en handelt naar de eigen visie.
15. *Waar voor je geld*
    Levert diensten en service tegen een goede prijs-kwaliteitverhouding.

Over dit verslag

Met dit jaarverslag geven we onze stakeholders inzicht in de belangrijkste ontwikkelingen, prestaties en thema's uit 2018. 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 http://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 gepresenteerde cijfers in de sectie Balans en Resultatenrekening (resultatenrekening 2018 en balans per 31 december 2018 en 31 december 2017) zijn ontleend aan de Geconsolideerde jaarrekening van VodafoneZiggo Group B.V. De jaarrekening van VodafoneZiggo Group B.V. voor het jaar eindigend op 31 December 2018 is opgesteld overeenkomstig US GAAP en voorzien van een controleverklaring door KPMG op 14 Maart 2019.

KPMG heeft over de volgende indicatoren assurance met beperkte mate van zekerheid verstrekt:

- Het aantal kinderen digitaal vaardiger gemaakt met Online Masters (gepresenteerd op pagina 8 van de pdf van het jaarverslag)
- De CO2 footprint (gepresenteerd op pagina 107 van de pdf van het jaarverslag)

De rapportagecriteria van de Prestaties Duurzaamheid zijn de intern gehanteerde rapportagecriteria gebaseerd op de definities van het GreenhouseGas Protocol.

Onze ambitie

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

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

Colofon

Website realisatie
F19 Digital Reporting

Ontwerp
Marco van Buren

Tekst
Rob Vissers