

telenet 

Dynamisch. Simpel. Shakes. Digitaal.

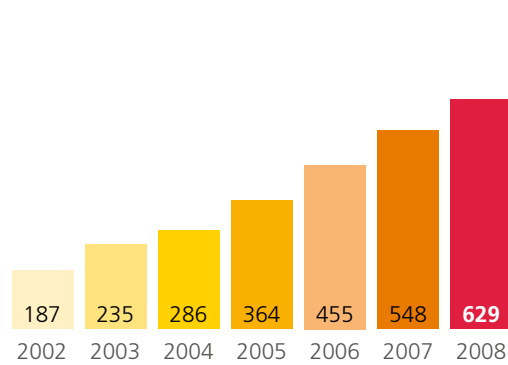
J A A R V E R S L A G 2 0 0 8



Telenet – de kerncijfers

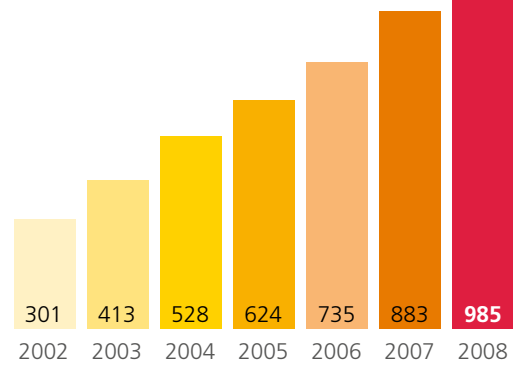
Vaste telefonieklienten

x 1.000



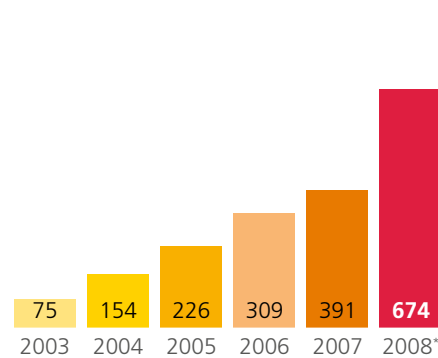
Internetklienten

x 1.000



iDTV-klienten

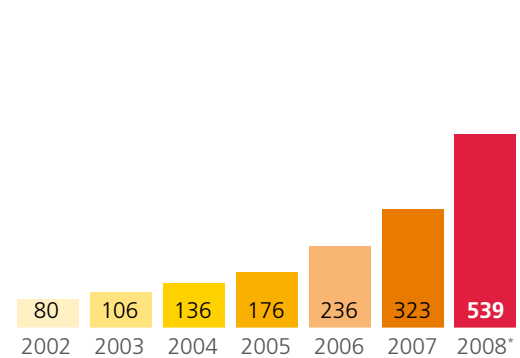
x 1.000



* inclusief 65.000 INDI-klienten

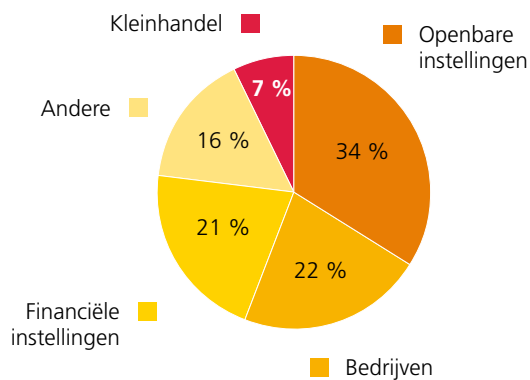
Tripleplayklienten

x 1.000

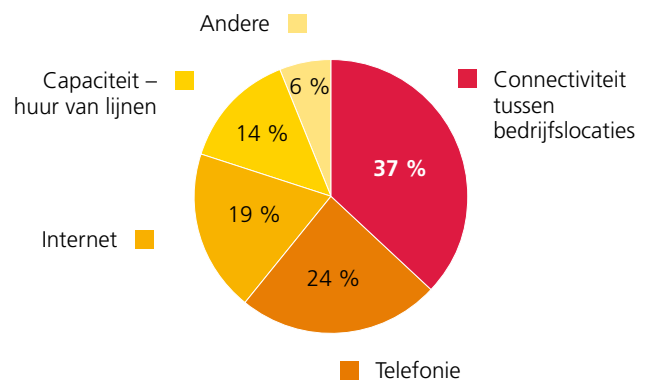


* inclusief Interkabel-acquisitie

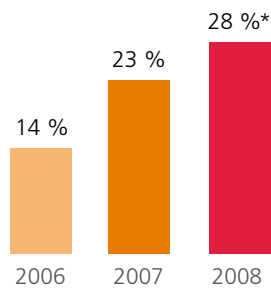
Telenet Solutions Division Klantengroepen



Telenet Solutions Division Productgroepen



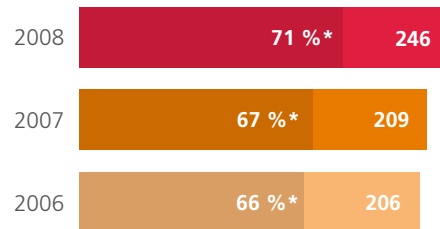
iDTV-penetratie



* Inclusief Interkabel-klanten

Investerings

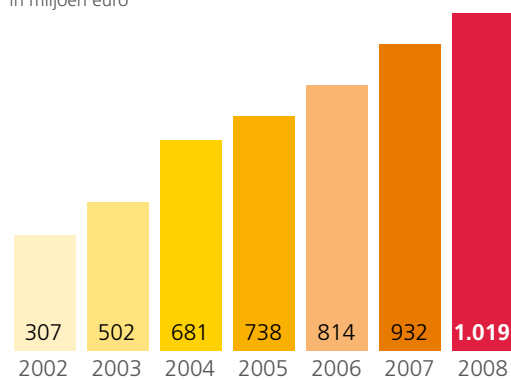
in miljoen euro



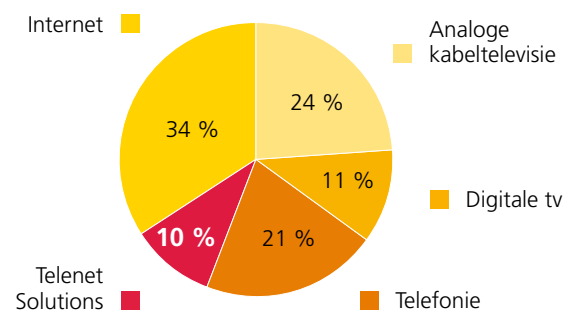
* Percentage van investeringen besteed aan de aansluiting van nieuwe klanten op het netwerk en het vergemakkelijken van die installatie

Inkomsten

in miljoen euro

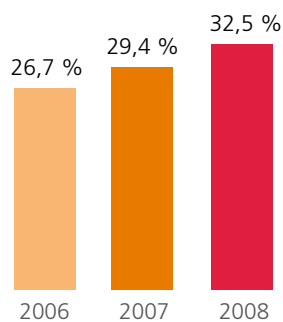


Inkomsten per categorie, 2008



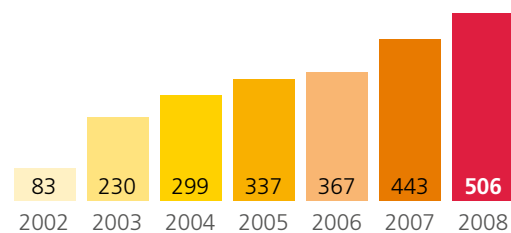
ARPU

(gemiddelde omzet per gebruiker)
in euro per maand



EBITDA

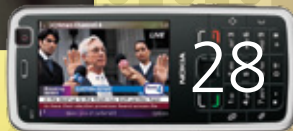
in miljoen euro





Welcome to Telenet





3

Het woord van de CEO en de Voorzitter

7

Voorsprong op de markt

12

Een jaar lang innoveren

14

Vernieuwende partnerships
voor verrassende producten

28

Blijvend competitief door innovatie

30

Investeringen in het netwerk
creëren toegevoegde waarde

32

De klantenervaring verder verbeterd

38

Mensen op de eerste plaats

44

Bouwen aan een mooiere
toekomst voor iedereen



Geachte lezer,

Telenet mag om verschillende redenen met tevredenheid terugblikken op 2008. We haalden onze ambitieuze doelstellingen en versterkten ons bedrijf. Daardoor kunnen we de vele uitdagingen van de toekomst beter aan. Telenet heeft de economische crisis tot nu toe niet gevoeld. Het bedrijf bekijkt zijn operationele werking regelmatig om indien nodig gepast te kunnen reageren. De raad van bestuur en het management van Telenet zijn ervan overtuigd dat de financiële prestaties het afgelopen jaar zeer behoorlijk waren.

De vraag naar onze producten en diensten bleef groot. In de tweede helft van het jaar nam het aantal klanten dat een tripleplayproduct bestelde in versneld tempo toe. Onze 'Shakes', die we in september 2008 lanceerden, vormden andermaal een voorbeeld van hoe ons bedrijf op een succesvolle manier technologie in een eenvoudig en aantrekkelijk aanbod voor consumenten vertaalt.

Door het **succesvol afsluiten van de overeenkomst met Interkabel** heeft Telenet nu eindelijk een afzetgebied dat een effectieve en meer gelijkwaardige concurrentie toelaat. De vrijwel onmiddellijke toename van de vraag van consumenten in het Interkabel-gebied geeft aan welke toegevoegde waarde Telenet op de markt kan brengen. Op de zakelijke markt hebben we onze klantenbasis kunnen verbreden en de aangeboden diensten kunnen uitbreiden.

We hebben onze reputatie van **sterk innovatief gericht bedrijf** alle eer aangedaan, en de aandacht voor innovatie ging opnieuw gepaard met **belangrijke investeringen in ons netwerk, in onze producten en in nieuwe klanten**. De ontwikkeling van onze partnerships met lokale omroepen, internationale mediaondernemingen en technologiebedrijven droeg eveneens bij tot de positieve resultaten.

Onze onderneming engageerde zich in 2008 in **een groot aantal sociale projecten**, rechtstreeks of via de Telenet Foundation. Ook gaan we dit jaar ons eerste CO₂-rapport uitbrengen, samen met plannen om de uitstoot te beperken.

Een mix van doorgedreven ervaring en nieuwe ideeën is de beste basis voor de toekomst. Om haar sterk concurrentiële marktpositie te behouden, focuste onze onderneming ook in 2008 op het management van talenten en op de rekrutering van de juiste mensen op verschillende niveaus in het bedrijf. Alle medewerkers van Telenet hebben zich een jaar lang dag in, dag uit – vaak tot 's nachts – hard ingespannen om het beste uit zichzelf en onze producten te halen. Dankzij deze inspanningen steeg de klantentrouw opnieuw. **We bedanken onze mensen, en de vele medewerkers van onze partners, voor hun inzet voor onze klanten en voor ons bedrijf.**

We willen niets als vanzelfsprekend aannemen, zelfs niet de zaken die we doen met onze trouwste klanten. Telenet zou niet kunnen blijven groeien en innoveren zonder de impliciete steun van onze klanten – consumenten, bedrijven en overheden. **We danken hen voor het vertrouwen en de zakelijke relatie en zullen hun verwachtingen elke dag van het jaar verder inlossen.**

Hoogachtend,



Duco Sickinghe
Chief Executive Officer



Frank Donck
Voorzitter



Raad van bestuur

Op 1 januari 2008

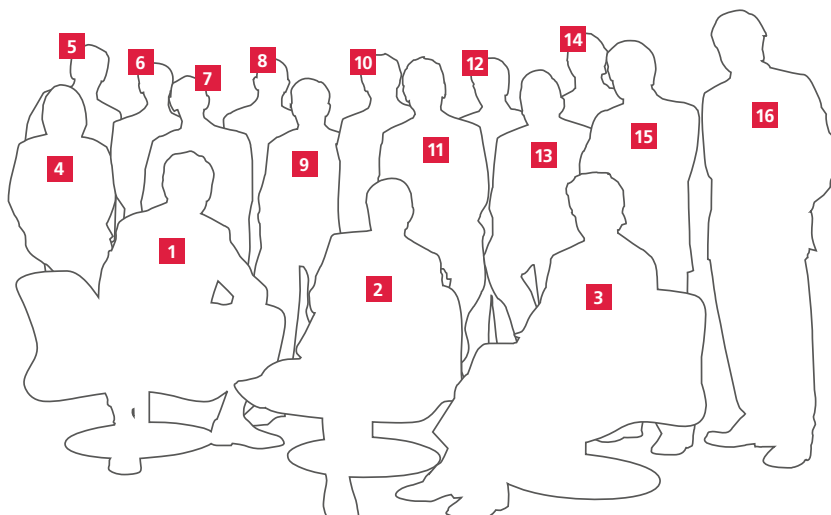
- 1 Duco Sickinghe**
Chief Executive Officer en
Managing Director bij Telenet
- 2 Frank Donck**
Voorzitter
Executive Director bij 3D NV
- 3 James S. O'Neill**
Bestuurder
Voorzitter van Chellomedia B.V.
Chief Strategy Officer
bij Liberty Global Inc.
- 4 Ruth Pirie**
Bestuurder
Chief Financial Officer
bij UPC Broadband
- 5 Alex Brabers**
Bestuurder
Executive Vice President
Technology bij Gimv
- 6 Michel Delloye**
Onafhankelijk bestuurder
Cytifinance NV
Bestuurder van vennootschappen
- 7 André Sarens**
Bestuurder
Grid Participations Manager
bij Electrabel
- 8 Niall Curran**
Bestuurder
Chief Operating Officer
bij Chellomedia B.V.
- 9 Jim Ryan**
Bestuurder
Managing Director Strategy
& Corporate Development
bij UPC Broadband
- 10 Friso van Oranje**
Onafhankelijk bestuurder
Bestuurder van vennootschappen

- 11 Charles Bracken**
Bestuurder
Co-Chief Financial Officer
(Principal Financial Officer)
bij Liberty Global Inc.
- 12 Julien De Wilde**
Onafhankelijk bestuurder
De Wilde J. Management BVBA
Bestuurder van vennootschappen
- 13 Jozef Roos**
Onafhankelijk bestuurder Telenet
Communications NV
JROOS BVBA
Voorzitter van de K.U.Leuven
- 14 Diederik Karsten**
Bestuurder
Chief Executive Officer
bij UPC Nederland
- 15 Michel Allé**
Onafhankelijk bestuurder Telenet
Communications NV
Chief Financial Officer
bij NMBS-Holding
- 16 Guido De Keersmaecker**
Onafhankelijk bestuurder Telenet
Communications NV
Abaxon BVBA
Bestuurder van vennootschappen

Bernie Dvorak
(niet op de foto)
Bestuurder
Senior Vice President en
Co-Chief Financial Officer
(Principal Accounting Officer)
bij Liberty Global, Inc.

Manuel Kohnstamm
(niet op de foto)
Bestuurder
Managing Director Public Policy &
Communications bij UPC Broadband

Gene Musselman
(niet op de foto)
Bestuurder
Voorzitter en Chief Operating Officer
bij UPC Broadband





Van links naar rechts:

Patrick Vincent, Executive Vice President Residential Sales & Care

Saskia Schatteman, Executive Vice President Residential Markets

Luc Machtelinckx, Senior Vice President – General Counsel

Jan Vorstermans, Executive Vice President Technology & Solutions

Duco Sickinghe, Chief Executive Officer en Managing Director van Telenet

Piet Spiessens, Senior Vice President – Innovation & Business Development

Ronny Verhelst, Executive Vice President – Corporate Staff

Renaat Berckmoes, Executive Vice President en Chief Financial Officer

De leidinggevende marktpositie van Telenet is er niet bij toeval gekomen. Sinds haar oprichting twaalf jaar geleden heeft onze onderneming haar uitdagingsmentaliteit bewaard. Het bedrijf heeft zich onderscheiden als een vooraanstaande innovatieve leverancier van internet, telefonie, televisie en dataverkeer. Telenet is succesvol gebleven omdat het doorgedreven investeerde in het netwerk en in nieuwe technologieën. Maar ook omdat het permanent de verwachtingen van de klanten heeft ingelost.

In 2008

- kende Telenet de grootste groei ooit in klantenacquisitie
- abonneerde bijna 50 % van de klanten zich op twee of meer diensten
- kreeg Telenet er meer dan 100.000 nieuwe breedbandinternetklanten bij
- verwierf Telenet ongeveer 70 % van de vaste telefoonlijnen die de historische concurrent verloor
- steeg het aandeel van Digital TV op het Telenet-netwerk tot bijna 35 %
- stegen de inkomsten van Telenet Solutions met 17 %

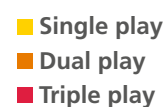
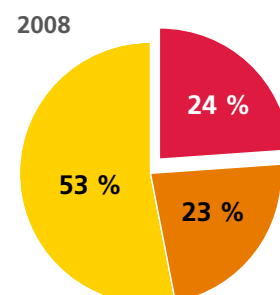
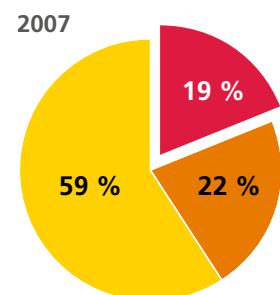
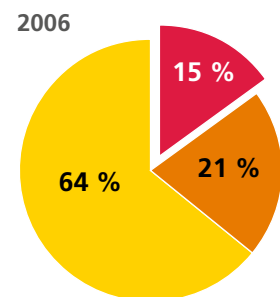
Triple play

De strategische focus van Telenet lag altijd al op televisie, internet en telefonie. In 2008 boekte het bedrijf door organisch te groeien uitstekende resultaten in deze drie domeinen.

Het aantal Telenet-klanten steeg in 2008 sterker dan ooit (met uitzondering van de analoge televisieklanten). Dat is een gevolg van de succesvolle aanpak met multiservicepacks gericht op verschillende marktsegmenten. Telenet ontwikkelde snel haar tripleplayaanbod na de introductie van de 'Shakes' in 2008. Dankzij deze dienstenbundels krijgen klanten tot 30 % korting op de prijs van de aparte diensten. Er werden meer dan 225.000 Shake-abonnementen verkocht. Dat leidde tot een stijging van het aantal tripleplayklanten met 21 %. Bijna de helft van de klanten van Telenet is nu op twee of meer diensten geabonneerd, en nagenoeg alle nieuwe klanten bestellen er meer dan twee. De gemiddelde inkomsten per gebruiker (ARPU, average revenue per user) in het oorspronkelijke afzetgebied van Telenet stegen met 4 euro.

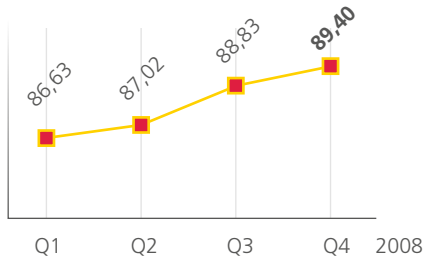


Triple play versnelt



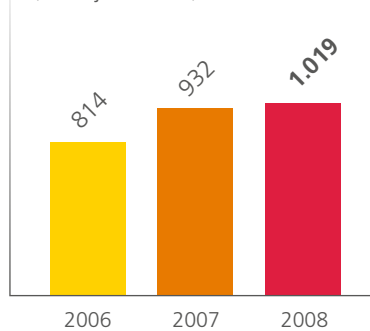
Klantentevredenheid bijna 90 %

De klantentevredenheidsscore is het totale percentage klanten dat tevreden, zeer tevreden of extreem tevreden is over de diensten van Telenet.



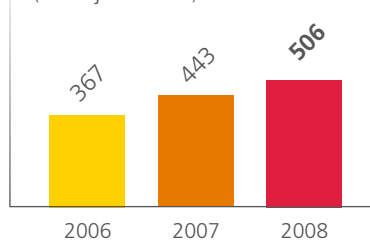
Inkomsten

(in miljoen euro)



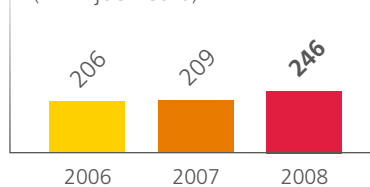
EBITDA

(in miljoen euro)



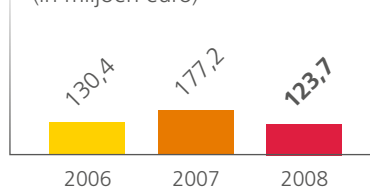
Investeringen

(in miljoen euro)



Vrije cashflow

(in miljoen euro)



Interkabel

Sinds haar oprichting had onze onderneming een partnership met Interkabel, een samenwerkingsverband van kabelnetwerken in heel Vlaanderen, waaronder het Antwerpse stadsnetwerk Integan, maar ook WVEM, PBE en Interelectra. Telenet verkocht breedbandinternet- en vaste telefoniediensten op de Interkabelnetwerken. In oktober 2008 verwierf Telenet de kabelnetwerken van Interkabel en zijn klantenbasis (bijna 680.000 'analoge' en ongeveer 70.000 'digitale' klanten). Daardoor kan Telenet nu in heel Vlaanderen effectiever concurreren op de markt van de tripleplaydiensten.

De klant eerst!

In 2008 ging de aandacht naar nieuwe manieren om de klantentevredenheid te verbeteren. Telenet geniet een sterke klantentrouw, maar elke daling in de waardering van producten en diensten kan op termijn een aanzienlijke impact hebben. Het bedrijf paste daarom zijn bonussysteem voor zijn werknemers aan, waardoor 40 % van de bonussen nu van de klantentevredenheid afhangen. Het nieuwe systeem werd reeds toegepast bij meer dan 100 managers.

Financiële resultaten

Telenet overtrof de financiële doelstellingen voor 2008. De bedrijfsinkomsten stegen met 9 %. De operationele inkomsten namen toe met 16 % tot 239 miljoen euro. Met een vrije cashflow van 124 miljoen euro werden de verwachtingen ingelost. De schuldhefboom – de verhouding tussen niet-achtergestelde schuld en EBITDA – nam af. Daarmee toonde ons bedrijf dat het de overname van Interkabel snel heeft kunnen verwerken. In de nabije toekomst zal de aandacht naar deze vrije cashflow blijven gaan. Door de daling van de intrestvoeten zal het bedrijf over nog meer cash kunnen beschikken.

Telenet bleef sterk investeren, voor een bedrag van 246 miljoen euro. Veel middelen gingen naar het installeren en het 'faciliteren' van nieuwe netwerkklanten. Er werd ook sterk geïnvesteerd in onderzoek en in pilootprojecten. Telenet lanceerde elke maand van het jaar wel een nieuwigheid. De investeringen, soms op kleine schaal, leidden ertoe dat onze onderneming haar klanten blijft verrassen. Telenet voert bijvoorbeeld geen groot glasvezelproject uit, maar splitst wel geleidelijk haar netwerkknoppunten op. Dit zal op termijn het aantal huishoudens per knooppunt van 1.400 tot 500 terugbrengen. De prestaties van het netwerk zullen gevoelig stijgen.

De huidige marktomgeving

Telenet ondervindt momenteel geen hinder van de economische situatie. De sleutelprestatie-indicatoren, waaronder de opzeggingen of 'churn', het aantal annuleringen van bestellingen, het aantal betalingsherinneringen en de termijnen van te ontvangen saldi, blijven stabiel. Als de 'churn' op het huidige peil blijft, zullen klanten Telenet meer dan 12 jaar trouw blijven. Dit betekent ook dat de cashflow in de toekomst stabiel kan blijven.

De huidige schuld/EBITDA-ratio's bevinden zich gevoelig onder de in de convenanten vastgelegde niveaus en bieden nog heel wat ruimte. Net als vroeger beschikte Telenet in 2008 daardoor over een opmerkelijke capaciteit tot snelle 'deleveraging'. Verwacht wordt dat dit ook in de nabije toekomst zo zal blijven (tenzij overnames of andere strategische projecten zich aandienen).

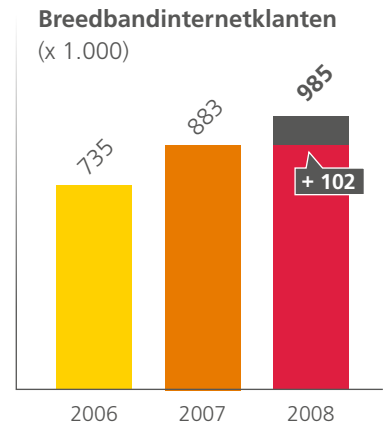
De eerste schuldenschijs moet in 2012 terugbetaald worden. Onze onderneming kan op elk moment kiezen om een aantal van haar investeringen te herfinancieren, op voorwaarde dat de nieuwe leningen na 2015 afgelost worden. Zelfs als de voorwaarden op de kredietmarkt niet verbeteren, verwacht Telenet dat het alle schulden zal kunnen betalen, met inbegrip van de schijf van 2014 en het grootste deel van de schijf van 2015.

Breedbandinternet

Net als de voorbije jaren steeg het aantal nieuwe abonnees op de breedbanddiensten van Telenet in 2008 met meer dan 100.000. Om tegemoet te komen aan de behoeften van de klant werden de snelheid en het volume van de internet-verbindingen in de loop van het jaar verhoogd. Deze maatregel, samen met de superieure dienstverlening, leidde tot een versterking van de leidinggevende positie van het bedrijf. Telenet blijft aandacht schenken aan antispam- en antivirusdiensten met het oog op een veiliger internet. Het bedrijf werkte mee aan het Europese initiatief van Liberty Global voor meer veiligheid op het internet. In het kader van dit initiatief werden ouders geïnformeerd over hoe ze het internetgebruik bij hun kinderen beter kunnen begeleiden.

Telenet zal internetdiensten van de volgende generatie lanceren, met snellere technologieën zoals Euro-DOCSIS 3.0. Het bedrijf zal ook investeren in meer glasvezelverbindingen op het hele netwerk. Onze stimulerende onlineactiviteiten lokten meer dan 4,6 miljoen unieke bezoekers per maand in 2008.

Diensten voor mobiel dataverkeer worden in 2009 grootschaliger gelanceerd, als aanvulling voor klanten van het 'vaste' internet.



Telefonie

De voorbije kwartalen is het aantal vaste telefoonlijnen in België stabiel gebleven. Toch kon onze onderneming in dezelfde periode haar marktaandeel in Vlaanderen tot bijna 30 % uitbreiden, door 70 % van de verloren lijnen van haar belangrijkste concurrent te verwerven. Dit deed Telenet dankzij competitieve tariefformules, zoals FreePhone Europe, een formule waarmee klanten tegen een lage vaste prijs per maand onbeperkt kunnen bellen naar vaste lijnen in heel Europa tijdens de daluren.



*Cuckoo Award
Direct Response TV*



*Topspot 2008
Publieksprijs*



*Best of Activation
Award 2008*



*CAP 2008 Creative
Cable Operators*

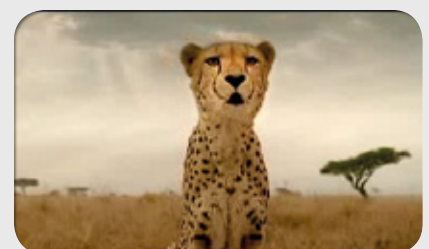


*Agile Award
2009*

Telenet: duidelijk de keuze van de klant

Telenet won in 2008 verschillende prijzen voor de innovatieve manier waarop het haar producten en diensten op de markt brengt. Enkele voorbeelden:

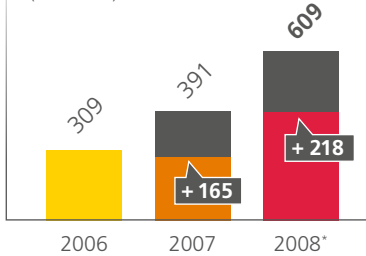
- een Cuckoo Award voor de televisiespot 'Helpende handen'
- 3 CTAM Awards (Cable & Telecommunications Association for Marketing): de bronzen en zilveren Creative Awards voor respectievelijk de tv-spot voor internet 'Cheetah' en de iDTV-advertentie 'De vlieg', en de branding of positioning award in de categorie 'lancering nieuwe producten' voor de iDTV-spot 'De rode knop'
- de Topspot van de VMMA voor televisiereclame en tv-campagnes, een bekroning van de kijker, voor de iDTV-spot 'De leugenaar'
- de Agile Award 2009 voor de Telenet Advisor Portal Solution die werd ingevoerd om de Telenet-adviseurs in de callcenters beter bij te staan
- en in 2009 de Public Cuckoo Award met de Telenet-campagne over de GoldShake.



10

Digitale televisieklanten

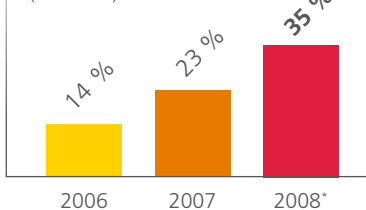
(x 1.000)



* exclusief 65.000 INDI-klanten

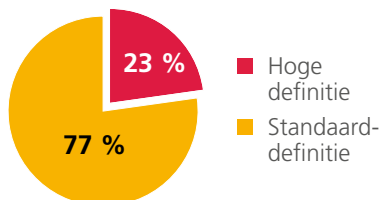
iDTV-penetratie op het Telenet-netwerk

(x 1.000)



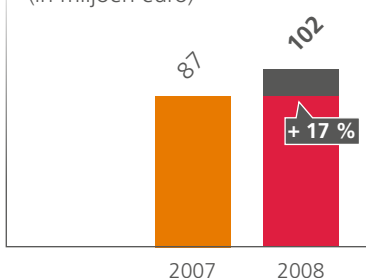
*28% in het gecombineerde netwerk

Hoge definitie versus standaarddefinitie



Telenet Solutions

(in miljoen euro)



De ervaring leert dat jonge gezinnen en senioren naar vaste telefonie vragen. Bovendien zijn de tarieven, die onder die van mobiele telefonie liggen, en de kwaliteit van de dienst belangrijke troeven in tijden van economische onzekerheid.

De verkoop van mobiele telefonie was bescheiden maar bemoedigend. De grote omvang van de activiteiten in vaste telefonie en de beperkte toegang tot de distributiekanaalen verhinderden dat het potentieel hier volledig kon worden gerealiseerd. Het vernieuwde partnership met Mobistar laat echter meer flexibiliteit toe op het vlak van de prijszetting en de productontwikkeling. Dit zou zich tegen eind 2009 in betere resultaten moeten vertalen.

Televisie

In slechts 3,5 jaar tijd heeft Telenet met iDTV een penetratiegraad van bijna 35 % bereikt op haar netwerk. Dit is één van de snelste adoptieratio's binnen de markt van de recente netwerktechnologieën. Het huurmodel van het bedrijf droeg aanzienlijk bij tot deze trend, doordat het de drempel naar de geavanceerde digitale diensten verlaagde.

Video on demand (VoD) is een groot succes, zowel voor film als voor lokale inhoud die door Telenets lokale omroeppartners wordt aangeboden. Highdefinitiontelevisie (HDTV) biedt indrukwekkend scherpe beelden aan een snel groeiende groep van klanten.

Het platform Interactive Digital TV (iDTV) van Telenet is een succes omdat Telenet ook in een groot aantal omroepen en mediaproductiebedrijven investeerde en deze bedrijven ondersteunde. Telenet hielp hen iDTV-toepassingen te ontwikkelen. Deze geest van partnership en het gebruik van open standaarden stimuleert de creativiteit en vergemakkelijkt voor klanten de toegang tot de technologie.

Professionele communicatiediensten

Telenet richt zich met haar afdeling Telenet Solutions tot verschillende marktsegmenten. De grote klanten worden bediend door directsales- en supportteams.

Via verschillende kanalen wordt geantwoord op de vragen van de kmo's. Daarnaast wordt ook nog netwerkcapaciteit aangeboden op de carriemarkt.

Telenet Solutions boekte een inkomstengroei van 17 % en een solide toename van het aantal klanten. Dit resultaat is het gevolg van innovatie en een sterke focus op de verwachtingen van bedrijven, die duidelijk op zoek zijn naar state-of-the-artspraak- en -datacomdiensten. Klanten waren onder de indruk van de vooruitstrevende mix van producten bij Telenet Solutions, wat een grote tevredenheid en klantentrouw met zich meebracht. Het belang van de traditionele vaste lijn in bedrijfsomgevingen nam af.

Telenet is ervan overtuigd dat nieuwe technologieën de bedrijfsmarkt verder zullen openen. Voorbeelden zijn SIP trunking (Session Initiation Protocol) voor spraakverkeer via het internet tegen aantrekkelijke tarieven, en Euro-DOCSIS 3.0, de nieuwe norm voor supersnel internet via de coaxkabel met gegarandeerde serviceniveaus. Telenet gelooft dat coaxtechnologie een belangrijke impact zal hebben op de professionele diensten in het midden- en hogere segment.

In 2009 zal ons bedrijf de klemtoon leggen op het lanceren van producten die gebruikmaken van coaxtechnologie, met bijzondere aandacht voor de lagere marktsegmenten – soho's (small office home office) en kmo's – en op de introductie van HostBasket-producten bij bestaande klanten. Ook de samenwerking met systeemintegratoren in de gezondheidssector zal van belang zijn (entertainmentssystemen voor patiënten, bedside terminals, ...).

Groeipectieven

Cross-selling en upselling van de huidige klantenbasis zijn cruciaal voor een sterke ARPU-groei. In 2008 abonneerde de helft van de klanten zich op twee of meer Telenet-diensten. Deze trend zou zich moeten voortzetten, zodat onze onderneming ook kan groeien zonder dat ze genoodzaakt is haar afzetgebied geografisch uit te breiden. Het grote succes van het Shakes-aanbod toont dat het potentieel aanwezig is.

We zien groei in alle markten van de voornaamste Telenet-producten. De penetratie van vaste telefonie op de residentiële markt ligt momenteel in de buurt van 70 %. Twintig procent van deze markt is in Vlaanderen reeds veroverd en we verwachten een verdere groei van 10 %. We hebben jaarlijks 10 % van onze televisieklanten omgeschakeld naar iDTV en volgen een koers waarbij deze adoptieratio behouden blijft en misschien zelfs verhoogt. De internetpenetratie bedraagt in België momenteel 66 %. Volgens de statistieken van andere landen zou dit kunnen oplopen tot 90 %.

Eens een uitdager, altijd een uitdager

In haar twaalfjarige geschiedenis was onze onderneming altijd de uitdager op de markt. Telenet heeft zichzelf onderscheiden met aantrekkelijke tarieven, superieure technologie, innovatie en een hoog niveau van dienstverlening. Maar de onderneming blijft ook zichzelf voortdurend uitdagen, zodat ze haar rol als innovator kan blijven spelen. De waarden van een uitdager zijn sterk in de cultuur van Telenet ingebed en een aantal interne 'checks and balances' maken dat Telenet haar ideaal kan waarmaken.

De waarden van de uitdager zijn bepalend voor het merk 'Telenet', een merk dat elke dag door de bedrijfscultuur gevoed wordt. De dagelijkse inspanningen van de Telenet-medewerkers zijn onderdeel van de voortdurende aandacht voor het verbeteren van dit merk en alles waar het voor staat.

Onze CO₂-voetafdruk

In 2008 werd de CO₂-voetafdruk van Telenet gemeten. We willen die zo klein mogelijk maken. Omdat we zelf weinig hardware produceren, veroorzaken we nauwelijks CO₂-uitstoot via deze weg. We hebben wel met extra aandacht naar de versterkers in ons netwerk en naar de modems en de settopboxen bij onze klanten gekeken. Om het energieverbruik van deze apparaten te verminderen, werken we nu nauw samen met de betreffende leveranciers. Dankzij de opsplitsing van de netwerkknoppunten, die momenteel aan de gang is, vermindert trouwens ook onze afhankelijkheid van netwerkversterkers.

Alle afdelingen van Telenet hebben 'groene plannen' voor 2009 opgesteld. Over de vorderingen bij het reduceren van onze CO₂-uitstoot zal regelmatig gepubliceerd worden.

Beloftevolle toekomst

Voor de volgende jaren verwacht Telenet een groei in het aantal diensten en een uitbreiding van de markt. Op het gebied van internet is het doel onze superieure snelheid te behouden en de diensten met toegevoegde waarde, zoals hosting en beveiliging, te verbeteren. Op het vlak van telefonie zullen we innovatieve tariefplannen die 'best in class' zijn, blijven lanceren. Op het terrein van de televisie zou de conversieratio (van analoge naar digitale televisie) boven de 10 % moeten uitstijgen. Verder plannen we de lancering van nieuwe mobiele oplossingen die de mogelijkheden van een 'mobile virtual network operator' (MVNO) ten volle benutten. Telenet Solutions zal ook de nadruk leggen op kmo-klanten en coaxoplossingen. We zullen onze ambities waarmaken met de hulp van sterke talenten. Telenet heeft een open en informele cultuur die doordrongen is van sterke waarden, een hoge integriteit, een sterk engagement en de klemtoon op besluitvaardigheid.

Groei van de sleutelproducten

- 20 % van de markt voor vaste telefonie veroverd, 10 % extra groei voorspeld
- jaarlijks schakelt 10 % van de televisieklanten over naar iDTV
- de huidige internetpenetratie van 66 % in België zou tot 90 % kunnen groeien



Een jaar lang innoveren



Januari

De rode knop: dankzij de ontwikkeling van de iDTV-applicatie 'de rode knop' kunnen televisieomroepen extra inhoud aanbieden aan digitale televisiekijkers.



Februari

Het iDTV-huurmodel: klanten kunnen zich abonneren op Telenet Digital TV voor amper vier euro per maand.



Maart

Zita 3.0: Telenet lanceert een nieuwe versie van haar portaalsite Zita.be met inhoudsselectietools die personalisering mogelijk maken.



April

TIP: het Telenet Incentive Plan maakt het bedrijven mogelijk hun werknemers Telenet-diensten bij hen thuis aan te bieden als onderdeel van hun vergoeding.



Mei

Thalys WiFi: dankzij een partnership krijgen reizigers toegang tot het internet op alle Thalys-treinen.



Juni

De 'Zomer van de Sport': de grote sportevenementen, zoals de Olympische Spelen, de Ronde van Frankrijk en de Europese voetbalkampioenschappen, worden live uitgezonden in HD.



Juli

Zelfinstallatie: klanten kunnen hun Telenet-producten zelf installeren, waardoor ze zowel tijd als geld besparen.



Augustus

Telenet Shakes: lancering van het nieuwe bundelconcept met competitieve prijzen en grotere convergentie van diensten.



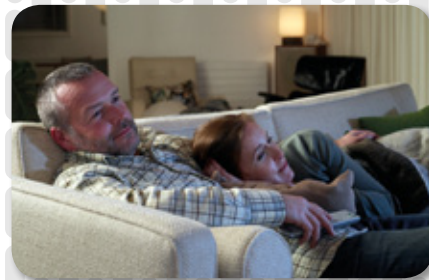
September

Studio 100 TV: het eerste Vlaamse muziektelevisiekanaal voor kinderen, exclusief via Telenet Digital TV.



Oktober

FreePhone Europe: klanten kunnen gratis internationaal bellen tijdens de daluren.



November

Telesenior in Kortrijk: Telenet biedt hulp aan ouderen en introduceert een nieuwe manier van communiceren via iDTV.



December

TV.BE: een innovatieve tv-gids combineert sociaal netwerken, informatie over tv-programma's en inhoudelijke informatie.

14 Vernieuwende partnerships voor verrassende producten



Onze onderneming heeft in alle deelsegmenten van haar markt een sterke concurrentiepositie verworven en weten te behouden door een uitstekende kwaliteit en een goede dienstverlening aan te bieden. En nog belangrijker: Telenet vervult niet alleen de behoeften van de markt maar loopt erop vooruit, mede via win-winpartnerships. We streven ernaar om met ons aanbod echte waarde te creëren in het persoonlijke en professionele leven van mensen.

In 2008

- meer dan 985.000 breedbandinternetklanten
- stijging van het hotspotgebruik met 66 %
- meer dan 629.000 telefonieklanten
- meer dan 674.000 iDTV-kijkers
- meer dan 117 interactieve toepassingen op het Telenet-platform
- een zeer sterke inkomstengroei (17 %) bij Telenet Solutions



Vast en mobiel internet



De interesse in internet stijgt

Telenet verhoogde de breedbandsnelheid gevoelig en introduceerde 'Shakes' op maat. Daardoor nam de verkoop van de internetdiensten toe én het marktaandeel ging mee omhoog. Begin maart telde ons bedrijf 900.000 internetbreedbandklanten; dat werden er meer dan 985.000 tegen het einde van het jaar. De groei was het resultaat van een aantal campagnes om het merkbewustzijn te verbeteren en van meer specifieke initiatieven, zoals die rond internetveiligheid. Telenet segmenteert de publiciteitscampagnes nu beter, met positieve verkoopresultaten tot gevolg. De leiderschapspositie handhaven blijft een prioriteit voor 2009. Ook het stimuleren van de vraag naar convergerende diensten en de verbetering van de klantentevredenheid blijven belangrijk.

Permanente aandacht voor productinnovatie en diensten met toegevoegde waarde

In 2008 verbeterde Telenet de prestaties van alle afzonderlijke breedbandproducten. Daarnaast creëerde ons bedrijf nieuwe variaties binnen de Telenet Shakes. De huidige breedbandproducten vormen een gediversifieerde portfolio, met snelheden van 1 Mbps tot 25 Mbps en inclusief een volledig dienstenpakket waaronder een gratis klantendienst en gratis antivirus- en antispamdiensten. Klanten kregen meer waar voor hun geld dan ooit tevoren; dit droeg bij tot een stijging van de klantentevredenheidsscore van 83 % naar 89 %.

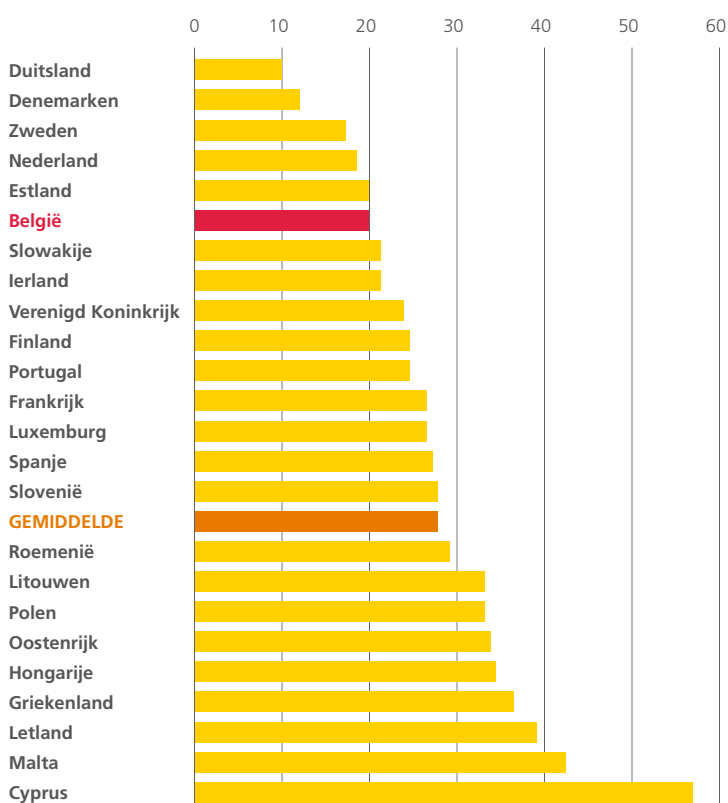
De klanten van Telenet kunnen voortdurend gebruikmaken van geavanceerde toegepaste technologie.



Door zich op een dienstenbundel te abonneren kunnen klanten kortingen tot 30 % genieten.



Gemiddelde prijs voor basisbreedbandinternet, in euro (volgens ppp*)



* ppp = purchasing power parity (koopkrachtpariteit).

Bron: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

Aantrekkelijke tarieven en voordelen

Telenet verminderde de prijs voor breedbandinternettoegang gevoelig. De prijs per Mbps van het populairste breedbandproduct, ExpressNet, zakte met bijna 75 % van 10,49 euro tot 2,86 euro. In augustus 2009 voert Telenet het sociaal tarief in. Personen en gezinnen met een laag inkomen – die het Omnio-statuut van het RIZIV genieten – krijgen toegang tot het internet via Telenet BasicNet tegen het verminderde tarief van 13 euro per maand. Telenet introduceerde eerder al soortgelijke sociale tarieven voor televisie en telefonie. Tot de andere maatregelen om de digitale kloof te dichten behoort naast de Telenet Foundation (zie blz. 46-47) ook de gratis internettraining die Telenet aanbiedt. In 2008 volgden meer dan 5.682 senioren een gratis Telenet-cursus.

Telenet blijft leider in snelheid

Telenet blijft de leider in breedbandsnelheid in België. Het bedrijf heeft sterk bijgedragen tot de plaats van België bij de absolute leiders in internetverbindingssnelheid



Inzake snelheid behoort de Belgische breedbandmarkt tot de meest dynamische.

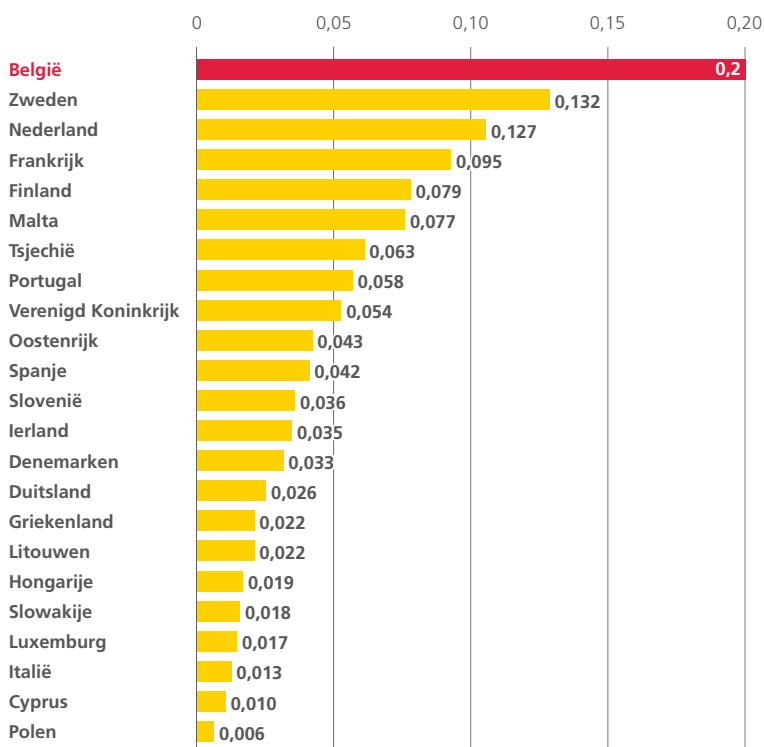
wereldwijd. Niet minder dan 90 % van de Belgische breedbandklanten heeft een breedbandverbinding van 2 Mbps of meer, en 78 % van de klanten van Telenet geniet een downloadsnelheid van 10 Mbps of meer. Onafhankelijke websites, zoals ISPmonitor.be, bevestigen dagelijks dat de reële snelheid die Telenet Internet aanbiedt die van de concurrentie overtreft.



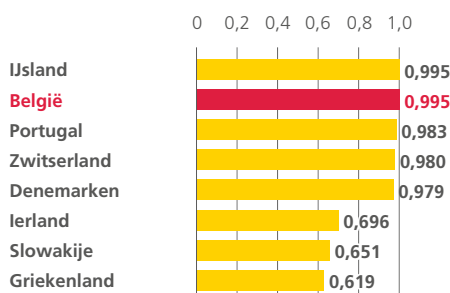
Breedbandpenetratie in België

Verscheidene studies tonen aan dat België goed scoort wat betreft de prijs-kwaliteitverhouding van internet. Telenet heeft aanzienlijk bijgedragen tot dit resultaat door steeds aantrekkelijke tarieven te combineren met substantiële investeringen in producten. De prijs-kwaliteitverhouding heeft de breedbandpenetratie in België sterk bevorderd. België heeft de op één na hoogste BEI (Broadband Efficiency Index), een richtgetal dat de theoretisch verwachte penetratie per land vergelijkt met de reële penetratie. In Vlaanderen is de penetratiegraad op de residentiële markt gestegen tot bijna 70 %. Over heel België bedraagt hij 66 %.

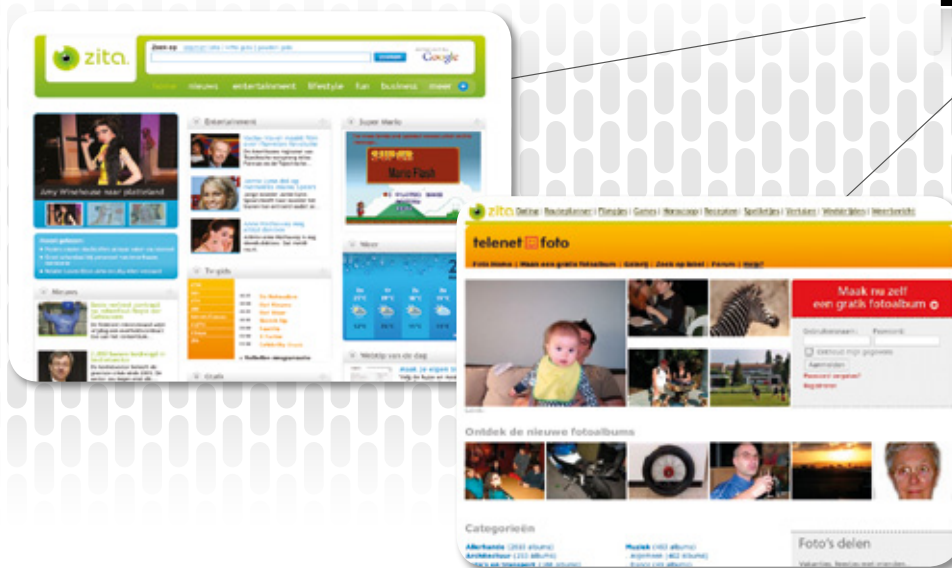
Gemiddelde downloadsnelheid



Broadband Efficiency Index



Bron: Phoenix Center for Advanced Legal & Economic Public Policy Studies



Meer dan breedbandtoegang

Telenet Online Media gebruikt de kracht van de groep op het vlak van televisie, breedbandinternet en mobiele communicatie als een hefboom. Daarmee ontwikkelt deze divisie innovatieve crossplatformtoepassingen, die vervolgens als aparte mediamerken functioneren. Deze toepassingen vormen interactieve contactpunten voor één-op-éénrelaties met mediaconsumenten. Daarmee schept deze divisie ook marketingkansen die uiteindelijk resulteren in een reële bijdrage tot de waarde van de groep. Telenet is goed geplaatst om dergelijke innovatieve toepassingen te lanceren omdat de onderneming beschikt over een uitgebreid klantenbestand en over een groot aantal opt-inrelaties met haar klanten. De toepassingen leidden tot een toename van de inkomsten, zowel die van de adverteerders als die van het eigen marketingdepartement. Door gebruik te maken van de beschikbare hefboomen zal Telenet Online Media ook makkelijk voordeel kunnen halen uit de nieuwe mobiele strategie van het bedrijf.

Zita.be

In 2008 werd een nieuwe versie gelanceerd van Zita.be, het Telenet-portaal en één van de populairste sites in België. De nieuwe site werkt

met widgets waarmee gebruikers hun homepage op een veilige manier kunnen afstemmen op hun interesses en noden. Een aantal sjablonen voor personalisering wordt in 2009 gelanceerd, speciaal voor wie wat minder vlot met technologie omspringt.

Telenet Foto

Telenet Foto, een onlinedienst die in 2006 werd gelanceerd, maakt het uploaden van foto's en het delen ervan met vrienden en familie mogelijk. In 2008 werd een versie voor digitale televisie uitgebracht die klaar is voor HD. Deze applicatie, Telenet Foto HD, is één van de meest intensief gebruikte interactieve diensten van Telenet Digital TV.

T-VGAS

In december 2008 verwierf Telenet de activa van VGAS, de nummer één in gaming media publishing in België. Dit gebeurde met het oog op de creatie van T-VGAS. Dit nieuwe bedrijf staat in voor de gamingwebsite 9lives, het magazine GUNK, het merk GUNK TV en een nieuw digitaal entertainmentkanaal dat in mei 2009 wordt gelanceerd. Dit nieuwe tv-kanaal zal inspelen op de trend die gaming als populaire ontspanningsvorm beschouwt en is in ons land het eerste in zijn soort.

Garage TV

Garage TV, een site die door de gebruikers wordt gemaakt, mocht ook in 2008 op veel belangstelling rekenen, met meer dan 65.000 unieke bezoekers per dag. In september werd een conceptversie van de site voor de iPhone in pilootfase met succes uitgetest. De officiële lancering volgt in 2009.

TV.be

Telenet ontwikkelde een nieuw tv-gidsconcept in 2008. Basisinformatie over tv-programma's wordt gekoppeld aan Web 2.0 en sociaal netwerken. Gebruikers kunnen hun eigen profiel op de site aanmaken, met kijk- en luistervoorkeuren. Ze kunnen ook aanbevelingen ontvangen over programma's die bij hun smaak passen. De site werd in juni 2008 in betaversie getest en in september voor het grote publiek gelanceerd.

Vandaag.be

In maart lanceerde Telenet de innovatieve website vandaag.be, in samenwerking met Concentra. Deze website brengt het belangrijkste nieuws van de dag uit de wereld op een dynamische en interactieve manier.



Partnership voor onlinereclame

Met het oog op een beter bereik en een betere positionering heeft Telenet Media zijn activiteiten extern gereorganiseerd in wat nu Pebble Media heet. Dit deden we in samenwerking met de Vlaamse mediagroep Concentra en de VAR, de reclamereguleerder van de openbare omroep VRT. Pebble Media steunt op een sterk netwerk van zorgvuldig geselecteerde mediamerken en biedt zowel op het vlak van kwaliteit als inzake bereik de nodige garanties. Pebble Media lijkt goed op weg om de referentie te worden in digitaal adverteren. De missie: innovatieve,



pebblemedia

interactieve reclameoplossingen aanbieden die voor of door lokale media worden ontwikkeld. Dit helpt 'desintermediëring' voorkomen en zal lokale media in de digitale en wereldwijde economie stimuleren.

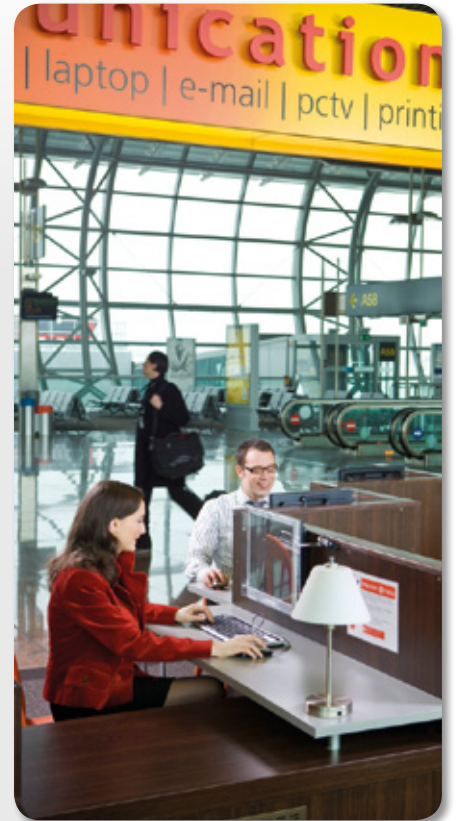
De realisaties van Pebble Media zijn nu reeds goed voor meer dan 600.000 unieke bezoekers per dag, zes miljoen bezochte pagina's per dag en meer dan twee miljoen unieke e-mailadressen, via opt-in verzameld. De nieuwe organisatie biedt conversiemarketingdiensten aan en zal binnenkort haar diensten uitbreiden in het domein van de iDTV. Pebble Media begint officieel met zijn activiteiten in januari 2009 en zet de dialoog met mogelijke nieuwe partners verder om het aanbod nog verder uit te breiden.



Voor meer veiligheid op het internet

Zeker wanneer het erop aankomt om van het internet een veiligere plek voor kinderen te maken, neemt Telenet haar verantwoordelijkheid als internetserviceprovider zeer ernstig. Op de 'dag voor meer veiligheid op het internet' in februari 2008 lanceerde Telenet mee een uitgebreide Internet Safety Toolkit. Die werd aangeboden aan scholen in heel België, verspreid op evenementen, en op verzoek ook aan ouders ter beschikking gesteld. De kit bevat belangrijke informatie voor ouders en kinderen waarmee ze mogelijke onlinegevaren beter kunnen inschatten. Tot de inspanningen van Telenet voor een veiliger internet behoordden in 2008 ook een verbeterde antivirusbescherming en een eerstelijnsbescherming tegen malware. Het bedrijf lanceerde verder een website met tips en trucs voor consumenten, om hen te helpen de risico's te beperken. Het gevolg: de klantentevredenheidsscore in dit belangrijke domein steeg met meer dan 10 %. Nog meer educatieve initiatieven en acties om de internetveiligheid te verbeteren volgen in 2009.





Makkelijker toegang tot de VS

In januari 2009 gaf Telenet op Brussels Airport reizigers die nog geen elektronische toelating hadden voor hun reis naar de VS vrije toegang tot de ESTA-website (Electronic System for Travel Authorization). De elektronische aanvraag van een reistoelating is een nieuwe vereiste van de Amerikaanse wetgever. Het initiatief van Telenet hielp de Amerikaanse ambassade reizen naar de VS mogelijk te maken voor hen die nog niet op de hoogte waren van de wetswijziging. De Amerikaanse ambassade bedankte Telenet formeel voor de geleverde inspanning.



Hotspots bewijzen hun nut

In 2008 bleef de hotspotstrategie van Telenet gericht op twee sectoren: hospitality en mobility. Negentien extra locaties werden tijdens het jaar verworven, waaronder Brussels South Airport in Charleroi en een aantal bekende hotels, zoals het Thon Residence Florence in Brussel. Sommige hotels uitten de wens om de vergoeding voor het gebruik van Telenet-hotspots op te nemen als een onderdeel van de kamerprijs. Telenet ondertekende de nodige overeenkomsten om dit mogelijk te maken.

Plannen voor de toekomst

Telenet verlengde in 2008 proactief de contracten voor een aantal reeds verworven locaties, opdat mobiele gebruikers ook in de toekomst over voldoende bereik zouden beschikken. Het aantal unieke hotspotgebruikers steeg in 2008 zeer sterk, met 66 procent. Gemiddeld werden hotspots gebruikt gedurende meer dan 120.000 uren per maand.

Thuis en onderweg

Telenet startte pilootprojecten met gratis hotspottoegang in ruil voor het bekijken van advertenties en met geregelde onderbrekingen van de verbinding. De resultaten tonen aan dat zakelijke gebruikers – de voornaamste gebruikers van de

Telenet-hotspots – liever betalen voor een goede dienstverlening. De hotspots kregen meer zichtbaarheid tijdens een zomercampagne. De campagne maakte reizigers attent op de mogelijkheid om tijdens hun vakantie in België de Telenet-hotspots te gebruiken.

Telenet sloot in 2008 een overeenkomst voor 'inbound roaming' waardoor hotspotklanten van providers uit andere landen de Telenet-hotspots kunnen gebruiken wanneer ze in België zijn. Een overeenkomst voor 'outbound roaming', waardoor Telenet-klanten op meer dan 100.000 locaties in 80 landen hotspottoegang krijgen, wordt in 2009 afgesloten.

Telenet in beweging

Voor één van de opvallendste uitbreidingen van het hotspotaanbod van Telenet zorgde het Thalys-project. Telenet realiseerde samen met Nokia Siemens Networks en 21Net in vier landen internettoegang op alle Thalys-treinen.



Meer interesse in de hotspots van Telenet

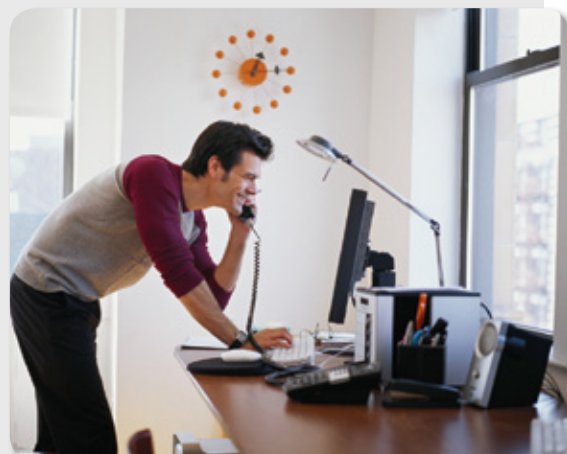
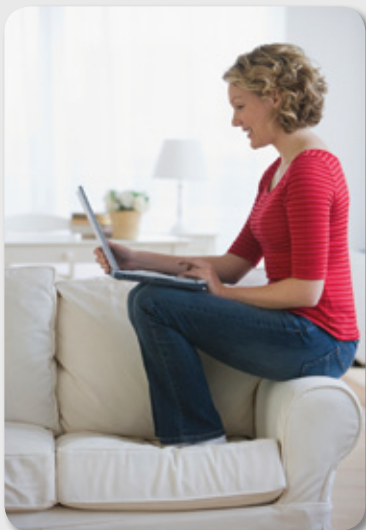
Door een overeenkomst met MyPoi World, een Nederlandse organisatie die kaarten van 'points of interest' (POIs) voor gps-systemen verkoopt, worden Telenet-hotspots nu als POIs aangeduid op de kaarten. Ze kunnen daardoor veel makkelijker gelokaliseerd worden.

Hotspots helpen Belgische artsen

Telenet stemt haar marketing en haar hotspotdiensten af op specifieke doelgroepen. Zo werd er een test opgezet waarbij dokters tijdens hun huisbezoeken meteen afspraken met specialisten maken, op eender welk moment van de dag. Telenet verwacht dat het gebruik van hotspots nog aanzienlijk zal blijven stijgen vermits de vraag naar dergelijke toepassingen groeit. Tegelijkertijd daalt de prijs voor apparaten die mobiele toegang bieden.

Quadruple play

Ook in 2008 ging het met Telenets telefonie – mobiel én vast – in stijgende lijn. Het heronderhandelde partnership met de Belgische telecomoperator Mobistar stelt Telenet in staat om haar klanten echte quadruple play aan te bieden.





Vaste en mobiele telefonie



Vaste lijnen nog altijd favoriet

Telenet boekte een recordverkoop van vaste lijnen. Dit was vooral het gevolg van nieuwe tariefplannen, waaronder FreePhone, FreePhone 24 en FreePhone Europe. Met FreePhone Europe bellen klanten onbeperkt naar vaste lijnen in heel Europa tijdens de daluren, tegen een lage vaste prijs per maand. Deze formule sloeg aan: het aantal internationale oproepen van de klanten die hiervoor kozen, verviervoudigde bijna. Ongeveer 90 % van de vaste telefonieklanten kiest voor een FreePhone-formule. Telenet toonde zich hier opnieuw een trendsetter en veranderde de gewoonten. Tegen eind 2008 had Telenet meer dan 80 % van de klanten omgeschakeld naar een vast tarief. In oktober noteerde het bedrijf zijn zeshonderdduizendste vaste telefonieklant. De klanttevredenheid ging sterk omhoog: 94 % van de klanten was 'tevreden' of 'zeer tevreden' over Telenet Telefonie.



Meer uit mobiel halen

De mobiele telefonieactiviteiten groeiden: eind 2008 had Telenet 87.000 klanten. Dit gebeurde uitsluitend via cross-selling, zonder marketinginspanningen. Klanten zagen Telenet spontaan als provider van mobiele telefonie. Het succes van Telenets mobiele telefonie is eenvoudig: er zijn geen vaste kosten, alleen gebruikskosten. In februari 2009 heronderhandelde Telenet het partnership met de Belgische telecomoperator Mobistar. Door de nieuwe overeenkomst van drie jaar kan Telenet zich als een volwaardige MVNO (mobile virtual network operator) manifesteren. Telenet zal haar eigen MSC (mobile switching center) ontwikkelen om de go-to-market van convergente diensten (vast en mobiel) te versterken. Dankzij deze overeenkomst zal het mobiele spraak- en datacommunicatieaanbod van Telenet gevoelig worden uitgebreid en krijgt het in 2009 centrale aandacht. Het mobiele aanbod zal opgenomen worden in de Shakes en zo deel uitmaken van een quadrupleplayaanbod.

Nieuwe tariefplannen leiden tot recordverkoop vaste lijnen



Televisie en tv-diensten

Televisie op een hoger niveau getild

Hoewel Telenet reeds in 2007 HD-televisie (High Definition) introduceerde, werd de dienst pas in 2008 echt goed verkocht. Dat jaar koos bijna 60 % van de nieuwe digitale televisiekanten voor een HD-oplossing, daarbij gebruikmakend van de beste HD-aanbieding op de Belgische markt. Na amper een maand van actieve verkoop, volgend op de lancering van Telenet Digital TV in de Interkabel-regio, hadden meer dan 30.000 klanten uit dit gebied zich geabonneerd op de dienst.

Win-winpartnerships voor een betere klantenservice

Telenet bleef veel buitenlandse kanalen aanbieden en zette daarnaast de partnerships met nationale en internationale omroepen voort opdat de klanten zouden kunnen genieten van een grote verscheidenheid aan programma's. Het bedrijf moedigt nationale en regionale stations aan om eigen toepassingen te ontwikkelen met een focus op interactiviteit. Tijdens het jaar stimuleerden de omroepen het gebruik van interactieve

televisie, met de bedoeling meer diensten tot bij de consument te brengen. iWatch is een voorbeeld. Het is de VoD-service van de Vlaamse Media Maatschappij waarmee kijkers programma's van VTM, 2BE en JIM kunnen bekijken voor die op antenne gaan of nadien, als ze de uitzending ervan gemist hebben. Kijkers kunnen ook een archief van tv-programma's en films raadplegen. Ze kunnen dus echt kijken naar wat ze willen wanneer ze dat willen.

Telenet kende een stijging van de verkoop van digitale televisie als gevolg van de interactieve initiatieven. Tegen het eind van het jaar waren 117 interactieve toepassingen beschikbaar op het Telenet-platform. In september lanceerde Telenet Studio 100 TV, een Vlaamse muziekgender voor kinderen, exclusief voor de Telenet-klanten. Het is nu reeds de op één na populairste kinderzender in België.

Video on Demand

De populariteit van de video-on-demanddienst van Telenet (VoD) bleef toenemen, mede dankzij een nieuwe overeenkomst met Disney waardoor de hits van de studio's nu beschikbaar zijn via Telenet Digital TV. Het aantal VoD-transacties verdubbelde in 2008,

tot 20 miljoen op het eind van het jaar. Het aantal beschikbare titels bedroeg meer dan 600. Telenet heeft nu een 'day and date'-overeenkomst met Warner Movies. Dit betekent dat de Warner-films beschikbaar zijn voor Telenet-kijkers op het ogenblik dat ze voor verhuur in de videotheek worden vrijgegeven. Eén van de grootste hits was 'Dark Knight', de recentste Batman-film. De 'day and date'-films deden het dubbel zo goed als de andere films uit de catalogus.

PRIME haalt record

Op 31 december 2008 telde Telenet een recordaantal PRIME-abonnees, meer dan 180.000. Terwijl zich steeds meer abonnees aanmeldden voor het boeiende aanbod van Telenet,



Het aantal VoD-transacties verdubbelde in 2008 tot 20 miljoen op het einde van het jaar.

25



breidde ons bedrijf het aanbod nog verder uit. In december werden drie nieuwe PRIME-kanalen gelanceerd: PRIME Star, PRIME Series en PRIME Family. De programmatie van de bestaande kanalen Action en Fezztival werd beter afgestemd op hun doelgroepen. Telenet breidde ook het PRIME-aanbod 'à la carte' uit. PRIME-klanten kunnen nu meer dan 300 films of afleveringen van hun favoriete serie gratis bekijken, wanneer ze maar willen. In 2008 lanceerde Telenet PRIME Digitext, een makeover van teletext waarmee gebruikers films kunnen waarderen, opinies kunnen uitwisselen en kunnen nagaan wanneer een film opnieuw uitgezonden wordt. Door haar diensten te optimaliseren, wil Telenet ervoor zorgen dat haar klantenbasis blijft groeien.

Topevents primeren bij PRIME

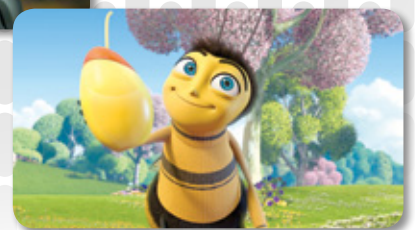
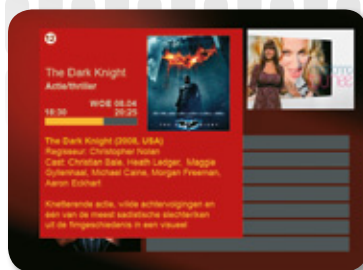
Telenet hernieuwde de overeenkomsten voor PRIME Sport. Daardoor kan het bedrijf de belangrijkste sportgebeurtenissen live blijven uitzenden. In 2008 bracht de zender meer dan 600 live-uitzendingen van wedstrijden van de grote Europese voetbalcompetities, van de NBA en van de NFL. Alle klanten kunnen elke week gratis een Europese voetbalwedstrijd bekijken.

Voor de film liefhebbers ondertekende Telenet een driejarige overeenkomst

die de Oscaruitreiking terug naar België bracht. Het gebeuren op de rode loper werd live uitgezonden door PRIME. In het kader van deze exclusieve live-uitzending nodigde Telenet een aantal sterren uit op een Oscaravond in Brussel. PRIME organiseerde ook een special event naar aanleiding van de Super Bowl. Lokale NFL-ploegen werden uitgenodigd in Gent, om daar de wedstrijd te bekijken en om kennis te maken met de lokale spelers en trainers. De wedstrijd werd voor alle Telenet-abonnees live uitgezonden in HD.

Vinger aan de pols van de technologie

Niet alleen verbeterde Telenet inhoud en diensten. Ook verbeterden de producten op technologisch vlak met nieuwe functies als PVR (Personal Video Recording), zodat klanten echt kunnen kijken naar wat ze willen en wanneer ze dat willen. Omdat de settopboxen nu met twee tuners in plaats van één uitgerust zijn, kunnen klanten twee programma's tegelijk opnemen terwijl ze ondertussen naar een reeds opgenomen programma kijken.





De afdeling Telenet Solutions

Bedrijven overtuigen met persoonlijke aanpak

De afdeling Telenet Solutions vertegenwoordigt 10 % van de totale omzet van Telenet via diensten die ze aanbiedt aan zakelijke klanten in België en Luxemburg. Voor die diensten worden zowel het eigen glasvezel- en coaxnetwerk als draadloze en DSL-verbindingen gebruikt. De afdeling biedt haar klanten datacom-, spraak-, video- en internetoplossingen aan, waaronder virtuele privénetwerken, oplossingen voor telewerken, oplossingen voor beveiliging en bewaking, en LAN-interconnecties met hoge snelheid. Ook digitale telefonie,

marketingnummers, snelle en veilige internettoegang, hosting en housing worden aangeboden.

De zakelijke afdeling van Telenet steunt op verschillende pijlers: grote bedrijven, kmo's en carriers. Grote bedrijven zijn meestal op zoek naar goede connectiviteit, een hoge graad van beschikbaarheid en een hoog niveau van dienstverlening. Zij ontwikkelen hun eigen toepassingen en oplossingen. Kleinere ondernemingen willen een kant-en-klare oplossing. Telenet Solutions biedt hen gebundelde diensten aan, zoals internet met e-mailhosting. De overname van HostBasket, één van de leiders in hosting op de Belgische markt, maakt dit nu al mogelijk.



VLAAMSE MILIEUMAATSCHAPPIJ



Telenet Solutions breidde de klantenbasis gevoelig uit in 2008 en verhoogde de tevredenheid van bestaande klanten.





Coaxoplossingen bieden bedrijven vele voordelen. Ze krijgen niet alleen een hoge bandbreedte maar ook de servicegaranties die noodzakelijk zijn voor kritieke toepassingen.

Het management van Telenet Solutions, onder leiding van Martine Tempels



individueel, van bij de offerte tot aan de factuur. Bedrijfsklanten weten dat ze altijd met dezelfde contactpersoon samenwerken.

Het coaxvoordeel

Telenet Solutions bezit een zeer uitgebreid en robuust coaxnetwerk in Vlaanderen en Brussel. Coax is een goede oplossing voor bedrijven die een hoge bandbreedte nodig hebben en servicegaranties wensen voor hun kritieke toepassingen. In de toekomst zullen vele nieuwe initiatieven gelanceerd worden. Voice over IP (VoIP) via coax is een voorbeeld. Nu steeds meer klanten hun traditionele PABX-centrale inruilen voor een moderne IP-PBX kan de vraag naar VoIP-diensten alleen maar stijgen.

Deze persoonlijke benadering geniet veel bijval bij bedrijven. Dat blijkt uit de driemaandelijke klantentevredenheidsonderzoeken van Telenet Solutions. In het vierde kwartaal van 2008 behaalde de zakelijke divisie van Telenet een klantentevredenheidsscore van 91 %. Telenet werd bovendien in 2008 door het tijdschrift Data News gelauwerd als 'Telecom Services Vendor of the Year' bij de uitreiking van de Data News Awards for Excellence. In een ICT-onderzoek dat door het magazine Smart Business Strategies gepubliceerd werd, kreeg Telenet de hoogste klantentevredenheidsscore voor vaste telefonie en internettoegang op de bedrijfsmarkt.



Succesverhaal

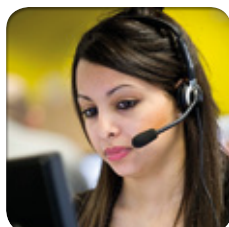
Het Rode Kruis Vlaanderen telt 46 locaties: 5 regionale kantoren, 4 centra voor bloedtransfusie en -inzameling, 11 centra voor asielzoekers, ... Telenet mocht, omdat het de beste prijs-prestatieverhouding aanbiedt, een datalink van 2 Gbps installeren tussen het hoofdkantoor van het Rode Kruis in Mechelen en het universitaire ziekenhuis Gasthuisberg in Leuven. Deze redundante glasvezelverbinding met Gasthuisberg leidde tot een aantal nevenprojecten met andere ziekenhuizen. Omdat de oplossing voor 100 % voldeed aan de behoeften van het Rode Kruis Vlaanderen, verwierf Telenet eveneens het contract voor de dataverbindingen tussen alle 46 locaties, voor een periode van minstens drie jaar.

**Data News
Award for
Excellence 2008**

*Telecom Services
Vendor of the Year*

Persoonlijke benadering

Telenet Solutions groeide vorig jaar met 17 %, mede dankzij de overname van HostBasket. De afdeling zat daarmee boven het gemiddelde van de Belgische b2b-markt. De persoonlijke aanpak van Telenet droeg bij tot dit resultaat. De 120 werknemers van de zakelijke divisie begeleiden hun klanten



Focus verder op kmo

Telenet Solutions geniet veel succes bij carriers, in het high-endsegment van de markt. Nu wil het ook meer aandacht schenken aan kmo's. Het zal het grote groeipotentieel in dit segment aanboren en de persoonlijke benadering zal daarbij zeker een sleutelrol spelen.

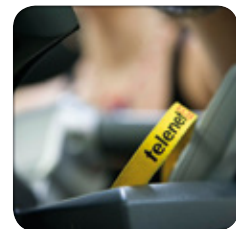
28 Blijvend competitief door innovatie



Telenet investeert aanzienlijk in onderzoek en ontwikkeling en in partners met de gepaste expertise. Daardoor kunnen klanten altijd genieten van geavanceerde toegepaste technologie. Dankzij een gestructureerde en gecoördineerde benadering van innovatie is Telenet in staat om nieuwe producten en diensten snel op de markt te brengen, in het voordeel van onze klanten.

In 2008

- voortzetting van het partnership met Mobistar
- videotelefonie met succes getest
- potentieel van mobiele tv onderzocht



De juiste partners kiezen

Telenet heeft sinds 2006 een eigen aanbod mobiele telefonie maar dat kreeg tot nu toe geen centrale aandacht. Door de voortzetting van het partnership met de Belgische telecomoperator Mobistar in februari 2009 zet Telenet een stap naar de status van volwaardige mobile virtual network operator (MVNO). Het bedrijf zal daardoor flexibeler aan productontwikkeling kunnen doen. Ook worden convergente diensten (vast en mobiel) mogelijk, net als echt competitieve quadrupleplayoplossingen. Telenet onderzocht ook de mogelijkheden van mobiele televisie en heeft met

Telenet onderzocht reeds het potentieel van mobiele tv.

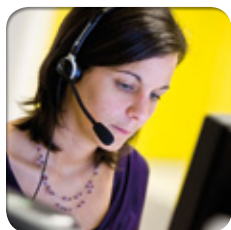


snel als de huidige standaard. De kwaliteit zal ook verbeteren. Technische tests werden in 2008 met succes uitgevoerd. Telenet zette ook een R&D-project met femtocellen op. Dat zijn kleine 3G-basisstations die verbinding maken met een breedbandconnectie om het netwerkbereik thuis te verbeteren. Ze staan ook bekend als 'wifi voor gsm'. Telenet testte in 2008 ook videotelefonie uit bij een klein aantal klanten.



succes een aantal tests uitgevoerd op de Telenet-campus en in Gent. De partnerships met de nationale televisieomroepen in België en de ondersteuning van de ontwikkeling van interactieve diensten stelden het bedrijf in staat om klanten een veel bredere reeks innovatieve oplossingen aan te bieden.

Hoewel niet alle tests daadwerkelijk tot producten en diensten leiden, stellen ze Telenet in staat om nieuwe technologieën te verkennen en om te onderzoeken wat in de toekomst mogelijk is. In 2009 zal het bedrijf zijn indrukwekkende innovatieprogramma voortzetten en verschillende nieuwe ontwikkelingen op het gebied van iDTV, internet en telefonie uitproberen.



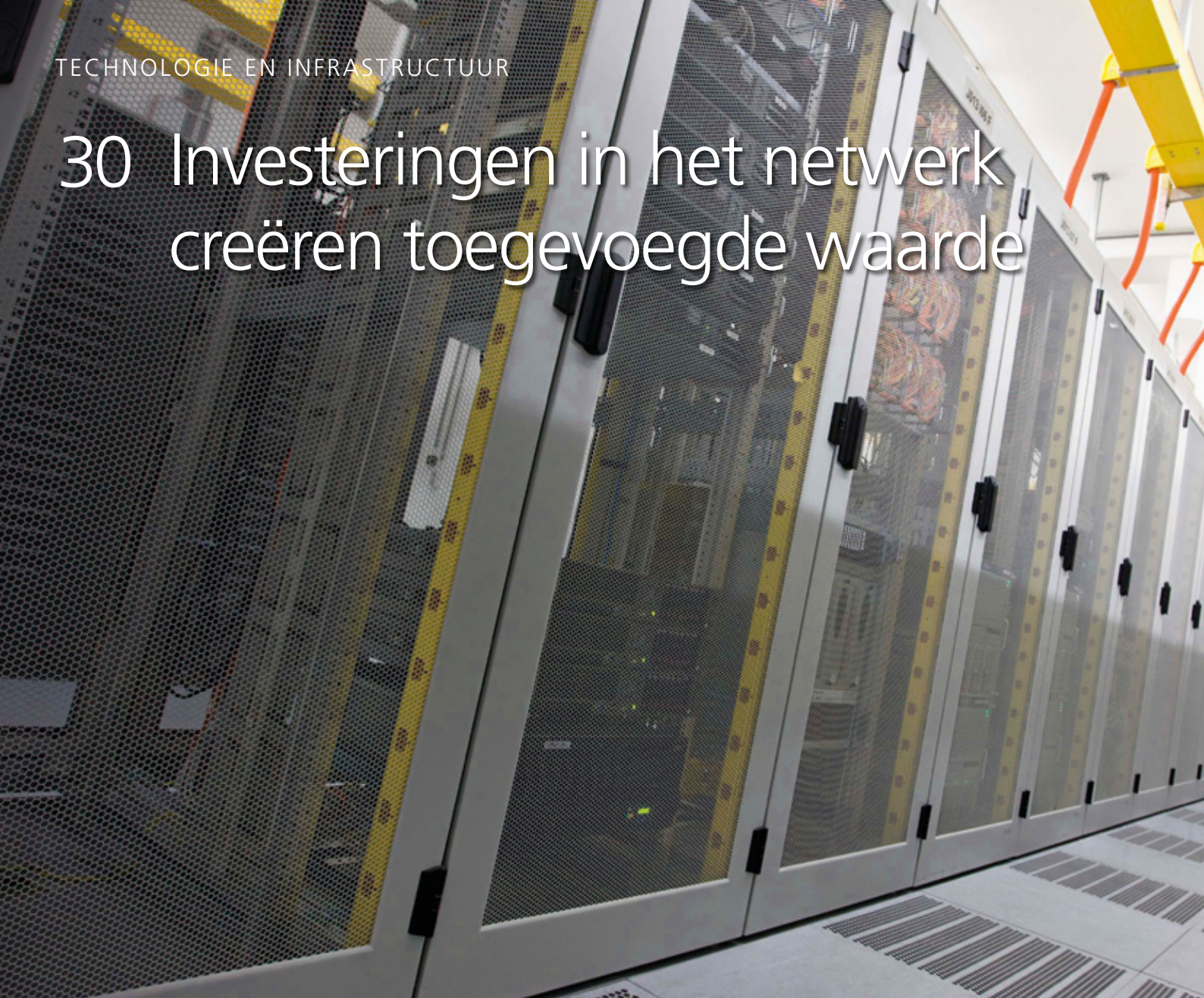
Nieuwe coaxtechnologie benadert glasvezel-snelheid

Door bij de uitbreiding van haar netwerkcapaciteit over te stappen naar Euro-DOCSIS 3.0 zal Telenet een 200 Mbps-dienst kunnen aanbieden – dat is vier keer zo



Tests op de Telenet-campus en in Gent werden met succes uitgevoerd.

30 Investerings in het netwerk creëren toegevoegde waarde



De investeringen van Telenet in infrastructuur, netwerken en technologie hebben niet alleen het aantal klanten doen toenemen. De Telenet-klant kan daardoor sneller surfen op het internet, gebruik maken van state-of-the-art televisie, en ook betrouwbaar telefoneren. Het resultaat is niet alleen meer klanten, maar meer tevreden klanten.

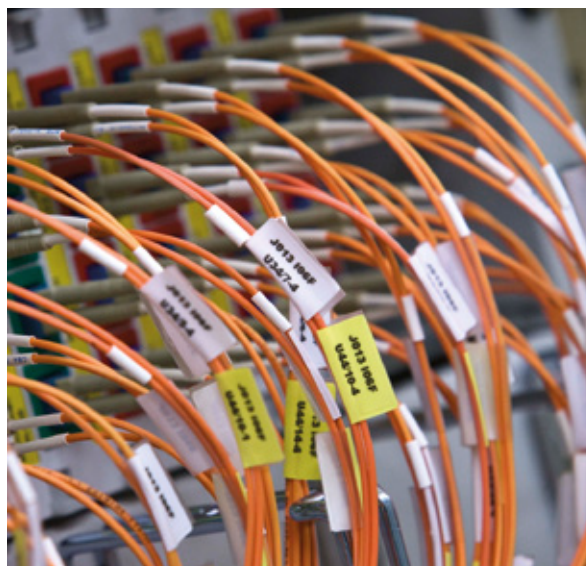


Uitbreiding en verbetering

Door de uitbreiding van ons HFC-netwerk (Hybrid Fibre Coax) in 2008 kunnen nu meer dan 401.000 nieuwe klanten gebruik maken van het innovatieve en competitieve aanbod van Telenet. De integratie van de Interkabel-infrastructuur verliep vlot. Klanten begonnen vanaf oktober naar Telenet te migreren. Na de introductie van ExpressNet en Mach 3, de verbeteringen van het iTV-netwerk, de verbeteringen van de procedures en het structureel preventief onderhoud werd het HFX-netwerk aangepakt. Zowel nieuwe als bestaande klanten genieten nu

In 2008

- alle versterkers kunnen nu 600 MHz aan
- upgrade van Video on Demand (VoD)
- alle spraaksystemen vervangen door VoIP



Op het einde van het jaar zorgde een nieuwe uitrusting voor betere prestaties van onze internetproducten en konden de 'Shakes' ingevoerd worden. De populariteit van deze producten droeg in belangrijke mate bij tot de positieve resultaten van het bedrijf.

Het ontwerp en de invoering van een nieuwe visie op IT en een nieuwe toepassingsarchitectuur zullen Telenet in de toekomst nog meer armslag geven. Het bedrijf zal nog sneller nieuwe producten en diensten op de markt kunnen brengen. De complexiteit van het aanbod kan daarbij verder verminderd worden.

Het ontwerp en de invoering van een nieuwe visie op IT en een nieuwe toepassingsarchitectuur zullen Telenet in de toekomst nog meer armslag geven. Het bedrijf zal nog sneller nieuwe producten en diensten op de markt kunnen brengen.

(mobile virtual network operator) van Telenet werden in huis uitgevoerd. Dat verbeterde de kwaliteit en de kosteneffectiviteit.

een meer stabiele dienstverlening. Het aantal critical network outages (CNO's) daalde tot een historisch dieptepunt. Dankzij verbeteringen aan het IP-netwerk kon Telenet het verhoogde verkeer goed opvangen.

De verbeteringen leidden niet enkel tot een halvering van de oproepen over technische kwesties. Ook de klantentevredenheid steeg beduidend.

Nog beter doen

De prestaties van het netwerk en de infrastructuur werden ook verbeterd via stabiliseringsprojecten en door upgrades van de applicatieservers. Alle versterkers kunnen nu 600 MHz aan en bijna de helft van de 1.550 knooppunten werkt al daadwerkelijk tegen deze snelheid. De andere worden tegen eind 2009 op hetzelfde niveau gebracht. De diensten zullen dan tegen een hogere snelheid beschikbaar zijn.



Betere kijkervaring

Eén van de belangrijkste gebeurtenissen was de lancering van de HD-settopboxen, in het begin van het jaar. Met deze apparatuur kunnen klanten thuis genieten van een geweldige beeld- en geluidskwaliteit. HD leidde tot veel meer netwerkverkeer. Ook werd een nieuwe lagekostenoplossing, de SD Digibox, gelanceerd, ter vervanging van de vorige generatie. Telenets populaire VoD-service kreeg een upgrade, waardoor de kwaliteit van de dienst steeg. Een glasvezelproject maakte de verdrievoudiging van de interactieve bandbreedte per klant mogelijk. Dat kwam de snelheid en efficiëntie ten goede. Alle MVNO-activiteiten



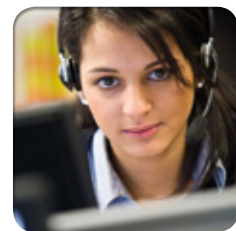
Zeg het maar

De aandacht van Telenet voor het spraaknetwerk spitste zich toe op de uitbreiding van de lijncapaciteit. Alle systemen werden door VoIP-diensten vervangen, die kosteneffectiever en betrouwbaarder zijn. In 2009 zal 'SIP-T over fiber en coax' gelanceerd worden, waardoor bedrijfsklanten van Telenet PABX-connectiviteit via IP krijgen. Onze onderneming verwacht dat ze dankzij haar verbeterde coaxinfrastructuur haar bedrijfsklanten nog beter zal kunnen dienen. Vooral de kmo's zullen in 2009 veel aandacht krijgen.

32 De klantenervaring verder verbeterd



Een hoge klanttevredenheid is één van de hoofddoelstellingen van Telenet. Ons bedrijf werkt hard aan de juiste systemen, beleidslijnen en procedures opdat medewerkers op alle niveaus en in alle afdelingen klanten optimaal zouden kunnen helpen. Deze inspanningen leverden in 2008 een indrukwekkende toename van de klanttevredenheid op.



Klanttevredenheid speelt een centrale rol

Bij Telenet was 2008 echt het jaar van de klanttevredenheid. Klanttevredenheid was één van de belangrijkste sleutelprestatie-indicatoren van het bedrijf. De strategie van het bedrijf was drieërlei:

- de klanttevredenheid in belangrijke mate verhogen
- een lerende organisatie creëren die zichzelf voortdurend bijstuurt, leert uit haar fouten en 'best practices' invoert
- de klantenrelatie verrijken via cross-selling en loyalty- en retentieprogramma's.



In 2008

- allereerste Telenet-shop open
- 360°-portaal voor afdelingen met rechtstreeks klantencontact
- apart contactcenter voor Franstalige klanten
- 160 extra technici aangeworven
- zelfinstallatie mogelijk

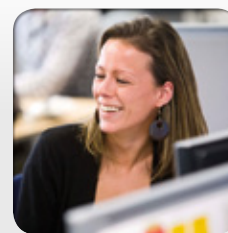
**Meteen juist**

'Meteen juist' werd een kernprincipe van onze strategie. Dit vertaalde zich in initiatieven gericht op de verbetering van de manier waarop adviseurs in een contactcenter met oproepen van klanten omgaan: verbeteringstrajecten, dagelijkse meetings, herbekijken van de sleutelprestatie-indicatoren, ... Alle initiatieven hadden tot doel dat de adviseurs de klant zo snel mogelijk aan de juiste oplossing helpen. Zo wordt escalatie vermeden, gaat de klanttevredenheid omhoog en neemt de retentie toe.

Een nieuwe 360°-portalsite voor afdelingen met rechtstreeks klantencontact werd in gebruik genomen. Deze toont het volledige profiel van een klant in één keer op het scherm. Adviseurs kunnen daardoor gemakkelijker een gepersonaliseerde dienstverlening aanbieden. Ze zien onmiddellijk welke diensten en producten een klant op dat ogenblik precies heeft

en krijgen alle informatie omtrent diens eerdere contacten met Telenet. Ook kunnen ze makkelijker proactief extra diensten verkopen waarvan de klant misschien wel wil gebruikmaken. Verwacht wordt dat dergelijke cross-selling in 2009 sterk zal toenemen. Deze portalsite zal in 2009 nog verbeterd en inhoudelijk uitgebreid worden.

Het afgelopen jaar heeft Telenet ook onderzoek verricht naar en geïnvesteerd in een betere segmentatie van haar klantenbestand. Het bedrijf begrijpt hierdoor beter de noden van de verschillende doelgroepen en kan specifieke diensten 'op maat' aanbieden. Door de beste marketingmix te gebruiken heeft het bedrijf de verkoop sterk verbeterd, wat met 900.000 nieuwe lijnen voor 700.000 nieuwe klanten resulteerde in het beste jaar ooit. Meer dan één derde van de verkoop verloopt nu via e-sales en de afdeling Customer Care. Klanttevredenheidsscores zijn bovendien enorm verhoogd.

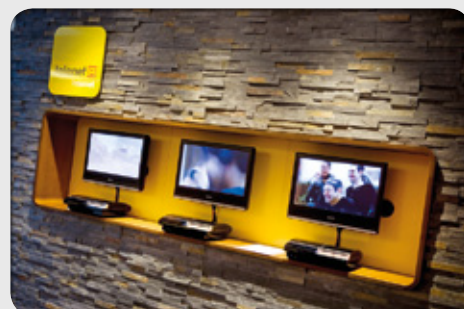
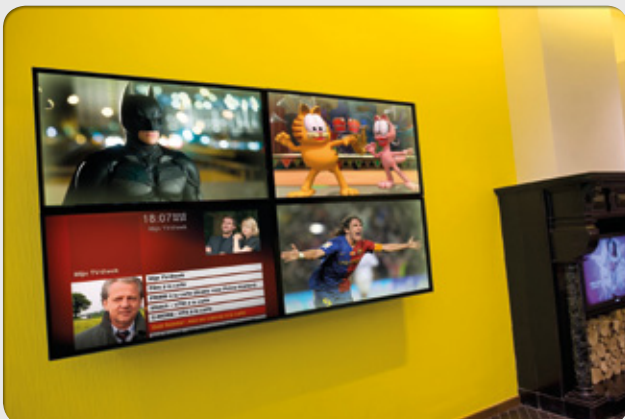
**Iedereen mee**

In 2009 wordt een nieuw 'klantenbrevet'-programma ingevoerd. In het kader van dit programma zullen werknemers die niet in dagelijks contact staan met de klant, een hele dag met klanten doorbrengen. Ze voeren bijvoorbeeld telefonische follow-upgesprekken, werken in een Telenet-shop of een servicecenter, gaan mee met een installateur, of werken in één van de callcenters van het bedrijf. Op deze manier zorgen we ervoor dat iedereen echt begrijpt wat de klant van ons bedrijf verwacht.



Het gezicht van Telenet

De allereerste Telenet-shop opende in 2008 zijn deuren in Leuven. De winkel werd met zorg ontworpen en ingericht en biedt een volledige en exclusieve Telenet-ervaring. De feedback op de opening en het initiatief was zeer positief. De winkel vult de nu tweeënveertig Telenet Centers aan. Eind 2007 waren dat er nog veertien. Hij helpt mee het merk Telenet een gezicht te geven. Net als in de Telenet Centers kunnen klanten in de winkel persoonlijk contact hebben met een vertegenwoordiger van Telenet. In de winkel kan men ontdekken hoe oplossingen goed kunnen samengaan en kan men ook de innovatieve diensten en producten van Telenet uitproberen. Net als in de Telenet Centers kunnen klanten er settopboxen of andere apparaten afhalen of inleveren. De persoonlijke service heeft gevoelig bijgedragen tot de verbetering van de klantentevredenheid, zo bevestigt onderzoek.





Telenet-medewerkers kunnen makkelijker proactief extra diensten verkopen waarvan de klant misschien wel wil gebruikmaken.

In uw taal

Door de overname van UPC Belgium kreeg Telenet voet aan de grond in zeven overwegend Franstalige Brusselse gemeenten. Aanvankelijk dacht het bedrijf dat de vragen en de problemen van de klanten in dit gebied wel door het eigen contactcenter in Mechelen konden worden afgehandeld. Maar Telenet realiseerde zich snel dat Franstalige klanten in hun eigen moedertaal wensten bediend te worden. Daarom werd een afzonderlijk callcenter opgericht om oproepen van Franstalige klanten te beantwoorden. Klanten voelen nu niet enkel dat ze met iemand te maken hebben die hun taal spreekt, maar merken ook dat hun gesprekspartner hun cultuur ten volle begrijpt. Dit heeft de verkoop van Telenet-producten in deze regio gestimuleerd en de klantentevredenheid doen stijgen.



Een nieuw evenwicht tussen in- en outsourcing

Onze onderneming herbekeek haar contactcenterstrategie op basis van onderzoek dat aangaf dat eigen Telenet-adviseurs meer deals afsluiten, vaker 'meteen juist zitten', en voor een hogere klantentevredenheid zorgen. Er werd beslist om minder callcenteractiviteiten uit te besteden en weer meer callcenteradviseurs in huis te halen. Daarmee werd

in 2008 begonnen. Maar er is meer. Telenet koos ervoor om nieuwe contactcenters buiten het hoofdkantoor in Mechelen te vestigen. Het bedrijf ging op zoek naar medewerkers die dicht bij huis willen werken en met het openbaar vervoer naar het werk willen komen. Gevolg: de verplaatsingen blijven beperkt, het privé- en professionele leven blijven beter in evenwicht en onze CO₂-voetafdruk gaat omlaag. De eerste nieuwe contactcenters werden in Aalst en Sint-Truiden opgericht, allemaal met nieuwe adviseurs die grondig werden getraind. Zo'n grondige training kregen trouwens alle medewerkers van de contactcenters.

Verbeterde factuur

De transparantie van de dienstverlening van Telenet werd in 2008 verbeterd. Dat gebeurde onder meer door een nieuwe eenvormige factuur die het gebruik van internet-, telefonie- en televisiediensten voor een bepaalde periode groepeerde. Deze nieuwe factuur, gebaseerd op een ergonomische analyse die Telenet in 2007 uitvoerde, helpt klanten om de diensten die ze ontvangen en waarvoor ze betalen, beter te begrijpen. De nieuwe factuur leidde er ook toe dat klanten voor hun televisie nu maandelijks in plaats van jaarlijks kunnen betalen. De factuur is ook makkelijker te lezen dan de vorige versie. Door een partnership met Zoomit kunnen klanten hun factuur elektronisch ontvangen en rechtstreeks online betalen.

Ons nieuw contactcenter in Aalst gaat open. Jij komt er werken.

Je kunt meer.

Telenet zoekt communicatief talent (m/v) voor zijn nieuwe contactcenter in Aalst. Heb je dat talent? Doe de test op www.telenetinaalst.be. Er vindt meer info over de job die bij je past.

Instappen. Bellen. Vooruitkomen.

Telenet zoekt communicatief talent (m/v) voor zijn contactcenter in Aalst.

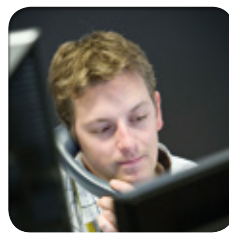
Meer info: www.telenetinaalst.be



Installatie elke dag, de klok rond

De introductie van de Shakes en de overname van Interkabel deden de vraag gevoelig stijgen. Daardoor liep de installatietijd te sterk op. Om deze tijd in te korten en klanten meer flexibiliteit te bieden, voerde Telenet de 'zelfinstallatie' in. Zodra producten en diensten gekozen zijn, kunnen klanten die al een modem hebben in een Telenet-servicecenter hun settopbox ophalen samen met een volledige zelfinstallatiekit die voldoet aan de technische vereisten van hun regio. Ze kunnen dan de installatie thuis zelf uitvoeren, wanneer het hen past. Ze hoeven niet meer te wachten op een afspraak of een technicus en kunnen dus sneller gebruikmaken van de indrukwekkende reeks diensten die Telenet hen aanbiedt. Ook besparen ze geld want ze betalen geen installatiekosten.

De zelfinstallatieoptie werd een enorm succes. Het aantal zelfinstallaties steeg van slechts enkele honderden tot 12.000 per maand. Een onlinehelpdesk is beschikbaar voor iedereen die voor de zelfinstallatie kiest. De zelfinstallatie werd tegen het eind van het jaar nog uitgebreid. Zo kunnen klanten die verhuizen nu hun eigen Telenet-installatie verplaatsen. In 2009 zal de dienst nog verder verbeterd worden, met een nieuwe modem die klanten zelf kunnen installeren.



Tot uw dienst

Om de wachttijden te verminderen en de installatiecapaciteit uit te breiden, nam Telenet 160 extra technici in dienst. Deze kregen allemaal een training. Klanten worden een dag vooraf herinnerd aan hun afspraak met een technicus van Telenet via een spraak- of tekstbericht. Onderzoek toont aan dat klanten deze extra service erg waarderen.



Superieure dienstverlening vanaf de eerste dag

Telenet werkt samen met 12 partners om de efficiënte installatie en de effectieve herstelling van haar producten te verzekeren. De contracten werden in april 2009 vernieuwd voor een periode van twee jaar. Telenet creëert win-winsamenwerkingen die motiveren en een goede dienstverlening stimuleren. Telenet stelde haar partners proactief een beter en uniform contract voor dat de hogere serviceverwachtingen van het bedrijf weerspiegelt. Via deze 12 partners beschikt Telenet over meer dan 900 installateurs en herstellers die opgeroepen worden wanneer dat nodig is. Sinds oktober 2008 zijn ze allemaal voltijds aan het werk. Installateurs en herstellers worden geselecteerd op basis van hun taalkennis en hun technische capaciteiten, maar ook – en vooral – op basis van de mate waarin ze zich inleven in de Telenet-cultuur en op basis van hun omgang met klanten. De installateur of hersteller is immers vaak het enige 'gezicht' van Telenet dat de klant ooit echt te zien krijgt. Vooraleer ze aan het werk gaan, krijgen ze een uitgebreide training. Een volledige dag is gewijd aan interactie met de klant. Nadat ze 'Telenet-gecertificeerd' zijn, worden ze nog permanent gevolgd via klantenfeedback en inspecteurs, zodat het hoogste serviceniveau gegarandeerd blijft. Ze nemen ook deel aan maandelijkse reviews.



Daar worden allerlei kwesties besproken. Deze reviews zorgen er ook voor dat de medewerkers op de hoogte blijven van de nieuwe producten, diensten en procedures. Deze intensieve inspanningen van Telenet om een klantenervaring van topkwaliteit te creëren, resulteerde voor de technici en herstellende voor de klanten in een klantentevredenheidsscore van 91 %. Om hun prestaties de nodige erkenning te geven, organiseert Telenet een jaarlijks evenement voor de installateurs en herstellende. Dat draagt bij tot de teamspirit en moedigt hen aan om dat beetje meer voor onze klanten te blijven presteren.



Spaar uw stem, ga online

Het contact tussen Telenet en haar klanten verloopt voor 80 % online. 'Mijn Telenet' telt 300.000 bezoeken per week. Met het oog op een optimaal gebruik investeert Telenet in de verbetering van de onlinediensten. Dit gebeurde door een webforum toe te voegen met antwoorden op een groot aantal vooraf bepaalde vragen. Momenteel worden meer dan 200.000 vragen per week op het forum aangeklikt. Klanten kunnen de vragen proactief

Webcare voorgesteld

Om haar dienstverlening nog te verbeteren, monitort Telenet proactief online blogs en forums om zo te weten te komen wat klanten over het bedrijf vertellen. Om gestelde vragen te beantwoorden of te reageren op ideeën en om Telenet een 'stem' te geven, werd 'Charlotte' in het leven geroepen. Het gaat uiteraard niet om een echte persoon. 'Charlotte' is eigenlijk een webadres dat door een team Telenet-medewerkers wordt gebruikt om een antwoord te geven of te reageren op een aantal zaken die online verschijnen. Deze vernieuwende vorm van webcare is zeer goed ontvangen. Dat blijkt niet alleen uit de positieve feedback en uit de ontvangen dankbetuigingen, maar ook uit het toenemende aantal mensen dat anderen doorverwijst naar 'Charlotte' als mogelijke hulp. Telenet zal in 2009 het aantal forums dat op deze manier wordt gemonitord, verhogen.



raadplegen. Wanneer een klant een vraag stuurt naar Telenet, zal de software op zoek gaan naar vooraf gedefinieerde velden en de klant vervolgens tonen waar hij het juiste antwoord kan vinden. Dit bespaart zowel de klant als Telenet tijd en energie. Het betekent ook dat klanten elke dag, de klok rond, een antwoord kunnen krijgen op hun vragen.

Om klanten nog meer aan te moedigen om via de website contact op te nemen, en de 100.000 oproepen per week naar de contactcenters te verminderen, werd de innovatieve campagne 'Spaar uw stem' gelanceerd. Deze campagne geeft uitleg over alle onlinediensten. De campagnes die klanten aanmoedigen om hun abonnement online te beheren, zullen in 2009 worden voortgezet. Verwacht wordt dat de 'selfservice' daardoor nog zal toenemen. Een nieuwe toepassing werd uitgewerkt voor klanten die naar een product of een dienst zoeken. Zij zullen naar de e-shop van Telenet geleid worden, zodat ze het product of de dienst onmiddellijk

kunnen aankopen. Mijn Telenet zal verder verbeterd worden, zodat klanten hun telefonie-, internet- en televisiediensten beter kunnen beheren. Het onlinesupportforum zal een nieuw gezicht krijgen, zodat het er als Mijn Telenet uitziet. Dat alles zal het nog makkelijker maken voor klanten.

De sterke focus van Telenet op de klant in 2008 is zeer succesvol gebleken. Het verlies aan klanten werd goed onder controle gehouden, vooral in het segment van de analoge televisie. De introductie van de Shakes had een belangrijke impact in dit verband. Het bedrijf meet voortdurend sleutelcriteria om zijn vooruitgang en verbeteringen op te volgen. In de toekomst zal dit voortgezet worden. In 2009 zullen de specialisten van Telenet inzake klantenretentie de afdeling Customer Care verwoegen. Dit zal, samen met nieuwe manieren om de informatiestromen in het bedrijf te verbeteren, bijdragen tot een effectievere aanpak van de problemen van klanten.

38 Mensen op de eerste plaats



In 2008 bleef de aandacht van Telenet gaan naar de rekrutering van het juiste talent. Op die manier wil het bedrijf zijn sterk competitieve marktpositie behouden. Er werd altijd goed nagegaan of de nieuwe talenten die zich aanmeldden, de vaardigheden bezaten om de klanttevredenheid te maximaliseren. Naast een aantal innovatieve initiatieven op het vlak van de rekrutering werden de procedures inzake personeel herbekeken. Ze worden volledig afgestemd op de huidige en toekomstige noden van zowel de organisatie als de werknemers.

Het aantal werknemers steeg in 2008 tot 1.716 op het eind van het jaar en in 2009 zal Telenet deze doorgedreven rekrutering voortzetten. De werknemers bij Telenet waren in 2008 gemiddeld 38,1 jaar oud. Mannen waren gemiddeld 39,5 oud, vrouwen 35,3.

Contactcenters zoeken medewerkers

Omdat klanttevredenheid een pijler van de Telenet-strategie is, investeerde het bedrijf zeer sterk in zijn medewerkers voor de contactcenters. In overeenstemming met de doelstelling om de contactcenters te decentraliseren en de verhouding tussen interne en externe medewerkers te herzien, wierf Telenet 200 extra medewerkers aan. Eén van de voornaamste rekruteringsinspanningen werd opgezet voor het nieuwe contactcenter in Aalst. Tegen april

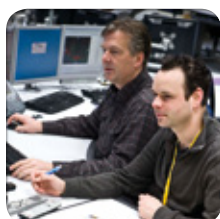
In 2008

- 1.716 werknemers op het eind van het jaar
- gelauwerd als 'Top Employer'
- nieuwe contactcenters staan dicht bij de klant
- meer training om het 'meteen juist' te doen
- brons voor Telenet-hoofdkantoor op de uitreiking van de IFMA Awards 2008



HR-businesspartners en -medewerkers, onder leiding van Claudia Poels

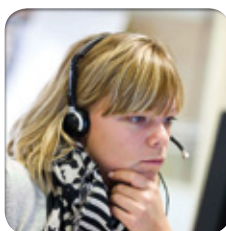
2009 waren daar 50 mensen nodig. Een ander nieuw contactcenter werd opgericht in Sint-Truiden, met 90 medewerkers. Telenet nam de strategische beslissing om de nieuwe contactcenters niet in of nabij het Telenet-hoofdkantoor in Mechelen te vestigen maar op andere locaties. Daardoor hoefden werknemers geen lange verplaatsingen te maken, houden ze hun privé- en professionele leven meer in balans en helpen ze de CO₂-voetafdruk van Telenet verminderen. Ook krijgen klanten een meer persoonlijke service van mensen die vertrouwd zijn met hun eigen lokale gemeenschap. Nog meer rekruteringscampagnes zullen volgen, op andere plaatsen waar Telenet contactcentra wil vestigen.



Tijd voor training

Er werden nieuwe modellen ontwikkeld om de callcenteragenten effectiever te trainen. De mogelijkheden om aan e-learning te doen namen toe. In totaal werden 1.000 uren aan training besteed, 30 % meer dan in 2007. Dit droeg bij tot de realisatie van het beleid om het

'meteen juist' te doen. Het hielp de kwaliteit van de dienstverlening te verbeteren en bijgevolg stegen ook de klantentevredenheid en de retentie. In 2009 zullen de trainingsactiviteiten verder verbeterd worden, met aandacht voor attitudes en gedrag.



Onderzoek

Een employer branding survey wees uit dat haar werknemers Telenet zien als een jong en dynamisch bedrijf, als een aantrekkelijke werkgever die voor grote werktevredenheid zorgt en die goede vooruitzichten op interne promotie biedt. Indien mogelijk worden vacatures inderdaad via interne promotie ingevuld. Het onderzoek peilde ook naar de reacties van ex-werknemers en potentiële werknemers. De reacties van de huidige werknemers op dit onderzoek werden bevestigd: Telenet werd uitgeroepen tot Top Employer door CRF, een internationaal onderzoeksbureau, in samenwerking met Hay Group en Jobat. Telenet haalde de maximumscore voor

Overleg is altijd goed

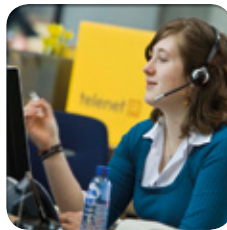
In 2009 zal Telenet nagaan hoe werknemers met elkaar en in het bedrijf communiceren, en hoe de onderneming beter gebruik kan maken van nieuwe media en van onderzoeken op haar intranet, TINE. Dit moet vervolgens leiden tot een uitgebreid intern communicatiesysteem dat behalve functioneel ook prettig in gebruik is.



werkomstandigheden, training, ontwikkeling en werksfeer.

Een – driejaarlijks – intern onderzoek bij werknemers over de aspecten die te maken hebben met hun professioneel welzijn, vond ook in 2008 plaats. In vergelijking met 2005 scoorde het bedrijf beduidend beter op de aspecten 'team', 'organisatie' en 'werkomgeving'. Eveneens positief was de aanzienlijke daling van het ervaren van werkstress en pesterijen door de werknemers. Ook in vergelijking met de industriestandaard scoorden we op dat vlak goed. Telenet wordt door onze werknemers gezien als een bedrijf met een open cultuur. Medewerkers kunnen er in vol vertrouwen ideeën en suggesties opperen. Het onderzoek bracht ook een aantal aspecten aan het licht die aandacht verdienen. Er worden daarom in het hele bedrijf een aantal initiatieven ontwikkeld; deze zullen tegen eind 2009 ingevoerd worden.

De grootste talenten aantrekken blijft een prioriteit voor Telenet.



Van buitenaf bekeken

De buitenwereld ziet Telenet als een merk van internet-, televisie- en telefoniediensten. Het onderzoek naar employer branding, waarbij ook mogelijke kandidaten werden ondervraagd, toonde aan dat het bedrijf niet goed gekend is als werkgever. Respondenten wisten niet dat Telenet een

groeïend bedrijf is en een leider in toegepaste technologie, noch dat de onderneming een aangename werkomgeving en uitdagende functies biedt, met tal van kansen op persoonlijke ontplooiing. Op basis van deze resultaten zette Telenet een imagocampagne op waarbij alle mediakanalen ingeschakeld werden om een sterkere employer brand te creëren. 'Je kunt meer' was de ondertitel van deze innovatieve campagne, die het aantal toegestuurde cv's beduidend deed stijgen. Telenet was ook aanwezig op de vierde editie van de populaire jobbeurs Talentum in oktober. De stand van Telenet werd door de bezoekers als de beste geselecteerd.



De innovatieve imagocampagne van Telenet gebruikte alle mediakanalen voor rekrutering en creëerde een sterke employer brand.

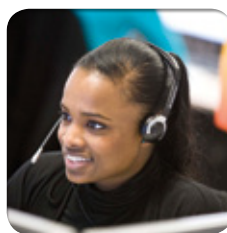




Om de rekrutering te versterken onderzocht en selecteerde Telenet een aantal internationaal erkende selectietools, die in 2009 zullen worden ingezet. Het bedrijf zal ook zijn zeer succesvolle 'referral recruitment' opnieuw organiseren. Daarbij worden vacatures ingevuld op basis van aanbevelingen van werknemers. Zo komt men tegemoet aan de noden van de veranderde organisatie. Een nieuwe interactieve jobsite, die alle voordelen van Web 2.0 benut, zal worden gelanceerd.

Nieuw talent

Met het oog op de toekomst en om ervoor te zorgen dat voldoende nieuw talent de weg naar toegepaste technologie vindt, moedigde Telenet de studie van technologiegerelateerde vakken op school aan. De CEO van Telenet, Duco Sickinghe, ging in scholen praten om uit te leggen tot welke soort jobs de studie van ICT kan leiden. Telenet ontwikkelde ook een onlinespelletje voor studenten van 14 tot 18 jaar rond het ontwerp van intelligente kledij. Het spel, met de naam 'I love IT', werd ondersteund met een aantal workshops die werden geleid door Patricia Ceysens, de Vlaamse Minister van Economie, Wetenschap, Innovatie en Buitenlandse Handel. In de workshops leerden de spelers hoe ze technologieën in hun ontwerp konden benutten, en hoe die werkten. Alle technologieën die werden gedemonstreerd, worden in de producten en diensten van Telenet gebruikt.



Kennismaken met Telenet

Alle nieuwkomers in het bedrijf volgen een volledige introductiedag en -training. Deze dag sterkt hen in de overtuiging dat ze het juiste bedrijf gekozen hebben. In de periode vóór ze aan de slag gaan, krijgen ze toegang tot een grote databank met Telenet-informatie. Een website die vergelijkbaar is met het intranet van het bedrijf werd speciaal ontwikkeld voor nieuwkomers die al wel een contract getekend hebben maar nog niet bij Telenet aan de slag zijn.

Leren leiden

Het bedrijf gelooft in het belang van waarachtig leiderschap. Het grondige 'Genuine Leadership'-programma biedt nieuwe managers inzicht in de basisvaardigheden van een manager. In 2008 namen 28 managers deel aan het programma. In 2009 wordt een trainingsprogramma voor het middenmanagement gelanceerd. Dit richt zich op gevorderde managementvaardigheden, op de ontwikkeling van het vermogen om met verandering om te gaan en op manieren om bedrijfsveranderingsprocessen aanvaardbaar te maken. Alle programma's vallen onder het Telenet Leadership Model.

Facility
awards2008



Hard werken loont

Klantentevredenheid stond bovenaan op de agenda bij Telenet. Het bedrijf beloofde een bonus aan alle werknemers indien een klantentevredenheidsscore van 90 % werd gehaald, een ambitieuze doelstelling. Veertig procent van de bonus van een manager is nu al rechtstreeks afhankelijk van de klantentevredenheid. De inspanningen van de werknemers leidden tot een aanzienlijke toename van de tevredenheid, een toename die bijgevolg ook erkend en beloond werd. In 2009 wordt een nieuw 'klantenbrevet'-programma ingevoerd. In het kader van dit programma zullen werknemers die geen dagelijks contact hebben met klanten, een hele dag met klanten doorbrengen. Ze voeren telefonische follow-upgesprekken, werken in de Telenet-winkels of -servicecenters, vergezellen een installateur of werken in één van de callcenters van het bedrijf.

Een winnende werkomgeving

Om werknemers die in conditie willen blijven te helpen, breidde Telenet het kantoorgebouw in Mechelen uit met een moderne sportruimte. Als onderdeel van Telefit werd een 'Start to run'-club opgericht. Een aantal werknemers loopt nu regelmatig samen in de buurt van Mechelen tijdens de middagpauze. Inmiddels startten ook een 'Start to swim', een 'Start to cycle' en andere gelijkaardige initiatieven op. Kleedhokjes, douches en een droogruimte staan ter beschikking van alle werknemers. Wie zich op een andere manier wil ontspannen, kan terecht in een 'speelruimte' met verscheidene ontspanningsmogelijkheden. Telenet biedt de werknemers ook een wasdienst aan en in 2009 wordt gestart met een pilootproject rond kinderopvang tijdens de zomervakantie. Het gebouw van Telenet won brons bij de uitreiking van de IFMA (International Facility Management Association) Facility Award omdat het mensen – zowel werknemers als buurtbewoners – centraal stelt.





44 Bouwen aan een mooiere toekomst voor iedereen



Telenet heeft zich in korte tijd ontwikkeld tot een belangrijke en sterk competitieve speler in het domein van de toegepaste technologie. Het bedrijf heeft er altijd over gewaakt dat zijn groei samenviel met een toenemende verantwoordelijkheid voor de verbetering van het leven van anderen, in België en in het buitenland. De onderneming werkt ook aan de vermindering van de mogelijk negatieve impact op het milieu van haar producten, diensten en interne processen.



Nog groener

Telenet heeft een veelomvattende en gecoördineerde aanpak ontwikkeld met het oog op de vermindering van haar mogelijk negatieve impact op het milieu. Het bedrijf voldoet vanzelfsprekend volledig aan de nationale en Europese regelgeving, maar doet op het vlak van milieuzorg veel meer. In 2008 paste Telenet het contract voor energielevering aan, zodat alle elektriciteit nu 100 % groen is. In 2008 werd een onderzoek naar de CO₂-uitstoot van Telenet gevoerd, om een preciezer beeld te krijgen van de totale emissies. Acties op basis van de onderzoeksresultaten volgen in 2009. Alle apparatuur die niet essentieel is in het netwerk zal uit bedrijf genomen worden om



In 2008

- 100 % groene energie
- 20 % energiebesparing in settopboxen
- 90 % minder energieverbruik in Services Operations Center
- training en digitale toegang voor meer dan 46.000 kansarmen
- My Zone uitgebreid tot 7 ziekenhuizen
- nieuwe school en opleidingscentrum in Dakar



In het Services Operations Center, waar alle netwerken en netwerkdiensten worden gemonitord, werd een videomuur geïnstalleerd met achterprojectie. Deze leidde tot een vermindering van het energiegebruik van het SOC met 90 %. De videomuur biedt een 360°-zicht op alle netwerkverbindingen en netwerkdiensten en zorgt ervoor dat problemen meteen worden ontdekt.

het energieverbruik te beperken. Alle nieuwe constructies moeten milieuvriendelijk zijn. Dat is het geval met het serverpark van Telenet dat gebruikmaakt van de freecoolingtechniek. Een project op langere termijn is gericht op de vermindering van het aantal versterkers op het netwerk. Dit zal niet alleen elektriciteit besparen maar ook de bandbreedte per klant verhogen. Telenet zal ook onderzoeken of zonne- en windenergie beter kunnen worden benut.

Telenet werkt aan een technologie die het mogelijk maakt dat de settopboxen zichzelf op bepaalde tijdstippen uitschakelen en zo de energieconsumptie beperken. Gebruikers zullen met deze technologie tot 20 % kunnen besparen op hun energieverbruik.

Iedereen mag meedoen

Het bedrijf verzamelde via een interne enquête bij zijn medewerkers ideeën om de impact

van het bedrijf op het milieu te verminderen. Meer dan 120 reacties waren het gevolg: voorstellen voor selectieve afvalophaling, een printbeleid om de hoeveelheden papier te beperken, een aanpassing van het bedrijfswagenbeleid, ... Aan deze reacties zal gevolg worden gegeven. Tegen mei 2009 hebben alle afdelingen hun doelstellingen.

Er werd gestart met 'Vrijdag, fietsdag', een actie die werknemers aanmoedigt om van mei tot september niet alleen op vrijdag maar elke dag naar het werk te fietsen. In 21 weken tijd legden werknemers samen de indrukwekkende afstand van 35.444 kilometer af, bijna de omtrek van de aarde. De actie verminderde de CO₂-uitstoot met 11,5 ton. Dit jaar wordt aan medewerkers die met de trein naar het werk komen een fiets aangeboden voor de ritten tussen het kantoor en het treinstation. Dit zal verder bijdragen tot de vermindering van de CO₂-uitstoot van het bedrijf. Carpooling wordt ook aangemoedigd, net als het gebruik van CO₂-vriendelijke

Strengere normen voor leveranciers

Het elektriciteitsverbruik is een belangrijke factor bij de selectie van leveranciers. Telenet verwacht van alle leveranciers dat ze vanaf dit jaar in hun offertes hun CO₂-impact vermelden.

wagens. Het bedrijf zal ook onderzoeken of het telewerken nog kan verhoogd worden.

Veel van de suggesties uit het interne onderzoek werden opgenomen in ons innovatieve 'Climate Challenge'-programma. Dit programma is een initiatief van Liberty Global, het moederbedrijf van Telenet. Het is bedoeld om proactief de impact van elk individu op het milieu te verminderen, zowel thuis als op het werk. Het omvat – gespreid over het jaar – een aantal activiteiten die het bewustzijn moeten aanscherpen.

Deze acties, en de vele andere die nog zullen volgen, moeten de doelstelling van '20 % minder CO₂, 20 % energiebesparing en 20 % hernieuwbare energie tegen 2020' haalbaar maken.



Telenet Foundation pakt de digitale kloof aan

Telenet Foundation is een onafhankelijk fonds dat beurzen toekent aan projecten die kansarmen vertrouwd maken met interactieve communicatietechnologie. Zij zetten haar inspanningen om de digitale kloof te dichteren voort. Sinds het ontstaan van de stichting vroegen meer dan 600 projecten financiële steun. Vandaag ondersteunt Telenet Foundation 53 projecten in heel België en daarbuiten. In 2008 kregen negen projecten steun. Alle projecten brengen het bestaan van de digitale kloof onder de aandacht en stellen oplossingen voor die gericht zijn op alle niveaus van de gemeenschap, en in het bijzonder op kinderen. Tegen eind 2009 zal de Foundation aan ongeveer 46.000 personen digitale toegang en duurzame training hebben geboden.

Terug naar school

'Brede school' werd in 2008 ingevoerd. Het steunt non-profitprojecten die zich met het zogenaamde 'tweede niveau' van de digitale kloof bezighouden. Winnende projecten

geven kansarmen in hun eigen gemeenschap toegang tot een bestaande of een nieuwe leeromgeving voor een IT-opleiding. De eerste 'Brede school'-beurs ging naar het EduCentrum dat het IT-huis in Gent uitbaat. Het IT-huis maakt deel uit van het KlasCement-initiatief van de Vlaamse overheid; het maakt ICT toegankelijk en verstaanbaar voor kansarmen via vier kanalen: iSchool, iBib, iThema en iThuis.

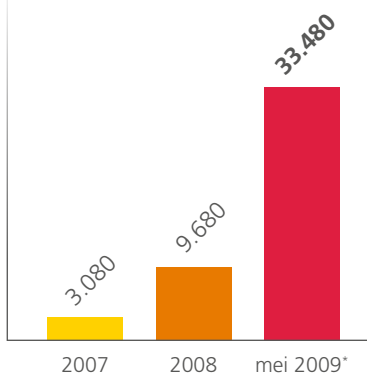
Het engagement van de werknemer

In 2008 werd de betrokkenheid van de werknemers in de Telenet Foundation versterkt. Eén van de beurzen, de zogenaamde Telenet Home prize, ging in 2008 naar een project dat door een medewerker werd gepromoot: het AnySurfer-project dat websites toegankelijker wil maken voor mindervaliden. Werknemers konden voor het eerst stemmen op één van drie projecten die door de raad van bestuur van de Telenet Foundation waren geselecteerd. Meer dan 600 werknemers brachten hun stem uit. Het Leonardo Lyceum CDO Middelheim in Antwerpen won en ontving 20.000 euro. In dit project worden kansarmen getraind om in een ICT-omgeving te werken als digitale installateurs. Dankzij deze opleiding vinden ze gemakkelijker een job in deze dynamische omgeving. 'Brede school' wordt in 2009 voortgezet; alle projecten die voor steun in aanmerking willen

Telenet Foundation

Totaal bedrag besteed aan projecten om de digitale kloof te helpen dichteren: 818.649 euro

Aantal geholpen personen



*geschat aantal eind 2009: 46.000



komen, moeten onder dit thema vallen. De Telenet Foundation werkt samen met Digitale Week, een jaarlijks Vlaams initiatief van de non-profitorganisatie LINC dat via de promotie van lokale initiatieven wat aan de digitale kloof wil doen. Telenet maakte en verspreidde een tv-commercial om deze promotie te ondersteunen en zorgde voor een internationale topspreker voor het evenement. Ook openden alle projecten van de Telenet Foundation hun deuren voor het grote publiek.



Laat de clowns maar komen... My Zone

My Zone is een initiatief van Telenet dat zieke kinderen die in een hospitaal in België verblijven veilige toegang tot het internet biedt. Het lanceerde een innovatief webcamproject onder de naam Hotel de Cuberdonske. Via de nieuwe dienst, die binnen het bedrijf ontwikkeld werd door een Telenet-team, kunnen patiënten en hun ouders een beveiligde webcamsessie met hun favoriete Cliniclown boeken en beleven. Ondanks het beperkte aantal Cliniclowns kan de Cliniclowns-organisatie via deze vernieuwende dienst haar

activiteiten toch uitbreiden. Hotel de Cuberdonske werkt reeds in Mol en zal in de toekomst ook in andere ziekenhuizen met Cliniclowns opgezet worden. In 2008 kwam Sint-Truiden bij My Zone, wat het aantal ziekenhuizen met deze dienst op zeven brengt. In totaal konden 13.000 kinderen gedurende het jaar genieten van My Zone.



Meer kerstvreugde

My Zone benut elke kans om geld in te zamelen ten voordele van langdurig zieke kinderen. De innovatieve kerstkaartencampagne van 2008 was een voorbeeld. Telenet maakte een onlinekaart en moedigde de ontvangers ervan aan om ze naar vrienden en familie te sturen met de belofte om 0,50 euro te schenken per verzonden kaart. De kaart werd 10.850 keer verstuurd en bracht 5.425 euro op voor de Cliniclowns.



Music for Life

Telenet staat goede daden door werknemers niet alleen toe maar moedigt ze aan en wil ze zoveel mogelijk actief ondersteunen. Een voorbeeld: de organisatie van een kerstlunch in het restaurant van het bedrijf in 2008. De opbrengst van de lunch, bijna 5.000 euro, ging naar Music for Life, een bewustmakings- en geldinzamelingsactie van radiozender Studio Brussel en het Rode Kruis met als thema 'Moeders op de vlucht voor oorlog en geweld'.

Hotel de Cuberdonske, een webcamproject van Telenet, versterkt de weldoende werking van de Cliniclowns.





Bonjour Afrique

Bonjour Afrique is een initiatief dat helemaal door werknemers wordt gedragen. In hun vrije tijd, en met veel enthousiasme, verzamelen Telenet-werknemers fondsen en zetten ze projecten op. In 2008 besteedden vrijwilligers in totaal 3.902 uren aan de organisatie. Ze ontvingen een Social Award op het Telenet Marketing Offsite Event. Tot nu toe werden alle projecten in Senegal gerealiseerd en richtte de fondsenwerving zich op de lokale Senegalese cultuur. Eén van de activiteiten in 2008 was het wereldrecord simultaan djembéspelen. Voor dat evenement kwamen 1.401 djembéspelers samen op het strand van Zeebrugge. Andere activiteiten waren een festival met Afrikaanse films in Gent en een quizavond voor werknemers. Ook stonden Telenet-werknemers een dag salaris af aan de organisatie.

Onderwijs voor iedereen

Bonjour Afrique zamelde in 2008 in totaal 89.421 euro in. Met dat bedrag kon Bonjour Afrique een lagere school in Median Gounass in Dakar vervangen door een nieuw gebouw voor 160 kinderen. Het gaat om de eerste gemeenschapsschool in de regio. De eerste lessen werden op 5 januari 2009 gegeven aan de 40 ingeschreven kinderen. Telenet betaalt vier leerkrachten van de school en zorgt voor een coach voor het educatieve centrum dat aan de school verbonden is. Telenet leverde ook 30 computers aan het centrum en installeerde naast het centrum een cybercafé met internettoegang tegen aantrekkelijke tarieven.

Alle projecten van Bonjour Afrique worden in samenwerking met een lokale ngo gerealiseerd en zijn gebaseerd op onderzoek, zodat ze daadwerkelijk tegemoetkomen aan de noden van de lokale bevolking.



Het leven smaakt zoeter

Bonjour Afrique werkt samen met een honingproducent, niet ver van Dakar. Hij krijgt ondersteuning en deskundig advies. Deze producent werkt met drie dorpen. De kwaliteit van het product wordt verbeterd, nieuwe markten gaan open en het levensonderhoud is voor de toekomst veiliggesteld.



‘Safe Harbor’-verklaring onder de US Private Securities Litigation Reform Act van 1995:

Verscheidene verklaringen in dit document zijn ‘toekomstgerichte verklaringen’ overeenkomstig de betekenis daaraan gegeven in de Private Securities Litigation Reform Act van 1995. Termen als “denkt”, “voorziet”, “zou moeten”, “neemt zich voor”, “zal”, “verwacht”, “raamt”, “is van plan”, “positie”, “strategie”, en gelijkaardige uitdrukkingen wijzen op dergelijke toekomstgerichte verklaringen, die gekende en onbekende risico’s impliceren, onzekerheden en andere factoren die ertoe kunnen leiden dat onze huidige resultaten, prestaties, verwezenlijkingen, of bedrijfsresultaten substantieel verschillen van deze die overwogen, voorzien, voorspeld, geraamd of in rekening gebracht werden, uitdrukkelijk of impliciet, door deze toekomstgerichte verklaringen. Deze factoren omvatten: mogelijke ongunstige ontwikkelingen met betrekking tot onze liquiditeit of bedrijfsresultaten; onze aanzienlijke schuldaflossingen en andere contractuele verplichtingen; ons vermogen om ons businessplan te financieren en uit te voeren; ons vermogen om voldoende geldmiddelen te genereren om onze schuld af te betalen; rente- en wisselkoersschommelingen; ons vermogen om de integratie van onze facturatiesystemen te voltooien; de impact van nieuwe commerciële kansen die belangrijke up-frontinvesteringen vereisen; ons vermogen om klanten aan te trekken en te behouden, en onze aanwezigheid op de markt in het algemeen te versterken; ons vermogen om tegen andere bedrijven in de communicatie- en inhouds distributiesector te concurreren; ons vermogen om contracten te behouden die essentieel zijn voor onze activiteiten; ons vermogen om een adequaat antwoord te bieden op technologische ontwikkelingen; ons vermogen om back-upsystemen te ontwikkelen en te behouden voor onze essentiële systemen; ons vermogen om door te gaan met het ontwerpen van netwerken, het plaatsen van installaties, het verkrijgen en behouden van de vereiste licenties of goedkeuringen van de overheid, en het financieren van bouw en ontwikkeling, tijdig en tegen een redelijke kostprijs, en onder bevredigende voorwaarden; ons vermogen om een impact te hebben op, of een adequaat antwoord te bieden op nieuwe of gewijzigde wetten of regelgeving. Wij wijzen elke verplichting af om deze toekomstgerichte verklaringen te herzien met als doel feitelijke resultaten, veranderingen in veronderstellingen of veranderingen in factoren die deze verklaringen beïnvloeden weer te geven.

Financiële informatie:

De gecontroleerde jaarrekeningen van Telenet Group Holding vanaf en voor de jaren afgesloten op 31 december 2007 en 2008 zijn opgesteld volgens de International Financial Reporting Standards zoals toegepast door de Europese unie (‘EUGAAP’) tenzij anders vermeld.

Het Telenet Jaardossier 2008 bestaat uit het Jaarverslag 2008 en het Geconsolideerde Jaarverslag 2008. Het Geconsolideerde Jaarverslag bestaat uit de verkorte geconsolideerde afzonderlijke rekeningen van Telenet Group Holding NV en de bijbehorende rapporten. Beide documenten worden afzonderlijk gedrukt gepresenteerd en samen aan de beleggers aangeboden. Hoewel beide documenten apart kunnen worden gelezen, is het Jaarverslag 2008 onlosmakelijk verbonden met het Geconsolideerde Jaarverslag 2008 en moet het altijd in samenhang ermee worden beschouwd.

Gedrukte exemplaren van het Telenet Jaardossier 2008 zijn op eenvoudig verzoek verkrijgbaar bij Telenet. Men kan het Telenet Jaardossier 2008 ook raadplegen en downloaden op de website van Telenet, www.telenet.be.

In 2008 ...

- kende Telenet de grootste groei ooit in klantenacquisitie
- abonneerde bijna 50 % van de klanten zich op twee of meer diensten
- kreeg Telenet er meer dan 100.000 nieuwe breedbandinternetklanten bij
- verwerfde Telenet ongeveer 70 % van de vaste telefoonlijnen die de historische concurrent verloor
- steeg het aandeel van Digital TV op het Telenet-netwerk tot bijna 35 %
- stegen de inkomsten van Telenet Solutions met 17 %

- meer dan 985.000 breedbandinternetklanten
- stijging van het hotspotgebruik met 66 %
- meer dan 629.000 telefonieklanten
- meer dan 674.000 iDTV-kijkers
- meer dan 117 interactieve toepassingen op het Telenet-platform
- een zeer sterke inkomstengroei (17 %) bij Telenet Solutions

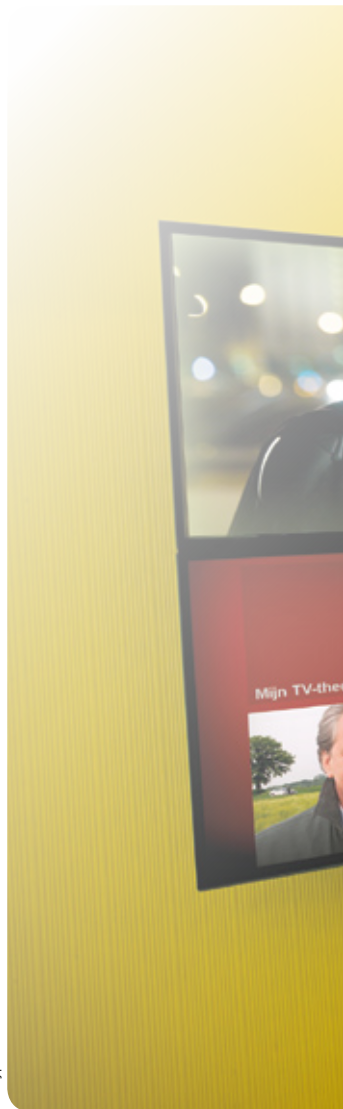
- voortzetting van het partnership met Mobistar
- videotelefonie met succes getest
- potentieel van mobiele tv onderzocht

- alle versterkers kunnen nu 600 MHz aan
- upgrade van Video on Demand (VoD)
- alle spraaksystemen vervangen door VoIP

- allereerste Telenet-shop open
- 360°-portaal voor afdelingen met rechtstreeks klantencontact
- apart contactcenter voor Franstalige klanten
- 160 extra technici aangeworven
- zelfinstallatie mogelijk

- 1.716 werknemers op het eind van het jaar
- gelauwerd als 'Top Employer'
- nieuwe contactcenters staan dicht bij de klant
- meer training om het 'meteen juist' te doen
- brons voor Telenet-hoofdkantoor op de uitreiking van de IFMA Awards 2008

- 100 % groene energie
- 20 % energiebesparing in settopboxen
- 90 % minder energieverbruik in Services Operations Center
- training en digitale toegang voor meer dan 46.000 kansarmen
- My Zone uitgebreid tot 7 ziekenhuizen
- nieuwe school en opleidingscentrum in Dakar



Cypres



Voor meer informatie: surf naar www.telenet.be

Verantwoordelijke uitgever:
Telenet, Jan de Grave
Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen



Mixed Sources
Productgroep uit goed beheerde bossen,
gecontroleerde bronnen en gerecycled materiaal.
www.fsc.org Cert no. CU-COC-804127
© 1996 Forest Stewardship Council