



# Duurzame verbindingen vormgeven

Jaarverslag 2024



vodafone  



# Duurzame verbindingen vormgeven

Het thema van ons verslag weerspiegelt de kernwaarden en strategische visie van VodafoneZiggo en benadrukt onze inzet, niet alleen voor het leveren van duurzame technologie en infrastructuur, maar ook voor het opbouwen van sterkere relaties met al onze stakeholders.

Door verder te kijken dan technische connectiviteit alleen, willen we een positieve en blijvende impact hebben op de maatschappij en het milieu door middel van innovatie en verantwoord ondernemen.



# Jaarverslag 2024

01

Introductie

02

Over VodafoneZiggo

03

Strategische pijlers

De Nederlandse PDF is het jaarverslag waarin de financiële resultaten niet zijn opgenomen.  
Download de Engelse PDF voor het complete Integrated Annual Report 2024 van VodafoneZiggo.

01

# Introductie

---

5 Voorwoord van onze CEO



---

8 2024 in één oogopslag



# Voorwoord van onze CEO

Dit is mijn eerste jaar als CEO bij VodafoneZiggo, ik neem je graag mee in ons jaarverslag van 2024. We kijken terug op een jaar vol veranderingen: van nieuw leiderschap en nieuwe technologieën tot belangrijke entertainmentlancerings en netwerk-upgrades. 2024 markeerde de start van een nieuwe fase in de evolutie van ons bedrijf. Het thema van dit jaarverslag – *'Duurzame verbindingen vormgeven'* – onderstreept het belang van de stappen die we zetten en onze rol in het bijdragen aan een blijvende positieve impact.



## DUURZAME VERBINDINGEN VORMGEVEN

Bij VodafoneZiggo begint verbinding met technologie en toegang tot informatie. Dat het veel verder gaat dan dit, lees je op de volgende pagina's. Ons doel is om mensen samen te brengen via onze netwerken en relaties. Daarnaast willen we een duurzame impact maken op onze samenleving en het milieu. Zoals het thema van dit jaar al aangeeft, zijn we nog niet op onze eindbestemming. Maar ik heb er alle vertrouwen in dat we de juiste koers varen. Dit blijkt ook door de financiële prestaties van VodafoneZiggo, waarbij we onze verwachtingen voor 2024 hebben waargemaakt tegen de achtergrond van een uitdagende en concurrerende marktomgeving. Hoewel ons klantenbestand in de loop van het jaar afnam, bleef onze omzet jaar-op-jaar stabiel en realiseerden we een verbetering van ons bedrijfsresultaat.

Door het jaar heen boekten we op meerdere fronten flinke vooruitgang. Hoogtepunt was de lancering van onze uitzendingen rondom het UEFA-clubvoetbal. Hiermee versterkten we ons unieke aanbod op Ziggo Sport als dé sportzender van Nederland. Verder lanceerden we een nieuwe gecombineerde app voor onze merken Vodafone en Ziggo. En we implementeerden nieuwe AI-technologieën ter ondersteuning van onze klantgerichte teams. Dit alles draagt bij aan een verbeterde klantervaring.

Onder Vodafone Business behielden we belangrijke klanten en wonnen we grote nieuwe aanbestedingen. Dit toont onze waarde als 'partner in vooruitgang' in de huidige digitale economie. Ondertussen verbeterden we de veiligheid, kwaliteit en betrouwbaarheid van onze mobiele en vaste netwerken, die dit allemaal mogelijk maken. Kroon op ons werk in 2024 was het behalen van een EcoVadis Platinum-medaille; die plaatst

We hebben  
belangrijke stappen  
gezet en tegelijkertijd  
weten we dat er nog  
werk te doen is.



ons in de top 1% van beoordeelde bedrijven wereldwijd. Ik nodig je van harte uit om in dit jaarverslag meer te lezen over deze en andere mijlpalen.

### GAAN VOOR GROEI

We erkennen deze successen én weten dat er nog werk aan de winkel is. Zo verbeterden we in 2024 onze klantervaring, maar kwamen we minder dicht bij onze doelstelling dan gehoopt. Tegelijkertijd opereert VodafoneZiggo in een extreem uitdagende markt, waarin onze concurrenten glasvezel uitrollen en agressieve prijsstrategieën hanteren. In dit speelveld liet 2024 zien dat we ons scherper moeten focussen en doortastender moeten handelen om terug te keren naar duurzame, winstgevende groei.

Bij VodafoneZiggo ligt de unieke waarde van ons aanbod niet alleen in de hoogwaardige verbindingen die we leveren. Net zo belangrijk zijn het plezier en de vooruitgang die deze verbindingen mogelijk maken – voor onze klanten en voor

onze samenleving. Succesvol zijn in de snel veranderende telecomindustrie, betekent dat alles wat we doen draait om onze klanten. Oftewel: we moeten écht begrijpen wat zij belangrijk vinden en daarop inspelen met onderscheidende oplossingen en ervaringen. Alleen zo kunnen we een intieme en duurzame band met hen opbouwen.

In 2025 focussen we ons nog meer op de klant, in lijn met onze vastberadenheid om weer te groeien. Dit doen we met meer gerichte investeringen in onze merken, netwerken en de waarde die we creëren voor consumenten en zakelijke klanten. Daarnaast starten we met het stapsgewijs aanpassen van onze strategie, zodat we onze inspanningen beter kunnen richten op deze cruciale gebieden.

In het eerste kwartaal van 2025 hebben we WiFi-garantie geïntroduceerd, hebben we onze breedbandtarieven aangepast om meer marktconcurrerend te zijn en hebben we de snelheden van onze klanten verbeterd. In het komende jaar

verwachten we met een aantal nieuwe initiatieven te komen die tegemoetkomen aan de eisen van onze snel veranderende markt.

Voor VodafoneZiggo liggen er belangrijke kansen in het verschiep. Ik heb er vertrouwen in dat we de uitdaging aankunnen om ze te grijpen. Kort na mijn start als CEO sprak ik tijdens een waardevolle lunch met een aantal van onze langzittende werknemers en met nieuwkomers. Of ze nu al meer dan veertig jaar bij het bedrijf werken of nog maar een paar weken: stuk voor stuk gaven ze aan trots te zijn op wat we doen en te geloven in de waarde van de verbindingen die we bieden. We bouwen voort op deze basis van zorg in ons werk én zorg voor onze klanten en de samenleving die we bedienen. Alleen zo kunnen we blijven innoveren, onderscheidende oplossingen bieden, langdurige groei voor ons bedrijf realiseren en vooruitgang mogelijk maken voor al onze stakeholders.

### EEN NETWERK AANGEDREVEN DOOR PASSIE

Persoonlijk ben ik blij dat ik bij VodafoneZiggo ben gekomen op zo'n cruciaal moment voor onze organisatie. We starten vanuit een solide basis, met een sterk trackrecord en een eensgezinde cultuur. Dit alles dankzij onze getalenteerde mensen en hun toewijding aan onze doelstellingen en waarden. Ik ben dankbaar voor hun bijdragen in 2024 en voor het warme welkom dat ik vanaf dag één mocht ontvangen. Ik kijk uit naar onze verdere samenwerking, van waaruit we blijven bouwen aan meer betekenisvolle verbindingen, duurzamer dan ooit.

**Stephen van Rooyen**  
CEO VodafoneZiggo

→ [Strategische pijlers](#)

# 2024 in één oogopslag

**Klanten vast netwerk**  
# in miljoenen



3,4

2023: 3,6

**Klanten mobiel**  
# in miljoenen



5,6

2023: 5,6

**Huishoudens met  
Vodafone en Ziggo**  
# in miljoenen



1,5

2023: 1,5

**Merk Net Promoter Score (NPS)**



**Ziggo  
Consumenten** ✓

5

2023: -1

**Ziggo Zakelijk** ✓

-8

2023: -7

**Vodafone  
Consumenten** ✓

21

2023: 18

**Vodafone  
Business** ✓

10

2023: 6

**hollandsnieuwe** ✓

31

2023: 35

**Omzet**  
In € miljoenen



4.114

2023: 4.115

**Adjusted EBITDA AL<sup>1</sup>**  
In € miljoenen



1.859

2023: 1.803

**CAPEX-investeringen<sup>1</sup>**



In € miljoenen      % van de omzet

851      20,7

2023: 898

2023: 21,8

**Beschikbaarheid  
vaste netwerk** ✓  
In %



99,97

2023: 99,98

**Beschikbaarheid  
mobiele netwerk** ✓  
In %



99,78

2023: 99,79

**Mensen vooruitgeholpen  
in de maatschappij**  
# in duizenden



398

2023: 194

**CO<sub>2</sub>-uitstoot en reductie<sup>2</sup>**



**Scope 1 + 2** ✓  
In kTon

4

2023: 5

**Scope 3** ✓  
In kTon

523

2023: 696

**Behaalde CO<sub>2</sub>-reductie** ✓  
In %

45

2023: 27

<sup>1</sup> Voor definities, zie Alternative performance measures en Glossary in de Additional information van de Engelse PDF.

<sup>2</sup> Bereikte CO<sub>2</sub>-reductie ten opzichte van het basisjaar. De berekeningsmethode voor CO<sub>2</sub>-emissies is gewijzigd en de cijfers voor 2023 zijn dienovereenkomstig aangepast. Zie het gedeelte over de CO<sub>2</sub>-footprint in de Additional information van de Engelse PDF. De 2024 indicatoren die binnen de reikwijdte vallen van beperkte controle door onze externe accountant, zijn gemarkeerd met het symbool ✓.

# 02

# Over VodafoneZiggo

10	Over VodafoneZiggo	→
12	De wereld om ons heen	→
16	Onze strategie	→
21	Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit	→
26	Onze rol in de waardeketen	→
30	Connectiviteitstabel	→



# Over VodafoneZiggo

## Ons verhaal

VodafoneZiggo is een 50/50 joint venture tussen Liberty Global, een van 's werelds toonaangevende bedrijven op het gebied van geconvergeerde video, breedband en communicatie, en Vodafone Group, een van 's werelds grootste technologiebedrijven. VodafoneZiggo is in 2017 van start gegaan na de afronding van de fusie tussen Vodafone Nederland en Ziggo, die elk een eigen geschiedenis hebben van meer dan twee decennia. In de jaren daarna is VodafoneZiggo een volledig samengevoegde organisatie geworden, die zowel vaste als mobiele diensten aanbiedt.

We doen dit via onze twee topmerken, Vodafone en Ziggo. En ook via hollandsnieuwe, ons label voor mobiele telefonie in het 'no-frills'-segment. Dankzij deze aanpak kunnen we als bedrijf sneller groeien én op een efficiënte manier meer producten en diensten leveren aan meer klanten en we gaan hierbij voor een uitzonderlijke klantervaring.

# Onze merken



**Vodafone** is een innovatief merk binnen de markt voor mobiele telecommunicatiediensten. Als een van de eerste introduceerde het een 5G-netwerk in Nederland. Moedermaatschappij Vodafone Group is wereldmarktleider in oplossingen voor het Internet of Things (IoT). Daarnaast is **Vodafone Business** een onmisbare partner voor het Nederlandse bedrijfsleven. We leveren diensten aan bedrijven van elke omvang: van mkb'ers en zzp'ers tot overheidsinstanties en de grootste Nederlandse multinationals.



**Ziggo** is een toonaangevende aanbieder van communicatie- en entertainmentdiensten voor consumenten in Nederland. Bedrijven kunnen rekenen op **Ziggo Zakelijk**. We bieden een breed scala aan vaste diensten en producten. Zoals een Gigabit-internetnetwerk met landelijke dekking, SmartWiFi-pods en digitale televisie via de Mediabox Next Mini. Ziggo levert unieke entertainmentcontent via hypermoderne videoplatforms, met als middelpunt onze bekroonde app Ziggo GO. Daarbij versterkten we een van onze belangrijkste pijlers, Ziggo Sport; door exclusieve uitzendrechten te verwerven voor UEFA's Champions League, Europa League én Conference League.



**hollandsnieuwe** kwam de telecommarkt in 2011 binnen met een unieke propositie: digitale diensten zonder franjes (no-frills), met spraak, sms en internet in één bundel. Klanten die hollandsnieuwe combineren met een Ziggo-abonnement, krijgen extra voordelen en een gratis tv-pakket. We richten ons met dit merk op klanttevredenheid en uitstekende service. Dit doen we met toegewijde medewerkers en een digital-first-aanpak, naadloos ondersteund door onze innovatieve chat- en voicebot Anouk. De Consumentenbond riep hollandsnieuwe uit tot Beste uit de Test voor het derde kwartaal van 2024. Het merk sloot het jaar af met een NPS-score van +31.





# De wereld om ons heen

Als toonaangevend Nederlands bedrijf gericht op het bouwen van sterke verbindingen, is VodafoneZiggo diep geworteld in de samenleving. Van sectorontwikkelingen en sociaal-demografische trends in Nederland tot macro-economische en geopolitieke ontwikkelingen op wereldschaal: we worden beïnvloed en zijn onderdeel van een snel veranderende wereld.

Ook in 2024 hielden we onze bedrijfsomgeving nauwlettend in de gaten. We analyseren voortdurend de trends en ontwikkelingen die relevant zijn voor onszelf, onze klanten en andere stakeholders. Dat doen we met behulp van marktonderzoek, feedback van klanten en andere datagedreven inzichten. Hierdoor kunnen we anticiperen op de ontwikkelingen en ons aanpassen aan het veranderende landschap. Zo bieden we onze consumenten en zakelijke klanten de oplossingen die ze nodig hebben – nu en in de toekomst.

## ECONOMISCHE UITDAGINGEN

Vergeleken met de afgelopen jaren presteerde de Nederlandse economie in 2024 sterk. Stijgende lonen en spaarrentes gaven het consumentenvertrouwen een boost. Tegelijkertijd bleef de inflatie hoog, al was deze lager dan in 2023. Ook zien we een groeiende welvaarts kloof in onze markt. Daarnaast houden we rekening met de bezuinigingsplannen van de overheid op het gebied van onderwijs, onderzoek en innovatie. We denken namelijk dat deze de economie flinke schade kunnen toebrengen op de lange termijn. Daarom ondertekenden we in

oktober 2024 samen met andere partijen een brief aan het kabinet. Hierin roepen we op om te blijven investeren in de Nederlandse kenniseconomie – en daarmee in de toekomst van ons land.

Op de korte termijn beïnvloedt de stijging van dagelijkse kosten niet alleen onze klanten, maar ook ons bedrijf. We evalueren continu hoe we onze prijzen bepalen en onze oplossingen leveren, die mensen helpen om elders te besparen bijvoorbeeld door online lagere energietarieven te vinden. De krappe

arbeidsmarkt brengt voor ons ondertussen kansen en uitdagingen met zich mee. Zo zorgt het tekort aan arbeidskrachten ervoor dat onze zakelijke klanten meer willen digitaliseren. Een kans voor VodafoneZiggo, omdat zij voor hun digitale transformaties afhankelijk zijn van onze connectiviteitsoplossingen. Aan de andere kant betekent de krapte dat ook wij moeten concurreren om de talenten aan te trekken en te behouden die we nodig hebben om onze strategie en doelen te bereiken. Dit doen we door onszelf te onderscheiden als werkgever en te investeren in de ontwikkeling en het welzijn van onze medewerkers.

## DE DIGITALE KLOOF

Polarisatie is in onze samenleving niet alleen zichtbaar in de economie. In 2024 bleven politieke meningsverschillen over onderwerpen als milieu en migratie bestaan. Tegelijkertijd speelde op de achtergrond de wereldwijde geopolitieke onrust. Bij VodafoneZiggo zetten we ons in voor diversiteit en inclusie binnen en buiten onze organisatie. Via ons aanbod en onze initiatieven werken we ook hard aan het dichteren van een andere maatschappelijke kloof: de 'digitale kloof'. Dit is de afstand tussen mensen mét en zonder de benodigde toegang en vaardigheden om volwaardig mee te doen in de digitale wereld.

Deze ambities zijn extra belangrijk door de demografische veranderingen in onze samenleving. De bevolking in Nederland groeit niet alleen, maar vergrijsst ook: een groter deel dan ooit tevoren is nu 65 jaar of ouder. Ook wordt de bevolking steeds internationaler door politieke en economische migratie. Daarnaast verandert de gemiddelde samenstelling van huishoudens. Meer mensen wonen alleen en er worden meer huizen gebouwd, waarvan veel in de meer landelijke gebieden.



Allemaal positieve trends als het gaat om de vraag naar onze vaste en mobiele netwerken. Wel moeten we ervoor zorgen dat onze diensten aansluiten bij de behoeften van verschillende groepen: van ondersteuning van digitale vaardigheid voor ouderen tot taalopties voor niet-Nederlandstalige gebruikers.

→ [Progress for Everyone](#)

## DE DUBBELE TRANSITIE

De gelijktijdige verschuiving naar een digitale en duurzame economie – ook wel de dubbele transitie genoemd – stond ook in 2024 hoog op de agenda. Door de klimaatcrisis en groeiende sociale ongelijkheid zijn bewustzijn en actie op het gebied van duurzaamheid mainstream geworden, in onze samenleving én onze organisatie. Toch zal de Amerikaanse regering – met de grootste economie ter wereld – mondiale gevolgen hebben voor het behalen van cruciale milieudoelstellingen. Bijvoorbeeld door zich terug te trekken uit het klimaatakkoord van Parijs. VodafoneZiggo blijft deze beleidsveranderingen en hun impact nauw volgen.

Hier in Europa groeit de vraag naar meer milieubewuste oplossingen, vooral onder de jongere generaties. Ook neemt de druk op bedrijven toe om te voldoen aan de CSRD-regelgeving op het gebied van milieu, maatschappij en

bestuur (ESG). Deze hoge verwachtingen sluiten aan bij onze eigen ambities als verantwoordelijk bedrijf. Of het nu gaat om het toegankelijk maken van onze producten en diensten voor zo veel mogelijk mensen of om het verkleinen van de CO<sub>2</sub>-footprint van onze waardeketen: het ondersteunen van mens en milieu loopt als een rode draad door onze strategie heen. Op dit moment vallen we nog niet onder de CSRD-verplichting. Toch zetten we met dit jaarverslag een eerste stap richting naleving van de European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

→ [Progress for Everyone](#)

Dan de tweede grote transitie: de snelle digitalisering van de samenleving. Deze zette in 2024 onverminderd door. Hoewel de mediahype rondom artificial intelligence (AI) wat bedaarde, nam de concrete toepassing van AI-gestuurde tools toe. Hiermee werd discussie steeds meer omgezet in actie. Met de naadloze end-to-end-oplossingen van VodafoneZiggo ondersteunen we bedrijven bij hun digitale transformaties en betere klantervaringen. Ook gebruiken we de mogelijkheden van AI en andere digitale tools voor onze medewerkers. Dit doen we door innovatieve platforms te integreren in onze dagelijkse activiteiten. Hierbij geven we prioriteit aan databeveiliging en -bescherming, voor individuen en organisaties als geheel.

→ [Secure & Seamless Connectivity](#)

## DE TOEKOMST IS NU

De digitale en duurzaamheidstransities én de impact van de pandemie hebben onze manieren van leven en werken de afgelopen jaren ingrijpend veranderd. De consumententrends en -gedragingen die daaruit voortvloeien, bleven zich in 2024 gestaag ontwikkelen. Mensen verwachten tegenwoordig naadloze digitale verbindingen bij al hun dagelijkse activiteiten – of ze nu thuiswerken, hun favoriete content streamen, een kop koffie afrekenen of overheidssystemen gebruiken. Van de gezondheidszorg digitaliseren met onze Health-E service tot intuïtief on-demand entertainment faciliteren: onze oplossingen zorgen voor uitzonderlijke ervaringen, voor iedereen, overal.

→ [Smart Digital Experience](#)

→ [Endless Entertainment](#)

Onze zakelijke klanten zijn ondertussen op zoek naar geavanceerde oplossingen op het gebied van AI, IoT en automatisering. Die moeten niet alleen zorgen voor betrouwbare dagelijkse bedrijfsvoering, maar ook een concurrentievoordeel bieden in de markt. Om aan deze toenemende en steeds ingewikkeldere eisen te voldoen, verbeteren we bij VodafoneZiggo continu de kwaliteit van onze netwerken. Zo maken we de toekomst van werk mogelijk én dragen we bij aan zakelijke en economische groei.

→ [Best Business Solutions](#)



## EEN DYNAMISCH SPEELVELD

De telecomsector blijft een extreem competitieve markt. Dit komt vooral doordat onze concurrenten glasvezel blijven aanleggen door heel Nederland. We blijven vertrouwen op onze strategie, waarbij we glasvezel- en coaxtechnologieën combineren in onze netwerken. Hiermee creëren we hoogwaardige en betrouwbare verbindingen die uitzonderlijke ervaringen mogelijk maken. En sinds de veiling van de nationale 5G-netwerklisenties in juli 2024 kunnen we ons mobiele netwerk verder versterken en nieuwe innovatiekansen ondersteunen.

### → [Secure & Seamless Connectivity](#)

Tot slot blijft VodafoneZiggo cyberbeveiliging en dataweerbaarheid monitoren, vooral wat betreft AI. Dit sluit aan bij juridische ontwikkelingen op EU-niveau. Zo nam de Europese Commissie in oktober 2024 de Cyber Resilience Act (CRA) aan. Databescherming en cyberveiligheid zijn van wezenlijk belang voor onze organisatie. Daarom zetten we ons voortdurend in om de beveiliging van onze netwerken te verbeteren, alle relevante wetgeving na te leven en al onze stakeholders te beschermen.

### → [Secure & Seamless Connectivity](#)



# Onze strategie

Onze strategie geeft richting aan alles wat we als bedrijf doen. Het onderscheidt VodafoneZiggo van anderen in de branche, terwijl het onze organisatie nog steviger verankert in onze samenleving.

Of mensen nu die coole video naar hun vrienden sturen, hun project online presenteren aan collega's, genieten van een sportwedstrijd of thuis met hun gezin die huiveringwekkende serie binge-watchen – VodafoneZiggo zorgt ervoor dat ze optimaal genieten. Wij zorgen ervoor dat onze zakelijke klanten kunnen gedijen in een digitale wereld, door hun activiteiten en klantervaringen te verbeteren met behoud van de hoogste beveiligingsnormen.

Onze strategie brengt onze vijf strategische pijlers, drie bedrijfswaarden en ons doel samen: Plezier en vooruitgang met elke verbinding.

## Ons doel

Wij brengen mensen plezier in werken, met spelen, als ze lachen en creëren. We stimuleren vooruitgang door te investeren in de infrastructuur en digitale toekomst van Nederland. En we gebruiken de kracht van technologie om mensen en bedrijven met elkaar te verbinden en de samenleving sterker te maken.

Ons doel "Plezier en voortuitgang met elke verbinding" laat zien waar we voor staan. VodafoneZiggo maakt waardevolle verbindingen: tussen klanten en bedrijven. Welke verbinding onze klanten ook maken, wij zorgen ervoor dat ze het maximale uit elk moment halen en blijven groeien. Onze collega's dragen bij aan ons doel door te leven naar onze bedrijfswaarden, dag in dag uit. in, dag uit

# Plezier en vooruitgang met elke verbinding

**Plezier:**  
Altijd  
en overal

**Vooruitgang:**  
Investeren in de  
digitale toekomst

**Verbinding:**  
Mensen en de  
samenleving versterken

# Onze waarden

Onze kernwaarden Open Up, Team Up en Step Up vormen de kern van onze benadering van het bedrijfsleven en helpen ons het gedrag te activeren dat we nodig hebben om ons doel te realiseren. We zijn voortdurend in gesprek met onze mensen om ervoor te zorgen dat iedereen bij VodafoneZiggo deze waarden in zijn werk naleeft.



**We zijn open en eerlijk**

**We tonen empathie.** We zijn eerlijk en optimistisch. We staan open voor nieuwe verbindingen, ideeën en situaties. We durven ons uit te spreken. We blijven nieuwsgierig.

**EN HET MOOIE IS:**  
hoe meer we open-minded zijn,  
hoe meer we leren



**We zijn beter samen**

**We versterken elkaar.** We vertrouwen elkaar en waarderen elkaars verschillen. We houden ons aan onze beloften. We blijven alert en houden elkaar scherp. We vieren onze successen.

**EN HET MOOIE IS:**  
hoe meer we samenwerken,  
hoe meer we samen bereiken.



**We zijn moedig en duurzaam**

**We gaan voor beter.** We nemen het voortouw én onze verantwoordelijkheid. We gaan voor hoge kwaliteit. En we streven naar duurzame oplossingen.

**EN HET MOOIE IS:**  
hoe meer we bereiken,  
hoe meer onze klanten ons waarderen.

# Onze strategische pijlers

Deze vijf pijlers van onze strategie vormen het kader voor alles wat we doen – dag in, dag uit. Elk aandachtsgebied is helemaal ingebed in onze organisatie en heeft een eigen Business Owner. Diegene bepaalt de koers richting onze ambitieuze doelen en zorgt ervoor dat we ons einddoel bereiken. Je leest meer over onze vooruitgang binnen elke pijler in de bijbehorende hoofdstukken van dit jaarverslag.



## SECURE & SEAMLESS CONNECTIVITY

Elke dag creëert VodafoneZiggo talloze verbindingen: tussen mensen, bedrijven en zelfs slimme apparaten. Voortdurend verbeteren en upgraden we ons netwerk om te voldoen aan de behoeften van miljoenen mensen in Nederland. Zo kunnen onze klanten genieten van een veilige, naadloze en zorgeloze verbinding – waar ze ook zijn, op elk apparaat, nu en in de toekomst.



## ENDLESS ENTERTAINMENT

Een spannende sportwedstrijd, een meeslepende film of een onvergetelijk concert: als het over entertainment gaat, zijn wij net zo gepassioneerd als onze klanten. We creëren hét toonaangevende entertainment-platform van Nederland, waarop mensen kunnen genieten van hun favoriete films, series en sport. Natuurlijk met een gebruiksvriendelijke zoekfunctie en persoonlijke aanbevelingen. En met ons Priority-programma krijgen klanten voorrang bij toegang tot live concerten en sportevenementen. Ons offline entertainment-aanbod tilt zo de mooie ervaringen van onze klanten nóg een niveau hoger.





### BEST BUSINESS SOLUTIONS

Nederland is de thuisbasis van meer dan twee miljoen bedrijven: van baanbrekende start-ups tot grote spelers op de wereldmarkt. Hun succes is afhankelijk van sterke verbindingen en voortdurende innovatie. VodafoneZiggo levert de technologie die veilig, hybride en klantgericht werken mogelijk maakt. Ook bieden we toepassingen voor het Internet of Things (IoT). Samen maak dit ons een ijzersterke partner en een drijvende kracht achter digitalisering in Nederland.



### SMART DIGITAL EXPERIENCE

Door onze digitalisering te versnellen, kunnen we op grote schaal uitzonderlijke klantervaringen bieden. We zijn druk bezig om supereenvoudige, superslimme en superpersoonlijke klantreizen te creëren. Hierdoor wordt VodafoneZiggo dé partner in het dagelijkse digitale leven van mensen.



### PROGRESS FOR EVERYONE

Hoe digitaal onze wereld wordt, hoe belangrijker het is dat iedereen meedoet in onze maatschappij. Dit begint met het creëren van een werkomgeving waarin iedereen zich welkom voelt en de ruimte krijgt om te groeien. Buiten onze eigen organisatie helpen we jongeren om verantwoord om te gaan met digitale technologie en ouderen bij het ontwikkelen van hun digitale vaardigheden. Verder kunnen onze klanten met onze connectiviteitsoplossingen slimme technologieën toepassen die duurzaamheid bevorderen. Tegelijkertijd willen wij onze bijdrage aan de samenleving ook op een milieuvriendelijkere manier leveren. We voelen ons verantwoordelijk voor de impact van onze producten aan het einde van hun levensduur. Daarom blijven we ons inzetten om onze ecologische footprint te verkleinen, onze verantwoordelijkheid te vergroten in onze toeleveringsketen en betekenisvolle verandering te stimuleren.

## Wat onze pijlers verbindt

### EXCEPTIONAL EXPERIENCE

Onze strategische pijlers kennen een duidelijk verband – een rode draad. Ons doel is om de verwachtingen van onze klanten te overtreffen en zo een uitzonderlijke ervaring te bieden. Van onze monteurs, klantenservicemedewerkers en winkelmedewerkers tot onze salesmanagers, marketingmedewerkers en IT-teams: samen bereiken we dit doel via de producten en diensten die we leveren en de werkomgeving die we creëren voor onze medewerkers.





# Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit

In dit jaarverslag brengen we verslag uit over de onderwerpen die belangrijk zijn voor ons bedrijf en onze stakeholders. Om deze onderwerpen in kaart te brengen en relevante informatie te verstrekken, zijn we voortdurend in gesprek met onze verschillende interne- en externe stakeholders en voeren we jaarlijks een dubbele materialiteitsanalyse (DMA) uit.

Op de volgende pagina's leggen we uit hoe we dit proces bij VodafoneZiggo benaderen en hoe we onze materiële onderwerpen in 2024 geïdentificeerd hebben.

## ONZE GROEPEN STAKEHOLDERS

Onze stakeholders zijn de groepen die worden beïnvloed door onze acties of die op hun beurt impact hebben op ons – of beide. Bij VodafoneZiggo onderscheiden we zeven belangrijke groepen stakeholders: onze klanten, onze werknemers, onze leveranciers, de investeerderscommunity, de telecom-industrie in bredere zin, de overheid, onze maatschappij en het milieu in het algemeen

We zijn voortdurend in gesprek met deze groepen en betrekken ze bij belangrijke ontwikkelingen. Dit helpt ons om hun perspectieven te begrijpen, net als hun kijk op de rol van ons bedrijf in hun wereld. Meer informatie over onze betrokkenheid bij stakeholders in 2024 vind je in de Stakeholder Tabel in de Engelse PDF.

## ONZE DMA IN 2024

Elk jaar voert VodafoneZiggo een DMA uit om de impact, risico's en kansen (IRO's) te beoordelen rondom milieu, sociale kwesties en bestuur (ESG). De DMA vereist dat we ESG-onderwerpen bekijken vanuit twee perspectieven:

- **Impactmaterialiteit:** de werkelijke of potentiële materiële impact van ons bedrijf (positief of negatief) op onze externe omgeving.
- **Financiële materialiteit:** de werkelijke of potentiële financiële impact van de externe omgeving op ons bedrijf (positief of negatief) en onze mogelijkheden om waarde te creëren.

In 2024 volgden we een proces van vijf fasen, vergelijkbaar met het proces dat we in 2023 toepasten. Wel verbeterden en verfijnden we onze aanpak op bepaalde gebieden.

## IMPACT MATERIALITEIT:

De werkelijke of potentiële invloed (positief of negatief) op onze externe omgeving.



**Impact naar buiten:**  
Onze impact op de wereld

# dubbele materialiteit

**Impact naar binnen:**  
De impact van de wereld op ons



## FINANCIËLE MATERIALITEIT:

De werkelijke of potentiële invloed van onze externe omgeving (positief of negatief) op onze organisatie en ons vermogen om waarde te genereren.

### FASE 1: DE HUIDIGE STAND VAN ZAKEN

We begonnen met de basis uit onze DMA in 2023. Ons interne CSR-team beoordeelde bestaande data en feedback van stakeholders. Ook deed dit team deskresearch naar relevante interne documentatie, de SASB (Sustainability Accounting Standards Boards) en ESRS-standaarden en een peer review van marktleiders. We gebruikten onze bevindingen om een longlist op te stellen van potentiële materiële IRO's voor de belangrijkste aandachtsgebieden.

### FASE 2: WAARDEKETEN IN KAART BRENGEN

Vervolgens hebben we onze waardeketen opnieuw in kaart gebracht. Deze kaart ontwikkelden we als onderdeel van de DMA in 2023, samen met onze inkoopafdeling. In 2024 werkten we deze bij met behulp van nieuw bewijsmateriaal. Zoals waardeketenanalyses, impactrapporten en feedback van stakeholders. De herziene kaart kijkt naar onze hele waardeketen: upstream, eigen activiteiten en downstream. Deze geeft dus een volledig beeld van onze toeleveringsketen, inclusief gebieden met mogelijke impact of afhankelijkheid. Denk aan de winning van grondstoffen, de productie, verwijdering of distributie van producten, de installatie en het onderhoud van netwerken, en consumentendiensten. Dankzij dit proces begrijpen we hoe de spelers in onze waardeketen invloed hebben op – en beïnvloed worden door – ESG-factoren, en waar IRO's kunnen ontstaan.

### FASE 3: INZICHT KRIJGEN IN ONZE IRO'S

Interne CSR- en Finance-specialisten beoordeelden de longlist van IRO's zorgvuldig. Hieruit haalden zij de meest relevante voor VodafoneZiggo. Als onderdeel van deze beoordeling keken ze naar de juiste classificatie en labeling van IRO's en de criteria voor de prioritering. De IRO's die werden aangewezen als meest relevant zijn opgenomen in een medium list.

### FASE 4: BEOORDELEN EN PRIORITEREN VAN DE IRO'S OP DE MEDIUM LIST

In deze fase werkte ons CSR-team samen met interne inhoudelijke deskundigen (SME's), onder wie supply chain managers. Zij beoordeelden, prioriteerden en scoorden de IRO's op de medium list. Dit gebeurde in een serie van tien SME-workshops, gefaciliteerd door vertegenwoordigers van CSR en Finance. Ter voorbereiding trainde het SME-team de facilitators, zodat iedereen de IRO-definities en scoringsrichtlijnen consistent zou toepassen. Ook stelden we een materialiteitsdrempel in. Die is bedoeld om vast te stellen welke onderwerpen waarschijnlijk de grootste impact of financiële risico's hebben. Tijdens de workshops beoordeelden de SME's de IRO's op de medium list op basis van kenmerken als naam, beschrijving en stakeholderimpact. Daarna kenden ze elke IRO een score toe volgens de ESRS 1-richtlijnen. Alle IRO's die boven de materialiteitsdrempel scoorden, werden kritisch geëvalueerd en vergeleken met die van branchegenoten.

### FASE 5: VALIDATIE

De laatste fase bestond uit interne en externe validatie van de resultaten. We interviewden een zorgvuldig geselecteerde groep stakeholders met verschillende achtergronden, zodat we diverse perspectieven op ESG-kwesties konden vastleggen. De interviews leverden input op over de impact van VodafoneZiggo's activiteiten, zowel vanuit milieu- als sociaal oogpunt. Ook identificeerden we hiermee belangrijke aandachtspunten, zoals digitale inclusie, uitstoot en dataprivacy. Deze inzichten bevestigden voor een groot deel de bevindingen uit de interne beoordelingen van eerdere fasen. Op basis daarvan pasten we de IRO-scores hier en daar aan. De grootste uitdaging in deze fase was om alle standpunten van stakeholders mee te nemen en op de juiste manier te verwerken in de validatie van de IRO's. Daarom hielden we in oktober 2024 een laatste validatiesessie met ons Senior Leadership Team (SLT), zodat ook zij zich konden vinden in de uitkomsten. Daarnaast bespraken we het DMA-proces en de uitkomsten met ons Risk Management-team, om de DMA goed af te stemmen op onze risicobeoordelingsaanpak.

Op basis van de conclusie van het DMA-proces stelden we acht materiële thema's vast voor VodafoneZiggo in 2024:

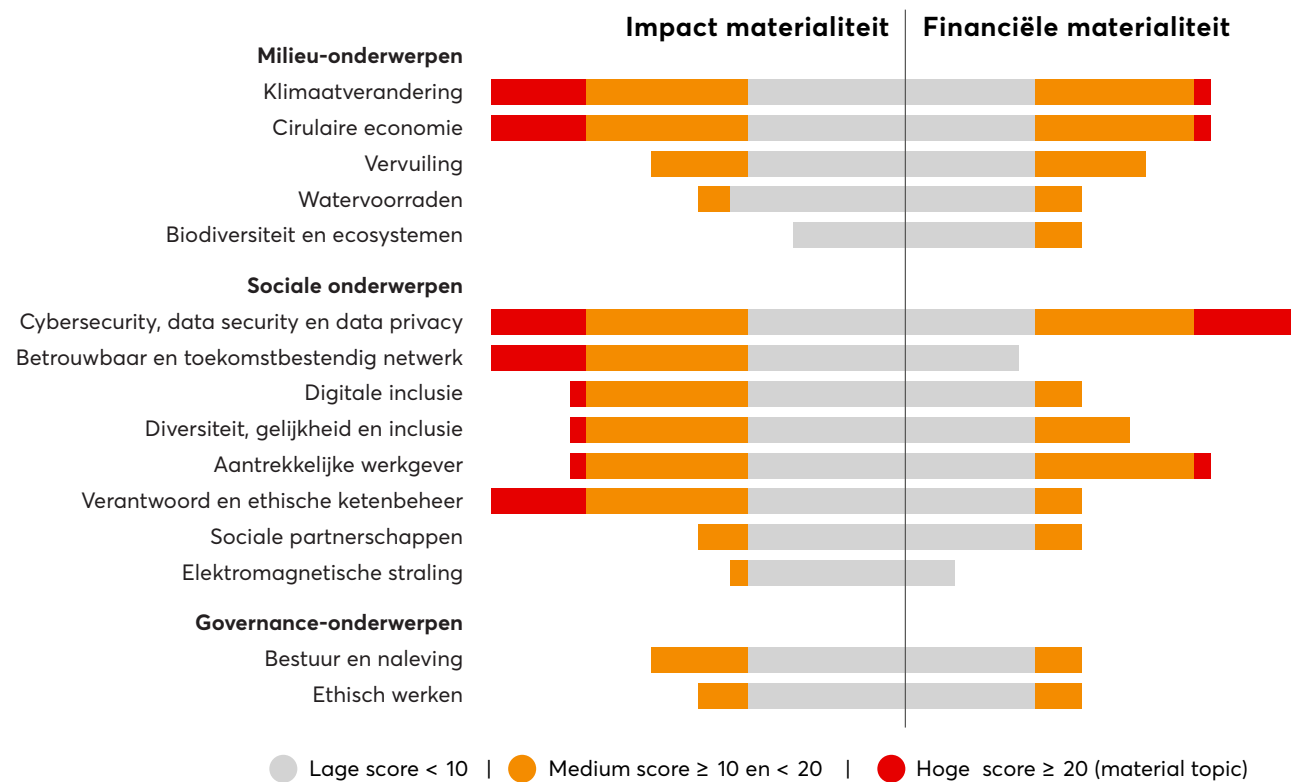
Materieel thema	Beschrijving	ESRS	
1	Klimaatverandering	Klimaatimpact door energieverbruik en uitstoot van broeikasgassen.	E1
2	Circulaire economie	Impact van producten en (e-)afval op duurzaamheid van hulpbronnen.	E5
3	Cybersecurity, data security en data privacy	Cyberdreigingen, technologische problemen en datalekken die effect hebben op ons bedrijf of onze stakeholders.	S4
4	Betrouwbaar en toekomstbestendig netwerk	Vaste en mobiele internettoegang voor consumenten en zakelijke klanten.	entity specific
5	Digitale inclusie	Toegang tot en vaardigheden voor de digitale samenleving in Nederland.	S4
6	Diversiteit, gelijkheid en inclusie (DE&I)	Gelijke kansen en een veilige werkomgeving voor onze medewerkers.	S1
7	Aantrekkelijke werkgever	Training en ontwikkeling van vaardigheden van onze medewerkers.	S1
8	Duurzame en ethische toeleveringsketen	Transparantie en arbeidsomstandigheden in onze toeleveringsketen.	S2

Onze lijst van materiële duurzaamheidsonderwerpen bleef grotendeels gelijk aan die van 2023, met twee belangrijke wijzigingen: 'Klantervaring' en 'Innovatieve producten en diensten' beschouwen we niet meer als materieel en zijn verwijderd. Klantervaring is een cruciaal onderwerp voor VodafoneZiggo, maar de link met duurzaamheid was niet sterk genoeg voor de shortlist. Uit de DMA bleek ook dat innovatie op zichzelf geen materieel onderwerp is, maar meer een actie ter ondersteuning van andere organisatiedoelen. Deze onderwerpen blijven allebei belangrijk voor ons bedrijf. Meer informatie erover vind je in de hoofdstukken over de strategische pijlers van dit jaarverslag.

Ook goed bestuur en compliance zijn voor ons van groot belang. Toch ziet de DMA gerelateerde duurzaamheidsonderwerpen – zoals omkoping en corruptie – niet als materieel. Daarom rapporteren we over deze onderwerpen in ons aparte hoofdstuk Governance and Riskmanagement

(zie hiervoor de Engelse PDF). Bedrijfsbeleid op het gebied van bestuur en compliance maakt deel uit van onze bedrijfsvoering. We hebben het onderwerp 'data security en privacy' (2023) hernoemd naar 'cybersecurity, data security en data privacy' (2024) vanwege het toenemende belang van cyberbeveiliging.

In 2024 verbeterden we de kwaliteit van ons DMA-proces door onze onderbouwing en validatieoefeningen met stakeholders te versterken. Hiermee legden we de basis voor een solide gebaseerd op ESRS DMA-proces. Dit proces gaan we jaarlijks uitvoeren en blijven we waar nodig verbeteren op onze weg naar het CSRD compliant zijn.



# Waardevolle inzichten van stakeholders verzamelen

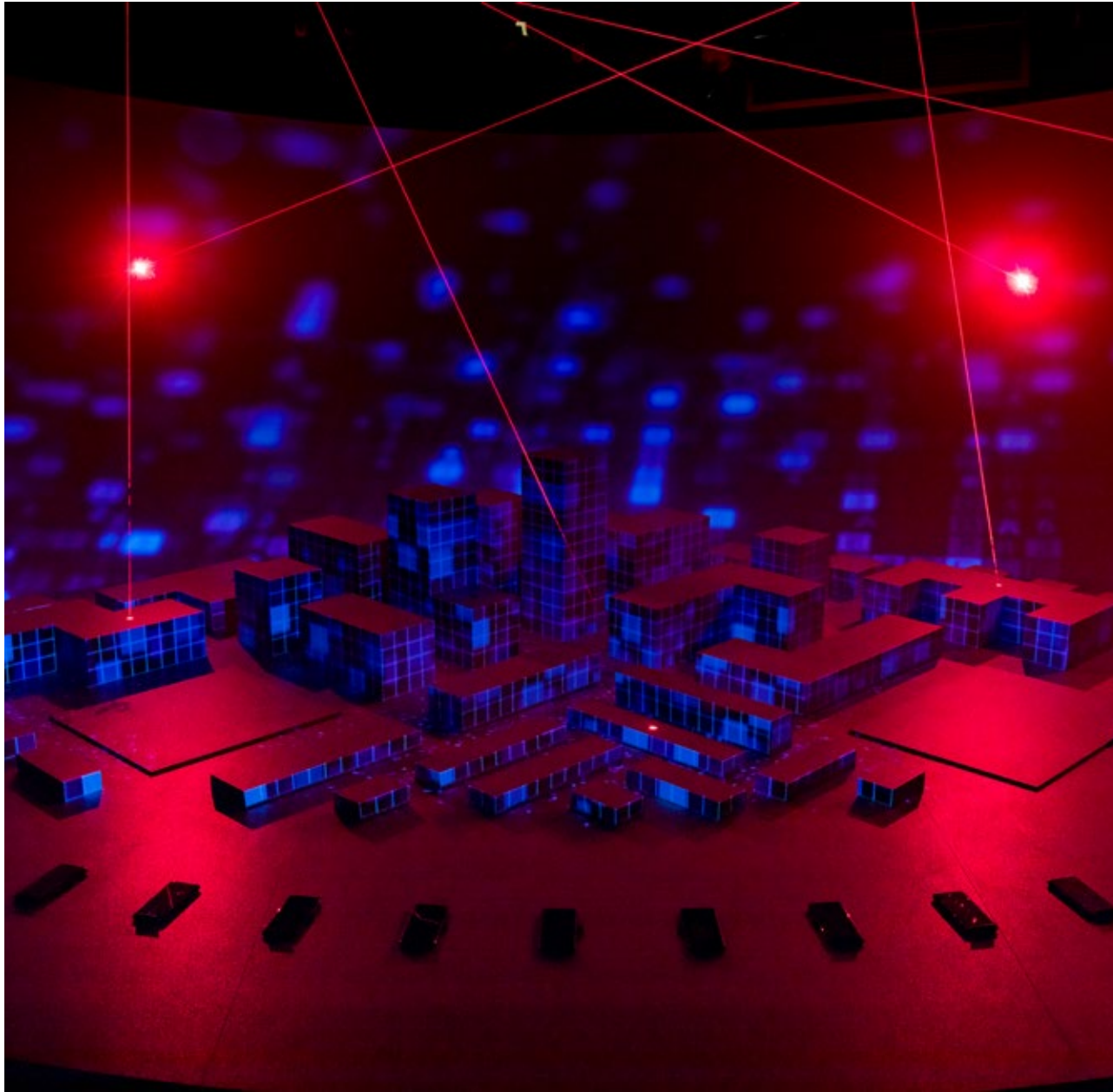
Betrokkenheid van maatschappelijke partners is al lang een hoeksteen van onze sociale duurzaamheidsstrategie. En nu ook een belangrijk onderdeel van ons DMA-proces. In september 2024 organiseerden we een rondetafelgesprek met een aantal van deze stakeholders, waaronder de Nationale Stichting Ouderen en de gemeente Utrecht. Hier bespraken we impactvolle maatschappelijke uitdagingen, van digitale inclusie en betaalbaarheid tot cybercriminaliteit en het milieu.

Met andere groepen stakeholders, zoals investeerders, hadden we een-op-eengesprekken; voor onze maatschappelijke partners vonden we een rondetafelgesprek geschikter. In deze setting konden organisaties namens de betrokken stakeholders deelnemen aan een gezamenlijke discussie. Hierdoor ontstond onder andere het idee om bij toekomstige sessies ook vertegenwoordigers te betrekken van mensen met een beperking, zoals slechthorenden of slechtzienden. Door alle maatschappelijke stakeholders samen te brengen in één rondetafelgesprek, konden we ons voordeel doen met de grote overlap in hun belangrijkste thema's. Dit maakte het mogelijk om verschillende perspectieven te verzamelen op dezelfde kwesties.

Een van die kwesties was de uitdaging om ervoor te zorgen dat niemand achterblijft. Dit vraagt van onze stakeholders om nauwe samenwerking binnen de hele waardeketen én onze eigen organisatie. Bijvoorbeeld door concrete doelen te stellen en werknemers te betrekken bij overkoepelende missies, zoals duurzaamheid en digitale toegang. Deelnemers bespraken ook de rol van VodafoneZiggo bij de aanpak van maatschappelijke problemen, zoals online verslaving en sociale cohesie. Zij stelden onder meer voor om de mediawijsheid van jongeren te vergroten en ouders te begeleiden bij hun rol in de digitale wereld. Onze stakeholders benadrukten ook de behoefte aan meer transparantie over ESG-thema's, eerlijke arbeidspraktijken in de toeleveringsketen en circulaire initiatieven om e-waste tegen te gaan.

Het rondetafelgesprek gaf onze maatschappelijke stakeholders de kans om hun mening te geven over onderwerpen die van belang zijn voor henzelf én ons bedrijf. Over het algemeen bevestigde de dialoog dat VodafoneZiggo wordt gezien als een cruciale schakel in de digitale samenleving. Net als wij vinden onze stakeholders dat onze verantwoordelijkheid verder gaat dan connectiviteit alleen. We moeten ook online veiligheid bevorderen en maatschappelijke polarisatie verminderen. Door deze inzichten van onze partners zinvol te verwerken in onze DMA, verbeterden we de kwaliteit van het proces. Daarnaast vergrootten we hiermee de geloofwaardigheid van onze lijst met materiële onderwerpen en versterkten we onze rapportage over 2024.





# Onze rol in de waardeketen

VodafoneZiggo is onderdeel van een heel complexe waardeketen, met duizenden leveranciers. We streven ernaar om van begin tot eind waarde te creëren op de lange termijn, voor onze klanten, partners en de samenleving. Door voortdurend samen te werken met stakeholders in de keten, vergroten we onze impact en behouden we tegelijkertijd een veerkrachtig en toekomstbestendig bedrijfsmodel. We willen op een transparante manier inzicht geven in de waardeketen, en dit presenteren we in een vereenvoudigde weergave aan de hand van onze kernactiviteiten.

# Waardeketenmodel



Ons upstream-segment omvat alle activiteiten die nodig zijn voor kwaliteitsinput waarbij we zorgen voor sterke samenwerking met leveranciers.

- Onze waardeketen begint met het winnen en inkopen van grondstoffen en componenten die essentieel zijn om onze producten te creëren.
- We werken nauw samen met onze leveranciers om een duurzame waardeketen te waarborgen die in lijn is met ons beleid en onze procedures, en voldoet aan alle relevante wetgeving.
- Upstream transport en logistiek gaat over de transportbewegingen van grondstoffen of producten van leveranciers naar productiefaciliteiten of van productiefaciliteiten naar magazijnen.
- Het ontwerp en de ontwikkeling van onze eigen activiteiten beïnvloedt de productie en fabricage. Waar mogelijk hergebruiken we producten, zodat we ze opnieuw in onze waardeketen kunnen opnemen.
- De producten vervoeren we naar magazijnen, waar ze klaarliggen voor distributie richting onze klanten of voor intern gebruik.

De kern van onze waardeketen ligt in onze eigen activiteiten. Hier creëren we waarde voor onze klanten via de infrastructuur van onze eigen operatie.

- We beheren en onderhouden een betrouwbaar vast en mobiel netwerk, dat de basis vormt voor al onze diensten.
- Ons brede aanbod bestaat onder andere uit connectiviteit, entertainment en slimme business-to-business (B2B) oplossingen – allemaal afgestemd op de behoeften van onze klanten. Onze marketinginspanningen zorgen ervoor dat onze proposities de doelgroepen bereiken en hen informeren over de eindeloze mogelijkheden van onze oplossingen.
- We zijn toegewijd aan het leveren van een uitzonderlijke klantervaring door 24/7 ondersteuning te bieden wanneer dat nodig is en door processen voor kwaliteitsborging te implementeren.
- We verwerken de feedback actief om mee te nemen in het ontwerp en de ontwikkeling van oplossingen waar mensen echt wat aan hebben. Dit in-house ontwerp- en ontwikkelingsproces heeft een directe invloed op de productie en fabricage in onze upstream activiteiten.

Met onze downstream processen bereiken onze producten en diensten onze klanten zo efficiënt en effectief mogelijk.

- Onze zorgvuldig geselecteerde logistieke partners verzorgen het transport en de distributie van onze producten en diensten.
- Zodra producten correct zijn geleverd en geïnstalleerd – eventueel met behulp van de toegevoegde waarde van onze support – leveren we onze diensten via het netwerk naar het betreffende product.
- Klanten kunnen hun pakket eenvoudig aanpassen aan hun voorkeuren. Als producten eenmaal in gebruik zijn, updaten we onze producten voortdurend bij om ervoor te zorgen dat aan de verwachtingen van de klant wordt voldaan. Als een product problemen heeft die we niet kunnen oplossen, bieden we klanten de optie om het te laten repareren.
- Wanneer een product van een klant het einde van zijn levensduur bereikt, streven we ernaar om deze fase duurzaam te beheren door hergebruik of recycling te stimuleren. Wanneer dit niet mogelijk is kijken we naar alternatieve processen die het milieu niet schaden.

# Ons waardecreatiemodel

Onze waardeketen vertegenwoordigt het proces waarmee we producten en diensten leveren aan onze klanten en vormt het kader waarin we onze werkzaamheden uitvoeren. Maar op zichzelf genereert de keten geen waarde. Om inzichtelijk te maken hoe we dit kader gebruiken om waarde te creëren en te leveren, ontwikkelden we een model voor waardecreatie.

Ons waardecreatiemodel gaat verder dan de basislogistiek van onze waardeketen. Het laat zien hoe we onze organisatorische capaciteiten gebruiken om waarde te genereren. Denk aan menselijk kapitaal, operationele efficiëntie en betrokkenheid van stakeholders. Het model geeft onze stakeholders inzicht in de onderling verbonden processen en middelen die de drijvende kracht zijn achter onze waardecreatie op het gebied van economie, maatschappij en milieu. Ook toont het model de manier waarop we waardecreatie integreren in elk aspect van onze activiteiten, zodat we voldoen aan de uiteenlopende behoeften van onze stakeholders.

Zoals het model laat zien, begint waardecreatie bij VodafoneZiggo met de zes soorten kapitaal die we gebruiken om ons bedrijf draaiende te houden. Door de elementen van ons bedrijfsmodel toe te passen, zetten we deze middelen om in directe resultaten voor verschillende groepen stakeholders. En ook in bredere effecten op de samenleving, de economie en het milieu. Deze effecten zijn weer gekoppeld aan de specifieke Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties (VN). Wij denken dat we de grootste bijdrage leveren aan deze doelen, gezien de aard en het proces van onze waardecreatie.

Bij waardecreatie kijken we naar de gebieden die worden beïnvloed door onze activiteiten én naar de risico's en kansen die zich hierbij kunnen voordoen. Daarom vormen onze materiële onderwerpen (zie Interactie met stakeholders en dubbele materialiteit) de basis van ons model. Deze ESG-onderwerpen worden (in)direct beïnvloed door onze activiteiten en zijn verweven met de waarde die we creëren.

In 2024 werd VodafoneZiggo lid van het Global Compact van de Verenigde Naties. Hiermee versterken we ons streven naar duurzaam en verantwoord ondernemen. Dit lidmaatschap is een belangrijke stap in onze duurzaamheidsstrategie en draagt indirect bij aan de Sustainable Development Goals (SDG's) van de VN. Hier laten we de zeven doelen zien waaraan we de grootste bijdrage denken te leveren.

## ONZE BIJDRAGE AAN DE SDG'S VAN DE VERENIGDE NATIES



### SDG 4: Kwaliteitsonderwijs voor iedereen

We bieden een platform voor digitale leermogelijkheden, zodat de samenleving vaardigheden kan ontwikkelen voor een verbonden toekomst. Daarnaast organiseren we elk kwartaal meerdere interactieve workshops over digitale vaardigheden op onze kantoren door het hele land.



### SDG 10: Ongelijkheid verminderen

We werken actief aan een veilige werkomgeving waar iedereen gelijk is. Door technologie voor iedereen toegankelijk te maken, overbruggen we bovendien de digitale kloof en maken we vooruitgang mogelijk in verschillende gemeenschappen.



### SDG 5: Gendergelijkheid

Onze bedrijfscultuur moedigt gendergelijkheid op de werkplek actief aan, wat zorgt voor een omgeving waarin iedereen zich kan ontwikkelen – ongeacht gender.



### SDG 11: Duurzame steden en gemeenschappen

Ons netwerk maakt IoT-oplossingen mogelijk die steden veiliger en duurzamer helpen te maken voor hun inwoners.



### SDG 7: Betaalbare en schone energie

Sinds 2016 kopen we vrijwillig 100% energie in met Garantie van Oorsprong-certificaten, waarmee we bijdragen aan de Europese energietransitie.



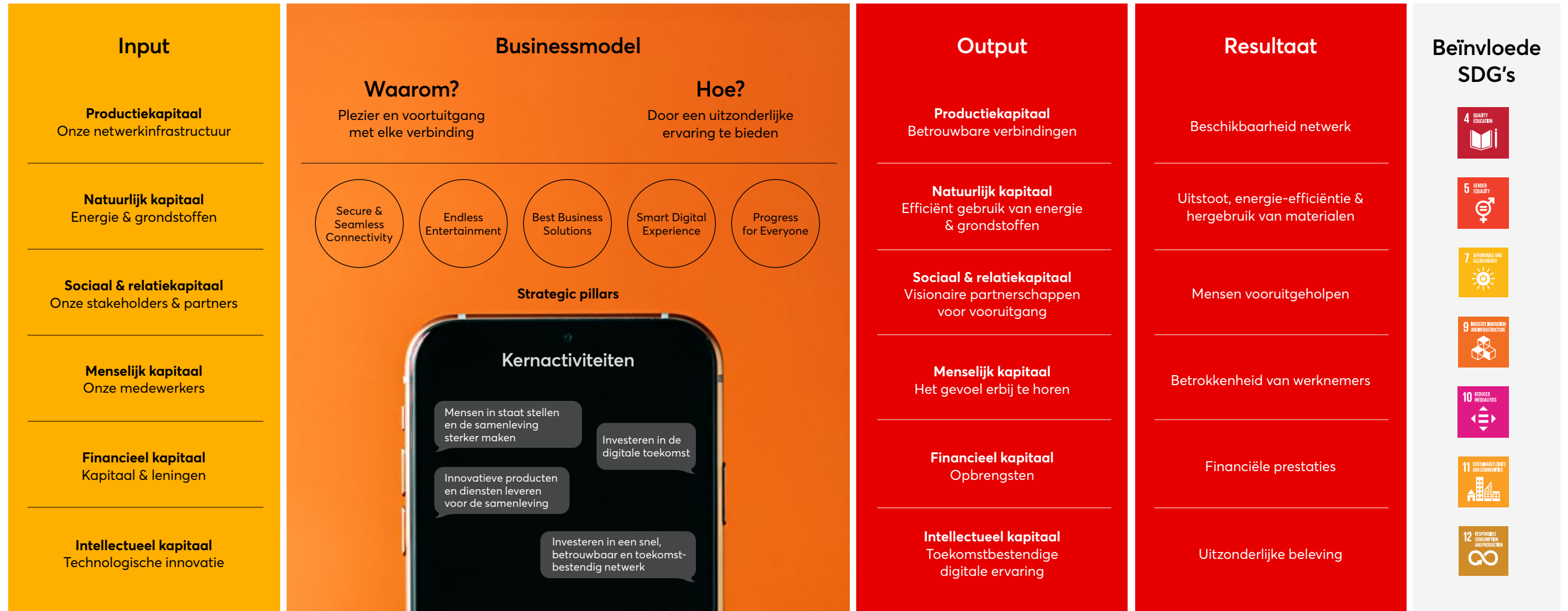
### SDG 12: Verantwoorde consumptie en productie

We streven ernaar om onze producten en diensten duurzamer te maken en grondstoffen op een meer verantwoorde manier te gebruiken. We stimuleren ook smartphonereparaties en productcirculariteit in ons hele productassortiment.



### SDG 9: Industrie, innovatie en infrastructuur

We bouwen aan een veerkrachtige digitale infrastructuur om duurzame ontwikkeling op de lange termijn te ondersteunen. We investeren flink in innovatie om de industrie op een duurzame manier te laten floreren.



# Connectiviteitstabel

Strategische pijler	Materieel onderwerp / Key business topic <sup>1</sup>	Indicator	Doel 2024	Resultaat 2024	Resultaat 2023	SDGs
Secure & seamless Connectivity	1 Betrouwbaar en toekomstbestendig netwerk	Beschikbaarheid van het vaste netwerk (%) ✓	99,95	99,97	99,98	9 11
		Beschikbaarheid van het mobiele netwerk (%) ✓	99,70	99,78	99,79	
Endless Entertainment	2 Cybersecurity, data security en data privacy	Aantal datalekken gerapporteerd aan de Autoriteit Persoonsgegevens (#) ✓	N.v.t.	33	36	
		1 Innovatieve producten en diensten	Consumenten met de nieuwste generatie tv-kijkervaring (# in miljoenen)	2.15	2.05	1.79
Best Business Solutions	1 Innovatieve producten en diensten	SmartWifi-pods verstrekt aan consumenten (# in miljoenen)	N.v.t.	3.3	3.0	
		IoT-abonnees in Nederland (#SIMs in miljoenen)	2.3	2.4	2.3	9 11
Smart Digital Experience	2 De klant centraal stellen	Net Promoter Score (NPS) Ziggo consument ✓	10	5	-1	
		Net Promoter Score (NPS) Vodafone consument ✓	25	21	18	
		Net Promoter Score (NPS) Ziggo Zakelijk ✓	0	-8	-7	
		Net Promoter Score (NPS) Vodafone Business ✓	10	10	6	
		Net Promoter Score (NPS) hollandsnieuwe ✓	N.v.t.	31	35	
Progress for Everyone	3 Klimaatverandering	CO <sub>2</sub> -uitstoot Scope 1, 2 and 3 (in kTon) <sup>2</sup> ✓	531	527	701	7 12
		CO <sub>2</sub> -reductie ten opzichte van peiljaar 2018 (voor Scope 1, 2 and 3) (%) <sup>2</sup> ✓	45	45	27	
	4 Digitale inclusie	Mensen vooruitgeholpen (# in duizenden)	215	398	194	4 10
	5 Aantrekkelijke werkgever	Medewerkersbetrokkenheid score	80	78	77	
	6 Diversiteit, gelijkheid en inclusie	Aantal mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt (%) <sup>3</sup>	3,2	2,2	2,3	10
		Vrouwen in topmanagement (%) ✓	40,0	41,3	38,7	5
		Vrouwen bij VodafoneZiggo (%)	33,0	28,6	29,0	
	7 Circulaire economie	Ziggo-apparatuur gereviseerd (# in duizenden) <sup>3</sup>	N.v.t.	661	893	12
8 Verantwoord en ethisch ketenbeheer	Topleveranciers geaudit via EcoVadis (#)	325	323	298	9 12	

<sup>1</sup> Onze belangrijkste bedrijfsonderwerpen - (i) innovatieve producten en diensten en (ii) klantervaring - zijn onderwerpen die we belangrijk vinden voor onze organisatiedoelen, maar die we in onze DMA voor 2024 niet materieel vonden vanuit het oogpunt van duurzaamheid.

<sup>2</sup> CO<sub>2</sub>-reductie bereikt ten opzichte van het basisjaar. De berekeningsmethode voor CO<sub>2</sub>-emissies is gewijzigd en de cijfers voor 2023 zijn dienovereenkomstig aangepast. Zie het gedeelte over de CO<sub>2</sub>-footprint in het gedeelte Additional information in de Engelse PDF.

<sup>3</sup> Verandering in de definitie ten opzichte van vorig jaar wat betreft focus op hardware in plaats van software. Zie de woordenlijst voor de volledige definitie. De indicatoren die binnen de reikwijdte vallen van beperkte controle door onze externe accountant, zijn gemarkeerd met het ✓-symbool.

# 03

# Strategische pijlers

32 Secure & Seamless Connectivity



45 Endless Entertainment



55 Best Business Solutions



61 Smart Digital Experience



68 Progress for Everyone













# Secure & Seamless Connectivity

# Secure & Seamless Connectivity

Digitalisering dringt steeds verder door in elk aspect van ons dagelijks leven. Onze klanten vertrouwen daarom op VodafoneZiggo om meer verbindingen dan ooit te realiseren. Via verschillende apparaten en voor uiteenlopende doelen bieden deze verbindingen individuen veel voordelen. Ook dragen ze bij aan maatschappelijke vooruitgang. Tegelijkertijd brengt de digitale wereld ook risico's met zich mee voor onze diverse stakeholders. Als verantwoordelijke telecomaandbieder vraagt dit om sterke én veilige verbindingen.

Secure & Seamless Connectivity is daarom de basis van alles wat we doen. Deze pijler van onze strategie vormt het kader waarbinnen we voortdurend de prestaties van onze vaste en mobiele netwerken continu verbeteren en beschermen tegen cyber- en gegevensbedreigingen.

Indicator	SDGs	Doel 2024	Resultaat 2024	Resultaat 2023
Beschikbaarheid van het vaste netwerk (%) 	 	99,95	99,97	99,98
Beschikbaarheid van het mobiele netwerk (%) 	 	99,70	99,78	99,79
Datalekken gemeld aan Autoriteit Persoonsgegevens 		N.v.t.	33	36

De indicatoren die binnen de reikwijdte vallen van beperkte controle door onze externe accountant, zijn gemarkeerd met het -symbool.



# Betrouwbare en toekomstbestendige netwerken

Miljoenen mensen in Nederland zijn elke dag afhankelijk van onze netwerken – thuis, op het werk, onderweg. Met de toenemende vraag naar onze netwerken groeit ook de noodzaak om een constante, hoge kwaliteit te garanderen; of het nu gaat om een filmavond met het gezin, online vergaderingen, overheidssystemen of levensreddende ziekenhuisapparatuur. We weten dat onze vaste en mobiele netwerken maatschappelijke impact hebben. Daarom zijn betrouwbare en toekomstbestendige netwerken een prioriteit in onze double materiality assessment (DMA) voor 2024. Details over ons beleid, onze acties, statistieken en doelstellingen vind je in het gedeelte over actuele bekendmakingen.

Ook in 2024 groeide het dataverbruik van onze consumenten en zakelijke klanten op onze mobiele en vaste netwerken in 2024. Deze toename heeft onder meer te maken met steeds intensiever internetgebruik en meer videostreaming. En ook met de opkomst van slimme (thuis)apparaten die verbonden zijn met het Internet of Things (IoT). Ondanks deze groeiende vraag beoordeelde benchmarkorganisatie Umlaut de netwerken van VodafoneZiggo in 2024 opnieuw hoog (Vodafone: 'uitstekend'; Ziggo: 'zeer goed'). Dit bevestigt onze inzet voor voortdurende netwerkverbeteringen, om onze klanten nu én in de toekomst een uitstekende ervaring te bieden.

Zoals elk jaar werkten we ook in 2024 aan het optimaliseren, standaardiseren en vereenvoudigen van onze netwerken. Dit verbeterde hun prestaties en energie-efficiëntie (zie [Klimaatverandering](#)). We hebben ook onze netwerkautomatisering verder ontwikkeld via ons Network-as-a-Service-programma (NaaS). Dit programma fungeert als schakel tussen onze back-end-infrastructuur en onze front-end-klantenservice.

### FOCUS OP KWALITEITSKABEL EN GLASVEZEL

Meer wapenfeiten in 2024: we vergrootten de capaciteit van ons vaste netwerk. Als onderdeel van onze doorlopende strategische activiteiten en ter voorbereiding op de lancering van onze UEFA-programmering (zie [Ziggo Sport](#)). Voor deze programmering bouwden we een nieuw content delivery-netwerk. In een ander groot project bouwden we ons hele kernnetwerk – dat al het vaste en mobiele verkeer transporteert – opnieuw op. Het resultaat: beter presterende,

energiezuinigere routers. Daarnaast gingen de voorbereidingen door voor de omschakeling van ons vaste coaxnetwerk van DOCSIS 3.1- naar DOCSIS 4.0-technologie. Door nog hogere download- en uploadsnelheden mogelijk te maken, houden we dit netwerk toekomstbestendig.

Ondertussen zijn we gestart met de uitrol van Fibre-to-the-Home (FttH) in nieuwbouwwijken. In november was onze allereerste FttH-XGS-PON-verbinding een feit. Bij bestaande woningen leggen we geen glasvezel aan. Op nieuwbouwlocaties doen we dit wel, omdat glasvezel kostenefficiënter is dan coaxkabels en een lagere CO<sub>2</sub>-footprint heeft. Eind 2025 willen we 25.000 XGS-PON-aansluitingen hebben.

Verder hebben we ons in 2024 voorbereid om VodafoneZiggo-diensten aan te bieden via het FttH-netwerk van de gemeente Edam-Volendam. We hebben al langer samenwerkingen als deze op basis van lokale kabelnetwerken. Maar de lancering in januari 2025 in Edam-Volendam is de eerste waarbij we het glasvezelnetwerk gebruiken van een andere provider via XGS-PON.

### BLIK OP DE TOEKOMST VAN MOBIEL

In 2024 was de beschikbaarheid van ons mobiele netwerk 99,78 % (in 2023: 99,79%). Vodafone-klanten waren hierdoor opnieuw verzekerd van een betrouwbare en hoogwaardige dekking. De belangrijkste nieuwe ontwikkeling dit jaar was het bemachtigen van 100 MHz van het Nederlandse 3,5 GHz-spectrum tijdens de veiling in juli. Dit betekent dat de beschik-

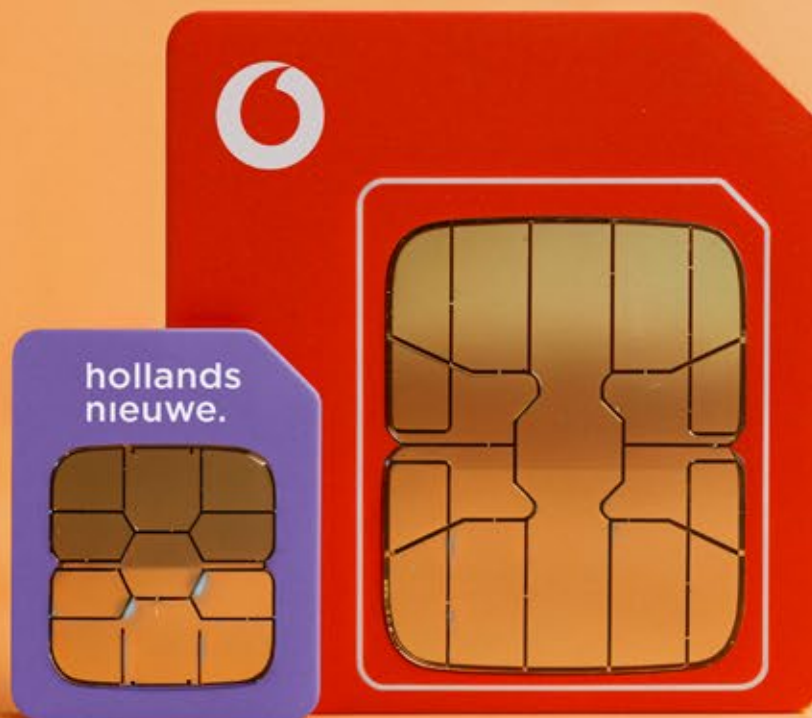
bare netwerkcapaciteit voor onze klanten na implementatie flink toeneemt. Met de uitrol van ons 5G-aanbod bouwt VodafoneZiggo aan een toekomstbestendige mobiele oplossing voor een steeds digitalere samenleving. Zo blijven we de snelheid leveren die nodig is op cruciale momenten en zorgen we voor uitstekende ervaringen via betrouwbare verbindingen.

Een deel van deze 5G-capaciteit is al beschikbaar voor onze klanten. In 2025 blijven we ons netwerk verbeteren om de nieuwe 3,5 GHz-frequenties uit te zenden. We focussen hierbij op het opbouwen van de capaciteit die nodig is om onze 4G- en 5G-technologieën van elkaar te scheiden. De nieuwe frequenties zijn essentieel voor ons hele moderniseringsprogramma. Met dit programma voegen we extra capaciteit toe op ongeveer duizend netwerklocaties en leggen we de basis voor toekomstige verbeteringen. Verder zijn we halverwege ons project om de mobiele dekking op het Nederlandse spoorwegnet te verbeteren. Hier wordt de hoge vraag naar voldoende dekking versterkt door stevige uitdagingen in het natuurlijke en stedelijke landschap (zie [casestudy](#)).

Bij VodafoneZiggo zorgen we dat al onze infrastructuur voor mobiele telefonie werkt binnen de blootstellingslimieten voor elektromagnetische velden. Deze zijn vastgesteld door de International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection (ICNIRP). We houden ons aan alle overheidsvoorschriften, en de Rijksinspectie Digitale Infrastructuur (RDI) voert regelmatig metingen uit.

# Beschikbaarheid van het mobiele netwerk

# 99,78%



De beschikbaarheid van ons mobiele netwerk is het percentage van de beschikbaarheid van het toegangsnetwerk van de live locaties (met betrekking tot de beschikbaarheid van 2G/4G/5G-antennes), aangegeven als de hoeveelheid uptime (tijd wanneer het netwerk volledig operationeel is) in het toegangsnetwerk gedurende een specifiek tijdsinterval. Netwerk beschikbaarheid verwijst alleen naar de uptime van de antennes en niet naar de beschikbaarheid van de service.

Let op: deze afbeelding is gegenereerd door AI en is geen werkelijke versie van onze producten en diensten.

# Onze themagerichte rapportages over betrouwbare en toekomstbestendige netwerken

## ESRS Entiteit-specifiek onderwerp

Hoewel VodafoneZiggo nog niet valt onder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Unie (EU), hebben we ervoor gekozen om vrijwillig te rapporteren over een aantal datapunten die worden vereist door de European Sustainability Reporting Standards (ESRS), ter voorbereiding op de naleving. Onze toelichtingen worden gepresenteerd in tabellen aan het eind van de hoofdstukken van de strategische pijlers die betrekking hebben op onze materiële duurzaamheidsonderwerpen (zie [Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit](#)), inclusief details over ons beleid, onze acties, maatstaven en doelen om deze onderwerpen aan te pakken. Onze ESRS-tabellen voor 2024 zijn niet onderworpen aan assurance door onze externe accountant.

[Introductie](#)
[Over VodafoneZiggo](#)
[Strategische pijlers](#)

### ONS BELEID

Policy title	Belangrijkste elementen	Doelstellingen	Toepassingsgebied
Voorspelling vast verkeer	<ul style="list-style-type: none"> <li>We verzamelen gegevens om inzicht te krijgen in historische en huidige gebruikspatronen, netwerkparameters en gebruikersstatistieken</li> <li>We beoordelen de impact van geplande netwerkwijzigingen en commerciële plannen</li> <li>We stellen een prognose op van de huidige status, de korte en lange termijn, en aanbevelingen</li> <li>We schatten de capaciteitsvereisten door AI toe te passen op verschillende toekomstige scenario's</li> <li>We vergelijken de werkelijke uitkomsten met de prognose en gebruiken dit om onze modellen te verfijnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Om ons vermogen om vast verkeer te voorspellen</li> <li>Het netwerkontwerp en capaciteit</li> <li>Voorkomen van overbelasting en kwaliteitsvermindering</li> <li>Ondersteunen van ons budgetteringsproces voor toekomstige investeringen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interne prognoses en financiële/ operationele planning</li> </ul>
Mobiele capaciteits planning	<ul style="list-style-type: none"> <li>We maken jaarlijkse volumeprognoses een jaar van tevoren en brengen het volume maandelijks in kaart</li> <li>We nemen uitbreidingsbeslissingen op basis van huidig en gebruik, moderniseringsplannen, feedback van klanten en wettelijke dekkingsverplichtingen</li> <li>We werken samen met Ericsson voor netwerk bewaking, beheer en reactief onderhoud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plannen hoe nieuwe capaciteiten en toekomstige prioriteiten te stellen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interne prognoses en financiële/ operationele planning.</li> </ul>

### ONZE BELANGRIJKSTE ACTIES IN 2024

Actie	Beoogde resultaten	Toepassingsgebied
Programma van verbeteringen, waaronder: <ul style="list-style-type: none"> <li>Verbeteren van de capaciteit van het hybride glasvezel coax (HFC) netwerk</li> <li>Extra capaciteit opbouwen voor pieken bij sportevenementen.</li> <li>Verdere uitrol van FttH in geselecteerde gebieden</li> <li>Investeren in nieuwe infrastructuur, onder andere voor streaming</li> <li>Verouderde technologie buiten gebruik stellen</li> <li>Kabelreconstructie</li> <li>Investeren in netwerkautomatisering</li> <li>Introduceren van Multiprotocol Label Switching-netwerk (MPLS) voor B2B</li> <li>Investeren in veerkracht en netwerkconvergentie</li> <li>Investeren in veiligheid</li> <li>Introduceren van een nieuw real-time data-analyseplatform</li> </ul>	Sterkere capaciteit – vooral in gebieden waar de vraag het grootst is – en verbeterde operationele veerkracht en veiligheid	Vast
We hebben 1069 locaties verbeterd, uitgebreid of toegevoegd om onze vaste capaciteit te ondersteunen	Modernisering en capaciteits uitbreiding, aanpak van zwakke punten in spoorwegdekking	Mobiel





## STATISTIEKEN EN DOELEN OM ONZE PRESTATIES TE METEN

Metrische beschrijving	Doel	Resultaat 2024	Resultaat 2023
Beschikbaarheid internet (vast in %) 🟡	99,95	99,97	99,98
WiFi downlink >20Mbps (vast) <sup>1</sup>	91	88,79	88,69
Beschikbaarheid mobiel netwerk (%) 🟡	99,7	99,78	99,79
4G/5G downlink > 15 Mbps (mobiel)	90	88,90	89,35

<sup>1</sup> Negen maanden van 2023 en het resultaat over 2024  
Het resultaat over 2024 van indicatoren die binnen de reikwijdte van beperkte zekerheid van onze externe accountant vallen, zijn gemarkeerd met het 🟡-symbool.

We moeten ook voldoen aan onze DSV-verplichting (outdoor dekking en snelheid) van 98% dekking en een minimale downloadsnelheid van 8 Mbps (10 Mbps in 2026) in elke gemeente in Nederland. Onze voortgang op dit gebied wordt gemonitord door de RDI in Nederland.

## STAKEHOLDER INTERACTIE

Kanaal	Groep stakeholders	Frequentie
VodafoneZiggo-app, -website, -socialmediakanalen en -telefoonlijn, zodat klanten op de hoogte blijven van storingen en onderhoud.	Klanten	Doorlopend
NPS-enquêtes, waarbij de feedback wordt doorgegeven aan interne teams en gebruikt in businesscases.	Klanten (ongeveer 3,3 miljoen vaste en 3,0 miljoen mobiele klanten uitgenodigd voor deelname)	Doorlopend, maandelijks bijgehouden
'Happy check'-e-mails die bevestigen dat alles in orde is en die aanzetten tot vervolcontact als dat niet het geval is.	Klanten (ongeveer 1,8 miljoen per jaar)	Jaarlijks



# Cybersecurity, data security en data privacy

Het landschap van cyberrisico's verandert snel door een combinatie van digitale, sociale en geopolitieke ontwikkelingen. Voor een telecombedrijf als VodafoneZiggo is weerbaarheid tegen cyberdreigingen de basis van alle activiteiten. We zien dit dan ook als een strategische topprioriteit. Het is onze plicht om al onze stakeholders te beschermen tegen de toenemende dreiging van cybercriminaliteit. Dat geldt vooral voor onze particuliere en zakelijke klanten, onze eigen organisatie en werknemers, en onze samenleving. Als zodanig is cybersecurity, data security en data privacy aangemerkt als een belangrijk duurzaamheidsthema in onze DMA voor 2024 (zie [Interactie met onze stakeholders en DMA](#)), met details van ons beleid, acties, maatstaven en doelstellingen in de sectie over actuele informatie.

# Cybersecurity

Zoals elk jaar investeerden we ook in 2024 in onderhoud en verbetering van onze cyberbeveiligingsmaatregelen. Dit deden we onder de paraplu van ons Security First-programma. Hieronder vallen maatregelen tegen phishing, smishing en andere vormen van cybercriminaliteit. Zo blokkeren we e-mails en sms-berichten die niet voldoen aan onze beveiligingseisen. Alles wat toch door de mazen van het net glipt, plaatsen we in quarantaine. Daarnaast verplichten we Multi-Factor Authenticatie (MFA) voor accounts van klanten en medewerkers. In 2024 hebben we ook extra verificatiestappen geïmplementeerd voor onze klanten.

Het doel van onze aanpak is om snel te kunnen inspelen en reageren op de steeds veranderende dreigingen in het cyberlandschap. In 2024 bleef het aantal pogingen tot cyberaanvallen stijgen en werden ze geraffineerder. Aanvallers gebruiken daarbij steeds vaker AI en automatisering om VodafoneZiggo en onze klanten te raken. Hierbij blijft de menselijke factor onze belangrijkste én kwetsbaarste verdedigingslinie – zelfs als het gaat om deze geavanceerde digitale bedreigingen. Daarom vernieuwden we in de loop van het jaar onze interne trainingsprogramma's voor digitale beveiliging. We ontwikkelden bijvoorbeeld webinars en e-learnings op maat voor risicogroepen als Finance en Customer Service. Door deze trainingen beter te laten aansluiten op de actualiteit, geven we onze teams meer inzicht in cyberrisico's en in onze verantwoordelijkheid om onze netwerken en stakeholders hiertegen te beschermen. Uit de resultaten van interne phishing-simulaties van 2024 bleek dat onze medewerkers minder snel op verdachte links klikten dan

in voorgaande jaren. Dit geeft aan dat onze bewustwordings- en trainingsactiviteiten bijdragen aan een betere alertheid op digitale dreigingen.

## DE LAT HOOG LEGGEN

Een andere manier waarop we onze prestaties meten, is via onze Cybersecurity Baseline, ontwikkeld door ons moederbedrijf Vodafone Group. Dit kader helpt ons de effectiviteit van onze beveiligingscontroles en -protocollen te bewaken. In 2025 stappen we over op een ander meetsysteem: de Cyber Health and Adaptive Risk Method (CHARM), ook ontwikkeld door Vodafone Group. Extern behaalden we volgens Internet.nl een beveiligingsscore van 87% voor onze e-mailstandaarden voor ons domein @ziggo.nl. Daarbij handhaafden we onze 100% beveiligingsprestaties voor de belangrijkste customer services websitedomeinen van VodafoneZiggo.

We verwachten dat het aantal en de verfijning van cyberaanvallen de komende jaren blijven toenemen. Daarom werken we nauw samen met onze IT-leveranciers en andere externe partners, waaronder de Algemene Inlichtingen- en Veiligheidsdienst (AIVD) en het Nationaal Cyber Security Centrum (NCSC). Samen blijven we investeren in het versterken van onze digitale weerbaarheid. Zo zorgen we ervoor dat onze netwerken goed beschermd blijven en we voorbereid zijn om adequaat te reageren op elke dreiging.

# Data security en data privacy

Binnen het bredere spectrum van cyberbeveiliging zijn de beveiliging en privacy van gegevens een belangrijk aandachtspunt voor onze stakeholders. Miljoenen klanten, maar ook onze eigen medewerkers en partners, vertrouwen hun gegevens toe aan VodafoneZiggo in ruil voor onze hoogwaardige diensten. Daarom gaan we verantwoordelijk om met deze gegevens. We beschermen de persoonlijke informatie en rechten van consumenten én de vertrouwelijke informatie van onze zakelijke klanten. In onze DMA voor 2024 zijn databeveiliging en privacy dan ook benoemd als een belangrijk duurzaamheidsthema (zie Stakeholder engagement and double materiality). Hierin staan details over ons beleid, onze acties, statistieken en doelstellingen.

Onze Privacy Office is verantwoordelijk voor de aanpak en activiteiten van VodafoneZiggo rondom databeveiliging en privacy. In 2024 verwerkte dit team een constante stroom van verzoeken van collega's over datagebruik en impactanalyses. Daarnaast breidde de opdracht van het team zich verder uit, van puur privacyvraagstukken naar thema's als verantwoord AI-gebruik en naleving van dataregelgeving.

## ONZE TEAMS VERSTERKEN

In 2024 begonnen we met de ontwikkeling van een nieuw AI-beleid voor de hele organisatie, ter voorbereiding op de Europese AI-wet. Omdat AI-tools meer gegevens makkelijker toegankelijk maken voor cybercriminelen, streven we ernaar om AI-innovaties op een ethische en verantwoorde manier toe

te passen. Hierbij zorgen we ervoor dat alle noodzakelijke databeveiliging is gewaarborgd. Voordat we bijvoorbeeld besloten om Microsoft Copilot in te zetten bij VodafoneZiggo, hebben we de risico's gedurende enkele maanden in 2024 grondig geëvalueerd en uiteindelijk besloten om de implementatie niet door te zetten. In de tussentijd lanceerden we een nieuw AI-productregister: een interne database voor nieuwe AI-aangedreven VodafoneZiggo-toepassingen en de bijbehorende risico's. Dit register dient ook als zelfevaluatietool voor productontwikkelingsteams, die door het jaar heen deelnamen aan workshops over verantwoord AI-gebruik.

Dit soort interne educatie over verantwoordelijk gedrag is een belangrijke pijler van onze aanpak van databeveiliging en privacy. In 2024 bleven we nieuwe medewerkers verplichten om bij onboarding een online privacytraining te volgen. Daarnaast organiseerden we een Privacy Summit en klassikale cursussen, speciaal voor onze inkopers en producteigenaren. Hierin behandelden we ook onze privacy quick-scan. In dit proces kunnen bedrijfsonderdelen bij nieuwe initiatieven mogelijke privacyrisico's identificeren. Waar nodig kunnen zij vervolgens een diepgaande impactbeoordeling aanvragen bij onze Privacy Office.

### DATA BINNEN HANDBEREIK VAN KLANTEN

Extern zorgen we ervoor dat onze klanten controle houden over hun eigen gegevens. Heeft een VodafoneZiggo-dienst mogelijke privacygevolgen, dan maken we klanten hiervan bewust. Onze Service Scan bij klanten thuis vereist bijvoorbeeld informatie over hun persoonlijke apparaten en woonsituatie om hun internetverbinding te kunnen optimaliseren. In dit soort gevallen vragen we altijd eerst om toestemming, vastgelegd met tijdstempels en andere metadata.

Daarnaast hebben onze klanten toegang tot een persoonlijk privacydashboard via hun Vodafone- of Ziggo-account. Hier kunnen ze een overzicht opvragen van hun persoonlijke gegevens en hun voorkeuren beheren voor communicatiekanalen. Door een vergelijkend onderzoek uit begin 2024 weten we dat ons beveiligde digitale systeem veel eenvoudiger en sneller werkt dan vergelijkbare processen van concurrenten. Deze werken vaak nog per brief.

### ONTWIKKELINGEN IN REGELGEVING

Op nationaal niveau scherpt de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) de regelgeving aan voor dataservices die kunnen worden geboden aan adverteerders als VodafoneZiggo. We hebben regelmatig contact met de AP, onder andere voor overleg over belangrijke onderwerpen en het melden van datalekken. Een datalek definiëren we als een beveiligingsincident waarbij persoonsgegevens per ongeluk of onrechtmatig worden vernietigd, gewijzigd of openbaar gemaakt, verloren gaan of worden verstrekt aan derden. In 2024 meldden we 33 datalekken bij de AP (in 2023: 36).

Daarnaast concludeerde de Rijksinspectie Digitale Infrastructuur (RDI) in 2024 dat de manier waarop Vodafone tussen 2013 en 2019 interne locatiegegevens van een mobiliteitsdienst verwerkte, niet voldeed aan de Telecommunicatiewet. Volgens de RDI had Vodafone de gegevens helemaal moeten anonimiseren voor ze te gebruiken in samenwerkingsprojecten met de overheid en non-profitorganisaties. De mobiliteitsdienst hield in 2019 op te bestaan; toch legde de RDI een boete op van € 160.000. In de onderbouwing van het besluit erkende de RDI wel dat Vodafone maatregelen had genomen om de privacy van abonnees te waarborgen. Ook bevestigde de inspectie dat uit het onderzoek geen ernstige gevolgen of risico's naar voren



kwamen en dat Vodafone de samenwerking vrijwillig had beëindigd voorafgaand aan het onderzoek. Toch oordeelde de RDI dat VodafoneZiggo zich beter aan de Telecommunicatiewet had moeten houden bij de interne verwerking van de locatiegegevens.

In een tweede besluit concludeerde de RDI dat de beveiliging van ons afluistersysteem onvoldoende was. Hiervoor kreeg VodafoneZiggo een boete van €2,25 miljoen. We hebben de regels rondom afluistergegevens naar ons beste weten gevolgd, maar het besluit van de RDI maakte duidelijk hoe we de regels moeten interpreteren. Op basis daarvan pasten we onze systemen aan.

# Onze themagerichte rapportages over cybersecurity, data security en data privacy

## ESRS **S4**

Hoewel VodafoneZiggo nog niet valt onder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Unie (EU), hebben we ervoor gekozen om vrijwillig te rapporteren over een aantal datapunten die worden vereist door de European Sustainability Reporting Standards (ESRS), ter voorbereiding op de naleving. Onze toelichtingen worden gepresenteerd in tabellen aan het eind van de hoofdstukken van de strategische pijlers die betrekking hebben op onze materiële duurzaamheidsonderwerpen (zie [Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit](#)), inclusief details over ons beleid, onze acties, maatstaven en doelen om deze onderwerpen aan te pakken. Onze ESRS-tabellen voor 2024 zijn niet onderworpen aan assurance door onze externe accountant.

### ONS BELEID

Beleidstitel	Doelstellingen	Scope
Algemeen beveiligingsbeleid	Zorgen voor een veilige IT-omgeving en risico's beperken.	Alle medewerkers
Gedetailleerd beleid voor toegang en authenticatie	De toegang tot systemen en gegevens beveiligen en onbevoegde toegang voorkomen.	Alle medewerkers
Beleid voor classificatie, verwerking en vernietiging van informatie	Gevoelige gegevens tijdens de hele levenscyclus beschermen.	Alle medewerkers
Beleid voor registratie, bewaking, retentie en archivering	Beveiligingsincidenten detecteren en erop reageren. Naleving van relevante regelgeving garanderen.	Alle medewerkers
Beveiligingsbeleid voor cloud computing	Zorgen voor een veilige invoering van de cloud en naleving ervan.	Gebruikers van clouddiensten
Netwerkbeveiligingsbeleid	Netwerkinfrastructuur beschermen tegen cyberbedreigingen.	Alle medewerkers
Beleid voor patchbeheer	Zorgen voor tijdige toepassing van patches om kwetsbaarheden te verminderen.	Hygiëne- en defensieteam
Beleid voor veilige levenscyclus van applicatieontwikkeling	Ervoor zorgen dat applicaties veilig zijn van ontwerp tot implementatie.	Ontwikkelaars
Beleid voor veilig systeembeheer en -beveiliging	Veilige IT-infrastructuur en -activiteiten onderhouden.	Systeembeheerders
Beleid voor beveiligingsbeoordeling en -tests	Kwetsbaarheden identificeren door voortdurend te testen.	Hygiëne- en defensieteam
Beleid voor beveiligingsbeheer van leveranciers	Ervoor zorgen dat derden het beveiligingsbeleid naleven.	Relevante leveranciers
Beleid voor phishing-simulatie	Het bewustzijn vergroten en de risico's op phishing-aanvallen verminderen.	Alle medewerkers
Beleid voor het beheer van inbreuken op gegevens	Inbreuken op persoonsgegevens tijdig melden.	Alle medewerkers

Om veiligheidsredenen maken we de details van het beleid dat relevant is voor dit hoofdstuk niet openbaar. De Director of Security ziet toe op al het beveiligingsbeleid. Privacybeleid wordt bijgehouden door de Privacy Office.

## ONZE BELANGRIJKSTE ACTIES IN 2024

Actie	Beoogde resultaten	Reikwijdte
Gewerkt aan het ondersteunen van naleving van regelgeving, zoals RVIT	Naleving van wettelijke vereisten waarborgen	Deze initiatieven zijn relevant voor de hele waardeketen, inclusief interne IT-activiteiten, externe leveranciers en klantgerichte diensten om end-to-end beveiliging en compliance te waarborgen
Cyber Security Baseline Framework verder geïmplementeerd	De veerkracht op het gebied van cyberbeveiliging vergroten	
Behoud van ISO 27001-certificering (Plan-Do-Check-Act; PDCA)	Voortdurende verbetering van het informatiebeveiligingsbeheer met behulp van de ISO 27001-norm en de PDCA-cyclus	

## STATISTIEKEN EN DOELEN OM ONZE PRESTATIES TE METEN

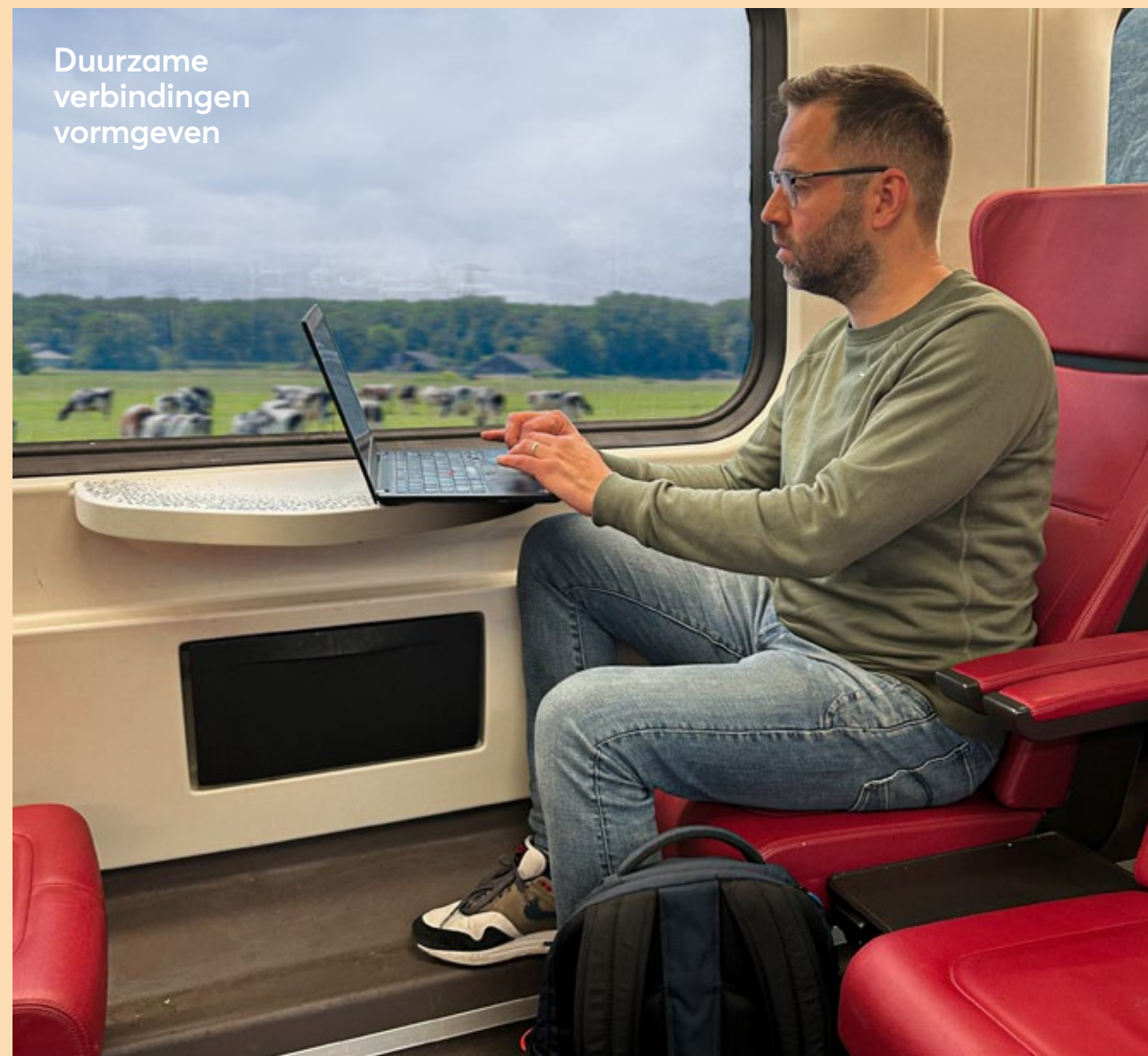
Beschrijving statistieken	Doel	Deadline	Basislijn	2024 resultaat	2023 resultaat
Aantal datalekken dat we melden bij het College Bescherming Persoonsgegevens. 🟡	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.	33	36

Het resultaat over 2024 van indicatoren die binnen de reikwijdte van beperkte zekerheid van onze externe accountant vallen, zijn gemarkeerd met het 🟡-symbool.

## ONZE BETROKKENHEID BIJ STAKEHOLDERS

Kanaal	Groep stakeholders	Frequentie
We bieden verschillende kanalen – zoals speciale ondersteuningsmails, online privacyportals, contactformulieren en hulplijnen – om in te gaan op zorgen van consumenten over gegevensbeveiliging en privacy.	Consumenten	Regelmatig via periodieke updates, jaarlijkse kennisgevingen, bewustmakingscampagnes en proactieve incidentmeldingen.
We passen op maat gemaakte communicatiestrategieën toe – zoals vereenvoudigd taalgebruik, toegankelijke formats en gerichte bewustwordingsprogramma's – om kwetsbare consumenten effectief te betrekken bij datakwesties.	Kwetsbare consumenten	Regelmatig via periodieke updates, jaarlijkse kennisgevingen, bewustmakingscampagnes en proactieve incidentmeldingen.





Duurzame  
verbindingen  
vormgeven

# Mobiele verbindingen op de rails houden

Treinen maken mobiliteit en verbindingen mogelijk voor mensen in het hele land. Maar als het gaat om mobiele connectiviteit, zijn de spoorwegen vaak een bron van frustratie. Omdat veel VodafoneZiggo-klanten regelmatig met de trein reizen – zakelijk of privé – willen we de zogenaamde 'witte vlekken' in het mobiele netwerk aanpakken. Zo houden we iedereen onderweg verbonden.

In 2024 maakten we een vliegende start met ons driejarige project om ons antennenetwerk te verbeteren en de dekking langs de Nederlandse spoorlijnen te versterken. We bouwen nieuwe zendmasten, plaatsen antennes op bestaande plekken en optimaliseren de netwerkinstellingen op 69 verschillende trajecten. Van de drukke lijnen Groningen-Zwolle, Amsterdam-Utrecht en Utrecht-Maastricht tot rustigere stukken spoor.

Hierbij krijgen we te maken met de uitdagingen van tunnels, stedelijke gebieden, afgelegen locaties en vergunningen. Om die het hoofd te bieden, werken we nauw samen met onze spoorweginfrastructuurpartner Cellnex, nationale spoorwegorganisatie ProRail, andere telecomaandieners en betrokken gemeenten. Naar verwachting ronden we het project in 2026 af. Ondertussen zorgen onze verbeteringen ervoor dat Vodafone-klanten onderweg verbonden blijven.

# Endless Entertainment

Introductie

Over VodafoneZiggo

Strategische pijlers



# Endless Entertainment

Van de nieuwste must-see streaming releases tot spectaculaire liveconcerten en topsport: het entertainmentlandschap is dynamischer en veelzijdiger dan ooit. Door in te spelen op de vraag van de consument en de beste content te verzamelen, brengt VodafoneZiggo mensen samen. We stimuleren plezier en creëren onvergetelijke ervaringen. Met onze strategische pijler Endless Entertainment maken we entertainment nóg leuker.

Endless Entertainment bestaat uit onze tv- en streamingplatforms, de unieke content van Ziggo Sport en ons Priority-klantenprogramma. Hiermee bieden we een entertainmentaanbod dat mensen verbindt en VodafoneZiggo onderscheidt.

Indicator	SDGs	Doel 2024	Resultaat 2024	Resultaat 2023
Consumenten met de nieuwste generatie tv-kijkervaring (# in miljoenen)		2.15	2.05	1.79
SmartWifi-pods verstrekt aan consumenten (# in miljoenen)		N.v.t.	3.3	3.0

# Nieuwe fase in tv en streaming

De verschuiving van lineair tv-kijken naar streaming on-demand zette in 2024 door. Het aantal abonnementen op over-the-top (OTT) contentproviders nam toe. En meer klanten dan ooit abonneerden zich op meerdere OTT-platforms tegelijk. Deze groei komt deels doordat OTT-aanbieders nieuwe producten en abonnementsvormen in Nederland lanceren. Consumenten krijgen hierdoor meer keuze en controle over content- en prijspakketten.

VodafoneZiggo begint aan een nieuwe fase van onze strategie als toonaangevende tv- en streamingaggregator. In 2024 rondde we het intensieve integratieproces af van al onze OTT-diensten in ons eigen VodafoneZiggo-ecosysteem. Hieronder vallen Netflix, HBO Max, Videoland en SkyShowtime. Eenvoudigere facturering, geïntegreerde

metazoekfuncties en een gepersonaliseerd dashboard maken het gebruikers makkelijker en intuïtiever om hun favoriete content te vinden en hun accounts te beheren. Daarnaast zijn we doorgeslagen met de uitrol van onze nieuwste entertainment-hardware (zie kader). Aan het einde van het jaar hadden we meer dan 3 miljoen SmartWifi-pods geleverd aan klanten. En ruim 2 miljoen klanten genoten van de nieuwste tv-kijkervaring via onze Mediabox Next en Mediabox Next Mini.

We kunnen nu voortbouwen op deze stevige basis en de kijkervaring verder verbeteren. Dat doen we door nieuwe functies te lanceren voor een soepelere beleving van de onscreen content. Om de beste entertainmentervaring te bieden, is er nog veel werk aan de winkel en moeten we de nodige uitdagingen overwinnen. Zoals het vereenvoudigen van onze IT-infrastructuur en het verbeteren van onze interfaces – bijvoorbeeld door het mogelijk te maken om diensten te bestellen via onze Mediabox. Ondertussen opereren we in een uitdagende stakeholder-omgeving. We zijn voor het realiseren van onze visie namelijk sterk afhankelijk van de steun van onze contentpartners.

## WAARDE CREËREN VOOR ONS EN ONZE STAKEHOLDERS

Een hoogtepunt in 2024 was de bouw van een nieuw systeem om de verkoop van OTT-abonnementen te ondersteunen. Voorheen konden klanten zich alleen via een speciale webpagina abonneren. Na meer dan acht maanden ontwikkeling hebben we nu een platform dat aanmelden mogelijk maakt via onze website, telefonisch bij een klantenservicemedewerker of in een VodafoneZiggo-winkel. We blijven onze OTT-omgeving omzetten naar dit nieuwe systeem. We verwachten met het platform meer omzetgroei te bereiken, en zo extra waarde te creëren voor ons bedrijf en onze stakeholders.



Een ander wapenfeit binnen onze tv- en streamingstrategie in 2024 was de introductie van gerichte tv. Na drie jaar voorbereiding kunnen wij en onze partners RTL en Talpa nu commercials afstemmen op specifieke doelgroepen. Dit maakt reclame relevanter voor onze klanten en waardevoller voor onze partners. Én het draagt bij aan ons doel om langdurige relaties op te bouwen met een positieve impact op diverse groepen stakeholders.

## Toonaangevende entertainment – zonder haperingen

SmartWifi-pods met WiFi 6-standaard: supersnelle connectiviteit om gelijktijdige toepassingen te ondersteunen.

Met onze hoogwaardige hardware en software willen we een 360-graden kijkervaring creëren. Met Ziggo GO kunnen gebruikers bijvoorbeeld een programma dat ze op hun telefoon kijken onderweg pauzeren. Bij thuiskomst kijken ze op hun tv naadloos verder waar ze gebleven waren.

Om de thuisnetwerken van onze klanten nog beter te maken, hanteren we een gepersonaliseerde aanpak voor onderscheidende entertainmentervaringen. Heeft een klant de benodigde datatoestemmingen gegeven, dan kunnen wij bijvoorbeeld Service Scans uitvoeren op de thuisomgeving. Ook is het dan mogelijk om proactief ondersteuning te bieden als onze systemen een prestatieprobleem constateren.



Mediabox Next en Mediabox Next Mini: de nieuwste generatie tv-kijken ervaring, milieuvriendelijker dan ooit.



Connectbox-modem: een mesh-WiFi-toegangspunt in een thuisopstelling.



Ziggo GO-app: beschikbaar in de EU op tv's, smartphones, laptops en tablets voor entertainment op elk moment, overal en op elke manier.



# Ziggo Sport

Met de zes tv-kanalen van Ziggo Sport bieden we onze klanten toegang tot een uniek sportaanbod. Dit blijft een van de belangrijkste elementen waarmee we ze aantrekken en binden. Ons doel is dan ook dat mensen ons gaan zien als dé thuisbasis voor sport in Nederland.

# Klanten kiezen voor Ziggo vanwege Ziggo Sport

12%  
2023



26%  
2024



	2024	2023
Klanten kiezen voor Ziggo vanwege Ziggo Sport	26%	12%
Klanten die bij Ziggo blijven vanwege Ziggo Sport	41%	40%
Kijkers tevredenheid	92,5%	91,5%

## AFTRAP VAN UEFA

In 2024 startte ons exclusieve driejarige uitzendcontract voor drie internationale voetbalcompetities onder de vlag van UEFA: de Champions League voor mannen, de Europa League en de Conference League. Dit was niet alleen het hoogtepunt voor ZiggoSport, maar voor heel VodafoneZiggo. We hebben hiermee namelijk een primeur te pakken: als eerste in Nederland brengen we meer dan 500 UEFA-clubwedstrijden per jaar samen op één plek. Zo bieden we klanten nog meer toegang tot alle drama en emotie rondom topvoetbal – niet voor niets de populairste sport van het land.

Onze UEFA-programmering was al meer dan anderhalf jaar in de maak. In november 2022 kregen we de rechten toekend. De eerste kwalificatiewedstrijden van seizoen 2024/2025 waren in augustus 2024. Het enorme aantal kijkers, hun hoge verwachtingen en het emotionele karakter van de sport zorgden voor een hoge druk. We wilden dat niemand ook maar één moment van een wedstrijd zou missen. Om vanaf het eerste fluitsignaal een uitzonderlijke ervaring te leveren, werkten teams van VodafoneZiggo – waaronder IT, Customer Operations en Marketing – nauw samen met ons moederbedrijf Liberty Global.

Een van de uitdagingen was om de Ziggo GO-app te updaten. Dat is gelukt: het is nu mogelijk om wedstrijden te kijken op meer apparaten – thuis en onderweg. Daarnaast hebben niet-klanten en klanten zonder account via de app gratis toegang tot alle wedstrijden van Nederlandse clubs en de finales. Met ons Ziggo Sport Totaal-pakket kunnen klanten kiezen uit maximaal achttien gelijktijdige live UEFA-wedstrijden. Deze worden gestreamd via de app en uitgezonden op onze Ziggo Sport-kanalen.

Eind 2024 hadden we het hoogste aantal lineaire kijkers voor één UEFA-wedstrijd: bijna 1 miljoen mensen keken naar Ajax-Slavia Praag. Daarbovenop kregen de hoogtepunten van deze wedstrijd meer dan 137.000 views op YouTube. We willen voortbouwen op deze vliegende start via on- en offline-campagnes. Zo bouwen we aan de nog grotere bekendheid van Ziggo Sport als de nieuwe thuisbasis van UEFA Cup-voetbal. Dit sluit aan bij onze multichannel-aanpak van sport. Hierin omarmen we alle mogelijke manieren waarop gepassioneerde fans en gelegenhedskijkers genieten van sportcontent. In 2024 hebben we de betrokkenheid via niet-traditionele kanalen dan ook verder vergroot: Ziggo Sport bereikte 2,8 miljoen volgers via onze verschillende socialmediakanalen.



Volgers	Instagram	Facebook	X	TikTok	YouTube	LinkedIn	Pinterest
<b>2024</b>	104,440	145,008	127,418	640,979	697,000	1,104	191,538
2023	93,248	140,450	126,132	595,914	643,000	526	87,263
Weergaven	Instagram	Facebook	X	TikTok	YouTube	LinkedIn	Pinterest
<b>2024</b>	83,236,267	113,321,167	20,077,947	192,667,154	108,789,529	43,515	1,708,552
2023	77,655,030	58,177,660	33,589,944	105,756,235	104,196,185	25,351	762,581

## ALLES OVER DE SFEER

Ook los van de UEFA heeft ons Ziggo Sport-team het afgelopen jaar hard gewerkt om onze 24-uurs sportmedia-operatie te verbeteren. We richten ons op de populairste sporten in Nederland: voetbal, Formule 1 en (inter)nationale evenementen. Daarnaast willen we onze klanten een zo breed mogelijk sportaanbod bieden. In 2024 besteedden we daarom ook aandacht aan tennis en golf. En we vernieuwden we onze uitzendrechten voor onder meer rugby, atletiek en MotoGP.

Aan het begin van het jaar openden we een nieuw kantoor met een hypermoderne studio in Hilversum. Dit was het resultaat van een grootschalig project om de kijkervaring van sportliefhebbers te verbeteren. De studio is professioneler, sfeervoller en energiezuiniger dan zijn voorganger. Hiermee maken we topsport tastbaarder en zorgen we voor spanning en verbinding in huiskamers, clubhuizen en sportcafés. Zo kunnen Ziggo Sport-presentatoren nu interactieve visuele analyses laten zien via touchscreens. Onze nieuwe led-schermen vormen daarbij een haarscherpe achtergrond, die in een fractie van een seconde de sfeer verandert. Ook delen we op de schermen de laatste inzichten van onze nieuwe statistiekenpartner OPT. Buiten de studio verwelkomen we het publiek in de Ziggo Sport Bar. Deze bar fungeert ook als nieuwe, inspirerende vergaderlocatie voor VodafoneZiggo-collega's. Vanuit het hele land is de Ziggo Sport locatie gemakkelijk bereikbaar per trein.



### VAN ON-SCREEN BETROKKENHEID TOT OFFLINE IMPACT

Onze nieuwe studio is een publiekstrekker. Tegelijkertijd ondersteunt de locatie onze inzet om het beste omroeptalent aan te trekken. Zo verwelkomden we in 2024 de bekroonde presentatoren Hélène Hendriks, Noa Vahle, Sam van Royen en Armin Shah. Hiermee zijn de verbeterde Ziggo Sport-faciliteiten de thuisbasis van onze sterkste en meeste diverse talentenpool ooit.

Door ons team van toonaangevende presentatoren, analisten en commentatoren uit te breiden, komen we onze nieuwe UEFA-verplichtingen na. En dat niet alleen: we trekken ook een breed publiek aan buiten de groep kijkers van traditionele sportuitzendingen. Nog steeds is live sport een uitzondering op de algemene daling van kijkcijfers binnen lineair entertainment. Maar het blijft

een grote uitdaging om de jonge generatie sportliefhebbers aan ons binden. Die gaan we aan via onze digitale multichannel-strategie, met onder meer onze YouTube-show Kick 't Met en andere socialmediacontent.

Ook onze vele activiteiten met partners stimuleren nauwe verbinding met sportliefhebbers. Zo promoten we jeugdsport in samenwerking met de nationale tennis-, atletiek- en rugbybonden. Ook zetten we Ziggo Sport Race Cafés op bij de Grand Prix van Zandvoort en TT Assen MotoGP. En we sponsoren sporters, onder wie tennisser Botic van de Zandschulp en MotoGP-coureur Collin Veijer.

# Vodafone Ziggo Priority

Van sport tot podium: offscreen entertainment biedt mensen de kans om elkaar te ontmoeten via persoonlijke ervaringen – iets wat onze klanten steeds meer waarderen in onze digitale samenleving. Met ons Priority-programma krijgen zij via Vodafone en Ziggo voorrang bij toegang tot live evenementen. Hierbij worden on- en offscreen beleving gecombineerd voor een ultieme entertainmentervaring. Met meer dan 350 Priority-evenementen in 2024 was de vraag groter dan ooit, met een stijging van 84% jaar op jaar, in het aantal Priority-gebruikers.

## LAAT ONS JE ENTERTAINEN

Muzikale hoogtepunten in 2024 waren onder meer de voorverkoop voor Simply Red, Anouk, Andrea Bocelli en Robbie Williams. Dit laat zien dat onze merkpartners ons vertrouwen met grote concerten, zelfs in een concurrerende markt. Een van onze exclusieve evenementen was 'The Tribute:

Battle of the Bands' in april. De Ziggo Dome was hiervoor vier keer uitverkocht met in totaal 60.000 kaarten. De komende jaren willen we meer Priority -exclusives organiseren. Hiermee komen we tegemoet aan de vraag naar live entertainment onder verschillende doelgroepen.

In 2024 breidden we ons Priority-assortiment uit met musicals en kregen onze klanten vroege toegang tot de ticketverkoop voor Lowlands, een van de grootste muziekfestivals van Nederland. Een andere innovatie was onze gratis upgrade voor Priority-gebruikers die via een ander platform een ticket hadden gekocht voor een Ziggo Dome-evenement. Deze klanten kregen toegang tot een speciale entree en garderobe en een gratis glas bubbels.

## DUURZAAM LIVE-ENTERTAINMENT ONDERSTEUNEN

Ook op sportgebied scoorden we in 2024 hoogtepunten. Dankzij ons UEFA-partnerschap konden we voorrangskarten verloten: voor de wedstrijden van onze vaste partner Ajax én voor die van alle andere Nederlandse voetbalclubs in Europese competities. Daarnaast lanceerden we het Support the Supporter-initiatief (het samenbrengen van supporters bij hun lokale club om wedstrijden op televisie te bekijken) en boden we de kans voor oudere voetbalfans om samen live thuiswedstrijden te beleven.

In 2024 verlengden we ons merkpartnerschap met Ajax als hoofdsponsor van de club. Samen voerden we verschillende maatschappelijke projecten uit. Zoals de oprichting van Ajax Radio. Dit initiatief verbetert de toegankelijkheid van het stadion voor mensen met een visuele beperking door wedstrijdcommentaar beschikbaar te maken via hun persoonlijke apparaten, overal in het stadion.



Of het nu sociaal of ecologisch is: duurzaamheid bespreken we met al onze Priority-merkpartners. Van het toegankelijker maken van de Johan Cruijff ArenA en Ziggo Dome voor mensen met een beperking tot het betrekken van festivalorganisatoren bij verantwoord afvalbeheer. Ons doel is helder: nu meer mensen entertainmentervaringen bieden van hoog niveau en tegelijkertijd helpen om onze planeet te beschermen voor morgen.

Duurzame  
verbindingen  
vormgeven

# UEFA Europees voetbal

op één plek bij  ZIGGO  
SPORT



Vanaf augustus beleef je al het UEFA Europees voetbal op één plek bij Ziggo Sport.

## Een overwinning voor voetbalfans

Ziggo Sport is in Nederland sinds augustus 2024 de thuisbasis van Europees voetbal. Met onze exclusieve driejarige uitzendrechten voor de UEFA Champions League, Europa League en Conference League brengen we deze belangrijke clubcompetities samen. Dit is een primeur voor de Nederlandse markt. Kijkers van Ziggo Sport kunnen elk jaar meer dan vijfhonderd wedstrijden live volgen en kiezen uit maximaal achttien wedstrijden die tegelijkertijd plaatsvinden. De wedstrijden van alle deelnemende Nederlandse clubs én de drie toernooifinales blijven voor iedereen in Nederland gratis te bekijken.

Zoals geldt voor alle vormen van content, verandert ook het kijkgedrag van sportfans door technologische ontwikkelingen en veranderende voorkeuren. Voor VodafoneZiggo is het de uitdaging om te voldoen aan de lineaire en streamingbehoefte van verschillende doelgroepen. Daarom hebben alle voetbalfans toegang tot de Ziggo GO app, of ze nu een Ziggo Sport-, Ziggo Sport Totaal account of kijken via Ziggo Sport Free. Deze hub voor onze UEFA-uitzendingen is beschikbaar op diverse slimme apparaten en online, zelfs zonder registratie.

De voetbalfans behoren tot de miljoenen huishoudens die Ziggo GO dagelijks gebruiken om sport en andere programma's te streamen. We begrijpen ook dat veel mensen nog niet gewend zijn aan kijken via een app. Daarom bieden we app-gebruikers zelfbedieningsondersteuning via instructievideo's en stap-voor-stapbegeleiding. Ook kunnen gebruikers rekenen op persoonlijke hulp via de chat of telefoon of in winkels.



# Best Business Solutions

Introductie

Over VodafoneZiggo

Strategische pijlers



# Best Business Solutions

Onze digitale economie verandert snel. Bedrijven krijgen hierdoor te maken met nieuwe kansen én uitdagingen. Binnen dit speelveld is VodafoneZiggo voor zakelijke klanten – in alle soorten en maten – een echte partner in vooruitgang. We helpen hen te floreren in een wereld die steeds digitaler en duurzamer wordt.

Onze strategische pijler Best Business Solutions benut de kennis van Vodafone Business en de toegang tot wereldwijde expertise. We ontwikkelen voor bedrijven duidelijke, eenvoudige en schaalbare proposities. Hierdoor zijn we veel meer dan een katalysator voor connectiviteit. We zorgen voor de veiligheid, productiviteit en innovatie waarop onze klanten – en de bredere economie – vertrouwen. In hun dagelijkse bedrijfsvoering én voor duurzame groei op de lange termijn.

Indicator	SDGs	Doel 2024	Resultaat 2024	Resultaat 2023
IoT-abonnees in Nederland (#sims in miljoenen)	9 11	2.3	2.4	2.3

# Voldoen aan B2B wensen

De uitdagingen waar bedrijven voor staan, zijn fors: een veranderende economie, een krappe arbeidsmarkt, toenemende cyberdreigingen en groeiende druk om duurzaam te opereren. Voor hun activiteiten zijn ze afhankelijk van snelle en betrouwbare connectiviteit. Onze klanten vertrouwen dan ook op Vodafone Business voor de levering hiervan. Wat we ook doen: extra waarde toevoegen aan elke verbinding. Met onze klantgerichte proposities helpen we publieke en private organisaties hun ambities waar te maken in de nieuwe wereld van werk. Dat doen we als enige internationale merk in Nederland met een uitgebreid scala aan telecom-, IT- en beveiligingsdiensten voor bedrijven.



Onze klanten variëren in formaat, industrie en sector. Van kleine kantoren en thuiswerkers (SOHO) tot midden- en kleinbedrijven (mkb). En van grote internationale bedrijven tot overheidsinstanties. Om aan hun uiteenlopende behoeften te voldoen, werkt VodafoneZiggo samen met een internationaal netwerk van partners en leveranciers. Gezamenlijk leveren we oplossingen van hoge kwaliteit. In 2024 was het resultaat van onze Vodafone Business NPS +10 (2023: +6), wat aangeeft hoe waardevol onze oplossingen zijn.

### STIMULEREN VAN PRODUCTIVITEIT OP DE WERKVLOER

Veilige en naadloze verbindingen zijn cruciaal. Maar we willen onze zakelijke klanten meer bieden. Dit begint met het mogelijk maken van hun digitale transformatie. We helpen bedrijven zich voor te bereiden op de toekomst van werken. Bijvoorbeeld door hun bel-infrastructuur te migreren van Skype for Business naar Microsoft Teams. En door hun IT-portefeuilles over te zetten naar cloud- en OTT-gebaseerde systemen, zoals ons nieuwe One Net-pakket. Samen met klanten brengen we eerst hun behoeften in kaart. Zo kunnen we hen optimaal ondersteunen bij het implementeren van een toekomstbestendige IT- en telefonie-infrastructuur. Met oplossingen op maat helpen we hen nieuwe kansen te benutten die aansluiten bij de verwachtingen van hun medewerkers, klanten en andere stakeholders.

Voor de ontwikkeling van geavanceerde zakelijke proposities bundelt Vodafone Business de krachten met een groeiend netwerk van (internationale) technologiepartners en de wereldwijde Vodafone-organisatie. In 2024 lanceerden we een nieuwe samenwerking met Microsoft en E-Office om onze hybride werkoplossing voor het mkb te verbeteren. Aan het einde van het jaar hadden we een proof of concept

geïmplementeerd op werkplekken van klanten. Hierop voortbordurend investeren we in 2025 verder in dit portfolio en in de uitbreiding van onze sterke partnerschappen. We zijn ook gestart met de uitrol van een innovatief telefonieproduct bij meer dan veertig gemeenten in Nederland. Door bellen via Microsoft Teams te combineren met ons cloudgebaseerde storm™-platform, tilt GT Connect 2 de klantcontactervaring naar een hoger niveau – voor medewerkers én consumenten van onze klanten. Voor Vodafone Business speelde deze ontwikkeling een sleutelrol in het winnen van een belangrijke nieuwe aanbesteding van gemeenten voor contactcenter-oplossingen met beveiligde connectiviteit.

Ondertussen werkten we samen met Sony Nimway en Zens aan innovatieve systeemintegraties voor het Internet of Things (IoT), geleverd via slim verbonden kantoormeubilair. De vraag naar IoT-oplossingen groeit snel. Vodafone Business – door Gartner erkend als wereldleider in IoT-connectiviteit – had aan het einde van het jaar 2,4 miljoen IoT-abonnees. Smart building

devices, waarmee bedrijven hun ecologische impact kunnen monitoren en verminderen, zijn heel belangrijk. Zeker nu de verwachtingen van de consument rondom duurzaamheidsprestaties en transparantie toenemen. Om onze ecologische footprint en die van onze klanten te verkleinen, werken we ook met leveranciers en partners in onze b2b-waardeketen aan verbeteringen op duurzaamheidsgebied.

We weten dat de behoeften en het gedrag van onze SOHO-klanten anders zijn dan die van grotere organisaties. Daarom hebben we in 2024 onze klantenondersteuning voor deze groep uitgebreid, voor IT-vragen en voor mobiele oplossingen. Ook is de toegankelijkheid van onze vaste en mobiele contactpunten verbeterd, in overeenstemming met de Europese toegankelijkheidswet (EAA). Daarnaast werken we aan het verder optimaliseren van onze slimme kantooroplossingen voor kleine ondernemers. Hiervoor gebruiken we de consumentenkennis en de smart home-functionaliteiten van de b2c-activiteiten van VodafoneZiggo.

### HOE IOT DE TOEKOMST VAN HET BEDRIJFSLEVEN VORMGEEFT

Veel bedrijven in Nederland tillen innovatie naar een hoger niveau. Daarom lanceerden Vodafone Business en The Next Web in 2024 de IoT Challenge. Het doel: innovatieve leiders helpen om verder te groeien.

Voor dit initiatief presenteerden Heineken Experience, VodafoneZiggo Retail en Trigion (onderdeel van Facilicom Group) belangrijke uitdagingen binnen hun sector. Start-up Sensing Feeling en scale-up PFM gingen deze uitdagingen aan. Beide bedrijven innoveren met IoT en werden geselecteerd uit een pool van tientallen jonge en groeiende bedrijven. Met uitgebreide wereldwijde ervaring in IoT, begeleidde Vodafone Business de ondernemingen bij het toepassen van deze krachtige technologie. Dit is de sleutel tot het oplossen van urgente uitdagingen en het opbouwen van toekomstbestendige bedrijven.

## VEILIGHEID HOOG OP DE AGENDA

Digitalisering biedt onze zakelijke klanten enorme kansen, maar brengt ook risico's met zich mee. Cyberweerbaarheid blijft daarom een topprioriteit, zeker nu aanvallen steeds frequenter en geavanceerder worden. Ongeveer een op de drie mkb-bedrijven krijgt te maken met IT-beveiligingsincidenten (bron: [Cybersecuritymonitor 2023 | CBS](#)). Dit risico beperkt zich niet tot het mkb, maar geldt ook voor andere organisaties in ons klantenbestand. Zoals veel overheidsinstellingen en ziekenhuizen, en ook andere organisaties waarvoor cyberveiligheid een kwestie van (nationale) veiligheid is.

Bij VodafoneZiggo blijven we dan ook fors investeren in de bescherming van onze eigen netwerken en die van onze klanten. Met ons uitgebreide aanbod van producten en diensten helpen we klanten hun data en netwerken te beveiligen. En zo te voldoen aan alle regelgeving die hiervoor nodig is. Denk aan de Europese richtlijn voor netwerk- en informatiebeveiliging (NIS2), die nu in de Nederlandse wetgeving is geïmplementeerd. De grootste toevoeging aan ons portfolio in 2024 was een nieuwe cloud-netwerkbeveiligingsoplossing, ontwikkeld samen met onze partner Cisco. Deze oplossing is een kernonderdeel van ons aanbod Secure Access Service Edge (SASE). Hiermee combineren we cloudgebaseerde beveiligingsoplossingen met hoogwaardige verbindingen.

## VAN INSPIRATIE TOT INNOVATIE

Bij VodafoneZiggo gaan we verder dan het aanbieden van producten en diensten. We ondersteunen onze zakelijke klanten ook met inzichten over relevante en nieuwe thema's. In 2024 trok ons online kenniscentrum V-Hub 75.078 bezoekers (in 2023: 121.522). Hieruit blijkt dat er vraag is naar onze expertise en praktische ondersteuning, variërend van beveiliging tot IoT. We breidden ook onze samenwerking met verschillende b2b-influencers uit. Én we organiseerden fysieke netwerkevenementen voor leden van onze business community. Een van deze initiatieven, onze serie TechTalks, won in 2024 de Grand Prix Content Marketing Award.

## GREEN INNOVATION HUB: HET HART VAN DUURZAME DIGITALE ONTWIKKELING

Onze Green Innovation Hub in Almere stelt ons in staat onze technologische expertise te combineren met de uiteenlopende capaciteiten van onze partners. Samen versterken we onze maatschappelijke impact door digitale, natuur-inclusieve en duurzame oplossingen mogelijk te maken via onze VodafoneZiggo-netwerken en slimme applicaties.

Tussen nu en 2032 worden honderden woningen gebouwd in het hart van Almere, een nieuw woongebied genaamd Hortus Almere. Dit is een blauwdruk voor Pampus Almere met 35.000 woningen en duizenden werkplekken. Hortus dient als een open innovatieomgeving voor digitale toepassingen die een unieke en prettige ruimte creëren om te wonen en te werken. Via onze Hub werkt VodafoneZiggo samen met inspirerende start-ups, scale-ups en andere innovatieve bedrijven om deze visie te realiseren.

Andere opvallende projecten zijn onder andere het Huis van Morgen, met smart-home toepassingen en verbonden werkplekken waar we sensoren en onze IoT-oplossingen gebruiken om inzicht te krijgen in de duurzaamheid van de gebouwen. Ook integreren we onze vaste en mobiele netwerken in slimme lantaarnpalen, waarbij we deze infrastructuur combineren met slimme, schone en niet-ontvlambare batterijen die de continuïteit van het netwerk waarborgen en bijdragen aan het oplossen van het fileprobleem in Nederland. Daarnaast ondersteunen we innovatieve scale-ups die robots en ons 5G-netwerk gebruiken om de hoeveelheid CO<sub>2</sub> in de lucht en geabsorbeerd door bomen en planten te meten.





# Een digitale vluchtstrook voor noodcommunicatie

Elke zomer doen tienduizenden mensen mee aan de Nijmeegse Vierdaagse (ook wel 4Daagse). Vier dagen lang wandelen ze tot 50 km per dag. Voor hulpdiensten is het een flinke uitdaging om de veiligheid voor al deze deelnemers én hun supporters te waarborgen. Om de menigte te beschermen, zijn ze afhankelijk van stabiele en kwalitatieve communicatie. In 2024 bundelden we bij VodafoneZiggo onze krachten met Spinnov en Fieldlab, om een nieuw IoT-apparaat te testen dat de reactietijden versnelt.

Door de hoge concentratie smartphones tijdens de 4Daagse staan de mobiele netwerken onder druk. Onze oplossing voegt extra capaciteit toe en zorgt voor een betere coördinatie van de reacties van de verschillende hulpdiensten. Het IoT-apparaat, dat we door Spinnov lieten ontwikkelen, stuurt met één druk op de knop een GPS-locatie en bericht naar de meldkamer in Apeldoorn. De betreffende hulpdienst krijgt vervolgens voorrang op een deel van het netwerk: een soort digitale vluchtstrook, gecreëerd via Vodafone Business' LTE-M-technologie met slicing-functionaliteit. De politie, brandweer en/of ambulancediensten kunnen hierdoor snel ingrijpen vanuit Apeldoorn. Op deze manier draagt VodafoneZiggo bij aan het waarborgen van de veiligheid tijdens het grootste gratis festival van Nederland.



# Smart Digital Experience

De digitale transitie verandert onze maatschappij ingrijpend. Data, automatisering en AI hebben steeds meer invloed op de telecomindustrie en onze klanten. Bij VodafoneZiggo zetten we de digitalisering op een verantwoorde manier in. Ons doel: een eenvoudige, slimme en persoonlijke klantervaring bieden.

Onze strategische pijler Smart Digital Experience brengt de datagestuurde oplossingen die we voor onze klanten ontwikkelen samen met de digitale transformatie die in onze organisatie plaatsvindt. Door deze slimme combinatie kunnen we speciale diensten leveren, ons onderscheiden met ons aanbod in een concurrerende markt én voldoen aan de verwachtingen van medewerkers en klanten.

Indicator	SDGs	Doel 2024	Resultaat 2024	Resultaat 2023
Net Promoter Score (NPS) Ziggo consument ✓		10	5	-1
Net Promoter Score (NPS) Vodafone consument ✓		25	21	18
Net Promoter Score (NPS) Ziggo Zakelijk ✓		0	-8	-7
Net Promoter Score (NPS) Vodafone Business ✓		10	10	6
Net Promoter Score (NPS) hollandsnieuwe ✓		N.v.t.	31	35

De indicatoren die binnen de reikwijdte vallen van beperkte controle door onze externe accountant, zijn gemarkeerd met het ✓-symbool.



# Uitzonderlijke klantervaring

In de huidige telecommarkt is het een uitdaging om je te onderscheiden op productniveau. Onze klanten verwachten dan ook een uitstekende connectiviteit, aantrekkelijke content én een meer dan positieve ervaring met onze dienstverlening. Door hierop in te spelen, zorgen we voor een uitzonderlijke klantervaring en versterken we loyaliteit. Onze strategie richt zich op front- en back-end-oplossingen voor onze klantenservice en op heldere, effectieve communicatie. Hoewel opkomende technologieën en digitale hulpmiddelen onmisbaar zijn, blijft persoonlijk contact een belangrijke rol spelen. Daarom zetten we in op digital-first klantreizen, met live assistentie voor wie liever geen gebruik maakt van zelfbedieningskanalen.

## THE POWER OF CONVERGENCE

Dit doel is verankerd in onze nieuwe Vodafone- en Ziggo-app in één, die in mei 2024 werd gelanceerd (zie [casestudy](#)). Door de functionaliteit en inhoud van de apps Mijn Vodafone en Mijn Ziggo te combineren en te verbeteren, is dit nieuwe platform het startpunt voor elke klantreis. We leiden gebruikers zo naar de best passende oplossing of het meest geschikte kanaal, of dat nu digitaal of persoonlijk is. Het gemak van het gecombineerde platform uitte zich in een positief Net Promotor Score (NPS)-resultaat en meer dan 1 miljoen actieve gebruikers eind 2024.

Voor zakelijke klanten vertaalden we dezelfde aanpak naar ons One Entrance-portaal: een alles-in-één-dashboard dat meerdere selfserviceportals samenvoegt. Het dashboard verbindt ook verschillende digitale stappen van het klanttraject: van inspiratie via V-Hub en online aankopen tot ondersteuning en het volgen van bestellingen. Via One Entrance kreeg het mkb toegang tot onze nieuwe Digital Engine, die we in 2024 introduceerden. Hiermee kunnen bedrijven mobiele abonnementen en apparaten volledig geautomatiseerd bestellen. In 2025 breiden we Digital Engine uit met breedbandinternet, Microsoft Teams en andere zakelijke producten.

## GEDREVEN DOOR DATA

Data spelen een steeds grotere rol in het verbeteren van onze klantoplossingen en communicatie. Dit is in lijn met onze datagedreven ambities. In 2024 gebruikten we NPS-data om een nieuwe strategie voor consumentencontact te ontwikkelen, die we in 2025 uitrollen. Door klantgegevens te analyseren, helpt NPS ons om de klanttevredenheid, loyaliteit en kostenefficiëntie te verbeteren. Het doel: langetermijnwaarde creëren voor onze klanten en ons bedrijf. Dit is een stap vooruit maar toch zien we nog kansen om de kwaliteit en toepassing van onze data verder te verbeteren. Daarom blijven we in 2025 onze dataverzameling en -analyse verfijnen. Op deze manier kunnen we geassisteerde, zelfbedienings- én hybride interacties verder versterken en nog meer positieve klantervaringen realiseren. Hetzelfde geldt voor onze b2b-activiteiten. Hiervoor hebben we in 2024 de datakwaliteit flink verbeterd, om beter inzicht te krijgen in onze klanten en hun behoeften.

## MENSEN CENTRAAL STELLEN BIJ KLANTENSERVICE

Bij VodafoneZiggo weten we dat uitstekende klantervaringen beginnen bij onze medewerkers. In 2024 verhoogden we de motivatie, betrokkenheid en prestaties van onze klantenservice-medewerkers met nieuwe initiatieven.

Om het contact met de klant te verbeteren, breidden we het mandaat van onze frontline-adviseurs uit. Hierdoor kregen ze meer beslissingsverantwoordelijkheid en eigenaarschap. Dit droeg in 2024 bij aan onze hoogste betrokkenheidsscore ooit onder contactcentermedewerkers. Ook waren de ziektecijfers lager en daalde het personeelsverloop flink. Tegelijkertijd hebben we niet alleen onnodig klantcontact met VodafoneZiggo met 25% verminderd, maar ook onze NPS (die de bereidheid van een klant meet om ons aan te bevelen op basis van zijn contactervaring) verhoogd tot +13 (2023: +5). Eind 2024 had hollandsnieuwe een NPS-resultaat van +31 en werd door de Consumentenbond uitgeroepen tot de beste mobiele provider van Nederland, met een totaalscore van 8,5 uit 10.

We breidden in 2024 ook onze gespecialiseerde technische ondersteuningsteams uit. Sinds 2022 is onze WiFi Crew aangevuld met gespecialiseerde teams die zich richten op entertainment, connectiviteit, administratie en andere klantbehoeften. Deze teams lossen individuele klantuitdagingen op. Bij de aanpak van complexe problemen krijgen ze ondersteuning van onze Tech Desk. En waar nodig sturen ze aan op proceswijzigingen of productverbeteringen. In ons Improvement Loop-portaal werden in 2024 meer dan 3.500 tickets geregistreerd. Dit laat de proactieve inzet zien van onze gespecialiseerde teams en de sterke samenwerking tussen onze Customer Operations-, Commercial- en Technology Operations-teams.

## DIGITALE EMPOWERMENT

Door gebruik van data, automatisering en AI kunnen onze klantgerichte medewerkers hoge kwaliteit service bieden. Vanaf 2025 helpt onze generatieve AI-ondersteuning hen met automatische samenvattingen en live suggesties tijdens gesprekken en chats. Denk hierbij aan het controleren van real-time WiFi-verbindingen en het waarschuwen voor problemen. Ook onze technicians op de weg profiteren van digitale oplossingen. Zoals spraakherkenningssoftware voor het vastleggen van notities. Ondertussen voorspelt onze Datarobot de kans op het oplossen van problemen op afstand. Dit verbetert de triage en versnelt technische ondersteuning.

Deze technologieën helpen onze teams om klantproblemen vlotter op te lossen én te voorkomen. Intussen kunnen ze zich op kritieke momenten focussen op de persoonlijke touch. Dit versterkt de persoonlijke band die onze klanten verwachten in deze digitale wereld. Om gebruik van de tools te ondersteunen, zorgen we dat ze goed aansluiten bij de behoeften van onze teams en dat ze breed geaccepteerd worden. Dit doen we in goed overleg met relevante focusgroepen.

# NPS resultaat hollandsnieuwe



hollandsnieuwe is door de Consumentenbond uitgeroepen tot Beste uit de Test in het derde kwartaal van 2024, gedreven door onze focus op klanttevredenheid en uitmuntende service, ondersteund door toegewijde medewerkers en een digital-first aanpak met naadloze ondersteuning via onze innovatieve chat- en voicebot, Anouk

# Digitale organisatie

Onze eigen organisatie ondergaat ook een digitale transformatie. Een van onze grootste prestaties in 2024 was de voltooiing van de integratie van de back-end IT-systemen voor klanten van Vodafone en Ziggo. Door deze integratie kunnen we efficiëntere en modulaire systemen bouwen voor een toekomstbestendige digitale backbone. De migratie heeft al concrete resultaten opgeleverd. Zoals het nieuwe Customer Relationship Managementsysteem (CRM) van 2023 en de gezamenlijke VodafoneZiggo-app in 2024. In onze B2B-activiteiten hebben we de gebruikerservaring verbeterd en het aantal portals met vier teruggebracht door ze naadloos te integreren in het MyVodafone Business-ecosysteem.

## VERDERE ONTWIKKELING VAN AI

In 2024 hebben we (generatieve) AI-tools verder geïntegreerd in onze interne processen. Zoals GitHub-ondersteuning voor ontwikkelaars. Onze medewerkers kunnen nu ook een op maat gemaakte chatbot gebruiken voor HR-vragen.

Duidelijk is dat de implementatie van AI uitdagingen met zich meebrengt. Tegelijkertijd zijn we ervan overtuigd dat verantwoorde inzet veel mogelijkheden biedt: voor operationele, efficiëntie, marktdifferentiatie en de medewerkerservaring. Daarom bieden we digitale en AI-leertrajecten die onze mensen helpen nieuwe tools maximaal te benutten en professioneel te groeien. In 2025 blijven we belangrijke AI-kansen verkennen om aan de behoeften van onze stakeholders te voldoen.

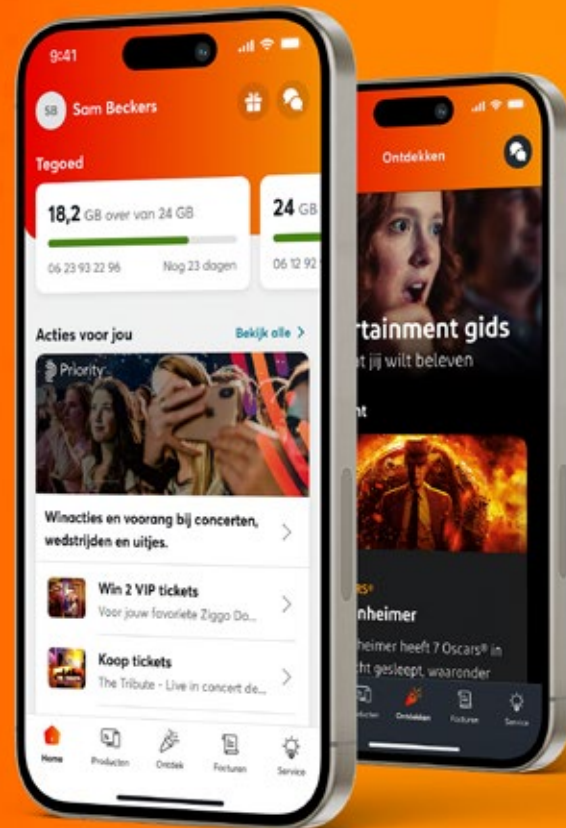
## END-TO-END-AANPAK OM WAARDE TE CREËREN

In 2024 hebben we nieuwe 'value streams' opgezet: cross-functionele teams die zich richten op efficiënte en tastbare verbeteringen in specifieke klantproposities en klantreizen. In onze Smart Digital Experience-activiteiten voor consumenten wordt deze aanpak standaard. En onze b2b-teams onderzoeken hoe ze de inzichten kunnen gebruiken voor zakelijke klanten. Een hoogtepunt in 2024 was de stijging van de NPS van nieuwe klanten, dankzij verbeteringen in onze Orientation- en Onboarding-journeys.

Om onze waardeketen te ondersteunen, lanceerden we in 2024 'Home of the Customer' op ons Central Office in Utrecht. Tijdens focusgroepsessies presenteren we nieuwe concepten aan klanten en verzamelen we hun feedback. De resultaten gebruiken we om beslissingen te onderbouwen en de gebruikerservaring verder te verbeteren.



Duurzame  
verbindingen  
vormgeven



# Samen beter met onze nieuwe app

In mei 2024 lanceerden we onze eerste gecombineerde VodafoneZiggo-app. Dit nieuwe platform brengt de apps van onze verschillende merken samen en verbetert ze. Het is daarmee de toegangspoort voor klanten met een contract bij Vodafone, Ziggo of beide.

Een groot voordeel van de nieuwe app is de gebruiksvriendelijke ervaring. Klanten bekijken en beheren er eenvoudig hun contracten. Ze checken er hun saldo's en facturen en vinden er productinformatie. Allemaal op één plek. De gecombineerde app is de centrale plek voor meldingen, bijvoorbeeld bij een onverwachte storing. Daarnaast heeft de app ook een chatfunctie. Klanten kunnen zo 24/7 in contact komen met de klantenservice van Vodafone en Ziggo.

Daarnaast is de app een belangrijke pijler van onze 'home of entertainment'-ambities. Via het nieuwe platform kunnen Ziggo-klanten streamingdiensten afnemen, extra zenders aanvragen en maandelijkse diensten aan- of uitzetten. Ze kunnen zelfs inspiratie opdoen voor hun volgende favoriete film of serie aan de hand van onze entertainmenttips. Voor het eerst hebben gebruikers via de app ook direct toegang tot alle voordelen van ons Priority-klantenprogramma (zie [Endless Entertainment](#)). We blijven de app in 2025 en daarna ontwikkelen en uitbreiden.



# Progress for Everyone

Introductie

Over VodafoneZiggo


Strategische pijlers




# Progress for Everyone – People

Als VodafoneZiggo zijn we aanwezig in het dagelijks leven van miljoenen mensen en vele honderden bedrijven in Nederland. Een groot voorrecht en tegelijk een verantwoordelijkheid. Nu de sociale ongelijkheid toeneemt en de milieucrisis verergert, proberen we onze negatieve impact op de planeet te verminderen en onze positieve impact op het leven van mensen te vergroten.

Via onze strategische pijler Progress for Everyone verankeren we deze ambitie zowel in onze dagelijkse activiteiten als in onze langetermijnstrategie. Door onze producten en diensten te ontwerpen met duurzaamheid voor milieu en maatschappij in gedachten te houden, willen we de gezondheid van onze planeet ondersteunen en tegelijkertijd iedereen in staat te stellen vooruitgang te boeken in een inclusieve, verbonden samenleving.

Indicator	SDGs	Doel 2024	Resultaat 2024	Resultaat 2023
Mensen vooruitgeholpen (# in duizenden)	4 10	215	398	194
Score medewerkersbetrokkenheid score		80	78	77
Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt (%) <sup>1</sup>	10	3,2	2,2	2,3
Vrouwen in topmanagement (%) 	5	40,0	41,3	38,7
Vrouwen bij VodafoneZiggo (%)	5	33,0	28,6	29,0
Belangrijkste leveranciers binnen EcoVadis (#)	9 12	325	323	298

1. Verandering in definitie ten opzichte van vorig jaar. Zie Woordenlijst in het gedeelte Aanvullende informatie van de Engelse PDF. Het resultaat over 2024 van indicatoren die binnen de reikwijdte van beperkte zekerheid van onze externe accountant vallen, zijn gemarkeerd met het -symbool.



# Aantrekkelijke werkgever

In de concurrerende arbeidsmarkt willen we van VodafoneZiggo een aantrekkelijke werkgever maken: een bedrijf dat bekendstaat om goed werkgeverschap. Hiervoor brengen we ons doel – plezier en vooruitgang met elke verbinding – dagelijks tot leven. Een uitzonderlijke werknemerservaring begint bij het creëren van een veilige en aantrekkelijke werkomgeving. Werkplekken waar onze mensen zichzelf kunnen zijn en worden ondersteund en gemotiveerd om hun volledige potentieel te benutten. Zo kunnen zij op hun beurt bijdragen aan een uitstekende klantervaring. Een aantrekkelijke werkgever zijn is in onze DMA voor 2024 dan ook een belangrijk thema. Details over beleid, acties, statistieken en doelstellingen vind je in het gedeelte over actuele informatie.



Onze strategie om ons te onderscheiden als favoriete werkgever, is gedreven door onze ambitie om getalenteerde mensen aan te trekken en te behouden. Daarbij zorgen we dat zij hun volledige potentieel kunnen benutten. We bouwen aan diverse, inclusieve teams en een open cultuur volgens onze 'Open Up, Team Up, Step Up'-waarden. Ook bieden we uitstekende arbeidsvoorwaarden, ondersteunen we de gezondheid en het welzijn van onze medewerkers en investeren we in hun persoonlijke en professionele groei via training en ontwikkeling.

### **INCLUSIE, BETROKKENHEID EN PLEZIER BEVORDEREN**

Van onze kantoorteams tot klantenservicemedewerkers en mobiele technicians: wij geloven dat gelukkigere medewerkers beter presteren. Daarom is het voor VodafoneZiggo een topprioriteit om een fijne werkomgeving te creëren. Een plek die de diversiteit van onze samenleving weerspiegelt en waar iedereen zich veilig voelt om volledig zichzelf te zijn. In 2024 hebben we diversiteit, gelijkheid en inclusie dan ook aangemerkt als een apart onderwerp, dat uitgebreid aan bod komt in onze DE&I-strategie.

In 2024 hebben we Connected Working 2.0 uitgerold. Dit is het beleid voor hybride werken, gebaseerd op inzichten uit de pilot van 2023. Hybride werken biedt onze medewerkers veel voordelen: het is goed voor hun werk-privébalans en totale welzijn, én voor hun betrokkenheid en onderlinge samenwerking. Ons beleid vereist daarom dat iedereen minstens twee dagen per week op kantoor is. Zo behouden we de persoonlijke verbinding tussen collega's en is voor iedereen duidelijk hoe we samenwerken.

Elk kwartaal meten we de betrokkenheid van medewerkers via Heartbeat-enquêtes. We stellen steeds een vaste set vragen, waarbij we elke keer dieper ingaan op een specifiek onderwerp. Zoals DE&I of onze interne Power Up Our Game-campagne. In 2024 introduceerden we het nieuwe onderzoeksplatform Glint. We hebben hiermee een betere dataset in handen over wat belangrijk is voor verschillende groepen medewerkers. Glint legt automatisch verbanden tussen betrokkenheid en drijfveren als autonomie, rolduidelijkheid en ondersteuning door leidinggevenden. Hierdoor kunnen we inzichten omzetten in gerichte acties voor verschillende onderdelen van onze organisatie. In 2024 scoorde de algehele medewerkersbetrokkenheid 78 (in 2023: 77).



## MEDEWERKERS DE REGIE GEVEN OVER HUN EIGEN GROEI

Bij VodafoneZiggo willen we de juiste voorwaarden creëren zodat iedereen zich kan ontwikkelen in lijn met de eigen ambities. Onze aanpak voor leren en ontwikkelen zet medewerkers aan het roer van hun persoonlijke en professionele groei. Dit is waardevol voor henzelf én voor het aantrekken en behouden van het gemotiveerde talent dat we nodig hebben. In 2024 versterkten we ons loopbaankader met een nieuwe zelfbeoordelingsmodule. Deze tool vormt de basis voor loopbaangesprekken tussen medewerkers en hun manager. Hieruit komen persoonlijke ontwikkelingsplannen voort, die aansluiten bij onze waarden en strategische ambities.

Deze plannen voeren we uit met ondersteuning van ons onbeperkte leerplatform Progress for You. Dit platform biedt toegang tot een bibliotheek met meer dan 10.000 online en fysieke leertrajecten. Bij VodafoneZiggo stimuleren we sociaal leren binnen de dagelijkse werkpraktijk. Omdat deze aanpak bewezen effectiever is dan andere, vond in 2024 ongeveer de helft van de trainingen intern plaats. Verder kregen onze leidinggevenden een beloningsbudget. Hiermee kunnen ze hun teams belonen voor hun professionele groei en bijdrage aan onze doelen.

Ontwikkeling bij VodafoneZiggo wordt steeds meer beïnvloedt door AI. Dit geldt voor de inhoud van onze trainingen en de manier waarop we ontwikkelingsprocessen uitvoeren en automatiseren. In 2024 lanceerden we een nieuwe, AI-gestuurde interne chatbot die vragen beantwoordt over ons HR-beleid en collectieve arbeidsovereenkomst (cao). Doel is om de chatbot toegankelijker en persoonlijker te maken. Maar nu al blijkt de tool voor collega's een snelle en handige manier om informatie te vinden. Ook helpt de chatbot HR-teams focussen op complexere vragen, waarbij de menselijke touch onmisbaar is.

Begin 2024 sloten we een nieuwe tweejarige CAO met bijgewerkte belonings- en arbeidsvoorwaardenpakketten. Ook andere aspecten van onze ambities als aantrekkelijke werkgever zijn erin opgenomen; van het aantrekken en behouden van talent tot duurzame werkgelegenheid. Verder is de CAO geschreven in heldere, moderne taal, waardoor deze overeenkomst inclusiever is dan de vorige.

## INTERN EN EXTERN VERBINDINGEN CREËREN

We stimuleren onze medewerkers om in verbinding te blijven met zichzelf, hun collega's, onze klanten en ons doel. Ter ondersteuning hiervan lanceerden we in 2024 Power Up Our Game. Doel van deze interne campagne is om klanten en collega's een uitzonderlijke ervaring te bieden. De campagne richt zich op specifiek gedrag binnen onze drie bedrijfswaarden: empathie tonen (Open Up), elkaar versterken (Team Up) en actie ondernemen om te verbeteren (Step Up).

Daarnaast hebben we verschillende initiatieven om medewerkers te ondersteunen in hun mentale en fysieke gezondheid. Dit blijft een topprioriteit voor VodafoneZiggo. Ons netwerk van interne en externe experts bestaat onder andere uit (bedrijfs)gezondheidsadviseurs, een bedrijfsarts, verzuimcoaches en preventieve medische onderzoeken. De vier pijlers van onze holistische welzijnsaanpak – mentaal, fysiek, sociaal en financieel – vormen de basis voor een breed scala aan medewerkersprogramma's. Van gezondheidschecks tot financiële coaching.

In 2024 besteedden we speciale aandacht aan specifieke doelgroepen binnen ons personeelsbestand. Zo lanceerden we welzijnsinitiatieven voor bijvoorbeeld 50-plussers en collega's van bepaalde afdelingen. We voerden ook een programma uit om leidinggevendenden te ondersteunen bij het omgaan met ziekte binnen hun teams en het voorkomen van verzuim.

Collega's die hun ervaringen of zorgen willen delen, kunnen terecht bij onze getrainde Trust Buddies. Zij bieden een luisterend oor in een veilige en vertrouwelijke omgeving. En ze begeleiden medewerkers waar nodig bij het zetten van de juiste vervolgstappen. Verder is er een meldlijn voor medewerkers die

onacceptabel gedrag ervaren of hiervan getuige zijn (zie: Ethics and compliance, in de Engelse versie van de pdf).

Een aantrekkelijke werkgever zijn, betekent ook in contact komen met talent buiten onze organisatie. Onze succesvolle employer branding-campagne in 2023 zorgde voor meer naamsbekendheid en meer sollicitanten bij werving. In september 2024 vernieuwden we de campagne, met als focus klantgerichte doelgroepen. Aan het einde van het jaar was de traffic op onze carrièrewebsite meer dan verviervoudigd en zochten 80% meer mensen actief op Google naar een carrière bij VodafoneZiggo. We wonnen ook de Digitaal Werven-award voor de beste carrièrewebsite van het jaar.

Ons programma voor afgestudeerden trok in 2024 meer dan 2.400 sollicitanten. Hieruit blijkt wel de kracht én aantrekkingskracht van onze Discover-traineeships. Maar: hoge sollicitatieaantallen zijn geen doel op zich. Onze ambitie is om het beste talent aan te trekken vanuit een breder palet aan achtergronden. We richten ons hierbij op potentieel in plaats van ervaring, op alle niveaus van onze organisatie (zie: [Diversiteit, gelijkheid en inclusie](#)). Onze stagiairs krijgen daarom allemaal hetzelfde betaald, ongeacht hun opleiding of niveau.

We hechten veel waarde aan een positieve sollicitatie-ervaring voor iedereen die bij VodafoneZiggo wil werken. In 2024 beoordeelden afgewezen kandidaten onze sollicitatieprocedure met een 7,2 (in 2023: 7,4). Succesvolle kandidaten gaven een 9,1 (in 2023: 9,2). In 2025 onderzoeken we de inzet van een AI-chatbot om de intake efficiënter te maken voor onze talentteams én sollicitanten. Het is de uitdaging om dit proces te automatiseren zonder de ervaring van kandidaten negatief te beïnvloeden.



# Onze themagerichte rapportages over aantrekkelijk werkgeverschap

## ESRS **S1**

### Eigen personeelsbestand

(materieel deelonderwerp: Opleiding en ontwikkeling)

Hoewel VodafoneZiggo nog niet valt onder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Unie (EU), hebben we ervoor gekozen om vrijwillig te rapporteren over een aantal datapunten die worden vereist door de European Sustainability Reporting Standards (ESRS), ter voorbereiding op de naleving. Onze toelichtingen worden gepresenteerd in tabellen aan het eind van de hoofdstukken van de strategische pijlers die betrekking hebben op onze materiële duurzaamheidsonderwerpen (zie [Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit](#)), inclusief details over ons beleid, onze acties, maatstaven en doelen om deze onderwerpen aan te pakken. Onze ESRS-tabellen voor 2024 zijn niet onderworpen aan assurance door onze externe accountant.



## ONS BELEID VOOR DE ONTWIKKELING VAN MEDEWERKERS

Beleidstitel	Belangrijkste elementen	Doelstellingen	Toepassingsgebied
Collectieve Arbeids-overeenkomst bepalingen over opleiding	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bij VodafoneZiggo vinden we het belangrijk om te investeren in de opleiding en inzetbaarheid van de medewerkers</li> <li>We ondersteunen dit principe met een aantal maatregelen, die deel uitmaken van onze cao: <ul style="list-style-type: none"> <li>Progress for You: een platform met een breed aanbod aan online en klassikale cursussen en trainingen, gericht op inzetbaarheid</li> <li>GROW: een jaarlijkse cyclus, waarin medewerkers en leidinggevenden samen kijken naar persoonlijke ontwikkeling en (toekomstige) inzetbaarheid. Wensen en mogelijkheden worden op elkaar afgestemd en afspraken over ontwikkeling en opleiding vastgelegd</li> <li>Inzetbaarheidsscan: medewerkers kunnen zich hiervoor elke twee jaar aanmelden. Samen met VodafoneZiggo brengen ze hun huidige en gewenste loopbaansituatie in kaart, intern én extern. Op basis van de uitkomst maken medewerkers en leidinggevenden verdere ontwikkelafspraken</li> <li>Ervaringscertificaat: eens in de vijf jaar kunnen medewerkers hun competenties en vaardigheden laten testen door een erkend bedrijf voor Accreditation of Prior Learning</li> <li>Vacatures: bij nieuwe vacatures binnen het bedrijf krijgen medewerkers van VodafoneZiggo de eerst twee weken de kans om te solliciteren. In bijzondere gevallen kan een vacature tegelijkertijd intern en extern worden geplaatst</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medewerkers ondersteunen bij het ontwikkelen van hun kennis, vaardigheden, besluitvaardigheid en wendbaarheid</li> <li>Medewerkers stimuleren om zelf verantwoordelijkheid te nemen voor hun ontwikkeling, zodat zij op de lange termijn inzetbaar blijven op de arbeidsmarkt</li> </ul>	Alle medewerkers
Ons trainingsbeleid	<p>Bij VodafoneZiggo stimuleren we continu leren en ontwikkelen, en bieden we financiële ondersteuning voor drie categorieën opleidingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Huidige functie: gericht op verbetering van de werkprestaties, inclusief gezondheid en veiligheid</li> <li>Groei: gericht op ontwikkeling van vaardigheden voor promotie binnen VodafoneZiggo</li> <li>Inzetbaarheid: gericht op verbetering van vaardigheden voor de bredere arbeidsmarkt, binnen of buiten het bedrijf</li> </ul> <p>We werken ook elk kwartaal de inhoud van onze verplichte trainingen voor werknemers bij</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De continue ontwikkeling van medewerkers ondersteunen, zodat zij hun vaardigheden versterken voor hun huidige functie en toekomstige carrièremogelijkheden én bijdragen aan het succes van VodafoneZiggo</li> </ul>	Alle medewerkers
Arbeids- en mensenrechtenbeleid	<ul style="list-style-type: none"> <li>De prestatie managementcyclus van VodafoneZiggo is een driemaandelijks proces, gericht op het afstemmen van individuele, team- en bedrijfsdoelen</li> <li>Medewerkers stellen persoonlijke doelen voor: <ul style="list-style-type: none"> <li>Individuele ontwikkeling: persoonlijke groeidoelen</li> <li>Werkprestaties: specifieke werkgerelateerde doelen</li> <li>Cultuur en gedrag: bijdragen aan bedrijfswaarden</li> </ul> </li> <li>Aan het einde van elk kwartaal reflecteren medewerkers op hun voortgang, verzamelen ze feedback en stellen ze nieuwe doelen. Regelmatige check-ins en gesprekken met managers zorgen voor reflectie op prestaties, het benoemen van verbeterpunten en afstemming van toekomstige doelen</li> <li>Medewerkers kunnen feedback krijgen over hun voortgang en doelen stellen voor het volgende kwartaal. Hierbij ligt de nadruk op persoonlijke groei, werkresultaten en culturele afstemming. In geval van bijvoorbeeld ziekte of het niet behalen van teamdoelen is er ruimte voor flexibiliteit. Het proces stimuleert open en eerlijke gesprekken tussen managers en medewerkers over prestaties en ontwikkeling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Individuele prestaties afstemmen op bedrijfsdoelen door continu doelen te stellen, feedback te geven en mogelijkheden tot ontwikkeling te bieden. Dit om persoonlijke groei en succes in de organisatie te bevorderen</li> </ul>	Alle medewerkers

## ONZE STATISTIEKEN EN DOELEN

Statistieken beschrijving	Doel	Deadline	Resultaat 2024	Resultaat 2023
Gemiddeld aantal trainingsuren per actieve medewerker (exclusief academietrainingsuren)	20% jaar-op-jaarstijging	2030	23,91 (44,91% jaarlijkse stijging)	16,5
Doelen stellen	> 80% van alle medewerkers	Per kwartaal	92,0%	88,7%
Medewerkersreflectie	> 80% van alle medewerkers	Per kwartaal	84,1%	78,2%
Managersreflectie	> 80% van alle medewerkers	Per kwartaal	74,9%	64,8%
Medewerkersbetrokkenheid score	80	Jaarlijks	78	77

## ONZE BETROKKENHEID BIJ ONZE MEDEWERKERS

Kanaal	Groep stakeholders	Frequentie
Enquête medewerkersbetrokkenheid	Medewerkers	Jaarlijks
Betrokkenheid bij de vakbond: we geven inzicht in de investeringen in inzetbaarheid wat betreft aard, omvang en aantal medewerkers	Medewerkersvertegenwoordigers (vakbond)	Jaarlijks
Betrokkenheid bij de Ondernemingsraad: we coördineren het beleid en budget voor opleidingen gericht op banen en carrièremogelijkheden	Medewerkersvertegenwoordigers (Ondernemingsraad)	Jaarlijks

## Gemiddeld aantal trainingsuren per medewerker

2024  
23.91



Let op: deze afbeelding is gegenereerd door AI en is geen werkelijke versie van onze producten en diensten.



# Diversiteit, gelijkheid en inclusie

Bij VodafoneZiggo willen we dat iedereen zich thuis voelt en zichzelf kan zijn. Onze ambitie is om een inclusieve werkomgeving te creëren: een cultuur waarin alle collega's zich kunnen ontwikkelen, ongeacht hun achtergrond, gender, beperking, religie, seksuele geaardheid of andere kenmerken.

[Introductie](#)[Over VodafoneZiggo](#)[Strategische pijlers](#)

Dit doen we vanuit onze rotsvaste overtuiging dat iedereen erbij hoort en gelijke kansen verdient. Door diversiteit, gelijkheid en inclusie (DE&I) stevig te verankeren in onze organisatie, creëren we meerwaarde voor ons bedrijf en onze stakeholders. Ondersteund door eerlijke systemen en processen, dragen diverse en inclusieve teams bij aan tevreden en beter presterende medewerkers. Daarnaast helpt DE&I ons om een sterke band op te bouwen met onze diverse samenleving, onze merkreputatie te versterken en creatieve innovatie te stimuleren. In de DMA voor 2024 is DE&I dan ook een belangrijk onderwerp voor VodafoneZiggo. Details over ons beleid, onze acties, statistieken en doelstellingen vind je in het gedeelte met actuele informatie. Hier staat ook informatie over de samenstelling van ons personeelsbestand.

### HET GESPREK AANGAAN OVER PSYCHOLOGISCHE VEILIGHEID

Ook in 2024 spanden we ons in om VodafoneZiggo een afspiegeling te laten zijn van onze klanten en de samenleving. Dit bracht de nodige uitdagingen met zich mee. Aan de ene kant zorgen generatiewisselingen op de werkvloer voor hogere verwachtingen over de sociale waarden van bedrijven. Aan de andere kant groeit het verzet tegen bepaalde DE&I-onderwerpen, door wereldwijde conflicten en sociale polarisatie. Wij zijn ervan overtuigd dat deze ontwikkelingen belangrijker zijn dan ooit om een respectvolle, verbonden en inclusieve werkomgeving te kunnen bieden. Een omgeving waarin alle collega's zich veilig voelen om met elkaar in gesprek te gaan en elkaar te begrijpen.

Onderdeel van onze aanpak is de implementatie van nieuwe initiatieven om de psychologische veiligheid bij VodafoneZiggo te ondersteunen. Hiermee zijn we in 2024 gestart. Het doel: ervoor zorgen dat iedereen zich vrij voelt om zorgen te uiten. Omdat leiderschap cruciaal is voor het realiseren van een psychologische veilige omgeving, volgde ons Senior Leadership Team een training in psychologische veiligheid. In 2025 bieden we al onze leidinggevenden meer van dit soort trainingen aan. Dan integreren we ook inclusief gedrag in ons vernieuwde Leadership Framework. In 2024 kreeg het online chatplatform [Connecting Perspectives](#) van Civinc ook een vervolg. Hiermee creëren we mogelijkheden voor open dialogen.

### WERVEN OP BASIS VAN DIVERSITEIT

We streven naar een divers personeelsbestand om de voordelen van verschillende perspectieven, ervaringen en vaardigheden te benutten. Daarom richten we ons op het aantrekken van mensen van alle niveaus en achtergronden. We betrekken hierbij ook talentpools die de bredere

arbeidsmarkt mogelijk over het hoofd ziet. Het begint met het aanpakken van discriminatie en (onbewuste) vooroordelen in onze personeelswerving. 2024 liet al een verbetering zien in alle prestaties op het gebied van werving. Zoals de tevredenheid van wervingsmanagers, snelheid van het aannameproces en het aantal kandidaten. Dit laat zien dat onze focus op diversiteit ons helpt om de beste mensen in onze branche aan te trekken.

In 2024 breidden we ook het gebruik van de Equallure-assessmenttool uit naar klantgerichte en zakelijke functies. Deze tool helpt onbewuste vooroordelen te voorkomen en gelijke kansen te bevorderen. De screening passen we toe op alle sollicitaties voordat het wervingsteam ze beoordeelt. Zo kunnen we vooroordelen in een vroeg stadium van het selectieproces uitbannen.

### INCLUSIE VAN MENSEN MET EEN AFSTAND TOT DE ARBEIDSMARKT

We verwelkomen ook graag meer medewerkers met een beperking, ziekte of medische aandoening die op de werkvloer een extra uitdaging vormt. Op de Nederlandse arbeidsmarkt groeit de aandacht voor het aannemen van deze groep mensen, ook dankzij regelgeving als de Participatiewet. Bij VodafoneZiggo streven we naar gelijke kansen. Dat doen we door deze collega's te bieden wat ze nodig hebben om succesvol te zijn – of dat nu gaat om aangepaste taken of apparatuur, flexibele werktijden, ondersteunende technologieën of andere ondersteuning.

Dit onderwerp speelt steeds meer binnen onze organisatie. Reden om ons wervingsteam in 2024 om te vormen en de samenwerking tussen verschillende afdelingen te versterken. Hierdoor kunnen we vacatures beter matchen met getalenteerde kandidaten uit ondervertegenwoordigde groepen. Daarnaast benaderen we kandidaten met een beperking actief, bijvoorbeeld via job events van externe partners. Zoals Onbeperkt aan de Slag, Onbeperkt Ondernemen (waarvan we medeoprichter zijn) en het WerkgeversServicepunt.

Zelf organiseerden we in 2024, samen met Onbeperkt aan de Slag, een evenement op ons Central Office in Utrecht. We brachten werkzoekenden en werkgevers met elkaar in contact om de uitdagingen van mensen op weg naar werk te helpen oplossen.

Eind 2024 hadden we 2,2% van ons totale personeelsbestand, mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, in dienst. Dit was lager dan ons doel van 3,2%. We staan dus nog voor flinke uitdagingen bij het bereiken van onze doelen. Beperkende factoren die meespelen, zijn het gebrek

aan doorstroommogelijkheden voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, interne veranderingen, externe dynamieken en complexe systemen.

Om een aantal van deze uitdagingen aan te pakken, organiseerden we een Week van de Toegankelijkheid. Doel was om medewerkers bewust te maken van de problemen en oplossingen voor mensen met een uitdaging. Daarnaast ontwikkelden we aanpassingen in onze inwerkprocessen; deze staan klaar voor implementatie in 2025. We gaan ook aan de slag met een toegankelijkheidsaudit van onze kantoorgebouwen. Hiermee krijgen we andere aspecten in beeld die we voor collega's (en bezoekers) kunnen verbeteren.

### EEN BREDER PERSPECTIEF OP 'ERBIJ HOREN'

Ook in 2024 besteedden we aandacht aan gendergelijkheid bij VodafoneZiggo. Onze evaluatie van de beloningsverschillen tussen mannen en vrouwen liet een gecorrigeerde loonkloof van 1,5% zien. Dit is fors lager dan het gemiddelde van 6,9% voor alle Nederlandse bedrijfsorganisaties (bron: CBS). We deden daarnaast grondig onderzoek in specifieke bedrijfsonderdelen om situaties in beeld te krijgen die maatregelen nodig hebben; tot nu toe troffen we geen problemen aan. Een andere prioriteit blijft het bevorderen van gendergelijkheid in leidinggevende posities. Eind 2024 was 27,8% van onze leidinggevenden vrouw (in 2023: 28,9%). Dit laat zien voor welke uitdagingen we op dit gebied staan. Het benadrukt ook dat we moeten blijven focussen op acties die de vertegenwoordiging van vrouwen aan de top van ons bedrijf verbeteren.

Om genderdiversiteit verder te ondersteunen, organiseerden we in maart een bewustwordingsevenement rondom Internationale Vrouwendag. Dit vond plaats tijdens de halve

finale van de Women's Champions League tussen Ajax en Chelsea en trok 123 deelnemers. Verder voerden we inclusievere taal en beleidsregels in om medewerkers te erkennen die zich identificeren als non-binair, genderfluïde of transgender. En we breidden onze ouderschaps- en zorgverlofregelingen uit. Zo krijgt iedereen de juiste ondersteuning, ongeacht de gezinssamenstelling.

Nog een manier waarop we onze DE&I-aanpak verder versterkten, was door uitbreiding van onze steun aan de vier VodafoneZiggo Employee Resource Groups (ERG's): Go-Getters Connected, Intercultural Connected, Queers Connected en WoMen Connected. Deze netwerken gaan we beter zichtbaar maken en verbinden met onze leidinggevende teams. Zo bevorderen we een groter community-gevoel en zorgen we dat meer verschillende stemmen worden gehoord. Ook kunnen we zo ondervertegenwoordigde groepen op de werkvloer beter ondersteunen. De ERG's waren het hele jaar door betrokken bij allerlei evenementen: van Diwali- en Iftar-maaltijden tot onze U Belong-campagne, waarmee we de Pride-vieringen van 2024 sponsorden in Amsterdam, Utrecht en Groningen.

### VAN INZICHT NAAR ACTIE

Onze DE&I-enquête van 2024 had meer respondenten dan twee jaar ervoor: 35% van onze medewerkers nam deel (in 2022: 32%). Hun privacy was in het onderzoek beschermd door geanonimiseerde resultaten. Van de respondenten gaf 86% aan zich thuis te voelen bij VodafoneZiggo en 85% zei zichzelf te kunnen zijn (in 2022: 78% en 83%). Deze resultaten laten ons harde werk op dit gebied zien. Maar we willen dat iedereen zich thuis voelt in onze organisatie. Daarom gaan we door met bewustzijn creëren rond DE&I-onderwerpen en met op maat gemaakte initiatieven. Denk aan richtlijnen voor medewerkers die een gendertransitie doormaken.



### DE SOCIALE LADDER BEKLIMMEN

VodafoneZiggo trad in 2019 toe tot de Prestatieladder Socialer Ondernemen (PSO). Sindsdien zijn we het enige telecombedrijf dat de 'Basistrede' van deze onafhankelijke kwaliteitsbeoordeling heeft bereikt. We willen zo snel mogelijk naar de volgende trede van de ladder. Dat doen we door te blijven investeren in sociale initiatieven. Zoals het aan boord halen van meer mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

De resultaten van het onderzoek hebben we vertaald naar concrete DE&I-actieplannen voor elk bedrijfsonderdeel binnen VodafoneZiggo. Nu er ook diverse DE&I-ambassadeurs in onze organisatie actief zijn, zetten we gerichte vervolgcacties in. Het doel: de diversiteit binnen onze teams te vergroten en inclusie en gelijke kansen voor iedereen te bevorderen.

# Onze themagerichte rapportages over diversiteit, gelijkheid en inclusie

ESRS **S1**

## Eigen personeelsbestand

(materieel deelonderwerp: Gelijke behandeling en kansen voor iedereen)

Hoewel VodafoneZiggo nog niet valt onder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Unie (EU), hebben we ervoor gekozen om vrijwillig te rapporteren over een aantal datapunten die worden vereist door de European Sustainability Reporting Standards (ESRS), ter voorbereiding op de naleving. Onze toelichtingen worden gepresenteerd in tabellen aan het eind van de hoofdstukken van de strategische pijlers die betrekking hebben op onze materiële duurzaamheidsonderwerpen (zie [Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit](#)), inclusief details over ons beleid, onze acties, maatstaven en doelen om deze onderwerpen aan te pakken. Onze ESRS-tabellen voor 2024 zijn niet onderworpen aan assurance door onze externe accountant.

### ONS BELEID

Beleidstitel	Belangrijkste elementen	Doelstellingen	Toepassingsgebied
Arbeids- en mensenrechtenbeleid	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dit beleid beschrijft het standpunt en de doelstellingen van VodafoneZiggo op het gebied van DE&amp;I</li> <li>Het beschrijft de definities en maatregelen die bijdragen aan een inclusieve en veilige werkomgeving voor alle medewerkers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Een diverse, rechtvaardige en inclusieve werkplek creëren, waar elke medewerker zich gerespecteerd en gewaardeerd voelt en de ruimte krijgt om volledig bij te dragen.</li> <li>Eerlijke behandeling, gelijke kansen en een inclusieve cultuur voor iedereen waarborgen, in lijn met onze arbeids- en mensenrechtenprincipes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle medewerkers</li> </ul>
Gedragscode (Code of conduct)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deze code beschrijft de sociale codes van respect, diversiteit en inclusie in de werkomgeving</li> <li>De code geeft informatie over onze inzet voor DE&amp;I, waaronder onze waarden, doelstellingen, maatregelen en voorbeelden van ongewenst gedrag</li> <li>We tolereren geen enkele vorm van discriminatie. Relaties tussen medewerkers zijn gebaseerd op respect voor het individu en voor mensenrechten. Constateren we discriminerend gedrag, dan handelen we daarnaar. We willen dat iedereen zich vrij voelt om zorgen te uiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zoals hierboven</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle medewerkers</li> </ul>
Spreek je uit (Speak out)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dit beleid beschrijft het proces voor het melden en afhandelen van zaken, zodat medewerkers, leveranciers en andere zakelijke partners oprechte zorgen kunnen melden</li> <li>Het beleid omvat ook een onderzoeksprocedure en richtlijnen voor registratie en rapportage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zoals hierboven</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle medewerkers</li> </ul>

## ONZE BELANGRIJKSTE ACTIES IN 2024

Actie	Beoogde resultaten	Toepassingsgebied
PSO Basistrede-certificering behaald	Erkenning voor het creëren van een inclusieve en gelijkwaardige werkplek, vooral voor medewerkers met een uitdaging om te werken	HR, B2B
Herlancering DE&I-onderzoek met verbeterde tooling	Scherpere en meer genuanceerde inzichten in de ervaringen en beleving van medewerkers op het gebied van psychologische veiligheid, erbij horen en inclusie	HR, interne communicatie
Uitgebreide Equalture	Verbeterde onbevooroordeelde werving en verhoogde inclusiviteit bij wervingsbeslissingen met gebruik van datagedreven tools	Werving, talentacquisitie
Internationale Vrouwendag-evenement met Ajax-vrouwen	Medewerkers inspireren en stimuleren en gendergelijkheid benadrukken via een high-profile samenwerking	HR, marketingcommunicatie, interne communicatie, externe communicatie, sponsoring, evenementen
Stageprogramma inclusief gemaakt voor alle studenten	Bredere toegang tot stagemogelijkheden en meer diversiteit in vroege carrière-trajecten	Vroegtijdige talentontwikkeling, werving
Nieuwe cao geschreven in B1-niveau en genderneutrale taal	Meer duidelijkheid, inclusiviteit en toegankelijkheid	HR Rewards
Uitgebreide verbindingperspectieven in teams en bedrijfssonderdelen	Meer intercultureel begrip en samenwerking via gestructureerde dialogen	HR, Interne communicatie
Organisatie ERG-evenementen	Verbeterde onderlinge verbondenheid en zichtbaarheid voor ondervertegenwoordigde groepen binnen de organisatie	Hele organisatie
Hoofdsponsoring Pride Utrecht en U Belong-campagne	LGBTQ+-inclusiviteit en publieke bewustwording in grote steden (Utrecht, Groningen en Amsterdam)	HR, marketingcommunicatie, interne communicatie, externe communicatie
Oprichtingspartner van Onbeperkt Ondernemen	Verbeterde ondernemingskansen voor mensen met een uitdaging om te werken	B2B, HR
eZwayZ geïntroduceerd op Central Office	Toegankelijker werkplek, waardoor deze inclusiever is voor medewerkers en bezoekers	HR, facilitair

## STATISTIEKEN EN DOELEN OM ONZE PRESTATIES TE METEN

Metrische beschrijving	Doel	Deadline	2024 resultaat	2023 resultaat
Medewerkers met een handicap of een uitdagingen tot werken	4,42%	2025	2,2%	2,3%
Vrouwen binnen VodafoneZiggo	33,0%	2025	28,6%	29%
Vrouwen in leidinggevende functies 🟡	30,0%	2025	27,8%	28,9%
Vrouwen in topmanagement 🟡	40,0%	2025	41,3%	38,7%
Medewerkers met een sterk gevoel erbij te horen	87%	2025	86%	N.v.t.*

\*In 2023 werd geen enquête verstuurd; in 2022 was het resultaat 78%.

Het resultaat over 2024 van indicatoren die binnen de reikwijdte van beperkte zekerheid van onze externe accountant vallen, zijn gemarkeerd met het 🟡-symbool.

### Kenmerken personeelsbestand op 31 december 2024

#### AANTAL MEDEWERKERS NAAR GESLACHT

Geslacht	Aantal medewerkers (totaal medewerkersbestand)	Aantal medewerkers (hoger management)	Aantal medewerkers (Senior Leadership Team)
Vrouwelijk	1.900	23	3
Mannelijk	4.743	31	6
Niet gerapporteerd	1	0	0
<b>Totaal</b>	<b>6.644</b>	<b>54</b>	<b>9</b>

#### AANTAL MEDEWERKERS NAAR LEEFTIJD

Leeftijd	Aantal medewerkers (totaal personeelsbestand)
<30	1.272
30-50	3.655
>50	1.717
<b>Totaal</b>	<b>6.644</b>

## AANTAL MEDEWERKERS PER CONTRACTTYPE

Soort contract	Aantal medewerkers (totaal personeelsbestand)
Permanent	5.716
Tijdelijk	928
Voltijd	4.409
Deeltijd	2.235
0-uren contract	0

## ONZE BETROKKENHEID BIJ ONS PERSONEEL

Kanaal	Groep stakeholders	Frequentie
Anonieme rapportagemiddelen: medewerkers kunnen zorgen over DE&I melden bij onze externe vertrouwenspersoon en via platforms als Whispli	Medewerkers	Doorlopend
Trust Buddies: getrainde interne vrijwilligers geven vertrouwelijk advies aan medewerkers	Medewerkers	Doorlopend
HR-businesspartners: medewerkers kunnen direct in gesprek over DE&I-gerelateerde kwesties	Medewerkers	Doorlopend
DE&I-enquête: meting over belangrijke punten, zoals erbij horen, psychologische veiligheid en gelijke kansen	Medewerkers	Jaarlijks
Personeelsvertegenwoordigers: vier ERG's werken samen met het management om initiatieven en beleidsveranderingen te bevorderen	Medewerkers	Doorlopend
Intranet: regelmatige DE&I-communicatie met updates, beleid, bronnen en ERG-verbindingen	Medewerkers	Doorlopend

## Vrouwen in top management ✓



41,3%  
2024

38,7%  
2023

Let op: deze afbeelding is gegenereerd door AI en is geen werkelijke versie van onze producten en diensten.



# Digitale inclusie

Als telecomaandbieder zien wij het als onze verantwoordelijkheid om iedereen in Nederland volwaardig en veilig te laten meedoen aan de digitale samenleving. Digitale inclusie is een belangrijk thema binnen onze strategische pijler Progress for Everyone. Sterker nog: het is een onmisbaar onderdeel van onze license to operate. Daarom is het voor VodafoneZiggo een cruciaal onderwerp in de DMA voor 2024. Details over ons beleid, onze acties, statistieken en doelstellingen vind je in het gedeelte over actuele datapunten.

De digitale transitie in Nederland zette zich in 2024 door. Bij VodafoneZiggo versterkten we onze inzet om mensen vooruit te helpen in de samenleving. Door ervoor te zorgen dat niemand achterblijft, dragen we bij aan het dichten van de 'digitale kloof'. Net als in voorgaande jaren lag onze focus op drie belangrijke elementen van digitale inclusie: toegang tot connectiviteit, gebruiksvriendelijke digitale producten en diensten, en mensen digitaal vaardig maken.

## TOEGANG MOGELIJK MAKEN

Toegang tot internet is de eerste voorwaarde voor digitale participatie. En wij zien het ook als een menselijke basisbehoefte in de moderne samenleving. Maar naar schatting 1,5% van de Nederlandse huishoudens heeft nog geen internetverbinding. Samen met onze partners in de Alliantie Digitaal Samenleven zetten we ons daarom in om ook voor deze huishoudens toegang mogelijk te maken. Onze alliantie gaat in Amsterdam en Utrecht ongeveer 250 huishoudens met een laag inkomen aansluiten op het internet. Zo krijgen mensen met een kwetsbare sociaaleconomische achtergrond de kans om mee te doen in de digitale wereld.

Onze pilot met het Digitaal Meedoen Pakket biedt internet- en tv-abonnementen tegen een lager tarief. Ook levert het pilotproject opgeknapte digitale apparaten, zodat deelnemers gebruik kunnen maken van deze diensten. Daarnaast helpen lokale maatschappelijke organisaties hen om hun digitale vaardigheden te ontwikkelen. Om de impact van de pilot te meten, houden we samen met de Universiteit Twente interviews met de deelnemers. Na afloop van de pilot (medio 2025) gebruiken we de resultaten om de volgende stappen te bepalen.

## TOEGANKELIJKHEID WAARBORGEN

Bij VodafoneZiggo blijven we de toegankelijkheid verbeteren van onze producten, het digitale landschap, onze communicatie en klantenservice. Dit is belangrijk voor de miljoenen mensen in ons land die een beperking hebben of extra ondersteuning nodig hebben. Tegelijkertijd zijn de maatregelen die we nemen ook gunstig voor een veel bredere groep, want lagere digitale drempels zijn fijn voor iedereen. Toegankelijkheid staat daarom centraal in ons strategische doel om iedereen een uitzonderlijke ervaring te bieden.

Voortbouwend op de fundamenten van 2023, startten we in 2024 met de uitvoering van ons toegankelijkheidsprogramma. Hiervoor stelden we een speciaal team samen dat mensen uit verschillende delen van onze organisatie samenbrengt, onder wie mensen met een beperking. Het team creëert de juiste voorwaarden en factoren om volledige toegankelijkheid in onze

activiteiten en ons aanbod te realiseren – ook in al onze customer journeys. We organiseerden ook regelmatig bewustwordingssessies over het belang en de voordelen van toegankelijkheid. Inzichten van ervaringsdeskundigen en resultaten van A/B-tests ondersteunden deze sessies. Tijdens de Internationale Week van de Toegankelijkheid brachten we bijvoorbeeld ons vernieuwde abonnements-overnamepunt (AOP) onder de aandacht (zie kader). We richten ons actief op verandermanagement, stellen toegankelijkheidsdoelen, delen kennis en bieden trainingen en quick-scans aan onze teams. Zo maken we toegankelijke oplossingen stap voor stap tot een prioriteit binnen heel VodafoneZiggo. Ook werken we samen met onze partners aan verbetering van de toegankelijkheid buiten ons bedrijf. Zoals met het Ajax Radio-initiatief van 2024 (zie Vodafone Ziggo Priority).

Onze technische oplossingen zijn voor sommige doelgroepen misschien moeilijk te begrijpen. Daarom introduceerden we in 2024 taal op B1-niveau in onze klantenservice en communicatie. Hiermee werd ons aanbod voor meer mensen toegankelijker. Ook verbeterden we het ontwerp van onze website om de leesbaarheid en navigatie makkelijker te maken. Deze initiatieven zijn een aanvulling op onze bestaande toegankelijke producten. Zoals onze afstandsbediening met spraakfunctionaliteit en gebruiksvriendelijke e-sims.

We voerden ook praktische veranderingen door in onze winkels. Zo ontwikkelden we een toegankelijker concept voor de winkelinrichting. Uitgangspunt hiervoor vormden de inzichten uit onderzoek en ervaringen van mystery shoppers. Het nieuwe concept is gebaseerd op bewustwording, bereikbaarheid, toegankelijkheid, bruikbaarheid en ervaring. Verder is de pilot van Digitale Dinsdagen (begin 2024) uitgebreid naar Digitale Inloopuren in alle VodafoneZiggo-winkels. Sinds augustus kunnen klanten én niet-klanten hun digitale vragen stellen van dinsdag tot en met vrijdag tussen 10.00 en 12.00 uur. Onze medewerkers bieden ondersteuning of verwijzen hen door naar andere vormen van hulp. Deze service blijkt vooral populair bij ouderen, die voor technische hulp vaak aankloppen bij telecomwinkels.

Eind 2024 hadden we forse stappen gezet om te voldoen aan de eisen van de European Accessibility Act (EAA). Deze wet treedt in juni 2025 in werking. Deze wet treedt in juni 2025 in werking. Het doel: producten en diensten toegankelijk maken voor iedereen. Onze producten waren eind 2024 voor 49% toegankelijk, het digitale landschap voor 72%, communicatie voor 63% en ondersteuning voor 26%. De metingen zijn uitgevoerd volgens de richtlijnen van de EAA. Door nog meer verbeteringen door te voeren, willen we eind 2025 volledig voldoen aan de eisen.



# Netwerktoegang in rampgebieden

Niemand uitsluiten betekent: zorgen voor connectiviteit wanneer mensen die het hardst nodig hebben. Zoals in noodsituaties. In november 2024 werd ons Instant Network-team ingezet in Valencia (Spanje), om noodcommunicatie mogelijk te maken tijdens de zware overstromingen. De deskundige vrijwilligers van het team zetten een tijdelijk netwerk op. Hulpdiensten en getroffen gemeenschappen kregen hierdoor toegang tot de noodzakelijke hulp. Ook konden de hulpdiensten zo hun werk coördineren en met elkaar verbonden blijven.

Het Instant Network-team bestaat uit internationale vrijwilligers van de Vodafone Foundation. Dit wereldwijde netwerk benut de kracht van connectiviteit met als doel: levens veranderen door het installeren van tijdelijke noodnetwerken en mobiele oplaadstations in rampgebieden.

## DIGITALE VAARDIGHEDEN BEVORDEREN

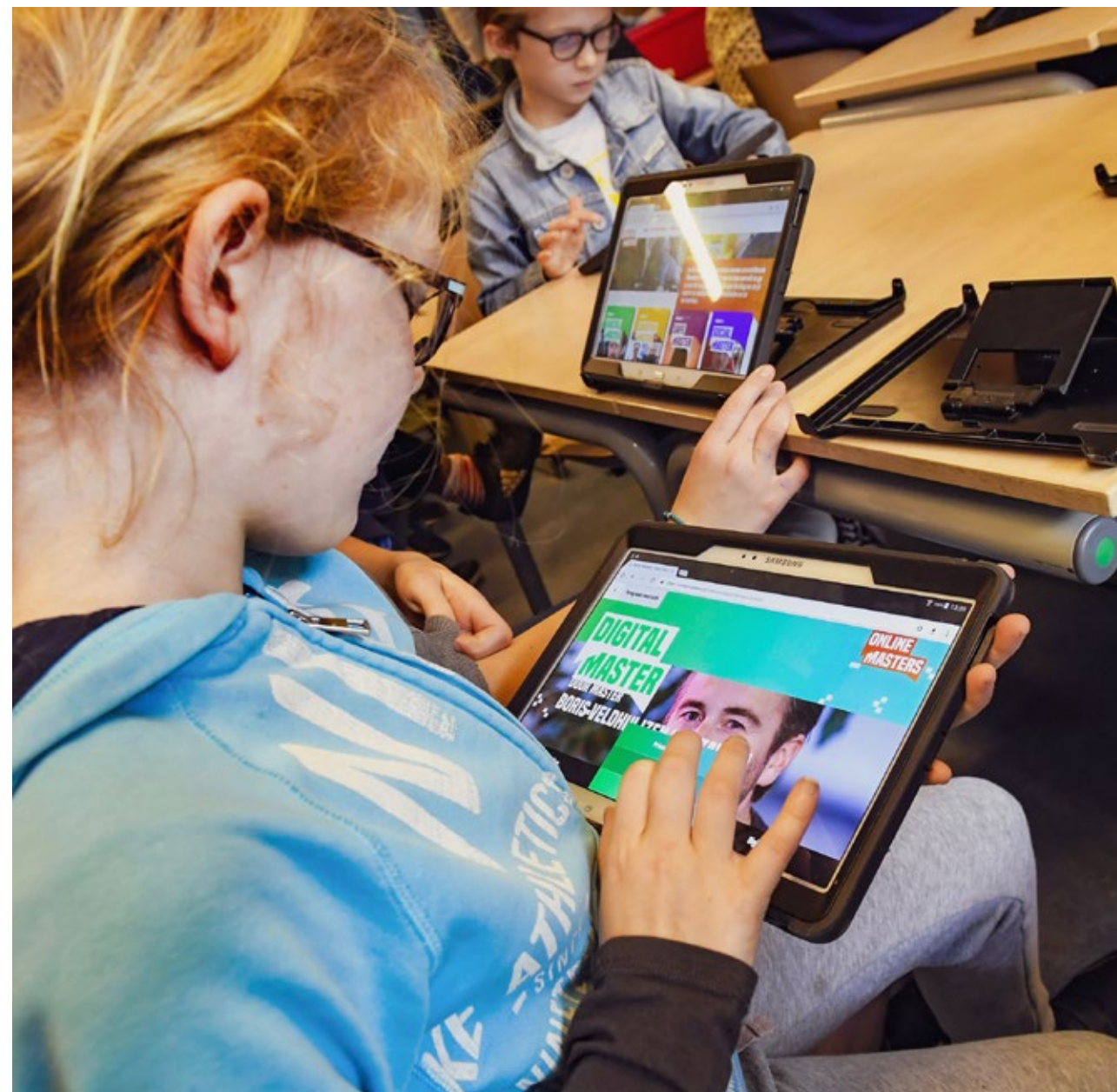
Ons derde aandachtsgebied – naast toegang en toegankelijkheid – is digitale geletterdheid. Sinds 2002 zet de Vodafone Foundation in Nederland technologie in om het leven van mensen in een kwetsbare positie te verbeteren. Zo hielpen we in 2024 jongeren en ouderen bij het ontwikkelen van digitale vaardigheden via de programma's Online Masters en Welkom Online.

Binnen Online Masters is een groot deel van onze doelgroep (van basisschoolleerlingen tot jongvolwassenen) al vertrouwd met het gebruik van internet en digitale technologie. Daarom focust dit programma zich op bewustwording van de risico's van internetgebruik en op verantwoordelijk onlinegedrag. Ook leert het programma jongeren hoe ze digitalisering kunnen inzetten voor hun persoonlijke en professionele groei. Door hen te informeren over thema's als AI, sexting, schermtijd en nepnieuws, dragen we bij aan een meer digitaal verantwoorde en verbonden samenleving.

Om digitale vaardigheden te bevorderen, rolden we in 2024 nieuwe lessen uit en werkten we bestaande lessen bij. Ook lanceerden we onze allereerste challenge voor kinderen in groep 5 en 6 – onze jongste Online Masters-doelgroep ooit. En in december lanceerden we voor de feestdagen een campagne om gesprekken tussen kinderen en ouders/verzorgers op gang te brengen over schermtijd en digitale balans. Een speciale webpagina ondersteunt de campagne met informatieve blogs en links naar onze programma's voor digitale vaardigheden.

Ook Welkom Online breidden we in 2024 verder uit. Met dit programma ondersteunen we ouderen bij hun deelname aan de digitale wereld. Net als bij Online Masters blijft de verspreiding van mis- en desinformatie via digitale kanalen ook voor deze doelgroep een belangrijk thema. In 2024 introduceerden we ook een nieuwe module over digitale streaming. Hiermee helpen we gebruikers bij het navigeren door het on-demand tv-landschap.

We blijven investeren in onze twee vlaggenschipprogramma's voor digitale vaardigheden. Door de inhoud continu te verbeteren en te updaten, zorgen we ervoor dat die aansluit op maatschappelijke trends en ontwikkelingen. Daarnaast werken we aan een nieuw initiatief voor ouders over digitale geletterdheid, dat we in 2025 willen starten.





### TOEGANKELIJKHEID AOP VERBETEREN

Het abonnementsovernamepunt is de plek waar het Ziggo-netwerk de woning van de klant binnenkomt. Technisch gezien voldeed de bestaande versie van dit eenvoudige apparaat aan de benodigde functionaliteit. Maar qua toegankelijkheid was er ruimte voor verbetering.

In 2024 introduceerden we een nieuw ontwerp voor ons AOP. Dit ontwerp heeft een logo in reliëf dat te voelen én te lezen is. Ook bevat het contrastrijke kleuren die geschikt zijn voor tekstherkenningsapps en een deksel dat open blijft staan, zodat het met één hand te bedienen is. Hebben klanten hulp nodig bij het instellen van hun AOP? Dan leidt een nieuwe QR-code hen eenvoudig naar de ondersteuningspagina's van Ziggo.

Samenwerking was de sleutel bij het ontwikkelen van dit toegankelijker apparaat. We combineerden de vereisten van de technische teams van VodafoneZiggo met inzichten van Customer Care, Customer Experience en technici. Ook betrokken we externe toegankelijkheidsdeskundigen en deelde een lid van ons Accessibility-team met een visuele beperking zijn feedback. Dit leidde tot het besluit om het deksel te voorzien van reliëf in plaats van braille.

# Onze themagerichte rapportages over digitale inclusie

## ESRS **S4**

### Consumenten en eindgebruikers

(materieel deelonderwerp: Sociale inclusie van consumenten en/of eindgebruikers)

Hoewel VodafoneZiggo nog niet valt onder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Unie (EU), hebben we ervoor gekozen om vrijwillig te rapporteren over een aantal datapunten die worden vereist door de European Sustainability Reporting Standards (ESRS), ter voorbereiding op de naleving. Onze toelichtingen worden gepresenteerd in tabellen aan het eind van de hoofdstukken van de strategische pijlers die betrekking hebben op onze materiële duurzaamheidsonderwerpen (zie [Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit](#)), inclusief details over ons beleid, onze acties, maatstaven en doelen om deze onderwerpen aan te pakken. Onze ESRS-tabellen voor 2024 zijn niet onderworpen aan assurance door onze externe accountant.

#### ONS BELEID

Beleidstitel	Belangrijkste elementen	Doelstellingen	Toepassingsgebied
Beleid voor digitale inclusie	<ul style="list-style-type: none"> <li>We werken samen met de Vodafone Foundation om beleidsinitiatieven te ondersteunen, zoals Welkom Online (voor ouderen) en Online Masters (voor kinderen en jongeren)</li> <li>Digitale inloopuren voor persoonlijke digitale ondersteuning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De digitale vaardigheidskloof in Europa verkleinen, met speciale aandacht voor geïsoleerde en achtergestelde gemeenschappen</li> <li>Een inclusieve digitale samenleving helpen bevorderen, waarvan iedereen profiteert</li> <li>Digitale uitsluiting verminderen en gelijke toegang tot technologie en internetdiensten bevorderen</li> </ul>	Consumenten, vooral mensen die uitgesloten dreigen te raken door sociaaleconomische, generatie- of onderwijsverschillen

We werken aan de ontwikkeling van een volledig beleid voor digitale vaardigheden.

## ONZE BELANGRIJKSTE ACTIES IN 2024

Actie	Beoogde resultaten	Toepassingsgebied
Proefproject Digitaal Meedoen Pakket	Toegang tot internet, opgeknapte digitale apparaten en bijscholing bieden, onder meer via ons Internet Lite-abonnement (beschikbaar tegen een gereduceerd tarief)	56 consumenten uit kwetsbare milieus
Welkom Online	We ondersteunden nog meer ouderen bij het zetten van hun eerste stappen online door verschillende workshops in samenwerking met het Nationaal Ouderenfonds en door het updaten van onze website	Oudere leden van het publiek
Online Masters	We introduceerden nieuwe en ge-update lessen en organiseerden een webinar voor voor docenten over Chat AI	Schoolgaande kinderen
Experience Days	We organiseerden verschillende ochtendsessies op onze kantoren, waarbij schoolkinderen de kans kregen om deel te nemen aan een ministage met een reeks interactieve workshops	645 schoolkinderen via ons partnership met JINC
Gerichte social media-campagne	Verantwoord online gedrag stimuleren met betrekking tot het gebruik van nieuwe technologieën zoals AI onder de jongere generatie	Jongeren

Alle bovenstaande acties hebben bijgedragen aan "het aantal mensen geholpen vooruit te komen in de maatschappij".

## STATISTIEKEN EN DOELEN OM ONZE PRESTATIES TE METEN

Metrische beschrijving	Doel	Deadline	Basislijn	2024 resultaat	2023 resultaat
Voldoen aan EAA-richtlijn	Volledige naleving	2025	N.v.t.	Op schema	Start jaar
Aantal mensen geholpen vooruit te komen in de maatschappij (in duizenden)	215	N.v.t.	N.v.t.	398	194

## ONZE BETROKKENHEID BIJ STAKEHOLDERS

Kanaal	Groep stakeholders	Frequentie
Alliantie voor digitale samenleving	Branchegenoten	Wekelijks
Als onderdeel van de Digitale Participatie Pilot zijn we in gesprek gegaan met belanghebbenden die meewerken aan het project	KPN, Freedom Internet, de Alliantie Digitaal Samenleven, de Universiteit Twente, gemeenten Amsterdam en Utrecht, en maatschappelijke organisaties als WIJ3.0 en Cybersoek	Doorlopend

# Aantal mensen geholpen vooruit te komen in de maatschappij



Let op: deze afbeelding is gegenereerd door AI en is geen werkelijke versie van onze producten en diensten.

# Duurzame en ethische waardeketen

Als toonaangevende telecomprovider in Nederland is VodafoneZiggo een schakel in een lange en complexe waardeketen. Elk jaar kopen we voor ongeveer € 2,5 miljard in aan goederen bij ongeveer 1.800 leveranciers – veel daarvan met een internationale footprint.

[Introductie](#)[Over VodafoneZiggo](#)[Strategische pijlers](#)

Door de soort oplossingen die we bieden en het ecosysteem van leveranciers op wie we vertrouwen, staan we voor duurzaamheidsuitdagingen en -risico's in onze waardeketen. Dit geldt vooral voor de arbeidsomstandigheden tijdens de grondstofwinning en productie. Voor VodafoneZiggo is het waarborgen van een duurzame en ethische waardeketen dan ook een belangrijk thema in de DMA 2024. Details over ons beleid, onze acties, statistieken en doelstellingen vind je in het gedeelte over actuele informatie.

Het hele jaar door bleven we nauw samenwerken met onze leveranciers om ethische praktijken in onze waardeketen te verbeteren. Ons primaire doel is het beschermen en verbeteren van de rechten en het welzijn van medewerkers. Daarnaast versterken we onze prestaties en transparantie op het gebied van duurzame inkoop. Dit draagt namelijk bij aan een onderscheidende klantervaring – vooral voor klanten die bewust kiezen voor oplossingen met een positieve maatschappelijke impact.

## REAGEREN OP REGELGEVING

Als verantwoordelijke organisatie stellen we steeds hogere eisen aan onszelf en onze leveranciers. Tegelijkertijd dwingen ontwikkelingen in wet- en regelgeving ons ertoe om onze inkoopactiviteiten kritisch onder de loep te nemen en aan te passen. Zo blijven we de duurzaamheid in onze hele waardeketen – zowel up- als downstream – verbeteren. Bij VodafoneZiggo gaan we door met onze journey om te voldoen aan de CSRD van de EU, die vereist dat we meer diepgaande informatie geven over onze ESG-materiële onderwerpen. Daarnaast zal de Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) grote gevolgen gaan hebben voor de due diligence rondom duurzaamheid binnen onze inkoopprocessen.

Daarom hebben we in 2024 ons bedrijf én onze leveranciers verder voorbereid op de nieuwe wetgeving, zodat we voldoen aan alle wettelijke vereisten. Dit Integrated Annual Report is bijvoorbeeld een eerste stap naar rapportage volgens de CSRD-richtlijn. Verder hebben we onder meer data-gap analyses uitgevoerd, trainingen op maat gegeven voor onze verschillende teams (zoals 'Introductie tot CSRD en CSDDD' voor onze inkopers) en CSDDD-werkgroepen opgezet. De komende jaren gaan we onze dataverzameling en -analyse verder verbeteren en sterkere kaders voor duurzaam bestuur integreren. Zo kunnen we onze prestaties beter meten, verbeterpunten signaleren en hier effectief op inspelen.

## DUURZAAMHEID VAN BEGIN TOT EIND

Een belangrijke stap in 2024 was de introductie van een nieuw CSR-inkoopbeleid. Hierin zijn al onze initiatieven en maatregelen gebundeld op het gebied van duurzame en ethische inkoop. In het beleid staat hoe we samenwerken met onze leveranciers, van aanbesteding en contractering tot onboarding en monitoring. Ons doel is om niet alleen het beleid zelf continu te updaten en te verbeteren, maar ook de uitvoering, handhaving, communicatie erover en inhoud ervan.

Onder deze inhoud valt ook onze Code voor Duurzaam en Ethisch Inkopen. Hierin staan de hoge normen die we van al onze leveranciers verwachten voor bijvoorbeeld mensenrechten, zakelijke integriteit en milieu-footprint. Dit document is de basis van onze leveranciersovereenkomsten, zoals die over de arbeidsomstandigheden in contactcentra in het buitenland.

Onder het duurzaamheidsbeleid willen we ook CSR-vragen opnemen in alle aanbestedingen van VodafoneZiggo. In 2024 gebeurde dit in bijna alle gevallen. De precieze vragen variëren

afhankelijk van wat we willen inkopen. In 2025 gaan we de effectiviteit van deze vragen evalueren en de lijst waar nodig aanpassen. Het blijft een uitdaging om de juiste balans te vinden: tussen onze verantwoordelijkheid voor een duurzame en ethische toeleveringsketen én onze commerciële behoefte om kwalitatief hoge producten en diensten in te kopen.

De antwoorden van leveranciers op CSR-vragen wegen mee in onze inkoopbeslissingen. We onderzoeken nog hoe we het belang van deze vragen kunnen vergroten zonder afbreuk te doen aan de ervaring van onze klanten en andere stakeholders.

## PLATINUM INKOOPPRESTATIES

We monitoren de duurzaamheidsprestaties van onze leveranciers via onafhankelijke beoordelingsplatforms, zoals EcoVadis. We kennen de beperkingen van de EcoVadis-beoordeling. Toch biedt elke scorekaart waardevolle inzichten in de activiteiten van onze partners op het gebied van milieu, arbeid en mensenrechten, ethiek en duurzame inkoop. In 2024 hadden 323 leveranciers een EcoVadis-scorecard. Zij waren goed voor ongeveer 80% van de inkoopuitgaven van VodafoneZiggo.

We vragen onze leveranciers om een bronzen EcoVadis-medaille te behalen. Gebeurt dit niet, dan kiezen we voor een corrigerende aanpak gericht op samenwerking in plaats van straffen of uitsluitingen. Voor leveranciers die niet voldoen aan onze duurzaamheidsnormen, zetten we zelfs op maat gemaakte corrigerende actieplannen (CAP's) in. Zo kunnen we nauw blijven samenwerken en hen actief ondersteunen bij het (verder) verbeteren van hun prestaties. In 2024 brachten we 75 CAP's in. Onze toeleveranciers waren meer dan ooit bereid samen te werken aan ESG-thema's en concrete verbeteringen in hun bedrijfsvoering door te voeren.

VodafoneZiggo ondergaat zelf ook jaarlijks de EcoVadis-beoordeling. In 2024 behaalden we een Platinum-medaille. Hiermee behoren we tot de beste 1% van alle beoordeelde bedrijven wereldwijd. Vooral onze score op duurzame inkoop steeg: van 70 naar 80. Dit is een erkenning van onze inspanningen om niet alleen onze eigen activiteiten, maar ook onze toeleveringsketen te willen verduurzamen. Uiteraard zijn we trots op deze erkenning, die we zien als een goede basis voor verdere verbeteringen.

### RISICO'S AANPAKKEN

We zijn ons bewust van verschillende schakels in onze waardeketen waar het welzijn en de rechten van werknemers extra risico lopen. Zoals bij de winning van kobalt en andere essentiële grondstoffen in Afrika en bij de assemblage van mobiele telefoons in Azië. Daarnaast volgen we een andere ontwikkeling op de voet: de opkomst van AI in de maakindustrie en daarbuiten. Deze technologie kan de productiekosten verlagen, het werk veranderen of zelfs banen volledig vervangen.

VodafoneZiggo voert zelf geen inspecties op locatie uit om werkomstandigheden of leverancierspraktijken te controleren. Wel zijn onze moedermaatschappijen, Vodafone Group en Liberty Global, lid van Alliance for Corporate Social Responsibility (JAC) JAC is een non-profitorganisatie van telecomoperatoren die maatschappelijk verantwoord ondernemen in de toeleveringsketen wil ontwikkelen. Zij voeren internationale audits uit en beoordelen daarbij ook ter plaatse de sociale, ethische en milieuprestaties van deze leveranciers. Het gaat hierbij onder andere om grote wereldwijde spelers op het gebied van mobiele telefoons en klantapparatuur (CPE).



# Onze themagerichte rapportages over duurzame en ethische toeleveringsketen

## ESRS **S2**

### Werknemers in de waardeketen

(materiële subthema's: Arbeidsomstandigheden; Gelijke behandeling en kansen voor iedereen)

Hoewel VodafoneZiggo nog niet valt onder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Unie (EU), hebben we ervoor gekozen om vrijwillig te rapporteren over een aantal datapunten die worden vereist door de European Sustainability Reporting Standards (ESRS), ter voorbereiding op de naleving. Onze toelichtingen worden gepresenteerd in tabellen aan het eind van de hoofdstukken van de strategische pijlers die betrekking hebben op onze materiële duurzaamheidsonderwerpen (zie [Interactie met onze stakeholders](#) en [dubbele materialiteit](#)), inclusief details over ons beleid, onze acties, maatstaven en doelen om deze onderwerpen aan te pakken. Onze ESRS-tabellen voor 2024 zijn niet onderworpen aan assurance door onze externe accountant.

## ONS BELEID

Beleidstitel	Belangrijkste elementen	Doelstellingen	Toepassingsgebied
CSR-inkoopbeleid	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dit beleid beschrijft onze CSR-inkoopstrategie, aanpak, doelstellingen, governance en rapportage. Het omvat onze manier van aanbesteden, contracteren en bestellen, en leveranciersmanagement</li> <li>Voor elke inkoopcategorie ontwikkelen we categorieplannen om te bepalen hoe deze kunnen bijdragen aan onze CSR-doelstellingen en negatieve impact kunnen verminderen</li> <li>We beoordelen leveranciers met behulp van EcoVadis</li> <li>Daarnaast verplichten we alle leveranciers om zich te houden aan onze Code voor Duurzaam en Ethisch Inkopen (zie hieronder)</li> <li>De naleving van het beleid controleren we via maandelijkse rapportages aan het hogere management van Inkoop; risico's houden we bij met behulp van een leveranciersdashboard</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Onze inkoopactiviteiten afstemmen op onze algemene CSR-doelstellingen, waaronder CO<sub>2</sub>-reductie, digitale inclusie en het bevorderen van een divers en inclusief personeelsbestand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inkoopactiviteiten uitgevoerd door de inkoopafdeling van VodafoneZiggo over het gehele CSR-inkooptraject</li> <li>Toezicht: Director Procurement</li> </ul>
Code voor Duurzaam en Ethisch Inkopen	<ul style="list-style-type: none"> <li>De Code beschrijft de normen waaraan wij onszelf committeren en die we willen bevorderen bij onze leveranciers in de hele waardeketen, zowel up- als downstream</li> <li>We eisen van onze leveranciers dat zij op een sociaal, ecologisch en ethisch verantwoorde manier handelen</li> <li>Het beleid bevat vereisten voor mensen- en arbeidsrechten, zakelijke integriteit, milieunormen en de mogelijkheid voor werknemers in de waardeketen om zorgen te uiten</li> <li>Het beleid beschrijft de procedure voor bewaking, corrigerende maatregelen en rapportage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verantwoord beheer van ESG-kwesties in onze toeleveringsketen bevorderen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inkoopactiviteiten uitgevoerd door de inkoopafdeling van VodafoneZiggo over het gehele CSR-aanbestedingstraject</li> <li>Toezicht: Senior Leadership Team (SLT)</li> </ul>
Spreek je uit (Speak out)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dit beleid beschrijft de procedure (naar wens anoniem) voor handelingen of gedragingen waarvan wordt vermoed dat ze in strijd zijn met onze Gedragscode en/of illegaal, onethisch of strafbaar zijn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Een kanaal bieden voor het melden van wangedrag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iedereen die werkt onder toezicht en leiding van aannemers, onderaannemers en leveranciers</li> <li>Sollicitanten, aandeelhouders, directeuren en alle medewerkers van VodafoneZiggo</li> <li>Toezicht: Executive Director HR</li> </ul>

## ONZE BELANGRIJKSTE ACTIES IN 2024

Actie	Beoogde resultaten	Scope
• Auditprocedure opgesteld gericht op sociale en milieuaspecten	• Het verbeteren van aandacht voor milieuaspecten en arbeidsomstandigheden voor (onder)aannemers	• Netwerk uitrol
• Routekaart ontwikkeld voor klimaatneutrale graafwerkzaamheden in samenwerking met grote aannemers	• Uitstoot bij netwerkuitrol verminderen	• Netwerk uitrol
• We voerden een mensenrechten- en sociale due diligence-analyse uit	• Beter inzicht krijgen in de risico's voor belangrijke producten in het B2B-domein	• B2B producten
• Beoordeling van auditresultaten uitgevoerd door onze moedermaatschappijen via JAC	• Ervoor zorgen dat leveranciers voldoen aan normen op het gebied van duurzaamheid, ethiek, arbeid en milieu	• Tweede- en derdelijns leveranciers
• We blijven EcoVadis gebruiken	• Onze leveranciers aanmoedigen om hun milieu- en sociale prestaties te verbeteren	• 323 leveranciers

## STATISTIEKEN EN DOELEN OM ONZE PRESTATIES TE METEN

Metrische beschrijving	Doel	Deadline	Basislijn	Resultaat 2024	Resultaat 2023
Aantal hoofdleveranciers in EcoVadis	325	2024	117	323	298

Ons basisjaar voor deze gegevens is 2021. We nemen onze doelstellingen op dit gebied mee als onderdeel van onze komende gap-analyse voor de CSRD.

## BETROKKENHEID BIJ MEDEWERKERS IN DE WAARDEKETEN

Kanaal	Groep stakeholders	Frequentie
Whispli: een platform waarop medewerkers in de waardeketen op alle niveaus zorgen kunnen uiten en feedback kunnen delen. Het vergroot de geloofwaardigheid door de anonimiteit van de medewerkers te beschermen	Medewerkers in de waardeketen	Doorlopend
Feedback wordt verzameld via vertegenwoordigers of tijdens audits. Als medewerkers hun zorgen uiten, kunnen we onze acties of beslissingen aanpassen om de aangegeven kwesties aan te pakken	Medewerkers in de waardeketen	Doorlopend

## Aantal hoofdleveranciers in EcoVadis



298  
2023

323  
2024

Let op: deze afbeelding is gegenereerd door AI en is geen werkelijke versie van onze producten en diensten.

Duurzame  
verbindingen  
vormgeven



# Nieuwe toegankelijkheids- initiatieven

Bij VodafoneZiggo geloven we dat technologie geen luxe is, maar een noodzaak. Daarom werken we er hard aan om technologie toegankelijk te maken voor iedereen, ongeacht leeftijd, digitale vaardigheden of andere uitdagingen. Zo zorgen we ervoor dat niemand achterblijft in de digitale wereld.

Onze toegankelijkheidsaanpak omvat alles, van simkaarten tot winkels. We werken ook samen met externe partners, zoals de Accessibility Foundation. Die is zelf weer gelieerd aan Bartiméus, een organisatie die mensen met een visuele beperking ondersteunt. Door in deze samenwerking ook de ervaringen van de doelgroep mee te nemen, kunnen we verbeterpunten signaleren in onze producten en diensten. Zo voegen we bijvoorbeeld schermlezervriendelijke alt-tekst toe aan alle afbeeldingen en voorzien we nieuwe video's van ondertiteling en audiodescriptie. We ontwikkelen ook een oplossing die voicemail's automatisch omzet naar tekst. Zo kunnen slechthorenden deze berichten net zo lezen als een e-mail.

In 2024 nodigden we mbo-studenten uit om mee te denken over manieren om ons tv-aanbod toegankelijker te maken. Zij kwamen onder andere met het idee voor een afstandsbediening waarmee je eenvoudig ondertitels kunt vergroten. Ook bedachten ze een tv-interface met minder visuele prikkels. Dit soort innovaties kunnen het dagelijks leven voor veel klanten makkelijker maken en mensen helpen om mee te doen in de digitale samenleving.

# Progress for Everyone – Planet

VodafoneZiggo erkent dat ze een belangrijke verantwoordelijkheid heeft voor onze planeet. We streven ernaar om de milieueffecten van onze activiteiten en bredere waardeketen aan te pakken, waarbij onze strategische pijler Progress for Everyone het kader vormt voor onze voortdurende inspanningen voor het klimaat en een circulaire economie te bevorderen. Van het minimaliseren van emissies tot het waarborgen van de duurzaamheid van de levenscyclus van producten, we streven ernaar veranderingen binnen en buiten ons bedrijf te stimuleren en bij te dragen aan een duurzamere toekomst.

Indicator	SDGs	Doel 2024	Resultaat 2024	Resultaat 2023
CO <sub>2</sub> -uitstoot Scope 1, 2 en 3 (in kTon) <sup>1</sup> ✓	7 12	531	527	701
CO <sub>2</sub> -reductie ten opzichte van peiljaar 2018 (voor Scope 1, 2 en 3) (%) <sup>1</sup> ✓	7 12	45	45	27
Ziggo-apparatuur gereviseerd (#in duizenden) <sup>2</sup>	12	N.v.t.	661	893

<sup>1</sup> Bereikte CO<sub>2</sub>-reductie ten opzichte van basisjaar 2018. De berekeningsmethode voor CO<sub>2</sub>-emissies is gewijzigd en de cijfers voor 2023 zijn dienovereenkomstig aangepast. Zie het gedeelte over de CO<sub>2</sub>-footprint in het gedeelte Additional information in de Engelse PDF.

<sup>2</sup> Verandering in definitie ten opzichte van vorig jaar. Zie Glossery in het gedeelte Additional information in de Engelse PDF.

Het resultaat over 2024 van indicatoren die binnen de reikwijdte van beperkte zekerheid van onze externe accountant vallen, zijn gemarkeerd met het ✓-symbool.



# Klimaatverandering

De toenemende snelheid en omvang van de klimaatverandering dwingen de maatschappij om te veranderen. Als verantwoordelijk bedrijf werken we al lang aan het verminderen van onze negatieve impact op het milieu. Bijvoorbeeld door het terugdringen van onze CO<sub>2</sub>-uitstoot. We dragen ook bij aan een duurzamere toekomst voor onze samenleving. Dit is een essentieel onderdeel van onze huidige license to operate en van onze operationele veerkracht in de toekomst. In onze DMA voor 2024 is klimaatverandering dan ook een belangrijk onderwerp voor ons bedrijf. Details over ons beleid, onze acties, statistieken en doelstellingen vind je in het gedeelte over actuele informatie.

In 2024 hebben we onze invloed op de klimaatverandering verder beperkt. Door onze energie-efficiëntie en CO<sub>2</sub>-uitstoot in Scope 1, 2 en 3 te verbeteren en door onze resterende Scope 1- en 2-uitstoot vrijwillig te compenseren. Hiervoor kochten we carbon credits in voor 100% van onze resterende Scope 1- en 2-uitstoot, afkomstig van een Gold Standard-gecertificeerd windmolenpark in Turkije.

Door het jaar heen ondernamen we intern stappen om onze voortgang op klimaatgebied beter te ondersteunen en te versnellen. Zo richtten we een speciaal Energie- & Duurzaamheidsteam op dat naleving van energieregelgeving coördineert. We koppelden en automatiseerden databases om de kwaliteit en analyse van gegevens te verbeteren. En we publiceerden ons eerste organisatiebrede milieubeleid, als leidraad voor onze milieudoelstellingen en aandachtsgebieden. Tot slot startten we met de ontwikkeling van ons klimaattransitieplan. Hierin stippelen we onze route uit naar het behalen van onze langetermijndoelen voor CO<sub>2</sub>-reductie. Ons doel is om dit plan te publiceren in ons geïntegreerde jaarverslag over 2025.

### NIEUWE CO<sub>2</sub>-BEREKENINGSMETHODE

Bij VodafoneZiggo gaan we voor nauwkeurige, volledige en transparante milieurapportage. Inmiddels is onze expertise op het gebied van CO<sub>2</sub>-rapportage sterk gegroeid. Reden om in 2024 een verbeterde rekenmethode te introduceren voor onze CO<sub>2</sub>-uitstoot. Deze toekomstbestendige methode is afgestemd op de nieuwste richtlijnen en praktijken van onder meer het SBTi, GSMA en GHG Protocol. In de berekeningen neemt de methode 100% van onze activiteiten mee die uitstoot veroorzaken. Dit levert een duidelijker beeld op van onze

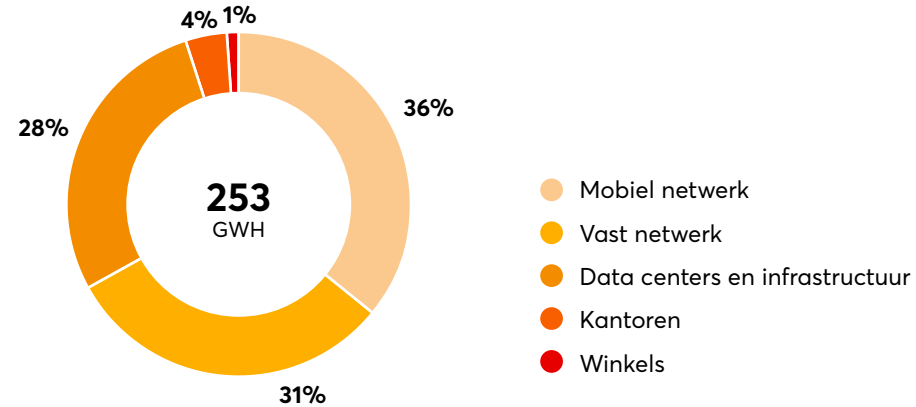
CO<sub>2</sub>-footprint, wat ons helpt om gericht verbeteringen door te voeren. De nieuwe berekeningsmethode vormt vanaf 2024 de basis voor onze strategische beslissingen. Zie CO<sub>2</sub> footprint in de Engels PDF voor meer informatie.

Volgens de nieuwe methode hebben we onze CO<sub>2</sub>-uitstoot vanaf het basisjaar 2018 opnieuw berekend. Dit leidde tot een wat resulteerde in een daling van 16% in Scope 1 en 2 en 75% stijging in Scope 3 ten opzichte van de vorige schatting uit 2022 (zie CO<sub>2</sub> footprint in Engelse PDF). Op basis van deze aanpassing werken we nu aan nieuwe, ambitieuze emissiedoelen voor een nog grotere positieve impact. De aangepaste kortetermijndoelen en nieuwe langetermijndoelen voor onze Scope 1-, 2- en 3-emissies leggen we in 2025 ter goedkeuring voor aan het SBTi.

### ONZE CERTIFICERINGSAMBITIES VERHOGEN

Elke drie jaar vindt er een externe audit plaats voor de vernieuwing van onze ISO 14001-certificering voor milieubeheersystemen. In 2024 werd ons hele milieubeheersysteem weer onder de loep genomen. Gedurende het jaar bereidden we ons ook voor op de implementatie van een energiebeheersysteem volgens de ISO 50001-norm. Dit systeem helpt ons meer energie te besparen binnen onze bedrijfsvoering. We stelden matrices voor onze stakeholders op en implementeerden software om energiestromen te monitoren. Verder ontwikkelden we een dashboard voor energieverbruik. Dit dashboard bevat voor het eerst ook schattingen van energieverbruik door derden en niet-gemeten data.



**ELECTRICITEITSVERBRUIK****ENERGIE-EFFICIËNTE NETWERKEN**

De alsmaar groeiende vraag naar digitale verbindingen vraagt om steeds meer energie. Dit legt een onhoudbare druk op onze planeet. Onze vaste en mobiele netwerken (inclusief datacenters en infrastructuur) zijn goed voor 95% van het elektriciteitsverbruik van VodafoneZiggo. Daarom werkten we ook in 2024 aan verbetering van de energie-efficiëntie van onze netwerken. Hierbij deden we geen concessies aan de hoge prestatienormen die onze klanten verwachten.

**ENERGY EFFICIENT DATAVERKEER**

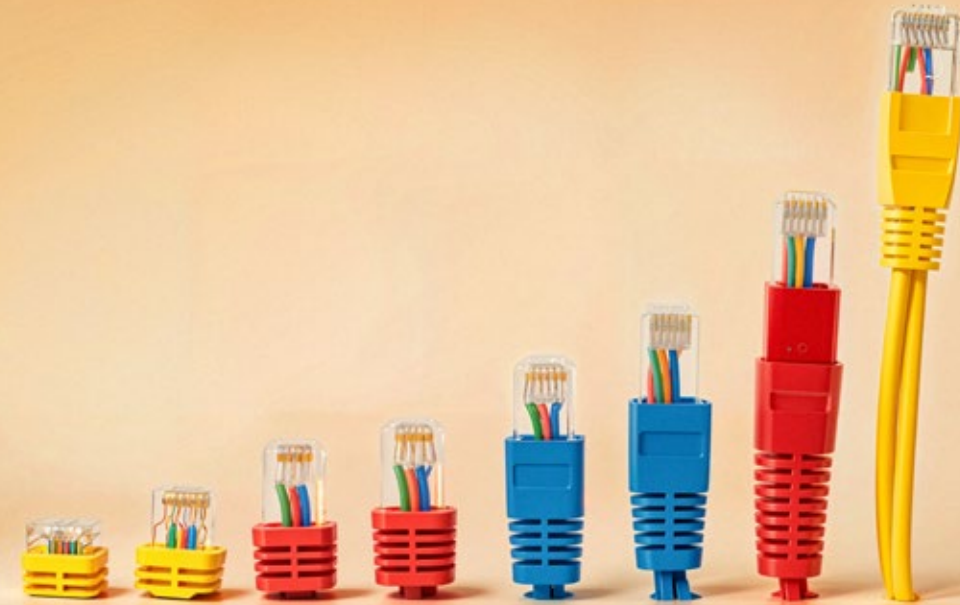
Dataverkeer per domein	Peiljaar 2020	2021	2022	2023	2024	% 2024 vs. 2023
Mobiel netwerk (terabytes)	237.565	317.504	422.213	542.684	620.371	14%
Vast netwerk (terabytes)	11.864.733	13.873.339	14.647.958	17.989.629	20.716.558	15%

Energie efficiëntie (kWh/terabytes)*	Peiljaar 2020	2021	2022	2023	2024	% 2024 vs. 2023
Vast	15.202	11.101	11.237	8.394	7.263	13%
Mobiel	470.995	351.664	242.146	162.861	144.751	11%
Technology	24.150	18.720	17.706	12.917	11.260	13%

\* In 2024 heeft ons nieuw gevormde Energy & Sustainability-team onze berekening van de Energy Efficiency Index herzien en de onderliggende dataverkeersgegevens verbeterd. We hebben de herziene berekening met terugwerkende kracht vanaf 2020 toegepast.

**Dataverkeer op ons vaste netwerk (terabytes)**

2024  
**20.716.558**



Let op: deze afbeelding is gegenereerd door AI en is geen werkelijke versie van onze producten en diensten.

In 2024 verbeterde onze energie-efficiëntie met 13% ten opzichte van 2023. Voor de meting pasten we onze Energy Efficiency Index (EEI; kWh/TB) toe. De uitdaging is om de efficiëntie van onze netwerken verder te verhogen, zelfs als hun energieverbruik toeneemt. Die toename komt door energie-intensievere technologieën, zoals 5G en DOCSIS 4.0. Ook stijgt het verbruik doordat we steeds meer diensten aan onze klanten leveren.

Met de inzet van virtualisatie en AI ontwikkelen we nu 'digitale tweelingen' van delen van onze netwerken. Deze softwarematige inzichten helpen ons de prestaties en efficiëntie van de netwerken te meten en te monitoren, inclusief luchtstroom en energieverbruik. Met virtualisatie kunnen we preventief onderhoud uitvoeren, energie-efficiënte plaatsing bepalen voor nieuwe machines én geplande netwerkuitbreidingen simuleren. AI-software helpt bij het vaststellen van de meest energie-efficiënte slaapmodus op onze mobiele websites in het geval van weinig mobiel dataverkeer. Dit leverde in 2024 een energiebesparing op van 5,4 GWh.

Een andere manier om de energie-efficiëntie te verhogen, is door verouderde of overbodige apparatuur in onze datacenters te ontmantelen. Dit levert een besparing op van 805.781 kWh in 2024. Waar vervanging door andere software geen optie is, upgraden we naar energiezuinigere hardware. Verder draaien in ons vaste netwerk alle noodgeneratoren die nog op brandstof werken, inmiddels op HVO20 of HVO100. Dit is een biobased alternatief voor B7-diesel.

### AANPAK VAN VERBRUIK IN ONZE DATACENTERS

Binnen onze bredere netwerkaanpak liep ons energiebesparingsprogramma voor datacenters het hele jaar door. Het bestendigen van datacenters en het uitschakelen van servers blijven essentieel om het verbruik en de uitstoot flink te beperken. Zo hebben we ons oude datacenter in Amsterdam half november buiten gebruik gesteld. Hiermee bespaarden we 416.857 kWh vergeleken met de twaalf maanden van 2023.

We bleven ons in 2024 ook richten op de temperatuur in onze datacenters. Dit is een van onze grootste uitdagingen in onze activiteiten om klimaatverandering tegen te gaan. Een pilot met temperatuurverhoging in een aantal datacenters bleek een negatief effect te hebben: in de warmere ruimtes werkten de ventilatoren van onze servers harder, waardoor ze meer energie verbruikten dan het koelsysteem nodig had. In 2025 rapporteren we onze bevindingen aan het

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO). Ondertussen implementeren we andere haalbare koeloplossingen voor onze serverruimtes. Zoals koude lucht van buiten (als die schoon genoeg is), koelelementen, speciale verf en nieuwe soorten isolatie. In Tilburg zijn we een project gestart om restwarmte op te vangen voor de verwarming van 720 nabijgelegen woningen. De eerste resultaten zijn veelbelovend. Maar om dit initiatief te kunnen uitrollen naar andere gebieden, is meer onderzoek nodig. Per gebied zijn de situaties en vereisten namelijk anders.

### MEER ENERGIEBESPARING IN KANTOREN EN WINKELS

Onze kantoren en winkels gebruiken slechts 5% van ons totale elektriciteitsverbruik. Toch willen we ook op deze locaties onze ecologische footprint verlagen en transparant rapporteren over onze milieuprestaties. In december 2024 dienden we bij de overheid een Energy Efficiency Directive-rapport in. Naast onze netwerken komen hierin ook onze kantoren en winkels aan bod.

In de VodafoneZiggo-winkels zijn we continu bezig met aanpassingen in het kader van klimaatadaptatie. In 2024 kregen acht winkels een duurzame make-over volgens ons nieuwe winkelconcept en dit breiden we in 2025 naar meer winkels uit. Het nieuwe ontwerp maakt gebruik van meer gerecyclede materialen en energiezuinige ledverlichting; die buiten openingstijden volledig is uitgeschakeld. Verder zijn de papieren prijskaartjes vervangen door digitale alternatieven. Deze zijn gemakkelijker te lezen, waardoor ze ook de toegankelijkheid verbeteren.

Ook is ruim 98% van onze winkels van slimme meters voorzien, om ons energieverbruik beter te kunnen monitoren. Op één winkellocatie installeerden we een supercondensator. Hiermee kunnen we onderzoeken wat de impact ervan is op onze elektriciteitsbehoeften op het net. Deze aanpassingen komen bovenop het geslotendeurbeleid en de temperatuurbeheermaatregelen, die we in 2023 in alle VodafoneZiggo-winkels invoerden. In 2024 resulteerden deze initiatieven in een vermindering van het gasverbruik van 21% ten opzichte van vorig jaar.

## MILIEUVRIENDELIJKE MOBILITEIT

Mobiliteit is goed voor 67% van de Scope 1- en 2-emissies van VodafoneZiggo. Daarom bleef het in 2024 een hoge prioriteit om de CO<sub>2</sub>-uitstoot door zakelijke reizen fors te verlagen. De meest voor de hand liggende en effectieve oplossing is het aantal reizen waar mogelijk verminderen. Bijvoorbeeld door klantproblemen vast te stellen die we op afstand kunnen oplossen. Moeten technicians toch de weg op? Dan helpt onze nauwe samenwerking met Circet en Guidion ons om efficiëntere routes te plannen. In dichtbevolkte gebieden met een goed wegennet kunnen technici op pad met e-bikes en elektrische steppen. Dit bevordert hun mentale en fysieke gezondheid en maakt hun klantbezoeken groener. In 2024 gingen onze technicians 28.981 keer met de e-bike op bezoek bij klanten (in 2023: 23.936 keer).

Ons beleid voor hybride werken helpt ook om het reizen te verminderen. Medewerkers kunnen maximaal drie dagen per week thuiswerken (zie [Aantrekkelijke werkgever](#)). Voor kantoordagen heeft 95% van onze medewerkers een NS Business Card (in 2023: 90%). Hiermee reizen ze gratis eerste klas met het openbaar vervoer in Nederland – ook in hun vrije tijd. In 2024 breidden we dit voordeel uit met gratis gebruik van fietsenstallingen op treinstations. We voerden ook een medewerkeronderzoek uit. Dit was ter voorbereiding op de rapportage over werkgerelateerd reizen aan de overheid in 2025. Uit de enquête bleek dat meer dan 60% van onze collega's het openbaar vervoer gebruikt voor zakelijk reizen. De inzichten uit de enquête gebruiken we om ons mobiliteitsbeleid in de toekomst verder te verbeteren.

Eind 2024 was 57% van het leasewagenpark van VodafoneZiggo elektrisch (in 2023: 47%). Dit is inclusief personenauto's voor ambulante medewerkers en bestelwagens voor technici van de klantenservice. Er komen geen fossiel aangedreven voertuigen meer bij. Hierdoor liggen we op schema om onze doelstelling van 90% elektrische voertuigen eind 2027 te behalen. Daarnaast zijn we van plan om de definitie van ambulante functies te herzien. Zo kunnen we het aantal voertuigen in ons wagenpark verder verminderen.

2024 was ook het eerste volledige jaar waarin we hernieuwbare Garanties van Oorsprong kochten voor alle elektriciteit die ons wagenpark verbruikt. Deze GvO's zijn gekoppeld aan Europese windenergieprojecten. Voor VodafoneZiggo resulteerde dit in een jaarlijkse besparing van bijna 1,3 kt CO<sub>2</sub>.

		December 2021 werkelijk	December 2022 werkelijk	December 2023 werkelijk	December 2024 werkelijk
Bedrijfsauto's	Benzine	6	6	6	6
	Diesel	572	522	320	271
	Electrisch	0	10	160	177
Leaseauto's	Benzine	454	455	370	238
	Diesel	190	109	35	17
	Electrisch	156	207	398	533
<b>Totaal</b>		<b>1.378</b>	<b>1.309</b>	<b>1.289</b>	<b>1.242</b>

Naast de stijgende kosten van de overstap van fossiel naar elektrisch, is onze grootste uitdaging de beschikbaarheid van de openbare oplaadinfrastructuur. Deze is nog steeds onvoldoende voor onze elektrische mobiliteitsbehoeften op het platteland. Eind 2024 hadden we laadstations geïnstalleerd bij 39% van de woningen van onze technici. Daarnaast ontdekten we een nieuw model elektrische bestelwagen met een groter bereik, om dit probleem te helpen oplossen. We blijven de ontwikkelingen op lokaal en nationaal niveau volgen en houden vast aan een versnelde uitrol.

# Onze themagerichte rapportages over klimaatverandering

**ESRS** **E1**

## Klimaatverandering

(materiële subthema's: Matiging van klimaatverandering; energieverbruik en energiemix)

Hoewel VodafoneZiggo nog niet valt onder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Unie (EU), hebben we ervoor gekozen om vrijwillig te rapporteren over een aantal datapunten die worden vereist door de European Sustainability Reporting Standards (ESRS), ter voorbereiding op de naleving. Onze toelichtingen worden gepresenteerd in tabellen aan het eind van de hoofdstukken van de strategische pijlers die betrekking hebben op onze materiële duurzaamheidsonderwerpen (zie [Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit](#)), inclusief details over ons beleid, onze acties, maatstaven en doelen om deze onderwerpen aan te pakken. Onze ESRS-tabellen voor 2024 zijn niet onderworpen aan assurance door onze externe accountant.

### ONS BELEID

Beleidstitel	Belangrijkste elementen	Doelstellingen	Toepassingsgebied
Milieubeleid	<ul style="list-style-type: none"> <li>We streven voortdurend naar het minimaliseren van onze impact op het milieu, onder meer door emissies te verminderen</li> <li>Om dit kernprincipe te ondersteunen, hanteren we de volgende uitgangspunten: <ul style="list-style-type: none"> <li>Gedeelde verantwoordelijkheid</li> <li>Bewustwording vergroten</li> <li>Langtermijnplanning</li> <li>Duurzaam ontwerp</li> <li>Naleving van wet- en regelgeving</li> <li>Transparantie</li> <li>Innovatie</li> </ul> </li> <li>Onze bestuursstructuur, nalevingsmonitoring en externe verantwoording ondersteunen het beleid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principes vaststellen voor duurzame bedrijfsvoering.</li> <li>Proactief leiderschap tonen bij het beperken van klimaatverandering en uitputting van hulpbronnen</li> <li>Naleving waarborgen van toekomstige nationale en EU-regelgeving.</li> <li>Beschermen van het imago en de reputatie van het bedrijf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle interne en externe werknemers van VodafoneZiggo-bedrijven</li> <li>Alle werknemers van joint ventures waarin VodafoneZiggo een belang van minimaal 50% heeft of management-controle</li> <li>Alle zakelijke en consumentendiensten (vast, tv, mobiel)</li> </ul>
Mijn mobiliteit	<ul style="list-style-type: none"> <li>We streven ernaar de reisfrequentie waar mogelijk te verlagen, zodat onze technici minder kilometers hoeven af te leggen</li> <li>We stimuleren thuiswerken, zodat onze medewerkers tot drie dagen per week vanuit huis kunnen werken</li> <li>We hebben een doel gesteld voor de elektrificatie van ons wagenpark</li> <li>We richten ons op openbaar vervoer (bus, trein, tram en metro), volledig gratis voor werknemers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Onze uitstoot door reizen verminderen en bijdragen aan minder verkeer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle werknemers met een contract bij VodafoneZiggo</li> <li>Alle medewerkers met een reisfunctie</li> </ul>
Bedrijfs-wagenbeleid	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dit beleid vermindert reizen door bedrijfsauto's en -busjes beschikbaar te stellen aan onze technici, waarin ze materialen kunnen opslaan en vervoeren. Zo voorkomen we dat ze na elke opdracht terug moeten rijden naar onze opslaglocaties</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De milieu-impact van ons wagenpark verminderen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werknemers met een auto/bus van de zaak</li> </ul>
Kader voor duurzame financiering	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dit beleid beschrijft de principes waaraan we ons houden bij het financieren en herfinancieren van groene projecten. Dit zijn projecten die bijdragen aan de inzet van hernieuwbare energie, energie-efficiëntie, schone mobiliteit, groene gebouwen en andere klimaatgerelateerde zaken</li> <li>Het stelt criteria vast voor het gebruik en beheer van de opbrengsten, de selectie van projecten en de rapportage hierover</li> <li>Het zorgt ervoor dat alle groene financieringsinstrumenten die we uitgeven of lenen voldoen aan een gemeenschappelijke standaard en bijdragen aan onze klimaatdoelstellingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Duurzame investeringen veiligstellen</li> <li>Zorgen voor financiële voordelen van het verminderen van onze CO<sub>2</sub>-uitstoot bij onze eigen activiteiten en in onze waardeketen, dankzij gunstige rentetarieven gekoppeld aan het behalen van onze doelen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gebruik van opbrengsten van alle groene obligaties (Green Bonds)</li> </ul>

## ONZE BELANGRIJKSTE ACTIES IN 2024

Actie	Beoogde resultaten	Toepassingsgebied
Ontwikkelen en testen van een nieuw winkelconcept: duurzaam en gasvrij	Minder uitstoot door energieverbruik in winkels	Winkels (test met beperkt aantal locaties)
Uitrollen van alternatieve mobiliteitsoplossing voor onze technici (e-bikes en elektrische steppen)	Minder uitstoot door reizen van onze technici	In aanmerking komende ambulante technici
Voortdurende elektrificatie van het wagenpark	Lagere milieu-impact van ons wagenpark	Hele bedrijfswagenpark
Implementeren van een Hero Balancer-programma	Beter energiebeheer in onze veertien ondersteuningscentra	Alle ondersteuningscentra
Implementeren van een slaapstand in ons netwerk, aangedreven door AI	Lager energieverbruik buiten de piekuren (lager elektriciteitsverbruik en hogere energie-efficiëntie)	Onze netwerken
Implementeren van een eco-modus standaard in onze Mediaboxen	Minder energieverbruik door onze consumenten	Onze verkochte producten
Voortdurend uitfasen van (energie-intensieve) verouderde CPE	Minder Mediabox XL-apparaten bij klanten thuis	Oude videoproducten
Wijzigen van het type brandstof voor onze generatoren (van B7-diesel naar duurzamere HVO20 of HVO100)	Minder uitstoot bij energieopwekking	Generatoren op transmissielocaties
Aankopen van duurzame certificaten (Garanties van Oorsprong) voor 100% van de elektriciteit die we verbruiken	Lagere milieu-impact van ons elektriciteitsverbruik	Werkplekken, detailhandel, netwerk en infrastructuur, elektrisch wagenpark

## Elektrificatie wagenpark



Let op: deze afbeelding is gegenereerd door AI en is geen werkelijke versie van onze producten en diensten.

## STATISTIEKEN EN DOELEN OM ONZE PRESTATIES TE METEN

Voor informatie over onze carbon metrics, zie CO<sub>2</sub> footprint in de Engelse PDF.

Metrische beschrijving	Doel	Deadline	Basislijn	2024 resultaat	2023 resultaat
Elektrificatie van het wagenpark	90%	2027	N.v.t.	57%	47%
Jaarlijkse evolutie van onze Energie-efficiëntie (in %)	2% jaarlijkse stijging	N.v.t.	Vorig jaar	13%	27%
Percentage werknemers dat het openbaar vervoer gebruikt voor woon-werkverkeer.	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.	68 %	Niet beoordeeld

Het monitoren van het openbaar vervoer door werknemers is een vereiste van de Nederlandse overheid en daarom hebben we hiervoor geen operationele doelstelling vastgesteld.

## COMPENSATIES EN VERWIJDERINGEN

In 2024 compenseerde VodafoneZiggo 100% van de Scope 1- en 2-emissies met carbon credits van een Gold Standard-gecertificeerd windmolenpark in Turkije. We schatten de CO<sub>2</sub>-uitstoot op 4.800 ton en compenseerden 4.200 ton met credits uit 2024. De resterende hoeveelheid vulden we aan met de overgebleven CO<sub>2</sub>-credits van 2023. Daarnaast kochten we hernieuwbare Garanties van Oorsprong voor 100% van de elektriciteit die we gebruikten in onze gebouwen, netwerk, infrastructuur en wagenpark.

## ONZE BETROKKENHEID BIJ STAKEHOLDERS

Kanaal	Groep stakeholders	Frequentie
Trainingen en bewustwordingssessies in het hele bedrijf om medewerkers te betrekken bij de actieplanning voor beperking van klimaatverandering	Onze medewerkers	Doorlopend
Magazijnpartners betrekken bij energieverbruik en verzamelen van data	Magazijnpartners	Doorlopend
Anders Reizen	Coalitiepartners uit het bedrijfsleven	Doorlopend
Enquête over werknemersreizen	Medewerkers	Jaarlijks

## ESRS E1 ENERGIE 2024

Energie verbruik en mix (MWh)	2023	2024	Aandeel (%)
1. Brandstofverbruik van steenkool en steenkoolproducten	-	-	
2. Brandstofverbruik uit ruwe olie en aardolieproducten	1,181.089	402.127	
3. Brandstofverbruik uit aardgas	3,241.320	2,655.286	
4. Verbruik van andere fossiele brandstoffen	-	-	
5. Verbruik van gekochte of aangekochte elektriciteit, warmte, stoom en koeling uit fossiele bronnen	-	-	
<b>Totaal fossiel energieverbruik</b>	<b>4,422.409</b>	<b>3,057.412</b>	<b>1%</b>
<b>Totaal verbruik kernenergie</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>
6. Brandstofverbruik voor hernieuwbare bronnen, inclusief biomassa (waaronder ook industrieel en huishoudelijk afval van biologische oorsprong, biogas, hernieuwbare waterstof, enz.)	1,817.728	2,460.990	
7. Verbruik van gekochte of aangekochte elektriciteit, warmte, stoom en koeling uit hernieuwbare bronnen	253,176.908	252,944.218	
8. Verbruik van zelf opgewekte niet als brandstof gebruikte hernieuwbare energie	-	-	
<b>Totaal verbruik duurzame energie</b>	<b>254,994.636</b>	<b>255,405.208</b>	<b>99%</b>
<b>Totaal energieverbruik</b>	<b>259,417.045</b>	<b>258,462.620</b>	

# Circulaire economie

Bij VodafoneZiggo kijken we met een holistische blik naar onze impact op het milieu. Vanuit deze visie nemen we de hele levenscyclus mee van onze telecomproducten, waar onze klanten dagelijks op vertrouwen. Van mobiele telefoons tot CPE (Ziggo apparatuur in bruikleen) en netwerkhardware. Niet voor niets is circulaire economie in de DMA voor 2024 een belangrijk onderwerp voor onze organisatie. We integreren die principes door grondstoffengebruik te verminderen, de levensduur van producten te verlengen en (e-)afval terug te dringen. Onze specifieke focus in de DMA is afval. Details over ons beleid, onze acties, statistieken en doelstellingen vind je in het gedeelte over actuele informatie.



De afgelopen jaren boekten we al vooruitgang op het gebied van circulariteit. In 2024 hebben we een nieuwe stap gezet met de introductie van ons Circulair Elektronica-beleid. Dit beleid brengt verschillende initiatieven binnen ons bedrijf samen en helpt om onze overkoepelende Progress for Everyone-doelstellingen te behalen. Het richt zich specifiek op het terugdringen van e-waste; door een duidelijk kader te bieden voor circulaire initiatieven én door hergebruik en reparatie structureel in onze aanpak op te nemen (zie [casestudy](#)). In 2025 stellen we basisrichtlijnen op. Hiervoor gebruiken we gegevens uit de processen in het Circulair Elektronica-beleid. Ook gaan we doelen definiëren voor onze activiteiten op het gebied van e-waste management.

### MOBIELE CIRCULARITEIT STIMULEREN

De telefoons die we verkopen onder onze merken Vodafone en hollandsnieuwe zijn eigendom van onze klanten. Daardoor hebben wij minder invloed op de verwerking aan het einde van de levensduur. Toch gaan we de uitdaging aan om ook voor deze producten de circulariteit te bevorderen. Met campagnes stimuleren we onze klanten om hun telefoons te laten repareren voor een langere levensduur. En om afgedankte telefoons in te leveren via ons inruilprogramma, zodat ze worden opgeknapt of gerecycled.

In 2024 ruilden onze klanten 8.773 telefoons in. Hieruit blijkt dat consumenten nog steeds bereid zijn hun gebruikte apparaten een tweede leven te geven. Om circulariteit te stimuleren, moedigen we mensen aan hun oude mobieltjes in te leveren. We merken dat veel van deze telefoons nog in goede staat zijn. Dit betekent dat we er ook commercieel van profiteren. Onze zakelijke doelstellingen in evenwicht brengen met onze duurzaamheidsambities als verantwoordelijke organisatie kan tot uitdagingen leiden. Dit is vooral het geval in de samenwerking met fabrikanten van mobiele telefoons. Zij richten zich sterk op de verkoop en het marktaandeel van hun merk; wij zijn vooral geïnteresseerd in de bijbehorende abonnementsdiensten van Vodafone en hollandsnieuwe. Verschillende belangen dus, die de samenwerking op duurzaamheidsgebied complexer kunnen maken. Ze benadrukken ook dat het nodig is om betrokken te blijven, en zo onze gedeelde verantwoordelijkheden aan te pakken. Samen met onze partners in de waardeketen is het aan ons om de verwachtingen van de klant te overtreffen zonder het milieu te schaden.

In 2024 daalde het aantal reparaties met 17% ten opzichte van 2023. Waarschijnlijk heeft deze afname te maken met het groeiend aantal telefoons zonder een fysiek simslot. Dit is namelijk kwetsbaar voor water en stof. Sowieso speelt de overstap naar e-sims een belangrijke rol in onze

circulariteitsambities. We verminderen hiermee de hoeveelheid grondstoffen (plastic en elektronische schakelingen) die nodig zijn voor connectiviteit. In 2024 lanceerden we een complete digitale e-sim journey. Hierdoor hoeven we geen fysieke simkaarten meer te produceren en vervoeren. Dit draagt bij aan het verkleinen van onze verpakings- en logistieke footprint.

### DE CIRKEL ROND MET CPE

Binnen ons Ziggo-aanbod leverden we ook in 2024 meer circulaire CPE (Ziggo apparatuur in bruikleen) bij mensen thuis. Onze nieuwste modems, boosters en set-top boxen zijn ontworpen met duurzaamheid als uitgangspunt. We moedigen fabrikanten bijvoorbeeld aan om, waar mogelijk, gerecycled plastic te gebruiken. Zo daalt het verbruik van nieuwe grondstoffen. Deze aanpak sluit aan op ons doel om onze impact op het milieu te verkleinen en het gebruik van duurzame materialen te stimuleren.

We vragen onze klanten ook om hardware terug te sturen voor hergebruik. Dit helpt om de waarde van de grondstoffen te vergroten en afval te verminderen. In 2024 was 87% van de geretourneerde apparaten geschikt voor hergebruik of recycling (in 2023: 90%). Ons streven is om dit percentage te verhogen, maar een deel van de CPE is niet geschikt voor hergebruik. Dit komt door technische beperkingen of een gebrek aan compatibiliteit met de huidige processen voor hergebruik. Voor 2025 en daarna blijft het een prioriteit om deze uitdagingen aan te pakken. Tegelijkertijd blijven we onze processen verfijnen en duurzame recyclingalternatieven onderzoeken voor alle hardware die we op de markt brengen.

In 2024 hebben we onze Mediabox Next Mini verder uitgerold als standaardoptie voor nieuwe Ziggo-klanten. Dit is onze meest energiezuinige entertainmentbox tot nu toe. De Next Mini is kleiner dan zijn voorganger. Hierdoor is het materiaalgebruik minder. Het apparaat verbruikt ook twee derde minder energie en draait standaard op de eco-modus.

Daarnaast introduceerden we de Ziggo GO-app voor de Samsung Tizen OS en LG webOS Smart TV-platforms. Deze app biedt meer entertainment zonder dat een extra set-top box nodig is. Initiatieven zoals dit laten zien hoe ecologische duurzaamheid zowel bevorderlijk is voor de klantervaring als onze planeet. Door bijvoorbeeld apparaten te verwijderen of kleiner te maken, besparen we natuurlijke grondstoffen en ruimte, en energie bij mensen thuis. Daarnaast maakt een digitaal klant journey het mensen gemakkelijker. Én het vermindert de behoefte aan papieren handleidingen en bezoeken van technicians aan huis.

Naast de ecologische footprint van onze CPE, willen we ook die van verpakkingen en leveringen verkleinen. Zo leverden onze leveranciers ook in 2024 de modems in bulkverpakking. Dit vermindert het gewicht van karton, verbetert de efficiëntie van verzending en verlaagt de CO<sub>2</sub>-uitstoot met meer dan 60% in vergelijking met onze vorige individuele verpakkingen. We introduceerden ook een universele retourdoos voor Ziggo-apparatuur. Dit bespaarde 30% plastic dan voor deze maatregel. In 2025 blijven we klanten stimuleren om gebruikte apparatuur in te leveren voor een tweede leven. Ook onderzoeken we verder hoe we het beste met afgedankte apparaten kunnen omgaan: terug laten sturen door de klant, inleveren bij onze winkels of naar een openbaar recyclingcentrum brengen. Hierin nemen we ook de meest milieuefficiënte aanpak mee.

### INTRODUCTIE UNIVERSELE RETOURDOZEN



### CIRCULARITEIT IN ONZE INFRASTRUCTUUR

Ook in de niet-klantgerichte gebieden van VodafoneZiggo passen we onze circulariteitsprincipes toe. Zoals in onze netwerken en op werkplekken. Zo richtten we ons in 2024 op het verbeteren van afvalbeheer en circulariteit in onze vaste en mobiele netwerken. Dit was onderdeel van een bredere aanpak om de afvalverwerking in onze hele organisatie goed in beeld te krijgen. Naast de lancering van ons nieuwe Circulaire Elektronica-beleid stemden we definities af met onze partners op het gebied van afvalbeheer. En we brachten onze standaarden en certificeringen voor netwerktechnologie en CPE in kaart.

Om de circulariteit in onze infrastructuur verder te verbeteren, stellen we verouderde apparatuur in onze netwerken buiten gebruik. Ook vervangen we fysieke servers en opslag door cloud-technologie en virtualisatie (zie Klimaatverandering). Verder werken we samen met externe e-waste-specialisten om oude hardware verantwoord te verwerken. Ons doel: apparatuur een tweede leven geven in plaats van te recyclen. In 2024 introduceerden we samen met een afvalverwerkingspartner een dashboard met een marktplaats. Hier bieden we gebruikte technologie uit ons mobiele netwerk eerst aan andere Vodafone-bedrijven aan, en daarna aan de open markt. Het dashboard geeft ons ook meer inzicht in de fase na de levenscyclus van de technologie. Dit helpt ons om toekomstige verbeteringen door te voeren in onze aanpak van afvalbeheer.



# Mobiel meer circulair maken



	2024	2023	Verandering op jaarbasis
Herbruikt (inruil)	8.773	9.458	(7)%
Gerepareerd	17.714	21.390	(17)%
Gerecycled	6.154	6.339	(3)%
Refurbished verkocht	1.589	1.381	15%

Let op: deze afbeelding is gegenereerd door AI en is geen werkelijke versie van onze producten en diensten.

# Onze themagerichte rapportages over circulaire economie

ESRS **E5**

## Circulaire economie

(materieel deelonderwerp: Afval)

Hoewel VodafoneZiggo nog niet valt onder de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) van de Europese Unie (EU), hebben we ervoor gekozen om vrijwillig te rapporteren over een aantal datapunten die worden vereist door de European Sustainability Reporting Standards (ESRS), ter voorbereiding op de naleving. Onze toelichtingen worden gepresenteerd in tabellen aan het eind van de hoofdstukken van de strategische pijlers die betrekking hebben op onze materiële duurzaamheidsonderwerpen (zie [Interactie met onze stakeholders en dubbele materialiteit](#)), inclusief details over ons beleid, onze acties, maatstaven en doelen om deze onderwerpen aan te pakken. Onze ESRS-tabellen voor 2024 zijn niet onderworpen aan assurance door onze externe accountant.

Introductie

Over VodafoneZiggo

Strategische pijlers

### ONS BELEID

Beleids­titel	Belangrijkste elementen	Doelstellingen	Toepassingsgebied
Circulair Elektronica-beleid	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dit beleid stelt een standaardprocedure vast voor circulair beheer van elektronica.</li> <li>Het eerste principe is waar mogelijk afval voorkomen. Voor de rest volgen we een hiërarchie: opknappen of repareren &gt; doorverkopen &gt; oogsten &gt; recyclen.</li> <li>E-waste moet goed worden gescheiden en opgeslagen.</li> <li>Alle aannemers moeten akkoord gaan met een audit en de vereiste meetgegevens aanleveren.</li> <li>We controleren regelmatig de naleving en de betreffende bestuursorganen beoordelen jaarlijks de resultaten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De ecologische footprint van onze activiteiten verkleinen door strategieën te implementeren die verantwoorde consumptie bevorderen, de levenscyclus van producten verlengen en afvalproductie minimaliseren.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alle medewerkers, aannemers, onderaannemers, leveranciers en directeuren.</li> <li>Geldt voor herbruikbare apparatuur én e-waste. Onze belangrijkste categorieën apparatuur zijn CPE, kantoor- en retail-IT; en netwerkkap­p­a­r­a­tu­ur.</li> </ul>

### ONZE BELANGRIJKSTE ACTIES IN 2024

Actie	Beoogde resultaten	Toepassingsgebied
We brachten al onze afvalstromen in kaart en gingen met de betrokken partijen in gesprek over strategisch afvalbeheer.	Bewustwording en bedrijfs­ge­re­ed­heid ver­gro­ten voor het stellen van doelen.	CPE, netwerk, kantoor & IT
We introduceerden een universele retourbox voor Ziggo-apparatuur.	Materiaalverbruik verminderen en activiteiten optimaliseren.	Ziggo-apparatuur voor consumenten

Metrische beschrijving	Doel	Deadline	Basislijn	2024 resultaat	2023 resultaat
Gereviseerde VodafoneZiggo-apparatuur (# duizend)	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.	661	893

Om te voldoen aan ESRS E5, werken we aan de ontwikkeling van meeteenheden en doelen voor circulariteit.

Duurzame  
verbindingen  
vormgeven



# Spotlight op elektronisch afval

Als VodafoneZiggo leveren we miljoenen telecomapparaten aan onze klanten – van mediaboxen tot modems. Uiteindelijk worden deze apparaten vervangen, wat bijdraagt aan het wereldwijde e-waste-probleem. Het is onze plicht om te helpen bij de aanpak van dit groeiende milieuprobleem. Dit doen we door productcirculariteit te stimuleren door reparatie, refurbishment en hergebruik. Onze nieuwe Circular Electronics Policy vormt het kader voor onze inspanningen.

In 2024 lanceerden we dit beleid, dat bestaat uit maatregelen om e-waste op verschillende manieren te verminderen. Denk aan apparaten ontwerpen met duurzame materialen, het makkelijker maken om deze te repareren, en systemen ontwikkelen die hergebruik van onderdelen mogelijk maken. Als hergebruik geen optie is, is het doel om de gebruikte materialen opnieuw in te zetten. Zo minimaliseren we de hoeveelheid afval én onze afhankelijkheid van nieuwe grondstoffen.

De Circular Electronics Policy ondersteunt onze vooruitgang op duurzaamheidsgebied in het algemeen. En het helpt ons om onze voortrekkersrol in de telecomsector te vervullen. Het beleid zet niet alleen een nieuwe standaard binnen onze industrie; het stelt ons ook in staat om te voldoen aan de verwachtingen van onze klanten. Consumenten tonen namelijk steeds meer interesse in tweedehands producten met een kleinere ecologische footprint. In lijn met ons beleid blijven we samenwerken met onze partners en leveranciers om de circulariteit van onze producten verder te verbeteren – en zo bij te dragen aan een toekomst met minder verspilling.

**VodafoneZiggo Group Holding B.V.**

Boven Vredenburgpassage 128  
3511 WR Utrecht

[www.vodafoneziggo.nl](http://www.vodafoneziggo.nl)

©VodafoneZiggo - 28 maart 2025

vodafone  

---