



Zorgvuldig zakendoen met passie

Maatschappelijk verslag 2004



How are you?

Over dit verslag

Vodafone Libertel N.V., hierna genoemd Vodafone Nederland, is onderdeel van Vodafone Group Plc, de grootste mobiele operator ter wereld. Onze activiteiten hebben in veel opzicht een grote invloed op de samenleving.

In dit verslag vertellen wij u op welke manier wij invulling geven aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) in Nederland. Daarbij is onze focus vooral gericht op de bescherming van het milieu, de maatschappelijke effecten van mobiele communicatie en onze manier van zaken doen. Ons verslag gaat vooral in op onderwerpen waarvan belanghebbenden hebben aangegeven ze belangrijk te vinden. Wij willen dat u onze gedrevenheid, visie, waarden en resultaten kent om vanuit ons dagelijkse werk mee te werken aan een betere wereld.

Dit is het eerste Maatschappelijk Verslag van Vodafone Nederland en beslaat het kalenderjaar 2004 tenzij anders is vermeld. Het laatste hoofdstuk 'Doelen en resultaten maatschappelijk verantwoord ondernemen' is gebaseerd op het internationale MVO verslag van Vodafone Group Plc. en beslaat het financiële jaar 1 april 2003 - 31 maart 2004.

Het internationale MVO verslag 'Corporate Social Responsibility Report 2003/04' geeft meer detail-informatie op groepsniveau. U kunt op www.vodafone.nl en www.vodafone.com/responsibility onze programma's volgen voor maatschappelijk verantwoord ondernemen en met ons hierover van gedachten wisselen door een e-mail te sturen aan: samenleving.nl@vodafone.com



'De mobiele telefoon heeft meer mensen en gemeenschappen tot elkaar gebracht dan ooit tevoren. Wij geloven dat een verantwoorde inzet van mobiele technologie en maatschappelijk ondernemen kan bijdragen aan een betere wereld voor iedereen.'

Arun Sarin, Chief Executive, Vodafone Group Plc.

Vodafone Nederland

Vodafone is een van de grootste mobiele telecommunicatiebedrijven in Nederland en maakt deel uit van de wereldwijde Vodafone Group, het grootste telecommunicatiebedrijf voor mobiele telefonie ter wereld met proportioneel meer dan 150 miljoen klanten in vijf continenten.

De Vodafone Group heeft deelnemingen in het aandelenkapitaal van mobiele operators in 26 landen. Daarnaast heeft zij een samenwerkingsverband met netwerken in 14 landen.

Dit verslag gaat over maatschappelijk verantwoord ondernemen van Vodafone in Nederland. Vodafone Nederland geeft invulling aan internationale doelstellingen en prioriteiten voor maatschappelijk verantwoord ondernemen van de Vodafone Group Plc en werkt tevens aan thema's die betrekking hebben op de Nederlandse situatie.



Inhoud

Vodafone Nederland	4
Bericht van Thomas Isaksson	7

Onze passie voor:

Organisatie	8
Een open en eerlijke manier van zakendoen	10
Speerpunten	12
Mobiele telefoons, antennes en gezondheid	13
Sociale betrokkenheid en maatschappelijke sponsoring	14
Verantwoorde en eerlijke communicatie	16
Afspraken met leveranciers	18
Speciale producten en diensten	20
Hergebruik en recycling van mobiele telefoons	23
Milieueffecten	24
Doelen en resultaten maatschappelijk en verantwoord ondernemen wereldwijd	26

Bericht van Tomas Isaksson, CEO Vodafone Libertel N.V.

Strategische doelstellingen



Een onderneming als Vodafone wordt gedreven door visie, waarden en doelstellingen. Ze komen voort uit een passie voor de wereld om ons heen. Wij willen maatschappelijk ondernemen en verantwoordelijkheid nemen voor onze keuzes en onze wijze van handelen. Sinds dit jaar vormt maatschappelijk verantwoord ondernemen één van onze zes strategische doelen. Een doel dat wij met alle medewerkers delen om gezamenlijk bij te dragen aan een betere maatschappij.

Mobiele communicatie brengt mensen en gemeenschappen dichterbij elkaar. Nieuwe ontwikkelingen maken veel nieuwe toepassingen mogelijk. Denk alleen al aan de mogelijkheden van mobiel internet, video telefonie en TV op je mobiele telefoon. Daarbij adviseren en helpen wij onze klanten met een verstandig gebruik van onze diensten.

‘Vanaf 2004 is verantwoord ondernemen één van onze zes strategische doelen. Het is onze passie om hieraan invulling te geven op alle niveaus binnen Vodafone zodat alle medewerkers een daadwerkelijke bijdrage kunnen leveren aan de maatschappij’

Tomas Isaksson, CEO Vodafone Libertel N.V.

Bij eerlijk en zorgvuldig zaken doen hoort geen ongewenst gebruik van mobiele communicatie. Daarom nemen wij maatregelen tegen spam en virussen. Met onze toeleveranciers hebben wij duidelijke afspraken gemaakt over onder andere het milieu en werk condities. Dit heeft bijvoorbeeld geleid tot een recycling-programma voor mobiele telefoons. Door onderdelen en materialen zo veel mogelijk opnieuw te gebruiken draagt Vodafone bij aan een besparing van grondstoffen en de ontlasting van het milieu. Het gebruik van ‘groene stroom’ voor ons antennennetwerk beperkt de uitstoot van broeikasgassen. Op het sociale vlak hebben wij met onze techniek doven en slechthorenden meer vrijheid kunnen geven met een speciaal ontwikkelde mobiele telefoon.

Dit zijn enkele voorbeelden van het beleid waarmee Vodafone de koers heeft uitgezet om de beste mobiele operator te zijn op gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen en een voorbeeldfunctie te vervullen. Het kwalificeren van Vodafone voor de duurzame beleggingsindices in New York en Londen onderstrepen deze ambitie.

Door een heldere managementstructuur hoort maatschappelijk verantwoord ondernemen nu bij ons dagelijkse denken en doen. Wij werken hieraan met grote betrokkenheid en enthousiasme. Graag kom ik met u in gesprek over hoe wij hier nog beter invulling aan kunnen geven. Ik kijk uit naar uw gedachten en suggesties.

Maastricht, 8 maart 2005

Tomas Isaksson, CEO Vodafone Libertel N.V.

Uw reactie kunt u emailen naar: samenleving.nl@vodafone.com

Passie voor visie en waarden



‘Onze visie en waarden zijn van vitaal belang om maatschappelijke en milieu-belangen te kunnen incorporeren in de manier waarop wij keuzes maken en zaken doen.’

Paul Smits,
Directeur Human Resources en Facilities,
verantwoordelijk voor Maatschappelijk
Verantwoord Ondernemen



Organisatie

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) betekent naast goede voornemens ook het vertalen van visie en waarden in duidelijke doelstellingen en deze implementeren in de dagelijkse organisatie van het bedrijf. Dat begint met de betrokkenheid en inzet van al onze medewerkers die wij uitvoerig informeren over het maatschappelijk verantwoord ondernemen beleid. Zo moedigen wij hen aan om ook zelf initiatieven te ontplooiën en het beleid verder uit te dragen in hun dagelijkse werk.

Centrale aansturing en integratie

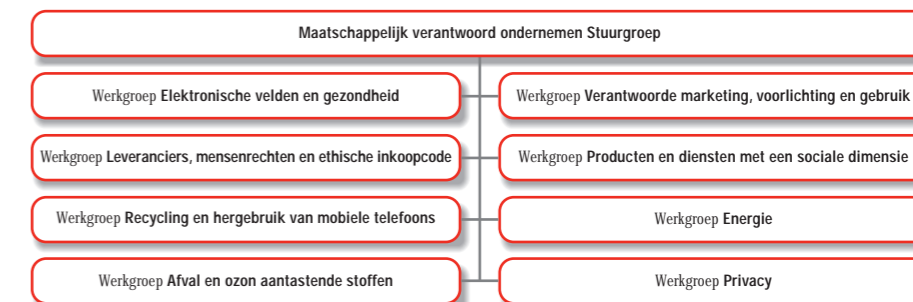
Initiatieven op het gebied van MVO worden aangestuurd door de maatschappelijk verantwoord ondernemen -stuurgroep met daarin de voor-

zitter Raad van Bestuur, mijzelf, de hoofden van de afdelingen juridische zaken, corporate communicatie en de manager CSR. De stuurgroep stelt het MVO -beleid vast. Per maatschappelijk onderwerp doen werkgroepen voorstellen aan de maatschappelijk verantwoord ondernemen stuurgroep en zorgen voor de implementatie van genomen besluiten. De dagelijkse leiding is in handen van de manager CSR. Op deze manier zorgen wij voor een geïntegreerde aanpak binnen het gehele bedrijf.

Maatschappelijke betrokkenheid

Er is een aparte structuur voor maatschappelijke betrokkenheid. De verantwoordelijkheid ligt bij de Stuurgroep Maatschappelijke Betrokken-

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen Stuurgroep



Maatschappelijke betrokkenheid stuurgroep



heid. De Stuurgroep waakt over twee stichtingen, de Vodafone Netherlands Foundation als platform voor alle externe donaties en betrekkingen, en het Vodafone Community Programme om activiteiten voor goede doelen door de medewerkers van Vodafone te ondersteunen. De dagelijkse leiding gebeurt door de Officer Social Responsibility

Internationaal

Internationaal wordt het MVO -beleid ontwikkeld en vastgesteld door comités onder directe leiding van Arun Sarin, Chief Executive van Vodafone Group Plc. De dagelijkse internationale aansturing is in handen van de CSR directeur. Ieder Vodafone land is verantwoordelijk voor de implementatie van dit beleid en internationaal vastgestelde doelstellingen

Luisteren naar belanghebbenden

Voor doelstellingen en prioriteiten leggen wij ons oor te luister bij onze klanten, investeerders, belangenorganisaties, onze medewerkers en andere belanghebbenden. Voor 2003/04 werden de volgende prioriteiten bepaald:

- Duidelijke communicatie over gezondheid en mobiele telefonie
- Goede arbeidsomstandigheden bij de toeleveranciers
- Juiste, eerlijke en volledige informatievoorziening
- Productontwikkeling voor mensen met specifieke behoeftes
- Hergebruik van grondstoffen en recycling van mobiele telefoons

Meten en rapporteren

Vodafone wil het effect van alle initiatieven meetbaar en zichtbaar maken. Op deze wijze kunnen wij rapporteren over de stand van zaken. Zo gebruiken wij een web-based data rapportage systeem waarin bijvoorbeeld milieueffecten worden gerapporteerd, zoals het verbruik van grondstoffen, water en energie. Dit levert een schat aan informatie en ervaringen op die binnen alle vestigingen van Vodafone benut kan worden. Deze gegevens dienen ook de sturing en monitoring van te bereiken doelen en benchmarking.

Veel van onze plannen hebben wij afgelopen jaar omgezet in daden. Achterin dit verslag vindt u een samenvatting van de belangrijkste maatschappelijk verantwoord ondernemen-activiteiten met hun resultaten van het afgelopen jaar en doelstellingen voor de toekomst.

Een open en eerlijke manier van zakendoen

In 2002 heeft Vodafone een aantal regels opgesteld over de manier waarop wij zaken willen doen en onze manier van werken. Deze Business Principles geven onszelf en iedereen buiten onze organisatie duidelijkheid over hoe wij ons richten op de markt, de samenleving en het milieu.

De Business Principles vormen de leidraad voor onze keuzes en dagelijkse handelen. In dit hoofdstuk een samenvatting van onze Business Principles.

Vrije markteconomie

Wij geloven dat ethisch en eerlijk zakendoen in een markteconomie - op basis van concurrentie - de beste manier is om voor al onze belanghebbenden toegevoegde waarde te realiseren.

Onafhankelijk

Wij geven onze mening over overheidsvoorstellen en andere zaken die invloed hebben op onze belanghebbenden, maar we geven geen geschenken of geld aan politieke partijen en bemoeien ons niet met partijpolitiek.

Open

Wij communiceren helder en open met alle belanghebbenden binnen de grenzen van wat commercieel en vertrouwelijk mogelijk is.

Value for money

Wij verplichten ons om onze klanten te voorzien van veilige en betrouwbare producten en diensten die waar voor hun geld bieden.

Respect

De relatie met en tussen onze werknemers is gebaseerd op respect voor het individu en hun rechten. We verwachten van al onze mensen dat zij zich eerlijk, integer en open gedragen.

Duurzaam

Wij verplichten ons tot een duurzame manier van zakendoen en tot bescherming van het milieu.

Sociale verantwoordelijkheid

Wij aanvaarden onze verantwoordelijkheid in de gemeenschap en investeren dusdanig in de

maatschappij dat onze beschikbare middelen effectief worden gebruikt en wij ondersteunen charitatieve instellingen.

Gezondheid

Wij verplichten ons rekening te houden met de gezondheid en de veiligheid van onze klanten, onze medewerkers en de maatschappij waarin wij werken.

Meerwaarde

Wij streven naar een relatie met onze zakenpartners en leveranciers die voor beiden voordeel biedt.

De vier passies van Vodafone

- Passie voor onze klanten
- Passie voor onze mensen
- Passie voor resultaten
- Passie voor de wereld om ons heen

De zes strategische doelen van Vodafone

- Verwachtingen van de klant overtreffen
- Het hebben van het beste team medewerkers
- Schaalvoordelen uitnuttten
- Kernactiviteiten uitbreiden
- Maatschappelijk verantwoord ondernemen
- Optimale resultaten leveren



‘Als je duidelijk bent over de manier waarop je zaken wilt doen dan inspireer je je businesspartners ook om een stap verder te gaan dan uitsluitend een transactie...’

Arie de Zeeuw,
Head of Corporate Communications

Passie voor ethiek





Speerpunten

De opdracht

Voor de internationaal vastgestelde speerpunten voor maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn programma's ontwikkeld. Deze programma's zijn overgenomen door Vodafone Nederland, en vertaald naar de Nederlandse situatie.

- Mobiele telefonie en gezondheid
- Maatschappelijke betrokkenheid
- Verantwoorde marketing, voorlichting en gebruik
- Toeleveranciers en de ethische inkoopcode
- Producten en diensten met een sociale dimensie
- Recycling en hergebruik van mobiele telefoons
- Milieu

Op de volgende pagina's leest u onze vorderingen en wat wij met deze programma's willen bereiken. Een beschrijving van doelstellingen en verplichtingen die Vodafone Group zich internationaal gesteld heeft vindt u op de laatste pagina's van dit verslag.

'Absolute duidelijkheid geven over de invloed van mobiele telefoons en antennes op de gezondheid, dat is onze verantwoordelijkheid. Daarnaast is het onze taak om onafhankelijk onderzoek te stimuleren, zodat onze klanten met deze informatie een bewuste keuze kunnen maken voor het gebruik van een mobiele telefoon en inspraak hebben over de plaatsing van een antenne in hun omgeving'

Arnoud Six,
Manager CSR, voorzitter van de werkgroep elektromagnetische velden van Vodafone Nederland en voorzitter van de werkgroep Communicatie van MoNet.



Passie voor veiligheid

Internationale wetenschappelijke commissies hebben op basis van alle voltooide onderzoeken geconcludeerd dat blootstelling aan elektromagnetische velden voor mobiele telefonie binnen de grenzen van internationale richtlijnen geen negatieve invloed heeft op de gezondheid. Deze conclusie is ook herhaald door de Wereld Gezondheidsorganisatie (WHO) en de Nederlandse Gezondheidsraad. De maximale toegestane veilige sterkte van elektromagnetische velden is vastgelegd door ICNIRP, een onafhankelijke raad van internationale wetenschappers. De Nederlandse regering heeft deze norm overgenomen. De elektromagnetische velden van antennes en mobiele telefoons zit vele malen onder de ICNIRP-norm.

Mobiele telefoons, antennes en gezondheid

Voorlichting

Met de mobiele telefoons en het netwerk van Vodafone kan niemand worden blootgesteld aan stralingsniveaus die boven de gestelde normen uitkomen. Toch merken wij dat sommige mensen zich zorgen maken over de mogelijke effecten van mobiele telefoons en antennes op de gezondheid. Bij Vodafone staan veiligheid en gezondheid voorop. Voor onze klanten, medewerkers en de gehele samenleving. Daarom krijgen alle vragen over gezondheid en mobiel bellen bij Vodafone de volle aandacht en geven wij uitvoerig voorlichting over dit onderwerp.

Zo hebben we bijvoorbeeld informatie brochures in de winkels liggen. Ook de Nederlandse overheid geeft veel aandacht aan voorlichting over het onderwerp. Als u meer informatie wilt hebben kunt u contact opnemen met het Nationaal Antennebureau, www.antennebureau.nl. In onze winkels vindt u een tweetal klantenbrochures: 'Mobiele telefoons en gezondheid' en 'Antennes, mobiel bellen en gezondheid'. En op de Vodafone website www.vodafone.nl staat ook uitgebreide informatie.

Betrokken

Vodafone kan haar kennis over gezondheid en straling alleen vergaren via onafhankelijke wetenschappelijke onderzoeken. Binnen Vodafone is de EMF Council belast met alle

onderwerpen rond elektromagnetische velden en gezondheid. De Council is direct verantwoordelijk voor de hoogste niveau van het bedrijf. Indien nieuwe onderzoeken aanleiding geven voor een aanpassing van het beleid dan wordt dit internationaal overgenomen en worden belanghebbenden hier direct over geïnformeerd.

Antennes met aandacht voor de omgeving

Vodafone plaatst haar antennes met grote zorgvuldigheid. De meeste antennes worden geïnstalleerd op daken, in torens of op bestaande hoge bouwsels zoals bruggen en masten. Enkele voorbeelden van hoe wij antennes proberen in te passen in het landschap. In Hilversum zit een van onze antennes onder het dak van een watertoren, in Zuid Limburg hebben wij in een bos een kunstboom als antenne. Op het Vrijthof in Maastricht zit een antenne in een klassieke ANWB wegwijzer en bij SixFlags zit onze antenne verborgen in de grootste achtbaan van Europa. Zo zoeken wij naar creatieve oplossingen voor onze antennes en Vodafone Nederland loopt hiermee voorop.

Inspraak over de plaatsing van een antenne
Vodafone plaatst haar antennes op de manier zoals de overheid dit wettelijk voorschrijft.

Wanneer een bouwvergunning nodig is kunnen omwonenden reageren. Bij de plaatsing van een kleine antenne op een wooncomplex vraagt Vodafone instemming van de bewoners. Als meer dan vijftig procent tegen stemt dan gaat de plaatsing niet door.

Waar staan de antennes?

Veel mensen willen exact weten welke antennes bij hen in de buurt staan en wat de elektromagnetische velden hiervan zijn. Vodafone ondersteunt dan ook het Antenne-register dat u alle informatie hierover geeft. U kunt het Antenne-register raadplegen via de website van het Antennebureau, www.antennebureau.nl

Vodafone investeert wereldwijd in gemeenschappen, achterstandsgroepen en sociale projecten via de Vodafone Foundations. De Vodafone Netherlands Foundation zet zich in voor Nederlandse projecten die passen binnen de internationale beleidskaders. Deze stichting staat los van onze dagelijkse belangen en wordt geleid door een apart bestuur.



Passie voor sociale betrokkenheid

'Wij zien dat de organisaties die wij steunen wezenlijke stappen vooruit maken door de wijze waarop wij ze kunnen steunen.'

Yvonne Koks,
Officer Social Responsibility



Sociale betrokkenheid en maatschappelijke sponsoring

Wij willen helpen met projecten en initiatieven voor:

- Natuur en milieu
- Duurzaam ondernemen
- Achterstandsgroepen in de samenleving
- Innovatief gebruik van mobiele technologie

Wij willen ook duidelijk zijn over wat wij niet willen steunen:

- Individuele personen
- Initiatieven met een politieke of religieuze doelstelling
- Publieksbijeenkomsten, evenementen, sport
- Muziekgezelschappen, sportclubs e.d. (m.u.v. sport voor gehandicapten)
- Expedities en avonturentochten

Wij sponsoren bij voorkeur kleine, vaak nog onbekende organisaties die wij met onze bijdrage vooruit kunnen helpen en willen ons bij voorkeur richten op de doelgroepen kinderen en jeugd. Met een aantal organisaties hebben wij meerjarige sponsorcontracten, maar er worden ook eenmalige donaties verstrekt, bijvoorbeeld voor pilotprojecten of eenmalige gebeurtenissen. Daarnaast steunen wij in bepaalde gevallen organisaties die een specifiek kinderevenement van de grond proberen te krijgen. Zo maakt Vodafone het al jaren mogelijk dat de jaarlijkse Ride for the Roses (fietsen voor de Kankerbestrijding) ook een kinderversie op dezelfde dag heeft, de zg. Ride for the Roses Kids Tour. Afgelopen jaar kwam daar de hardlooptocht Maastrichts Mooiste bij waarbij de kinderen lopen voor Unicef.

Onze Partners

IVN Vereniging voor Natuur en Milieueducatie (IVN) coördineert landelijk een educatief project over waterbeheer voor basisscholen. Dit WATCH-project is ook zeer succesvol in andere landen en wordt mede gedragen door de overheid. Dankzij de bijdrage van de Vodafone Netherlands Foundation kan dit project nu landelijk worden ingevoerd. Zie ook www.ivn.nl

Stichting de Opkikker Deze stichting organiseert 'Opkikkerdagen' om gezinnen met een langdurig ziek kind een onvergetelijke dag uit te bezorgen. De stichting werkt nauw samen met de sociaal-pedagogische en maatschappelijk werkers in de Academische Ziekenhuizen in Nederland. De capaciteit bedraagt zo'n 250 gezinnen per jaar. Zie ook www.opkikker.nl

Stichting Veldwerk Nederland Deze stichting organiseert 'De Groenste School van Nederland' competitie een jaarlijkse competitie onder basisscholen voor creatieve projecten voor natuur- en milieubescherming en een duurzame samenleving. Op deze manier raken kinderen al vroeg vertrouwd met de natuur, het milieu en begrippen als verantwoord omgaan met energie. Zie ook www.groensteschoolvan.nl

Autisme en Syndroom van Down Stichting Sam biedt kinderen met deze handicap de gelegenheid om een interactieve band aan te gaan met dolfijnen. Deze dolfijn-therapie verhoogt het concentratievermogen waardoor

reguliere therapieën meer effect sorteren en deze kinderen zich beter kunnen ontwikkelen. Zie ook www.stichtingsam.nl

Stichting Service Médical Dit is de enige mobiele sportgeneeskundige hulporganisatie in Nederland die bij honderden sportevenementen jaarlijks medische ondersteuning verleent. De stichting wordt door de Foundation geholpen met mobiele communicatiemiddelen voor zowel spraak als data inclusief bel- en datagegoed. Zie ook www.servicemedical.nl

Stichting Victory for life Deze stichting helpt kinderen en jongeren met overgewicht op weg naar een positiever zelfbeeld en een gezonde leefstijl. De Vodafone Netherlands Foundation steunt het concept Victory Camp voor tieners met overgewicht in de leeftijd 11-17 jaar. Zie ook www.victorycamp.nl

Uitleenbalie Voor een betere communicatie bij evenementen leent Vodafone ook mobiele telefoons uit met een beltgoed. Ook deze service leveren wij bij voorkeur aan organisaties die zich bezighouden met sociaal-maatschappelijke projecten. Dat doen wij bijvoorbeeld bij de Special Olympics, bij vakantiecampen voor gehandicapte kinderen en de natuurkampen van de jeugdafdeling van het IVN.

Vodafone Community Programme

Dit programma stimuleert de medewerkers van Vodafone Nederland bij vrijwilligerswerk voor goede doelen in hun directe omgeving. Het Community Programme verdubbelt bijvoorbeeld de opbrengst van een geslaagde geldinzamelingsactie van de medewerkers of helpt afdelingen met een zorgproject. Zo trakteerden een aantal medewerkers van Vodafone de bewoners van een psychiatrische kliniek op een dag uit naar de dierentuin.

Met de Kerst 2003 doneerden de medewerkers van Vodafone ook het bedrag voor het jaarlijkse kerstgeschenk via het Community Programme aan goede doelen. Begin 2004 werden drie scholen voor (meervoudig) gehandicapte kinderen blij gemaakt met respectievelijk twee beamers met scherm en een springkussen. Het Schooltuinproject in Rijswijk schafte met dit kerstgeschenk een aantal kweekkasten aan. Verder ontving de stichting KiKa (Kinderen Kankervrij) een donatie om verder onderzoek mogelijk te maken, evenals de stichting CliniClowns, die met een bijdrage nog meer zieke kinderen kan opvrolijken.

Met Kerst 2004 werden maar liefst 11 organisaties verrast met een kerstdonatie. Basisscholen de Ganzerik (Heerlen) en de Perroen (Maastricht) kregen beiden € 2500 voor buitenspeelmaterialen. ZMLK-school Jan Baptist (Maastricht), Mytyschool Prins Johan Friso (Haren, Groningen) elk € 2500 voor specifieke

leermiddelen voor gehandicapte kinderen en Mytyschool Franciscusoord (Valkenburg) € 5000 voor specifieke leermiddelen. Sportvereniging voor lichamelijk gehandicapten De Kameleon (Den Haag) gaat met de donatie van € 2500 een nieuw spel opzetten voor kinderen. Stichting De Benen Nemen (Lelystad) gaat met hun donatie van € 2500 mensen met een beenamputatie laten zwemmen met dolfijnen in Dolfinarium Harderwijk. Stichting Maak Een Leuk Gebaar kan met de donatie van € 5000 het eerste gebarentaal woordenboek gaan uitgeven. TOF vakanties vakanties voor verstandelijk gehandicapten gaat hun € 5000 besteden aan een beamer om de vrijwilligers beter op te leiden en een digitale camera. Tenslotte werden de Stichting Alertis en de Dierenambulance Zuidwest-Limburg (Maastricht) beide blij gemaakt met een donatie van € 10.000. Alertis laat dit bedrag ten goede komen aan de bewoners van het Berenbos in Rhenen en Vodafone adopteert symbolisch beer Mascha voor drie jaar.

Met 'Limburg Helpt' doneerde het Limburgse publiek tijdens een live tv-uitzending op 1 december 2003 geld voor de Kindervallei, een opvang- en vakantiehuis naast het Franciscusoord in Valkenburg, waar gehandicapte kinderen worden begeleid. Vodafone stelde een call center beschikbaar en het Community Programme zorgde voor vrijwilligers achter de telefoons. Ook kunnen Vodafone medewerkers

ieder jaar gedurende de maand januari 'kilometers maken voor een goed doel' in het naast het hoofdkantoor gelegen fitness centrum. Voor iedere kilometer geeft het Vodafone Community Programme een bedrag aan een tevoren gekozen goed doel. In 2004 werd een cheque van ruim € 10.000 overhandigd aan Stichting Sam. Begin 2005 wordt deze zogenaamde Vodafone Cardio Challenge gehouden voor Stichting De Opkikker.

Tsunami-ramp Azië

De Tsunami ramp die op 2e Kerstdag 2004 grote delen van Azië trof werd door Vodafone wereldwijd opgepakt. Vodafone Group doneerde direct £ 1 miljoen aan de hulporganisaties en in vele landen werden inzamelingsacties opgezet. In Nederland werkte Vodafone geheel belangeloos mee aan een nationale geldinzamelingsactie via SMS t.b.v. giro 555 van de Samenwerkende Hulporganisaties.

Ook stelde Vodafone belangeloos telefoons beschikbaar aan burgemeesters in de provincie Friesland voor een geldinzamelingsactie. Daarnaast steunde Vodafone via haar Community Programme vele initiatieven van eigen medewerkers t.b.v. de slachtoffers van de ramp, variërend van kleding-/voedselpakketten tot collectes, waarvan de opbrengst door het Community Programme verdubbeld werd.

Verantwoorde en eerlijke communicatie

Als strategisch beginsel wil Vodafone de verwachtingen van haar klanten continu overtreffen. Naast het vermarketen van steeds nieuwe producten en diensten verlangt dit verantwoordelijkheid en zorgvuldigheid bij alle aspecten van ons bedrijf in de communicatie met onze klanten. Hiervoor zijn internationale richtlijnen opgesteld die geresulteerd hebben in een pakket voorlichtingsmateriaal over het veilig gebruik, de toepassingen en mogelijkheden van onze diensten en producten. Dit zijn de drie belangrijkste aandachtsgebieden.



'Vertrouwen moet je verdienen en je bent het zo weer kwijt. Maar met elk klantencontact moet je telkens in gedachte houden dat het vertrouwen van onze klanten in Vodafone op het spel staat'

Emiel van der Wal, Brand Manager en actief in het verantwoorde marketing initiatief

Marketing

Het marketingmateriaal van Vodafone is gedefinieerd volgens een mondiale standaard. Hierin zijn afspraken gemaakt over wat wij wel en niet doen in onze Marketing activiteiten. Alle Vodafone landen volgen deze standaard.

Voorlichting

In al onze winkels vindt u voorlichtingsmateriaal over verantwoord gebruik van onze producten en diensten. Het behandelt onderwerpen zoals bellen in het verkeer, het voorkomen van diefstal, antennes en mobiele etiquette.

Bescherming

Wij doen er alles aan om onze klanten tegen ongewenste berichten, spam en virussen te beschermen. Onbekende leveranciers worden geweerd van het Vodafone netwerk en ongewenste berichten worden tegengehouden door een actief spamfilter dat Vodafone als eerste in Nederland introduceerde.

Blijvend alert!

Vodafone live! maakt multimedia en internet mogelijk en biedt tal van nieuwe mobiele toepassingen. De keerzijde hiervan is het ongewenste gebruik door partijen die zich toegang verschaffen tot het mobiele netwerk en de ongelimiteerde toegang tot informatie die mogelijk schadelijk kan zijn. Om onze klanten en vooral kinderen te beschermen, heeft Vodafone strikte richtlijnen opgesteld voor de leveranciers van informatie. Zo staan wij gokken niet toe en zijn er strenge regels voor erotiek en geweld. Wij adviseren ouders hoe zij hun kinderen het beste kunnen instrueren. Bij spelletjes geven wij de geschiktheid voor de leeftijd van kinderen aan. Vodafone wil samen met andere aanbieders van mobiele telefonie in Nederland afspraken maken over de informatie die is toegestaan op het mobieltje en is voorstander van uniforme regels voor de hele branche.

Privacy

De privacy van onze klanten krijgt alle aandacht. Vodafone heeft diensten geïntroduceerd die gebruik maken van een ingeschakelde mobiele telefoon. Dat gebeurt bijvoorbeeld bij gebruik van een mobiele routeplanner met een mobiele telefoon. Dat is makkelijk om de weg te wijzen. Maar om de privacy te beschermen moet de gebruiker van routeplanning iedere keer actief toestemming geven. Vodafone gaat vertrouwelijk om met alle gegevens van haar klanten en zal deze nooit aan derden ter beschikking stellen tenzij justitie binnen de grenzen van de wet hierom vraagt.

Diefstal

Vodafone maakt gestolen mobieltjes onbruikbaar. Vanaf voorjaar 2005 zal Vodafone als eerste mobiele operator in Nederland in staat zijn om gestolen mobieltjes van klanten permanent te weren van de mobiele netwerken van Vodafone. Door een voorgenomen wetswijziging wordt het wijzigen van het unieke registratienummer van de mobiele telefoon (IMEI-nummer) strafbaar. Hierdoor kan Vodafone Nederland eindelijk Vodafone's internationale registratie van gestolen mobiele telefoons (EIR) ook in Nederland implementeren. Het EIR is al werkzaam in 11 Vodafone landen en bij vijf partner netwerken. Door deze registratie is het gebruik van een gestolen mobieltje op de mobiele netwerken van Vodafone voorgoed geblokkeerd. Deze nieuwe maatregel is een aanvulling op het beleid dat Vodafone al jaren voert om onmiddellijk de SIM-kaarten te blokkeren wanneer een telefoon verloren of gestolen is. Volgens de politie worden jaarlijks 240.000 mobiele telefoons gestolen. Om een optimaal effect te behalen zijn al deze bestanden gekoppeld aan een internationale register van gestolen telefoons – de GSM Association's Central Equipment Identity Register (CEIR).

Passie voor bescherming van klanten



‘Wij willen samenwerken met leveranciers die onze waarden en normen hanteren. Daarom hebben wij een ethische code gelanceerd voor arbeidscondities en milieu die onze leveranciers moeten volgen als zij met ons zaken willen doen.’

Erik Kuik,
Head of Procurement en vanuit deze functie verantwoordelijk voor de Code of Ethical Purchasing



Afspraken met leveranciers

Als bedrijf alleen kun je de wereld niet veranderen. Maar samen met je businesspartners kun je een positieve invloed uitoefenen. Daarom heeft Vodafone een mondiale ethische inkoopcode opgesteld over de manier van zakendoen met al onze toeleveranciers. Deze code heeft betrekking op de productie en het vervoer van producten, waarbij de arbeidscondities en het milieu gerespecteerd dienen te worden. Dit ter voorkoming van bijvoorbeeld kinderarbeid, onacceptabele lage lonen, slechte werkomstandigheden of milieuonvriendelijke werkwijzen.

Wij gebruiken onze invloed op deze ondernemingen om zeker te stellen dat zij de normen van onze ethische code in de gehele supply chain zullen doorvoeren. Daarvoor zitten wij met onze businesspartners regelmatig om de tafel tijdens industriële forums zoals het Global e-Sustainability Initiative (GeSI).

Onderzoek

Samen met Panasonic, producent van mobiele telefoons, hebben wij de procedures beoordeeld bij de Panasonicfabriek op de Filipijnen. Wij keken naar de vrijheid van vereniging, werktijden, gelijke kansen en lonen en de werkomstandigheden.

Het was verheugend om te constateren dat wij als multinationale ondernemingen dezelfde normen volgen en de verantwoordelijkheid

nemen om een bijdrage te leveren aan een betere positie van werknemers waar ook ter wereld.

Alle vestigingen van Vodafone, dus ook Vodafone Nederland, hebben hun toeleveranciers op de hoogte gesteld van de ethische inkoopcode.

In veel reacties hebben leveranciers aangegeven deze code te willen volgen en enthousiast te zijn om deel te mogen uitmaken van dit programma.

De tien punten van de ethische inkoopcode van Vodafone

1. Kinderarbeid
2. Dwangarbeid
3. Gezondheid en Veiligheid
4. Vrijheid van vereniging
5. Discriminatie
6. Disciplinaire maatregelen
7. Werktijden
8. Betaling
9. Individueel gedrag
10. Milieu

Mobiele communicatie wordt steeds vaker ingezet voor medische toepassingen, onderwijs, filebestrijding, of bijvoorbeeld informatie over het milieu. Vodafone voert hierin een voortrekkersrol en heeft op internationaal niveau een aparte marketingafdeling opgezet om nieuwe mobiele toepassingen te ontwikkelen waar de gehele samenleving van kan profiteren.

'Mobiele telecommunicatie biedt zoveel nieuwe mogelijkheden om sociale en maatschappelijke situaties van mensen te verbeteren. Het geeft een enorme voldoening om nieuwe producten en diensten te ontwikkelen die een sociale meerwaarde hebben.'

Robert Hoogenboom,
Product Manager en lid van
de werkgroep social products



Passie voor hulpmiddelen

Speciale producten en diensten

Mobiele teksttelefoon voor doven en slechthorenden

Mensen met een ernstig gehoorprobleem zijn vaak afhankelijk van visuele hulpmiddelen die meestal aan een snoer vastzitten. Dat beperkt hun mogelijkheden en bewegingsvrijheid. Vodafone introduceerde de eerste mobiele telefoon met een helder beeldscherm en makkelijk toetsenbord om duidelijk SMS berichten te kunnen lezen en te versturen. Je kan er ook mee chatten, e-mailen en internetten. Het product zorgt ervoor dat de dove klant niet meer is aangewezen op een sprekende tussenpersoon maar mobiel en in volle privacy kan communiceren met de hele wereld om hem heen. Samen met dove en slechthorende klanten bekijken we hoe we

producten nog beter kunnen laten aansluiten op de wens van de klant.

De mobiele school

Als ouders een reizend bestaan hebben, denk aan binnenschippers of kernisexploitanten, dan is het voor hun kinderen vaak moeilijk om regulier onderwijs te volgen. Met de Rijdende School ontwikkelde Vodafone een techniek om deze kinderen via een mobiele aansluiting en een computer toch on-line dagelijks lessen te laten volgen. In hun eigen virtuele klas en bij hun eigen leraar. Dankzij mobiele communicatie kunnen deze leerlingen nu ook elke dag naar school.

Filebestrijding

De bewegingen van mobiele telefoons in auto's kunnen anoniem worden gevolgd via de antennes van Vodafone. Met deze informatie zien wegbeheerders waar het druk is en kunnen zij wegomleidingen en filemeldingen doorgeven als er een file dreigt te ontstaan. Zo kunnen automobilisten tijdig een andere route kiezen om zonder file op hun bestemming te komen. Een eerste proef in Noord-Brabant verliep zeer succesvol.

UMTS redt levens

Een snelle diagnose van een verkeersslachtoffer of een medische instructie bij een acuut probleem kan voor de behandeling van een patiënt van levensbelang zijn. Mobiele commu-

nicatie van medische gegevens via UMTS maakt dit mogelijk. Terwijl de patiënt naar een ziekenhuis wordt overgebracht, wordt zijn hartfilmpje dankzij UMTS al naar de cardioloog in het ziekenhuis doorgegeven en kunnen levensreddende maatregelen getroffen worden zonder dat er tijd verloren gaat.

Zonnelader

Bij mobiel bellen hoort ook mobiel laden. Dit wordt mogelijk gemaakt met een klein apparaatje met zonnecellen dat voldoende stroom genereert om een mobiele telefoon op te laden. Handig voor onderweg, energiebesparend en milieuvriendelijk. Na een succesvolle test bekijken we nu hoe we deze oplossing het beste kunnen introduceren.





Passie voor grondstoffen

De snelle ontwikkeling van mobiele technologie met o.a. GPRS en UMTS, betekent ook dat toestellen door de nieuwe mogelijkheden snel verouderen. Gemiddeld wordt in Nederland om de negen maanden een nieuw toestel aangeschaft. De oudere toestellen en onderdelen functioneren meestal nog goed en zijn zeer geschikt voor hergebruik in andere delen van de wereld.

Hergebruik en recycling van mobiele telefoons

Met meer dan honderd miljoen klanten over de gehele wereld heeft Vodafone een recycling-programma en een organisatie voor hergebruik opgezet om het milieu te sparen en gemeenschappen met een lager inkomen te laten profiteren van mobiele communicatie.

Vooraf hergebruik

Toestellen worden zoveel mogelijk gerepareerd en hergebruikt. Het recyclingprogramma wordt conform de strengste milieuwetgeving verzorgd door een gespecialiseerd bedrijf. Componenten en materialen worden waar mogelijk hergebruikt en opnieuw in omloop gebracht. Meer dan 90% van de materialen van de ingeleverde telefoons krijgt een nieuwe toekomst. Vodafone maakt het recyclen van een oude telefoon zo makkelijk mogelijk. Zo staan er recyclebakken in alle Vodafone City Points.



'De meeste Nederlanders vinden hergebruik van oude mobiele telefoons met bijbehorende accessoires belangrijk. Wij bieden ze die gelegenheid.'

Rian Pelkmans,
Business Support Manager. Betrokken bij het recyclen van mobiele telefoons

Passie voor milieu en energie

‘Een beter inzicht in onze processen en eigen huishouding kan een grote winst opleveren voor het milieu en een belangrijke kostenbesparing voor het bedrijf zelf.’

Bart Valkenburg,
Manager site management, Verwerving en
Bouw. Betrokken bij het energie team



De invloed van ons antennen netwerk -alle installaties die mobiel bellen mogelijk maken- op het milieu wordt door Vodafone nauwlettend gevolgd. De milieu-aspecten van het energieverbruik, bouw, het onderhoud en de recycling van installaties worden bijgehouden. Vodafone heeft diverse programma's opgesteld om milieueffecten te reduceren en het energieverbruik beter beheersbaar te maken.



Milieueffecten

Groene stroom

Onze netwerkinstallaties in Nederland hebben een energieverbruik dat te vergelijken is met het energieverbruik van een paar duizend huishoudens. Met de keuze voor groene stroom voor al onze antennes werd de uitstoot van broeikasgassen flink verminderd.

Recycling en hergebruik

Oude afgeschreven onderdelen van ons netwerk worden zoveel mogelijk hergebruikt of gerecycled.

Hiervoor werd internationaal een doelstelling van 86 procent vastgelegd. Deze doelstelling werd bereikt en wordt voor komend jaar verhoogd naar 90 procent.

Energie

Afgelopen jaar heeft het management de actieplannen voor een betere beheersbaarheid van ons energieverbruik goedgekeurd. Er is een projectenlijst samengesteld die een energiebesparing moet opleveren voor antenne-

stations, kantoren en alle computerinstallaties. Een internationaal team werkt samen om de projecten te bundelen.

De uitbreiding van ons antenne netwerk en de toename van mobiele telefonie zal een hoger energieverbruik tot gevolg hebben. Samen met fabrikanten en installateurs worden energie-vriendelijke installaties ontwikkeld die minder stroom verbruiken. Er ligt tevens een technische uitdaging om de

warmte die vrijkomt bij onze installaties te verminderen, te gebruiken en efficiënter te koelen.

Afval

Ook de afvalstromen binnen de kantoren, gebouwen en installaties zijn het afgelopen jaar in kaart gebracht en omgezet in een actieprogramma. Tevens zal het hergebruik van grondstoffen, materialen en machines verder gestimuleerd worden. Er zijn afspraken gemaakt

met leveranciers om geleverde producten na gebruik voor recycling en hergebruik weer terug te nemen.

Elk jaar stellen we ons internationale doelstellingen om onze prestaties op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen te verbeteren. In het financiële jaar 2003/04 hebben we het merendeel van onze doelstellingen bereikt (zie hierna). Onderstaande tabellen omvatten de wereldwijd gestelde doelstellingen en daarop geboekte voortgang van Vodafone Group Plc. Tabellen zijn een weergave uit het internationale Corporate Social Responsibility Report 2003/04 voor het financiële jaar dat eindigde 31 maart 2004.

Doelen en resultaten maatschappelijk verantwoord ondernemen wereldwijd

Deloitte & Touche LLP heeft de voortgang ten opzichte van doelstellingen die we in 2002/03 hebben gesteld onderzocht (zie verklaring op pagina 23 van het Corporate Social Responsibility Report 2003/04.) Een volledige beschrijving van de daarvoor gehanteerde criteria is beschikbaar op www.vodafone.com/responsibility/assurance.

Naast onze doelstellingen voor 2004/05 hebben we dit jaar ook doelstellingen voor de middellange en lange termijn vastgesteld. Daarmee slaan we de weg in naar ons streven een verantwoorde onderneming te zijn. Genoemde doelstellingen zijn een weergave van de onderwerpen die we hebben geïdentificeerd in samenspraak met onze belanghebbenden. We zijn bereid doelstellingen te herzien om rekening te houden met onderwerpen die mogelijk in de toekomst gaan spelen. Zo willen we er zeker van zijn dat we tegemoetkomen aan de verwachtingen van onze belanghebbenden.

Zie voor de resultaten van de doelen die in 2002 zijn gesteld en toe te schrijven zijn aan het boekjaar 2003/04 www.vodafone.com/responsibility/targets.



Voortgang 2003/2004

Vorig jaar wilden we...

Dit jaar hebben we...

Voortgang

Managementsysteem

Een onafhankelijke vergelijking afronden van de beste MVO management systemen ten opzichte van ons MVO managementsysteem (maart 2004).

Een onafhankelijke vergelijking van ons MVO management-systeem is uitgevoerd door consultants van **csrnetwork**.

100%

Belanghebbenden

Een beoordeling voltooiën van het beeld dat belanghebbenden over Vodafone hebben in vijf grootste markten (december 2003).

Onderzoeksbureau MORI heeft in vijf grote landen meer dan 5000 interviews afgenomen onder het publiek, klanten en non-profit organisaties, een dekking van 75% van ons klantenbestand.

100%

Een onafhankelijke beoordeling/vergelijking afronden van Vodafone Group relatieprogramma voor belanghebbenden (in maart 2004).

Een beoordeling van ons Belanghebbenden relatieprogramma is uitgevoerd door consultants van **csrnetwork**.

100%

Maatschappelijk verslaglegging

Controlemiddelen voor het vastleggen van gegevens, processen en controles uitbreiden door middel van steekproeven in een aantal landen, bijvoorbeeld Duitsland, Griekenland, Spanje en het Verenigd Koninkrijk (maart 2004).

De onderzochte Vodafone landen maken circa 50% van ons klantenbestand uit.

100%

Een onafhankelijke beoordeling afronden van controleprocessen ten opzichte van onze Business Principles (december 2004).

Controles worden ingebed in de bedrijfsvoering; een onafhankelijke beoordeling wordt in december 2004 afgerond.

volgens planning

Lokale Maatschappelijke verslagen laten produceren door vijf Vodafone dochter bedrijven (juni 2005).

Tot nu toe zijn er verslagen gepubliceerd in vier landen: Griekenland, Ierland, Italië en Nederland.

volgens planning

Marketing

Verantwoorde marketingrichtlijnen ontwikkelen die toesneden zijn op de hoofddoelstellingen van Vodafone (juni 2004).

Deze richtlijnen zijn ontwikkeld volgens de advertentie- en marketingstandaarden die van het merk Vodafone mogen worden verwacht.

100%

Een trainingsprogramma voor winkelpersoneel invoeren (maart 2005).

Toezegging gewijzigd. Zie nieuwe toezeggingen.

Producten en diensten

Wereldwijd drie initiatieven identificeren en implementeren op het gebied van mobiele en/of draadloze toepassingen die specifieke sociale of milieuvordelen hebben. (juni 2004).

1. Een wereldwijde workshop georganiseerd.
2. De GSMA 'Mobile in the Community' award gesponsord.
3. Een start gemaakt met de wereldwijde introductie van de blinden en slechtziendentelefoon.
4. Een project gestart op het gebied van micro-finance.

100%

Elektromagnetische velden

Een opinie onderzoek naar mobiele telefonie en gezondheid uitvoeren onder belanghebbenden (maart 2004).

MORI heeft 17.000 personen in 14 landen geïnterviewd.

100%

Toeleveranciers

Een Ethische Inkoopcode introduceren en implementatie meten bij drie grote toeleveranciers (maart 2004).

De Ethische Inkoopcode is geïntroduceerd en er is een pilot-MVO-onderzoek gestart bij een Panasonic fabriek in de Filippijnen. Ook zijn sociale onderwerpen besproken met Motorola en Sony Ericsson.

80%

Nieuwe doelstellingen

Vorig jaar wilden we...

Dit jaar hebben we...

Voortgang

Mobiele telefoons

10% groei bereiken in het aantal mobiele telefoons dat voor hergebruik en recycling wordt ingeleverd (maart 2005).

1,54 miljoen mobiele telefoons ingezameld, een groei van 29% ten opzichte van het jaar daarvoor.

100%
(een jaar eerder)

Energie

Voor Vodafone landen die meer dan 90% van onze klanten bedienen, formele energiebeheerprogramma's inclusief kwantitatieve doelen laten ontwikkelen (maart 2004).

Tien landen, die meer dan 95% van onze klanten bedienen, hebben energiebeheerprogramma's ontwikkeld. Binnen zes maanden volgen nog drie landen.

100%

Een onderzoek naar de effecten van UMTS-netwerken op het energieverbruik voltooid (juni 2004).

De R&D Group van Vodafone ontwikkelt momenteel een model om het energieverbruik in kaart te brengen als UMTS-netwerken verder worden uitgebreid.

volgens planning

Netwerkontwikkeling

Groepsrichtlijnen voor maatschappelijk verantwoorde ontwikkeling van netwerken ontwikkelen (maart 2004).

Dit jaar is een nieuw initiatief voor verantwoorde netwerk-ontwikkeling gerealiseerd; naar verwachting zullen de richtlijnen in december 2004 zijn afgerond.

40%

Afval en ozon aantastende stoffen

Onderzoek voltooid naar de praktijk van afvalmanagement in 12 Vodafone landen (juni 2004).

Een aantal Vodafone landen heeft onderzoeken naar de praktijk van hun afvalmanagement afgerond; de onderzoeken in minstens 12 landen verlopen volgens planning en zullen in juni 2004 zijn voltooid.

volgens planning

85% van het afval van onze antennenetwerken hergebruiken en/of recyclen (maart 2005).

86% van de afval van onze netwerken is hergebruikt en/of recycled. We hebben onze doelstelling voor hergebruik/recycling vastgesteld op 90%.

100%
(een jaar eerder)

Medewerkers

Een significante groei realiseren van het aantal personeelsleden dat zich als vrijwilliger inzet voor projecten op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (maart 2005).

Er is een gedragslijn ontwikkeld en er loopt een pilot voor een rooster voor vrijwilligers.

volgens planning

Een intern communicatie- en trainingsprogramma te gaan gebruiken om een meetbare groei te realiseren van het aantal personeelsleden dat het belang van maatschappelijke problemen en milieubewustzijn in relatie tot Vodafone's bedrijfsstrategie onderschrijft (juni 2005).

Een eerste medewerkersrapport over maatschappelijk verantwoord ondernemen ('Who says it's not cool?') is gepubliceerd. Regelmatig verschijnen er maatschappelijke onderwerpen in het personeelsblad en maatschappelijk verantwoord ondernemen maakt onderdeel uit van managementtrainingen en de MBA opleiding.

volgens planning

Gezondheid en veiligheid

Wereldwijde standaarden implementeren van zeven werkprocessen op het gebied van gezondheid en veiligheid (maart 2004).

Internationale standaarden zijn ontwikkeld en geïntroduceerd. Momenteel loopt een monitoronderzoek.

100%

Sociale Betrokkenheid

De oprichting van 16 nationale Vodafone stichtingen voltooid (maart 2004).

Tijdens het afgelopen jaar zijn er zes nationale Vodafone stichtingen opgericht, waardoor het totaal aantal op 19 komt.

100%

Maatschappelijke investeringen door Vodafone Group rapporteren volgens het London Benchmarking Model (maart 2004).

Onze rapportage van maatschappelijke investeringen is onderzocht door de London Benchmarking Group; zie hun verklaring op pagina 23 van het internationale Corporate Social Responsibility Report 2003/04.

100%

Ernaar te streven dat andere partijen door het krijgen van donaties van Vodafone Group Foundation een bedrag van 3 miljoen pond aan additionele fondsen werven. (maart 2004).

Vodafone Foundations en hun vestigingen hebben met hun activiteiten partners geholpen met het inzamelen van meer dan 5 miljoen aan additionele fondsen van derden.

100%

1-jarig doelstelling voor 2004/05.

3-jarige doelstelling voor 2006/07.

Ambitie

Verantwoorde marketing, content en gebruik

We zullen...

- Intern verspreiden van de handleiding 'Responsible marketing'¹.
- De praktijk van marketing en adverteren controleren en deze vergelijken met Vodafone's handleiding 'Responsible marketing'.
- Op internationaal en nationaal niveau een belangrijk initiatief ontwikkelen op het gebied van marketingcommunicatie naar onze klanten.
- Een controle doorvoeren op de naleving van onze Content standaarden.

We zullen...

- Voor alle markten wereldwijd spamfilters voor mobiel internet ontwikkelen en implementeren.
- Oplossingen voor toegangscontrole invoeren die een ongewenst gebruik van volwassen content en diensten voorkomen.
- Een geaccepteerde leider zijn op het gebied van verantwoorde marketing.

Al onze klanten hebben toegang tot onafhankelijk goedgekeurde en consistente informatie over kwesties die voor hen van belang zijn. Klanten hebben vertrouwen in Vodafone en het gebruik van hun diensten en producten. Jongeren moeten op een veilige en verantwoorde manier gebruik kunnen maken van mobiele internetdiensten.

Diensten die het verschil maken

We zullen...

- Een nieuw team binnen marketing van Vodafone Group oprichten dat zich bezig gaat houden met maatschappelijke producten en diensten.
- Een routekaart ontwikkelen met maatschappelijke producten en diensten.
- Ons huidige wereldwijde, belangrijkste producten- en dienstenpakket onder de loep nemen en deze afzetten tegen erkende toegangsstandaarden.

We zullen...

- Wereldwijd een reeks maatschappelijke producten en diensten ter beschikking hebben dat gekwantificeerde commerciële, maatschappelijke waarde oplevert voor het merk Vodafone.

De mobiele provider zijn die met innovatieve producten en diensten het meest tegemoetkomt aan maatschappelijke behoeften.

Mobiele telefoons, antennes en gezondheid

We zullen...

- Zekerstellen dat elk Vodafone land up-to-date informatie ter beschikking heeft over de waarden van elektromagnetische velden rond locaties die zijn geselecteerd door een onafhankelijk orgaan, zoals een lokale of nationale overheid.
- Zekerstellen dat relevante, heldere en beknopte informatie over elektromagnetische velden in relatie tot de gezondheid ter beschikking staat aan alle belanghebbenden inclusief klanten en plaatselijke overheden.

We zullen...

- Over drie jaar een progressieve toename in de perceptie van klanten en publiek realiseren dat Vodafone verantwoordelijk en transparant handelt op dit gebied, dat wordt gemeten door onafhankelijk, wereldwijd onderzoek.

Voorloper zijn in het anticiperen op maatschappelijke zorgen over mobiele telefoons, antennes en gezondheid en het goede voorbeeld te geven door aan anderen technologisch geavanceerde praktijkoplossingen te tonen en hen te stimuleren ons voorbeeld te volgen.

Toeleveranciers

We zullen...

- Er zeker van zijn dat de top 25 van onze wereldwijde leveranciers Vodafone's self-assessment invult om vast te stellen in hoeverre zij voldoen aan onze Ethische Inkoopcode.
- Onderzoeken naar onze Ethische Inkoopcode afronden bij vijf van de top 25² van onze wereldwijde leveranciers.
- Er zeker van zijn dat de top 3² van toeleveranciers van onze landen Vodafone's self-assessment invult om vast te stellen in hoeverre zij voldoen aan onze Ethische Inkoopcode².

We zullen...

- Onderzoek hebben uitgevoerd bij de top 25² van onze wereldwijde toeleveranciers.
- Samenwerken met andere grote ICT-bedrijven om een gezamenlijke strategie te ontwikkelen voor onderzoek bij onze toeleveranciers (zodat partnerbedrijven op wederzijdse basis elkaars onderzoeksresultaten kunnen vergelijken).

Onze toeleveranciers passen de standaarden van onze Ethische Inkoopcode toe. De ICT-industrie adopteert een gezamenlijke strategie hoe om te gaan met ketenleveranties.

¹ Dit is een vervanging en uitbreiding van ons doel van vorig jaar om een trainingsprogramma te introduceren voor winkelpersoneel in maart 2005.

² Een beginelement van het onderzoeksproces

1-jarig doelstelling voor 2004/05.

3-jarige doelstelling voor 2006/07.

Ambitie

Hergebruik en recycling van mobiele telefoons

We zullen...

- Een proefprogramma ondersteunen voor hergebruik en recycling van mobiele telefoons in een ontwikkelingsland.

We zullen...

- Inzamelingsprogramma's hebben bij alle Vodafone vestigingen.
- De ontwikkeling in ten minste drie ontwikkelingslanden voor reparaties, hergebruik en recycling van mobiele telefoons actief ondersteunen.

Al onze klanten worden via incentives geprikkeld om gebruikte telefoons en accessoires in te leveren bij Vodafone op een manier die weinig moeite kost. Het aantal ingeleverde telefoons is maximaal en we ondersteunen actief het opknappen, hergebruik en recycling in ontwikkelingslanden.

Milieuaspecten van onze ondernemingen

We zullen...

- Hergebruik en/of recycling van 90% van het afval van onze netwerkinstallaties³.
- Het afronden van het ontwikkelen van Vodafone's richtlijnen op het gebied van verantwoorde netwerkontwikkeling⁴.

We zullen...

- Een methodiek hebben ontwikkeld voor het onderzoeken van de visuele invloed van antennes en basisstations en meetbare reductieafspraken hebben ingevoerd.
- Ontwikkelen en rapporteren op Groepsniveau van kwantitatieve doelen met betrekking tot efficiënt energiebeheer en daaraan gerelateerde CO₂-emissies.

Onze netwerken hebben de minst mogelijke schadelijke invloed op het milieu.

Personeel

We zullen...

- Nagaan of onze medewerkers onze Business Principles begrijpen en de effectiviteit van controleproces onderzoeken.
- De waardering onder het personeel van World Around Us (WAU) projecten vergroten voorzover deze te maken hebben met de missie van Vodafone⁵.
- Een vacaturesite introduceren op ons wereldwijde intranet dat ter beschikking staat voor elke Vodafone vestiging.
- Nog drie standaarden op het gebied van gezondheid en veiligheid introduceren.

We zullen...

- Een 'Pride in Vodafone' score realiseren (door middel van het personeelonderzoek) dat op zijn minst gelijk is aan de hoge prestatienorm van het 'World's Most Admired Company' onderzoek.
- 10% teruggang bereiken in werkgerelateerde ongevallen die tijd kosten.

Erkend worden als een toonaangevende werkgever op elk gebied waarin we opereren.

³ Doel een jaar eerder bereikt en opgehoogd

⁴ Doel in 2003/04 niet gehaald – opnieuw opgenomen

⁵ Doel verschoven en licht gewijzigd sinds 2002/03

How are you?

Er zijn talloze redenen om mee te werken aan een betere wereld. In dit jaarverslag heeft Vodafone haar motieven hiervoor gegeven en wil iedereen aanmoedigen om mee te denken en te werken aan een betere samenleving en respect voor het milieu. Dat begint met goede voorname en ideeën, maar we bereiken pas echte resultaten met positief handelen. Daar willen wij alle klanten, belanghebbenden, businesspartners en belangenorganisaties bij betrekken.

U kunt er meer over lezen door te klikken op 'Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen' in het gedeelte 'Over Vodafone' op onze website www.vodafone.nl en op de internationale website www.vodafone.com/responsibility

Ook kunt u brochures bestellen over alle onderwerpen die ons dagelijks bezig houden of het internationale jaarverslag over maatschappelijk en verantwoord ondernemen, het Corporate Social Responsibility Report 2003/04

Wij nodigen u van harte uit om met ons mee te blijven denken en te reageren over de manier waarop Vodafone zijn visie en waarden nog beter vorm kan geven.

Uw reactie wordt zeer op prijs gesteld op het e-mail adres samenleving.nl@vodafone.com

Colofon

Dit verslag is gedrukt in het Nederlands in een oplage van 5000 stuks.
You can download an English version of this report at www.vodafone.nl

Uitgave: Vodafone Corporate Communications
Tekst: Ed Bok Creative Consultancy
Design: SCHREURS Commercial Artwork
Drukwerk: Gravo Groep

Auteursrechten © 2005 Vodafone Libertel N.V. Uit deze uitgave mag niets worden vervoelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van fotokopie, microfilm, opslag in computerbestanden of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgeefster. Aan de tekst in deze uitgave kunnen geen rechten worden ontleend. Vodafone Libertel N.V. aanvaardt geen aansprakelijkheid voor mogelijke fouten en tekortkomingen in deze uitgave. Prijzen en voorwaarden kunnen aan veranderingen onderhevig zijn. Maart 2005.