

Environmental, Social & Governance Rapport 2021

DELTA gaat verder:
“Wij dragen bij aan
een inclusief, duurzaam
en welvarend digitaal
Nederland.”



Inhoud

- 3
Feiten en cijfers
- 4
Voorwoord
- 6
Environmental, Social
and Governance (ESG)
- 8
Focusgebieden
ESG

- 10
Hoofdstuk 1.
'een beter digitaal leven'
- 12 Special
Interactieve tv steeds beter!

- 14
Hoofdstuk 2.
Verbonden met de samenleving
- 16 Special
Talenten van de toekomst

- 18
Hoofdstuk 3.
Aandacht voor onze stakeholders
- 20 Special
Werken bij DELTA Fiber

- 22
Hoofdstuk 4.
Respect voor onze planeet

- 26
DELTA gaat verder:
"met het bouwen
aan nationale
naamsbekendheid."



DELTA Fiber feiten & cijfers

Compared to previous years.

Digitale maatschappij	926k Homes passed +124 (802k 2020)	26 Actieve bouwstromen +1 (25 2020)	408 Gemiddelde internet snelheid +158 (250 2020)	431k Breedband klanten +33 (398k 2020)
Stakeholders	0 Klant NPS +5 (-5 2020)	+30 Medewerker NPS +22 (+8 2020)	1106 Medewerkers +67 (1039 2020)	
planeet / maatschappij	0% Emissies scope 1 & 2 -825 (825 2020)		32,9% Aandeel vrouwelijk personeel +1.5% (31,4% 2020)	

Onze diensten

-  Internet
-  Interactieve TV
-  Telefonie
-  Mobiel



Voorwoord

Terugkijkend op 2021 is er veel gebeurd. Niet in het minst, was het een jaar van de strijd tegen COVID-19. Een strijd die steeds meer achter ons komt te liggen. Verder geeft het een goed gevoel dat ons groeiende glasvezelnetwerk een belangrijke bijdrage levert aan het ondersteunen van onze economie, de maatschappij en ons sociale leven. Met name in een tijd van beperking van fysiek contact en reizen. Werken vanuit huis, het zogeheten hybride werken, blijft ook na corona onderdeel van onze organisatie.

Ik kijk ook terug op 2021 als het jaar waarin we ons meer en meer bewust zijn geworden van onze invloed op de aarde en het klimaat. De gevolgen zijn steeds sterker zichtbaar en tastbaar. Denk aan de overstromingen in Limburg, Duitsland en België. De maatschappelijke discussie verandert daardoor. Die gaat steeds minder over de vraag of er wel sprake is van klimaatverandering en steeds vaker over wat eraan gedaan kan en moet worden. Een discussie die wij binnen DELTA Fiber ook voeren en direct koppelen aan acties. Dit heeft ertoe geleid dat onze eigen productieprocessen (in scope 1 en 2) vanaf dit jaar per saldo geen uitstoot meer genereren.

Intern en extern klimaat zijn speerpunt

Dit is een mooie stap in de verduurzaming van onze bedrijfsvoering en sinds dit jaar ook niet langer vrijblijvend, maar een hard commitment. Want hoewel wij al langer tot doel hadden gesteld om vanaf 2021 geen CO2 meer uit te stoten met onze eigen productieprocessen, zullen we ook wetenschappelijk onderbouwde doelstellingen opnemen als onderdeel van onze klimaatinitiatieven. Een duidelijk signaal dat onze groene ambitie onderkent en onderschrijft. Naast het externe klimaat is ook onze interne cultuur een belangrijk speerpunt voor onze organisatie. Zo streven we naar een prestatie die ligt boven het gemiddelde in de sector, ten aanzien van man-vrouw verhouding én medewerker tevredenheid.

“Ik ben trots dat alle collega’s zich flexibel en loyaal hebben getoond aan ons prachtige bedrijf, zelfs in een roerig en bewogen jaar.”

Uitbreiding naar 2 miljoen glasvezelaansluitingen

Onze aandeelhouders steunen ons actief in onze ambitie om snel glasvezelinternet op steeds meer plekken in Nederland beschikbaar te maken. Dit heeft geleid tot de realisatie van bijna 1 miljoen aansluitingen eind 2021. Opnieuw zetten zij onze ambities kracht bij, door ook de uitrol naar 2 miljoen aansluitingen in de komende jaren te ondersteunen. Voor ons bedrijf een zeer bijzondere gebeurtenis die resulteerde in een overstap naar een nieuw infrastructuurfonds binnen EQT waarbij we Stonepeak als nieuwe aandeelhouder mochten verwelkomen.

Met deze twee krachtige, op duurzaamheid gerichte aandeelhouders, zetten we vol vertrouwen de volgende stap in de verdere verglazing van Nederland. Met de nieuwste generatie glasvezel, XGS-PON, bouwen we een netwerk dat op alle fronten beter is dan andere technieken. Zowel qua snelheid -van levensbelang voor duurzame ontwikkeling en digitalisering- als ook qua energieverbruik.

Mooie resultaten en verdere ontwikkeling

Prachtige stappen die wij alleen konden zetten door de inzet en betrokkenheid van onze medewerkers. Ik ben er trots op dat zij zich flexibel en loyaal hebben getoond aan ons prachtige bedrijf, zelfs in het achter

ons liggende roerige en bewogen jaar 2021. Mede dankzij hun inzet kunnen we terugkijken op een goed jaar, waarin we mooie resultaten hebben behaald.

Natuurlijk blijft er altijd ruimte voor verbetering, op alle fronten in ons bedrijf. Wij blijven ons volop inzetten om ons netwerk te laten groeien, onze kwaliteit te verbeteren en onze positieve impact op mensen, milieu en de samenleving te vergroten. In dit Environmental, Social, Governance (ESG) Rapport 2021 deel ik met trots de tot nu toe behaalde resultaten. En ik neem u graag mee in de ambities die wij voor de komende jaren hebben. Waarbij het mijn intentie is om ESG een integraal onderdeel te maken van onze strategie en samen met mijn management team de ontwikkeling van ons bedrijf op dit vlak frequenter te delen. Met als doel een organisatie te creëren waarin onze medewerkers zich verbonden voelen in een purpose gedreven cultuur.

Ik ben er trots op om de resultaten die we tot nu toe hebben behaald te delen in dit ESG rapport 2021. Maar ik neem u ook graag mee in de ambities die we hebben voor de komende jaren.

Marco Visser
CEO DELTA Fiber

Corporate Social Responsibility

Ons Environmental, Social and Governance (ESG) beleid heeft als doel om via ons werk een positieve impact te hebben op mens, milieu en de samenleving. Binnen ons beleid onderschrijven we de duurzaamheidsdoelen die de VN heeft gesteld, de zogeheten Sustainable Development Goals (SDG's). Om focus aan te brengen hebben we er in ons ESG-beleid voor gekozen om ons te richten op zeven SDG's waar we via onze bedrijfsvoering een onderscheidende invloed op hebben.

Duurzame infrastructuur, innovatie en ontwikkeling

De belangrijkste bijdrage leveren we door de aanleg van ons razendsnelle glasvezelnetwerk. Hiermee dragen we bij aan:

- 1 De bouw van robuuste en veerkrachtige infrastructuur (SDG 9).
- 2 Verduurzaming van steden en kleinere gemeenschappen (SDG 11); door verglazing van bestaande, laagwaardigere netwerken.
- 3 Bescherming van het klimaat, aangezien glasvezeltechniek de meest duurzame en energiezuinige internetverbinding is (SDG 13).

En via de aanleg van ons glasvezelnetwerk zorgen we indirect voor:

- 4 Toegankelijkheid van kwalitatief onderwijs en de ontwikkeling hiervan (SDG 4); door de coronapandemie is steeds zichtbaarder geworden dat een goede breedbandverbinding van vitaal belang is voor werken op afstand en scholing.
- 5 Verdere innovatie en ontwikkeling van slimme toepassingen, wat op haar beurt weer leidt tot hogere productiviteit, economische groei en baanontwikkeling (SDG 8).

Op een verantwoorde en inclusieve manier

Door steeds meer mensen aan te sluiten op ons netwerk dragen we op een heel directe manier bij aan een duurzamere wereld. Dat deden we dit jaar al voor meer dan 900.000 huishoudens en we gaan hier mee door. Ons doel is ons netwerkbereik de komende jaren uit te breiden naar 2 miljoen huishoudens en bedrijven. Wij vinden het van belang dat we dit op een duurzame en inclusieve manier doen. Vandaar dat we als bedrijf gendergelijkheid (SDG 5) tot een speerpunt hebben gemaakt.

Verder dragen wij bij aan een verantwoorde productie en consumptie (SDG 12), zodat onze impact op het milieu wordt beperkt (SDG 13). Dit doen we heel concreet door al onze energieconsumptie 100% groen af te nemen, en ook onze eigen CO2 uitstoot te compenseren. Dat heeft ertoe geleid dat wij vanaf dit jaar per saldo 0% CO2 uitstoten (zie scope 1 en 2). De komende jaren verleggen wij onze ambitie naar het duurzaam maken van onze complete productie keten. Met als ultiem doel uiterlijk per 2045 onze waardenketens volledig emissievrij te maken (scope 3).

0%

CO₂-emission (scope 1 + 2)

100%

Green electricity in 2021



“Door steeds meer mensen aan te sluiten op ons netwerk dragen we op een heel directe manier bij aan een duurzamere wereld.”

4 KWALITEITS-
ONDERWIJS



5 GENDER-
GELIJKHEID



8 EERLIJK WERK
EN ECONOMISCHE
GROEI



9 INDUSTRIE,
INNOVATIE EN
INFRASTRUCTUUR



11 DUURZAME
STEDEN EN
GEMEENSCHAPPEN



12 VERANTWOORDE
CONSUMPTIE EN
PRODUCTIE



13 KLIMAATACTIE





“Onze vier focusgebieden zijn: bijdragen aan een beter digitaal leven, verbinding met de samenleving, rekening houden met onze omgeving en respect voor onze planeet.”

Vier focusgebieden voor de SDG's

Wij dragen bij aan de door de VN opgestelde SDG's door de aanleg van ons hoogwaardige glasvezelnetwerk en bewuste keuzes in onze bedrijfsvoering. Wij willen daarbij niet alleen terugkijken en onze daden relateren aan deze doelen. Het is ook van belang om andersom te werken en de duurzaamheidsdoelen te vertalen in concrete verbeterinitiatieven.

Binnen DELTA fiber geven wij dit vorm aan de hand van vier focusgebieden. Deze gebieden zijn gekoppeld aan de bijbehorende SDG's en geven richting aan onze duurzaamheidsambities en -initiatieven. Hiermee geven we onze acties op duurzaamheidsgebied niet alleen een plek binnen het SDG kader van de VN, maar zorgen we ervoor dat deze initiatieven hier proactief aan bijdragen.



1
Digitale maatschappij



We zorgen voor een beter digitaal leven



2
Verbonden met de samenleving



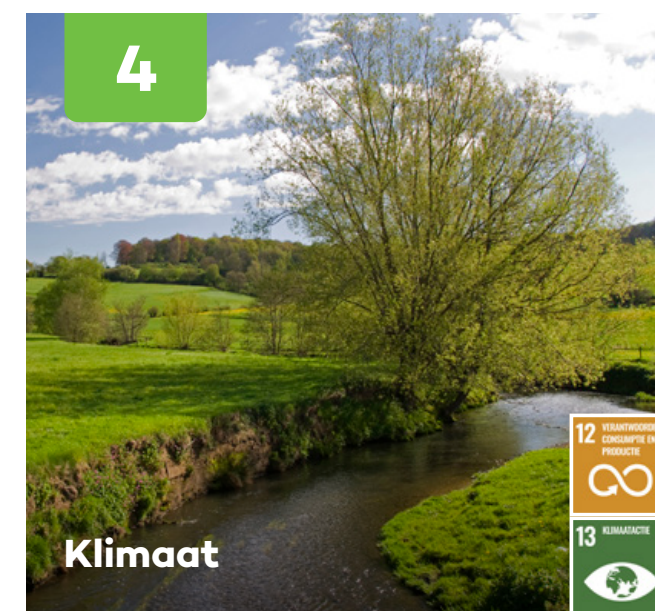
We dragen bij aan de samenleving



3
Aandacht voor onze stakeholders



We houden rekening met onze omgeving



4
Klimaat



We hebben respect voor onze planeet

Wij zorgen voor een beter digitaal leven

Het is onze ambitie om voor iedereen in Nederland een beter digitaal leven te creëren. Een groot onderdeel van deze ambitie is onze belofte om ons snelle glasvezelnetwerk uit te breiden naar gebieden in Nederland waar snel internet niet altijd vanzelfsprekend is. Dit hebben we in de afgelopen jaren bewezen door de aanleg van glasvezel in grote delen van het buitengebied in Nederland. Nu breiden we dit uit naar kernen en kleinere steden. Ons doel is om de komende jaren onze glasvezelaansluitingen in deze gebieden uit te breiden naar 2 miljoen.

Naast de inzet op uitbreiding van ons netwerk, investeren we ook ruim in ons bestaande netwerk, om zo de kwaliteit en dienstverlening voor onze bestaande klanten optimaal te laten werken. We upgraden ons glasvezelnetwerk op veel plaatsen naar 8 Gbps, voegen wifi 6 toe en passen onze propositie hierop aan. In de nabije toekomst wordt het zelfs mogelijk snelheden tot 25 Gbps aan te bieden over ons netwerk.

Snel internet voor zoveel mogelijk mensen

Ons nieuwste aantrekkelijke 1-Gbps-aanbod brengt de voordelen van glasvezelinternet – en het betere digitale leven dat het mogelijk maakt – binnen handbereik voor een groot percentage van de Nederlandse bevolking. Dit wordt niet alleen bereikt door onze aansprekende propositie, maar ook door de forse uitbreiding van ons netwerk dit jaar en de jaren daarvoor. Het aantal gepasseerde woningen nam fors

2 miljoen
kilometer glasvezelkabel aangelegd t/m 2021

926k
homes passed tot en met eind 2021

toe en onze projectplanning voor de komende jaren is al bijna volledig vastgelegd. Wij verwachten om alleen al in het volgende jaar meer dan veertig bouwstromen in uit te voeren. Een aanzienlijke stijging van onze bouwinspanningen!

Klaar voor toekomstige innovaties

Naarmate ons netwerk zich blijft uitbreiden, brengen we ook hoogwaardige en snelle internetconnectiviteit naar steeds meer verzorgingstehuizen. Naast het leveren van een prettige en snelle productbeleving maakt dit ook de weg vrij voor toekomstige zorg-innovaties. Zoals het gebruik van zorgrobots die

Kernactiviteiten

Met onze core business in de telecom leveren we direct een bijdrage aan een beter digitaal leven.

- 2 miljoen aansluitingen**
Aanleg en uitbreiding van ons snelle glasvezelnetwerk.
- Upgrade naar 8 Gbps**
Steeds sneller internet door upgrades op het netwerk.
- Nummer #1 provider in Nederland**
Voor internet, tv en bellen via de kabel.
- Cybersecurity**
Een speerpunt voor zowel onze klanten als medewerkers.

een stabiele en snelle dataverbinding nodig hebben om goed te kunnen functioneren. Ons netwerk brengt deze en andere innovaties dichterbij.

Beste provider van Nederland en snelste klantenservice

Onze inspanningen op digitalisering blijven niet onbeloond. We zijn door de Consumentenbond opnieuw gekozen tot beste provider van Nederland voor internet, tv en bellen via de kabel, en daar zijn we erg blij mee! Deze waardering wordt gedeeld door onze klanten, van alle aanbieders hebben we de hoogste provider-beoordeling (8,3) gekregen. Verder hebben we hoge cijfers gekregen voor de kwaliteit van onze telefoonaansluiting en onze (kabel)internetverbinding. Bovendien heeft Providercheck ons de prijs voor de 'snelste klantenservice' toegekend. We zijn heel erg trots op zulke uitstekende resultaten.

Dit laat duidelijk zien dat klanten onze voortdurende inspanningen om ons netwerk en onze producten te verbeteren, opmerken en waarderen. Dat motiveert ons om het morgen nog beter te doen!

Cybersecurity

We streven er dagelijks naar onze klanten de best beveiligde diensten en netwerken te leveren. Jaarlijks investeren we ruim 1 miljoen euro in onze Cyber Security. Een van onze belangrijkste verbeteringen is de nieuwe beveiliging tegen DDoS-aanvallen. Hiermee zorgen we ervoor dat onze klanten diensten

ontvangen die steeds veiliger en meer bestand zijn tegen cyberaanvallen. Het is ons doel de cybersecurity voor onze klanten en ons bedrijf steeds verder te optimaliseren.

Niet alleen voor onze klanten zorgen wij voor een beter en veiliger digitaal leven, ook onze medewerkers staan centraal in deze doelstelling. In 2021 zijn we gestart met een online training om ons personeel extra bewust te maken van nepmails, phishing en andere security risico's. Daarnaast stellen wij onszelf de verplichting om alle 'security breaches' uitgebreid op te sporen om hier zowel op de korte als lange termijn van te kunnen leren. Deze inzichten worden tot en met boardniveau binnen onze organisatie gedeeld.



Interactieve tv steeds beter!



Klanten willen zelf bepalen wat ze kijken en wanneer. Het is volgens Jeffrey “tv kijken op de Netflix-manier.”

We timmeren hard aan de weg met de migratie naar ons interactieve tv-platform. We willen onze klanten een veel betere tv-ervaring bieden, en onze NPS-score verbeteren. Tv-kijken anno 2021 is volgens onze Productmanager Jeffrey Leentjes vooral een persoonlijk ding. Het nieuwe tv-platform ondersteunt dit.

“Het nieuwe tv-product biedt een moderne interface en komt met mobiele- en webapplicaties, waardoor klanten via elk apparaat van alle zenders binnen hun abonnement kunnen genieten. Al onze applicaties bieden dezelfde features zoals live tv-kijken, een volledige gids, opnemen, kijken vanaf het begin, en programma gemist. Daarnaast bieden de iOS- en Android-apps de mogelijkheid om te streamen naar Google Chromecast of Apple tv.”

‘Televisie op de Netflix-manier’

Jeffrey groeide zelf op met analoge televisie. “Bij ons thuis zaten we iedere dag om acht uur

stipt voor de buis voor het achtuurjournaal. Wie er niet bij was had pech gehad. Terugkijken of begin gemist bestond natuurlijk niet. Wat dat betreft is er heel wat veranderd.”

Niet alleen de techniek, maar ook de manier waarop we televisie ervaren is veranderd. Jeffrey vertelt: “tv-kijken is persoonlijker en individueller geworden. We willen zelf bepalen wat we kijken en wanneer. ‘Tv op de Netflix-manier’ noem ik het.”

Klanten helpen ons verbeteren

Om alle functies te kunnen bouwen is het belangrijk om te weten wat klanten willen. “Als productmanager is het mijn taak om ons tv-product en de klantervaring zo goed mogelijk te maken. Daarom schakel ik regelmatig met onze klantenservice en lees ik feedback van onze klanten. Die feedback gebruik ik om interactieve tv te blijven verbeteren en extra functies toe te voegen. Als ik weet wat klanten willen, kunnen we daar ook

Overall tv kijken

“Met onze laatste upgrade hebben klanten echt een betere ervaring. En het hoort natuurlijk ook helemaal bij deze tijd. We willen altijd, overall, alles kunnen bekijken. Met ons nieuwe platform voldoen we aan die vraag.”

Klanten erg positief

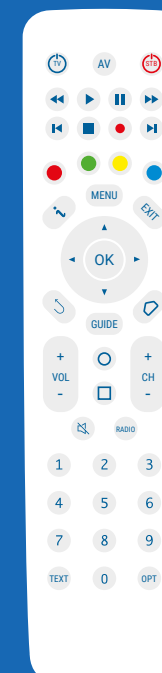
“Inmiddels zijn we gestart met het aanbieden van de nieuwe tv-app. Dit jaar ontvangen gemiddeld 7000 klanten per week een mail waarmee we aangeven dat ze toegang hebben tot de nieuwe app. De klantreacties zijn positief! Onze NPS is verbeterd met de introductie van het nieuwe platform.”

Wat gaan we nog meer doen om deze transitie succesvol te maken?

“Helaas is er in het afgelopen jaar nog geregeld sprake geweest van storingen op het platform. Dit jaar ronden we de bouw van een tweede datacenter af, zodat we een robuust platform hebben. Voor wat betreft het product werken we dit jaar aan het optimaliseren van onze settopbox interface. Daarmee willen we de gebruikerservaring verder verbeteren. Daarom voeren we meer wijzigingen door die moeten leiden tot een snellere ervaring.”

DELTA Interactieve TV: We blijven doorontwikkelen

We werken hard om jouw tv-ervaring nog aangenamer te maken. Deze functies worden binnenkort toegevoegd:



Horizontale tv-gids

Kies helemaal zelf of je de tv-gids horizontaal of verticaal wilt zien.

Nieuwe zoekfunctie

Programma's vinden wordt nog makkelijker met de nieuwe zoekfunctie.

Snelheid

Navigeren en zappen gaat voortaan makkelijker en sneller door verschillende verbeteringen onder de motorkap.



Net te laat thuis voor je favoriete liveshow? Met **begin gemist** mis je er weer klaar voor bent.



Zin in iets lekkers? Druk op **pauze** en kijk verder wanneer jij er weer klaar voor bent.

onze prioriteiten op aanpassen. En ik ben persoonlijk betrokken bij de ontwikkeling van nieuwe functies.”

Horizontale tv-gids

Een voorbeeld van zo'n nieuwe functie is de horizontale tv-gids. “Uit onderzoek blijkt dat veel klanten dat prettig vinden”, vertelt Jeffrey. “Die horizontale tv-gids hebben we dan ook als optie geïntroduceerd op de tv-ontvanger. Je kunt nu zelf kiezen of je een horizontale of verticale gids op je scherm wilt zien.”

Wij dragen bij aan de samenleving

Met onze snelle dataverbindingen en technologie bouwen we aan een betere toekomst van Nederland. Met onze sponsoractiviteiten maken we dit ook mogelijk voor stichtingen en organisaties die een steuntje in de rug kunnen gebruiken. Via het internet zijn we verbonden; met onze omgeving, met anderen in ons land en zelfs wereldwijd. Waar DELTA Fiber actief is, willen we ook op maatschappelijk vlak bijdragen. Met zowel financiële als materiële bijdragen willen we de maatschappelijke en digitale ontwikkeling ondersteunen op plaatsen waar dat hard nodig is.

DELTA Fiber Fonds

Met ons DELTA Fiber Fonds helpen we stichtingen en organisaties die in een opstartfase zitten of starten aan een nieuw project van maatschappelijke waarde. Dit doen we met ondersteuning op het vlak van digitale middelen of voorzieningen. Denk daarbij aan laptops of tablets voor medewerkers, of in bruikleen aan deelnemers en wifi-punten voor goed bereik in het hele gebouw. Of een financiële vergoeding voor een internetverbinding via een van de merken van DELTA Fiber.

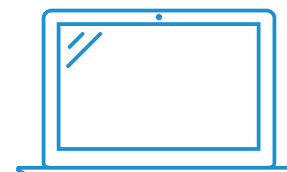
“Waar DELTA Fiber commercieel actief is, willen we ook op maatschappelijk vlak bijdragen.”

Sponsoring

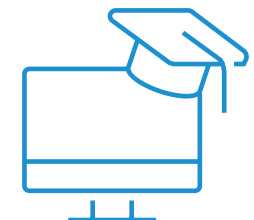
We sponsoren een viertal grote maatschappelijke evenementen in onze thuisregio Zeeland:

- Kustmarathon**
 Jaarlijks lopen duizenden deelnemers ruim 42 kilometer langs de Zeeuwse kust met duizenden supporters langs de lijn. DELTA draagt bij aan dit sportevenement binnen de Zeeuwse community met een financiële bijdrage in ruil voor branding tijdens het evenement.
- DELTA Ride for the Roses**
 Hét fietsevenement voor jong en oud met één gemeenschappelijk doel, namelijk zo veel mogelijk geld inzamelen voor kankeronderzoek. Zo is er ook dit jaar weer een mooi bedrag opgehaald van €130.000,-. DELTA neemt de organisatiekosten van het evenement op zich zodat donaties volledig naar het goede doel gaan.
- Film by the sea**
 Een internationaal filmfestival dat z'n oorsprong heeft in Zeeland. DELTA levert een financiële bijdrage in ruil voor branding en mediaruimte in alle middelen en kanalen die door Film by the Sea worden ingezet.
- DELTA dikke banden race**
 Het fietsevenement voor kinderen op de basisschool. DELTA sponsort zo'n 35 DELTA Dikke Banden Races per jaar en levert daarvoor T-shirts, vlaggen, route markeringen en prijzen om uit te rijken aan de winnaars. De organisatie wordt gedaan door Sport Zeeland, een stichting die samenwerkt met studenten van de sportopleiding. Zo ondersteunt dit project ook het onderwijs in Zeeland.

Enkele voorbeelden hiervan zijn:



Donatie van laptops voor stichting 'De harde leerschool'. Deze stichting helpt mensen weer terug te keren in de maatschappij na langdurige uitval. De laptops worden gebruikt om de mensen les te geven in hoe ze hun financiën op orde moeten krijgen en houden.



Donatie van iPads aan Stichting vrienden van ADRZ voor kinderen om te gebruiken terwijl ze op een operatie wachten. Dit verlaagt hun stressniveau en bevordert een spoedig herstel na de operatie.



Donatie aan stichting leergeld voor digitale middelen voor kinderen uit gezinnen die dit zelf niet kunnen bekostigen en daardoor kansen in de maatschappij, kans op onderwijs, dreigen te missen.

Talenten van de toekomst



Met het project “talenten van de toekomst” hebben we studenten geholpen om field-lab ervaring op te doen over hoogwaardige glasvezelnetwerken en met domotica.



In de eerste helft van dit jaar hebben we meegewerkt aan het begeleiden van een schoolproject voor eerstejaars studenten ICT-support. Het doel van het project? Bouw de ‘straat van de toekomst’.

Dit gaf ons de kans om studenten te helpen met hun toekomstige vakgebied; een kans die we als DELTA Fiber niet wilden laten schieten! We zijn dan ook samen met andere partners uit het bedrijfsleven met veel enthousiasme met de studenten aan de slag gegaan.

‘Straat van de toekomst’

De studenten kregen de opdracht om de ‘straat van de toekomst’ te bouwen. Het docententeam nam de rol aan van coach, waarbij ze de studenten begeleidden in hun persoonlijke ontwikkeling op basis van hun leervragen.

Workshops over glasvezel

Door dit project zijn de leerlingen enthousiast geworden over hoogwaardig glasvezel en domotica (huisautomatisering) waarmee mensen langer zelfstandig thuis kunnen wonen. Wij hebben work-

shops verzorgd over glasvezeltechniek en de aanleg van glasvezel. Ook hebben we een bijeenkomst georganiseerd over het internet.

Zeer positief resultaat

Net voor de zomer was de officiële oplevering van het project en presenteerden de studenten ons het behaalde resultaat. De ‘straat van de toekomst’ was een feit. Deze straat werd officieel geopend door de wethouder van Jeugd, Onderwijs en Volksgezondheid Sonja Suij van de gemeente Terneuzen.

Na de officiële opening werden de genodigden in groepjes meegenomen door de straat en werd er door de studenten uitleg gegeven bij hun eigen woning. De studenten legden uit wat ze allemaal hadden gemaakt en welke kennis uit de workshops ze in de praktijk hebben weten toe te passen.

Als DELTA Fiber hebben we de samenwerking met de andere partners als zeer positief ervaren en we hopen op een vervolg volgend jaar. De studenten van vandaag zijn misschien wel onze collega's van morgen!



Wij houden rekening met onze stakeholders

Kernactiviteiten

Steeds een stap extra, zowel voor onze klanten als onze medewerkers.

- 1 | **Lancering online zelfservice**
Makkelijker bereikbaar voor onze klanten.
- 2 | **IMPACT: de klant centraal**
Programma op verbetering van NPS en Customer Experience.
- 3 | **Vitaliteit & gezondheid**
Meer dan 200 deelnemers aan het vitaliteitsinitiatief 'Ommetje' (wandelprogramma).
- 4 | **Onboarding nieuwe medewerkers**
Volledig vernieuwd onboardingsprogramma voor nieuwe collega's.
- 5 | **Integriteit**
Training en e-learning voor alle medewerkers.

In het vierde kwartaal van 2020 kwamen we als beste uit de test van de Consumentenbond met een providerwaardering van maar liefst 8,3! En in 2021 zijn we door providercheck.nl verkozen tot beste klantenservice. Het is geweldig dat onze klanten ons te afgelopen tijd zo waarderen. We gaan er voor zorgen dat deze goede scores in de toekomst de standaard worden.

Daarom lanceerden wij dit jaar een uitgebreid programma om de kwaliteit van onze producten en diensten te verhogen en het vertrouwen van onze klanten te versterken: IMPACT. Zo zorgden we ervoor dat klanten overal in huis een goede en betrouwbare wifi-dekking hebben. Daarnaast verbeterden we ons tv-product en de stabiliteit van ons netwerk. Ook lanceerden we een nieuwe app voor ons mobiele product. Het resultaat van deze initiatieven wordt inmiddels zichtbaar in de rapportcijfers van onze klanten. Met een NPS groei van -5 naar 0 laten we mooie stappen zien, maar zitten we nog niet op het gewenste niveau.

Iedereen werkt mee aan de klanttevredenheid

Verbetering van het kwaliteitsbewustzijn en de klanttevredenheid is dan ook een proces waaraan alle medewerkers de komende tijd blijven meewerken. Want alles wat we binnen onze organisatie doen kan van invloed zijn op de tevredenheid van onze klanten. Direct of indirect. Uiteraard zijn er afdelingen waarbij het contact met de klant direct van invloed is op de klanttevredenheid. Denk daarbij aan de klantenservice,

8 Gbps

Supersnel XGS-PON en Wifi6 voor alle klanten

XGS-PON technologie

de winkels en monteurs. Maar ook de collega's die niet direct contact hebben met klanten, leveren hun bijdrage. De manier waarop wij onze processen en IT-systemen inrichten, onze marketing en sales voeren, onze producten presenteren, en storingen en klachten oppakken, het heeft allemaal invloed op de klanttevredenheid.

Betrokken medewerkers

Vanuit de overtuiging dat onze betrokken medewerkers uiteindelijk in alles wat zij doen zorgen voor tevreden klanten, lanceerden wij dit jaar Peakon, een nieuw platform waarmee wij betrokkenheid van medewerkers voortdurend meten en input ophalen om hierop te verbeteren. Door frequent de betrokkenheid van onze medewerkers te meten en feedback te vragen, hebben we gericht verbeteringen in onze organisatie aangebracht.

Zo hebben we alle medewerkers nadrukkelijker deelgenoot gemaakt van onze strategie, lanceerden

we een vitaliteitsprogramma om te werken aan de gezondheid en inzetbaarheid van onze medewerkers en verbeterden we gericht het introductieprogramma voor nieuwe medewerkers. Daarnaast gaan managers nu structureel met hun teams aan de slag om verbeteringen binnen teams door te voeren. Mooie resultaten die onze medewerker betrokkenheid in amper een half jaar tijd hebben verhoogd van +8 naar +32. Ruim boven de voor onze sector geldende benchmark!

Groei als werkgever

Onze groei in klanttevredenheid, klantaantallen en ons netwerk vertaalt zich ook in de groei die wij als werkgever doormaken. Dit jaar mochten we 174 nieuwe collega's verwelkomen. En sloten wij ons aan bij de voor onze sector geldende CAO. Een duidelijk signaal dat wij als werkgever het beste met onze mensen voor hebben. Ook volgend jaar blijven wij ons inzetten om het beste met onze medewerkers voor te hebben. Bijvoorbeeld door een groei- en ontwikkelplan voor onze uitzendkrachten binnen onze klantenservice. Een gericht traject waarin we onze zogeheten 'agents' een carrièrepad met ruimte voor opleiding en ontwikkeling aanbieden, dat moet leiden tot een vast contract binnen ons bedrijf.

Het is voor ons belangrijk om onze medewerkers actief te betrekken bij de ambities op ESG. Niet alleen het draagvlak maar ook de impact van onze initiatieven wordt daarmee vergroot. We willen dat medewerkers in alle lagen van de organisatie weten

“Het is geweldig dat onze klanten ons de afgelopen tijd zo waarderen. We gaan er voor zorgen dat deze goede scores in de toekomst de standaard worden.”

dat ze bij kunnen dragen aan onze doelen en hier meer over communiceren is daarbij van belang. Dit jaar zijn we een pilot gestart met een vertegenwoordiging van onze medewerkers en medezeggenschap om samen te discussiëren over duurzaamheid binnen DFN. Een deel van de suggesties vanuit het panel zijn meegenomen in onze voor uitvoering in matrix voor 2022. Deze pilot bouwen we in 2022 graag verder uit door de betrokkenheid van onze stakeholders uit te breiden. In de vorm van frequentere communicatie en klankbordsessies met leveranciers, medewerkers en klanten.

Werken bij DELTA Fiber



Onze medewerkers moeten zich gewaardeerd voelen. Ze doen er echt toe, want hoe kun je anders een gevoel van betrokkenheid creëren?

Ze begonnen allebei achter de telefoon, maar inmiddels zijn ze binnen DELTA Fiber doorgegroeid tot respectievelijk directeur en floormanager van de klantenservice. Toch blijft in alles wat Ferry Monsma en Denise de Vries doen, één ding als paal boven water staan. “Klanttevredenheid staat altijd op één, daar doe je het voor.”

Ferry begon als zeventienjarige starter, als bijbaantje boven op zolder. “We zaten daar met zes man, telefoontjes aannemen, misschien twintig op een dag. Nu hebben ruim 900.000 huishoudens en bedrijven toegang tot ons landelijke netwerk.” Het tekent de enorme groei die DELTA Fiber in de afgelopen jaren heeft doorgemaakt. Denise (26) stapte twee jaar geleden, tijdens haar tussenjaar, voor het eerst binnen. “Ik ben nooit meer weggegaan, nu ben ik als floormanager het aanspreekpunt voor onze medewerkers.”

Verschil maken

Voor de 37-jarige Ferry is één ding het allerbelangrijkste. “Ik werk hier nu negentien jaar, waarvan acht als directeur klantenservice, maar de uitdaging zit hem in het aandacht geven aan iedereen. Medewerkers moeten niet het gevoel hebben dat ze een nummertje zijn, ze doen er echt toe, anders creëer je ook nooit betrokkenheid.” Dat weet zijn collega Denise als geen ander. “De sfeer is kenmerkend voor hoe we zijn als bedrijf. Ondanks dat we groot zijn, is het heel persoonlijk. Van hiërarchie merk je nauwelijks iets, je kunt zo binnenlopen.” Dat ze overigens hier nu zou zitten, had ze op school misschien ook niet helemaal verwacht.

“Ik had de opleiding Onderwijsassistente afgerond, wist niet precies wat ik wilde gaan doen en kwam toen hier. Nu help ik ook mensen, alleen zijn het geen kinderen.” Sociale beesten, zoals ze zichzelf

omschrijven. “Je kunt echt het verschil maken. Klanten tot in de puntjes helpen met hun probleem, dat is het mooiste.” Ferry had als kind al een voorliefde voor IT. “Ik vind dat iedereen die de ambitie heeft om te werken bij een dienstverlenende organisatie, moet starten bij het callcenter. Daar leer je heel veel, niet alleen communicatief.”

Trots

Hij merkt dat hoe hoger je komt, hoe meer mogelijkheden je krijgt om de oplossing te vinden. “Je wilt dat medewerkers datzelfde gevoel ervaren, dat ze altijd een passende oplossing kunnen bieden. Dat maak ik mogelijk, samen met mijn team. Internet is een primaire factor geworden in ons leven, dan moet je goede service bieden.” Maar niet alleen de klant is koning, ook de medewerkers staan zoveel mogelijk centraal. Met Ferry als mooi voorbeeld. “De kruiwagen die ik heb gekregen, wil ik nu voor een ander zijn.

Je krijgt alle kansen om door te groeien, dat zie je ook bij Denise.” Het coachen van werknemers bezorgt haar veel voldoening. “De begeleiding is heel belangrijk, zo moet je om kunnen gaan met boze klanten. Als een klant uiteindelijk met een lach ophangt en het probleem is verholpen, hebben wij ons werk goed gedaan.” Daar zijn sommige karaktereigenschappen best handig voor, weet ze uit eigen ervaring. “Je moet je in kunnen leven in een klant, meedenken en samen tot een oplossing komen.”

Denise hoopt door te groeien tot teammanager, Ferry heeft de ambitie om de beste klantenservice van Nederland te zijn en te blijven. Maar misschien vindt hij één ding nog wel belangrijker. “De ontwikkeling van mensen, daar probeer je ze bij te helpen.”

Wij hebben respect voor onze planeet

Kernactiviteiten

Energiebesparingen in onze mobiliteit en datacenters.

- 80% groei gebruik openbaar vervoer**
We hebben dit jaar 80% meer NS Businesscards uitgegeven.
- Verdubbeling elektrisch/hybride rijden**
Wagenpark beleid aangepast naar duurzamere alternatieven.
- 20% energiebesparing**
Verhuizing naar nieuw datacenter in Middelburg.
- 100% groene energie**
Alle point of presence en datacenters op 100% groene energie.

Sinds dit jaar zijn we voor het eerst CO₂-neutraal voor onze eigen uitstoot (scope 1 en 2). Dat wil zeggen dat de elektriciteit die wij gebruiken 100% groen is en de uitstoot die wij veroorzaken door verbranding van brandstoffen wordt gecompenseerd. We streven naast compensatie van onze impact op het milieu, ook naar reductie van onze indirecte impact. Wij zijn ervan overtuigd dat een weg naar 'Net Zero' alleen kan door beiden te doen. Dus een combinatie van reductie van uitstoot en compensatie van de uitstoot die je (nog) niet kunt voorkomen. Dit jaar hebben we op het gebied van energiebesparing en vermindering van uitstoot belangrijke investeringen gedaan.

Vermindering van onze uitstoot

Heel tastbaar is de vervanging van de oude gasgestookte cv-ketels voor de verwarming van ons kantoorpand in Vlissingen. De cv-installatie was aan vervanging toe en wij hebben bewust gekozen voor een elektrisch alternatief. Hiermee reduceren wij ons aardgasverbruik volgens onze eigen berekeningen met ruim 15.000 m³ per jaar. Een besparing van ruim 30 ton CO₂.

Net zero

uitstoot op scope 1 en 2

-20%

energieverbruik in onze nieuwe datacenters

Daarnaast hebben wij dit jaar het oude winkelpand in Naaldwijk ingeruild voor een moderne locatie in het centrum. Doordat de nieuwe winkel een kleiner vloeroppervlak heeft en nieuwe installaties bespaart dit naar verwachting 10.000m³ aardgas per jaar. Dit is een vermindering van ongeveer 20 ton CO₂.

Net als vorig jaar hebben onze medewerkers, als gevolg van het thuiswerken door COVID-19, aanzienlijk minder kilometers gereden voor woon-werkverkeer. Over 12 maanden was dit een afname van 63%. Uitgaande van een uitstoot van 130 gram per kilometer, is dat in een jaar goed voor een besparing van ruim 141 ton CO₂.

Wij hebben besloten om ook na de beperkingen als gevolg van COVID-19 flexibel te blijven werken. Gemiddeld 40% vanuit huis en de resterende tijd op kantoor. Dat betekent dat de hierboven genoemde CO₂ besparing - ook naar de toekomst toe - grotendeels blijft bestaan.

Energiebesparing

Wij blijven ons netwerk vernieuwen en zo energie besparen. Zo hebben wij dit jaar de verhuizing van ons datacenter in Middelburg afgerond. Een upgrade naar een nieuwe faciliteit die zorgt voor naar schatting 20% energiebesparing voor dit datacenter. Daarnaast starten wij komend jaar met een vergelijkbare verhuizing van ons datacenter in Naaldwijk.

Glasvezel versus koper

In algemene zin leveren wij door de aanleg van ons hoogwaardige glasvezelnetwerk een belangrijke bijdrage aan de toekomstige vermindering van het energieverbruik in Nederland. Uit recent onderzoek (Obermann, 2020) blijkt dat glasvezel (per bitsnelheid, afhankelijk van netwerkbezetting) 3 tot 17 keer minder energie verbruikt, vergeleken met traditionele op koper gebaseerde netwerken.

Potentiële energiebesparingen

Hoewel een berekening van de energiebesparing niet eenvoudig is te maken - want ieder gebied heeft zijn eigen specifieke netwerksituatie - geeft bovenstaande wel een goede indicatie. Wanneer we ervan uitgaan dat onze glasvezelaansluiting in de meeste gevallen een minder energie zuinige aansluiting vervangt, lijkt een energiebesparing van gemiddeld tien keer minder energie per klant niet onrealistisch. Wanneer we hiermee rekenen en de toename van onze glasvezelklanten over 2021 bepalen, betekent dit in totaal een energiebesparing van bijna 9.000 MWh en

een CO2 uitstoot van ruim 3700 ton. Dat sterkt ons in onze ambitie om ons glasvezelnetwerk de komende jaren uit te breiden tot 2 miljoen aansluitingen. Dit geldt voor slechts één kalenderjaar!

Op dit moment is dit nog een theoretische besparing. Eigenaren van kopernetwerken kiezen er nog niet voor om hun netwerk uit te zetten en hun klanten via ons netwerk te bedienen. Een moment dat hopelijk snel aanbreekt, gezien het hoge energieverbruik in combinatie met de beperkte snelheden die dit soort netwerken kunnen bieden. Hier zouden we in Nederland een gigantische energiebesparing mee kunnen realiseren.

Dat sterkt ons in onze ambitie om de komende jaren ons glasvezelnetwerk verder uit te breiden tot 2 miljoen aansluitingen. En de aanleg van meerdere glasvezelnetwerken in eenzelfde gebied zien wij daarbij als onnodig. Het is niet alleen kapitaalvernietiging maar ook vanuit duurzaamheidsperspectief zeer onwenselijk.

Op weg naar klimaatneutraal in 2040

Dit jaar hebben we met succes ons eigen netto koolstofemissieniveau tot nul teruggebracht. Maar daar stopt onze ambitie niet. Vanaf volgend jaar beginnen we met het bevestigen van onze klimaatdoelen aan de hand van de criteria van het Science Based Target-initiative (SBTi). Deze samenwerkingsalliantie - met onder meer de VN en WWF - biedt organisaties een kader om de mondiale klimaatambities te vertalen naar ambities voor de eigen organisatie.

Als volgende stap streven we ernaar om de uitstoot van onze waardeketen te verminderen. Samen met onze leveranciers gaan we de komende jaren actief aan dit doel werken. We streven ernaar om de uitstoot van onze waardeketen tegen 2040 ook tot nul te reduceren.

Als organisatie voelen we ons verantwoordelijk om ons steentje bij te dragen om de opwarming van de aarde tegen te gaan.

Vanaf 2022 werken we actief aan dit doel door deze ambitie samen met de belangrijkste partners in onze waardeketen te concretiseren. Dit alles zal worden opgenomen in een 'stakeholder engagement policy'.

100% elektrische voertuigen

Tot slot, als volgende stap om onze eigen uitstoot actief te verminderen, zijn we van plan om vanaf 2025 alleen nog volledig elektrische voertuigen aan te schaffen voor ons wagenpark. Ons uiteindelijke doel is om in 2028 een wagenpark te hebben die bestaat uit volledig elektrische personenauto's.

“We hebben op het gebied van energiebesparing en vermindering van uitstoot belangrijke investeringen gedaan.”





DELTA gaat verder: “met het bouwen aan nationale naamsbekendheid.”

De nieuwe landelijke DELTA-campagne ‘Wij zijn DELTA’ is vanaf begin november 2021 te horen en zien op de landelijke en regionale tv- en radiozenders. Het DELTA-merk is de afgelopen jaren uitgegroeid van een Zeeuwse internetprovider tot een landelijke speler. Inmiddels bieden we in elke provincie glasvezel aan. Dat is gelukt omdat we vaak een stapje verder gaan. We hebben moeilijk bereikbare plekken voorzien van de beste verbinding. We leveren met XGS-PON, met een snelheid tot maar liefst 8 Gbps. En hebben de best bereikbare klantenservice van Nederland. Kortom: DELTA gaat verder!

Wij zijn DELTA en landelijke naamsbekendheid

In nieuwe gebieden waar we glasvezel aanleggen, kent nog niet iedereen ons. Het is dan wel zo netjes om je voor te stellen. Dat doen we met Daan, Donnie en Dirk (zie foto). Zij zijn de personificatie van het DELTA-merk en laten zien hoe zij verder gaan voor onze klanten. Hoe we ons neerzetten en waarom, hebben we op een rij gezet in deze commercial.

DELTA gaat verder

Met onze nieuwe commercial laten we zien hoe DELTA verder gaat voor haar klanten. Van het allersnelste

“In nieuwe gebieden waar we glasvezel aanleggen, kent nog niet iedereen ons. Het is dan wel zo netjes om je voor te stellen.”

glasvezelinternet tot de beste service. De drie karakters brengen we tot leven in een opvallende tv-commercial en campagne. De commercial van 40 seconden wordt uitgezonden op de landelijke zenders van NPO, RTL, Talpa en ESPN. En daarnaast versterken we de campagne met een radiocommercial, social, online video, drukwerk en met uitingen in alle winkels van DELTA.

