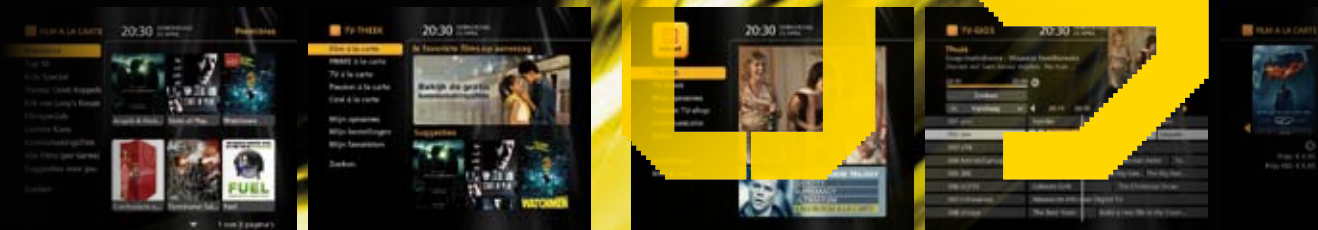


Growing in the future

JAARVERSLAG

ACTIVITEITENVERSLAG

2009



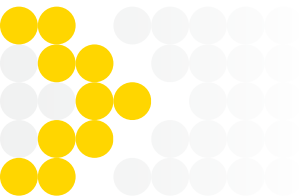
KERNCIJFERS

	2005	2006	2007	2008	2009
// Hoogtepunten Winst- en Verliesrekening in miljoen euro					
Opbrengsten	733,5	813,5	931,9	1.018,8	1.197,4
Brutowinst	276,8	302,8	378,4	429,6	508,5
Adjusted EBITDA ^[1]	339,7	368,3	443,4	506,4	607,7
Resultaat uit bedrijfsactiviteiten	131,2	143,8	205,3	238,7	298,5
Winst (verlies) vóór winstbelastingen	(62,0)	42,8	(6,7)	47,1	144,4
Winst (verlies) over het boekjaar	(77,0)	8,5	20,7	(15,2)	233,1
// Hoogtepunten Kasstroom in miljoen euro					
Nettokasstroom uit bedrijfsactiviteiten	212,6	311,4	207,4	352,0	440,8
Kasstroom gebruikt voor bedrijfsinvesteringen (cash capex)	(183,0)	(207,9)	(193,9)	(230,8)	(273,9)
Nettokasstroom gebruikt voor investeringsactiviteiten	(184,0)	(391,4)	(194,2)	(433,5)	(279,6)
Vrije kasstroom	29,6	103,5	13,6 ^[2]	121,2	166,9
Nettokasstroom uit (gebruikt in) financieringsactiviteiten	36,6	(71,5)	4,5	70,5	(81,1)
Netto toename (afname) in geldmiddelen en kasequivalenten	65,2	(151,5)	17,8	(11,0)	80,1
// Hoogtepunten Balans in miljoen euro					
Vaste activa	2.235,7	2.403,3	2.457,5	2.859,7	2.995,3
Vlottende activa, excl geldmiddelen en kasequivalenten	125,3	130,0	133,1	110,5	132,2
Geldmiddelen en kasequivalenten	210,4	58,8	76,6	65,6	145,7
Totaal eigen vermogen	709,1	721,7	170,1	170,2	360,1
Langlopende verplichtingen	1.344,4	1.411,9	2.061,7	2.387,1	2.404,3
Kortlopende verplichtingen	517,8	458,6	435,5	478,6	508,9
Net Senior Debt	1.155,8	1.232,4	1.825,4	1.919,9	1.844,7
Totale nettoschuld	1.279,2	1.355,1	1.969,7	2.297,7	2.220,4
// Gegevens per aandeel in euro, behalve gewogen gemiddelde aantal aandelen					
Gewogen gemiddelde aantal aandelen	89.503.387	100.625.547	104.615.436	109.981.494	111.354.953
Gewone winst (verlies) per aandeel	(0,86)	0,05	0,20	(0,14)	2,09
Verwaterde winst (verlies) per aandeel	(0,86)	0,05	0,19	(0,14)	2,08
Operationele kasstroom per aandeel	2,38	3,09	1,98	3,20	3,96
Vrije kasstroom per aandeel	0,33	1,03	0,13	1,10	1,50
// Ratio's					
Gemiddelde aandelenkoers voor de periode (in euro)	12,61	13,20	17,91	14,12	15,24
Gemiddelde marktkapitalisatie (in miljoen euro)	1.129	1.328	1.874	1.553	1.697
Gemiddelde bedrijfswaarde (in miljoen euro)	2.408	2.683	3.843	3.851	3.917
Net Senior Debt / Adjusted EBITDA	3,4	3,3	4,1	3,8	3,0
Totale nettoschuld / Adjusted EBITDA	3,8	3,7	4,4	4,5	3,7
Adjusted EBITDA marge	46,3%	45,3%	47,6%	49,7%	50,7%
Toe te rekenen bedrijfsinvesteringen/opbrengsten	25,5%	27,4%	24,0%	24,1%	26,5%
EV / Adjusted EBITDA	7,1	7,3	8,7	7,6	6,4
EV / Opbrengsten	3,3	3,3	4,1	3,8	3,3
Vrije kasstroom als percentage van de opbrengsten	4,0%	12,7%	1,5%	11,9%	13,9%

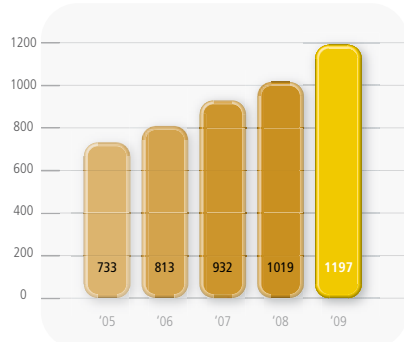
[1] Adjusted EBITDA: Adjusted EBITDA voor de perioden BJ 2008 en BJ 2009 werden herzien, op basis van onze nieuwe definitie voor Adjusted EBITDA. Adjusted EBITDA voor de perioden BJ 2005 - BJ 2007, inclusief, verwijzen naar de EBITDA zoals gerapporteerd door de Venootschap en zoals aangehaald in de vorige Jaarverslagen. Adjusted EBITDA wordt gedefinieerd als EBITDA exclusief vergoedingen op basis van aandelen en herstructureringslasten, en exclusief operationele kosten of opbrengsten betreffende succesvolle of onsuccesvolle overnames of desinvesteringen. Operationele kosten of opbrengsten betreffende overnames of desinvesteringen omvatten (i) winst en verliezen op de verkoop van activa met lange levensduur en (ii) due diligence, juridische, advies- en andere kosten aan derden betreffende onze inspanningen om een controlebelang in ondernemingen te verwerven of te verkopen.

[2] De vrije kasstroom voor het BJ 2007 bevat €164 miljoen gerelateerd aan de schuldfinanciering van 10 oktober van hetzelfde jaar.

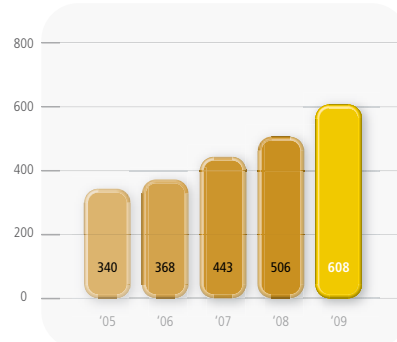




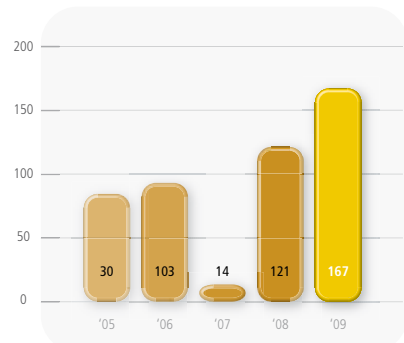
→ // Opbrengsten



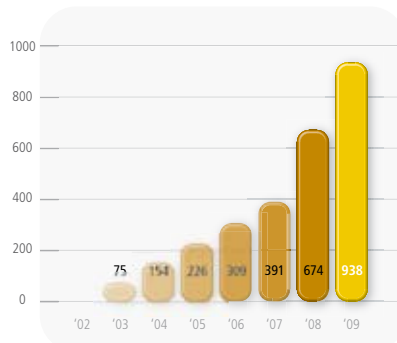
→ // Adjusted EBITDA



→ // Vrije kasstroom ^[2]

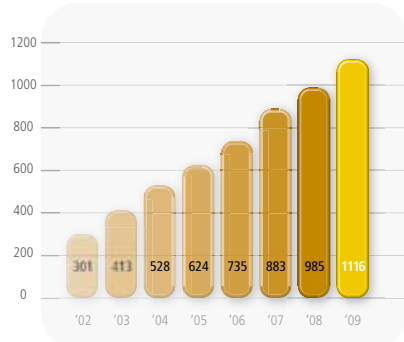


→ // iDTV klanten



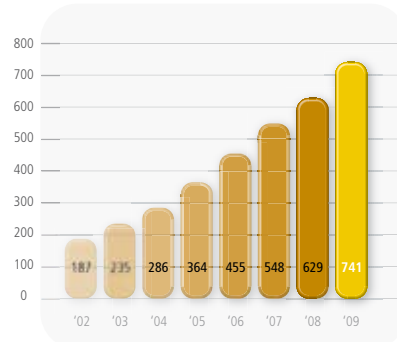
(in 000)

→ // Breedbandinternetklanten



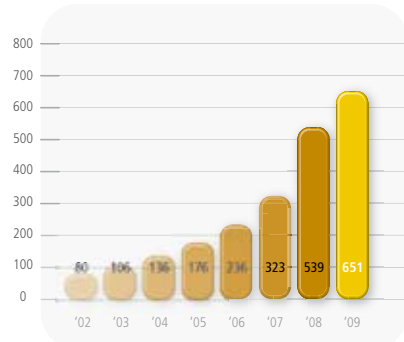
(in 000)

→ // Vaste telefonieklanten



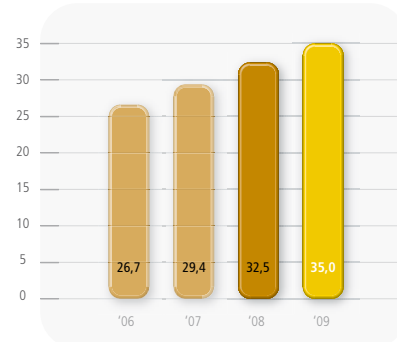
(in 000)

→ // Triple Play klanten



(in 000)

→ // Gemiddelde omzet per gebruiker (ARPU)



(in euro per maand)





JAARVERSLAG

2009





INHOUDSTAFEL

1	BEDRIJFSPROFIEL	2
1.1	Telenet steekkaart	4
1.2	Missie	6
2	HET BOEKJAAR 2009	8
2.1	Brief aan de aandeelhouders	10
2.2	Belangrijkste gebeurtenissen van het boekjaar 2009 en begin 2010	13
2.3	Strategische ontwikkelingen in 2009	18
3	BEDRIJFSCULTUUR	26
3.1	Personeelsbeleid	28
3.2	Kwaliteit	34
3.3	Duurzaam ondernemen	36
4	ACTIVITEITEN	44
4.1	Breedbandinternet	46
4.2	Telefonie	52
4.3	Televisie	56
4.4	Een klantgericht aanbod	62
5	TELECOMMUNICATIE VAN DE TOEKOMST	70
5.1	Groeien in de toekomst	72
5.2	Het potentieel van mobiel	75
5.3	Digital Wave 2015	79
6	HET AANDEEL TELENET	82

TOEKOMSTPERSPECTIEVEN

Dit activiteitenverslag bevat bepaalde kwantitatieve en/of kwalitatieve verklaringen met betrekking tot de ontwikkeling van de vennootschap, haar toekomstige resultaten en financiële toestand. Deze verklaringen houden geen enkele garantie in, omdat resultaten en prestaties steeds afhankelijk zijn van een aantal risico's en onzekerheden en zowel door interne als externe factoren kunnen worden beïnvloed. Bij het lezen van dit document en het vormen van toekomstperspectieven dient derhalve de nodige omzichtigheid in acht te worden genomen. De reële resultaten en prestaties kunnen immers afwijken van de vooropgestelde verwachtingen, doelstellingen en verklaringen. De meest relevante risicofactoren en onzekerheden worden verderop uitvoerig beschreven. Telenet verbindt er zich op geen enkele manier toe om eventuele wijzigingen en ontwikkelingen in deze factoren te actualiseren, noch om de mogelijke impact op de huidige vooruitzichten openbaar te maken.





1



Bedrijfsprofiel

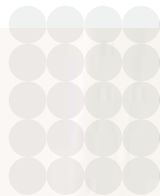


— 1.1 Telenet steekkaart



— 1.2 Missie





1.1 Telenet steekkaart





Van links naar rechts: // Luc Machtelinckx - Senior Vice President General Counsel Legal // Duco Sickinghe - Chief Executive Officer en Managing Director van Telenet // Piet Spiessens - Senior Vice President - Innovation & Business Development // Saskia Schatteman - Executive Vice President Residential Marketing // Jan Vorstermans - Executive Vice President Technology & Solutions // Renaat Berckmoes - Executive Vice President en Chief Financial Officer // Patrick Vincent - Executive Vice President Residential Sales & Care // Claudia Poels - Senior Vice President Human Resources // Ronny Verhelst - Executive Vice President Public Affairs en CEO Telenet Mobile.

Telenet is de grootste leverancier van kabeldiensten in België.

Telenet spitst zich toe op het leveren van breedband, vaste en mobiele telefoniediensten en kabeltelevisie, aan gebruikers in Vlaanderen en Brussel. Onder de merknaam *Telenet Solutions* levert Telenet professionele communicatiediensten aan bedrijven in België en Luxemburg.

Als telecommunicatiebedrijf hecht Telenet belang aan vernieuwing en ontwikkeling, zoals de voortdurende optimalisering van de huidige toepassingen, de constante uitbreiding van de technologische mogelijkheden en de verbreding van het inhoudelijke aanbod. Een overtuigende marketingaanpak, een creatieve productmix en een performante klantenservice zorgen er mee voor dat Telenet steeds nieuwe doelgroepen kan aanspreken.

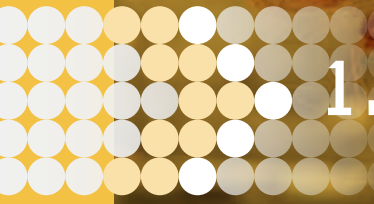
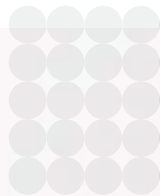
Telenet is zich als groeiend bedrijf ten zeerste bewust van zijn toenemende verantwoordelijkheid binnen de leefgemeenschap. Met een aantal initiatieven is het bedrijf erin geslaagd om zijn ecologische voetafdruk in belangrijke mate te beperken. Bovendien geeft Telenet blijk van een groot maatschappelijk engagement, wat zich niet alleen vertaalt in een sociaal geëngageerd productaanbod, maar ook in de inspanningen van de Telenet Foundation om de digitale kloof tussen de verschillende sociale bevolkingsgroepen verder te dichten.

Telenet is gevestigd in Mechelen, maar beschikt over contactcentra in Herentals, St-Truiden en Aalst, en regionale sites voor het verlenen van technische bijstand in Roeselare, Merelbeke en Wijgmaal.

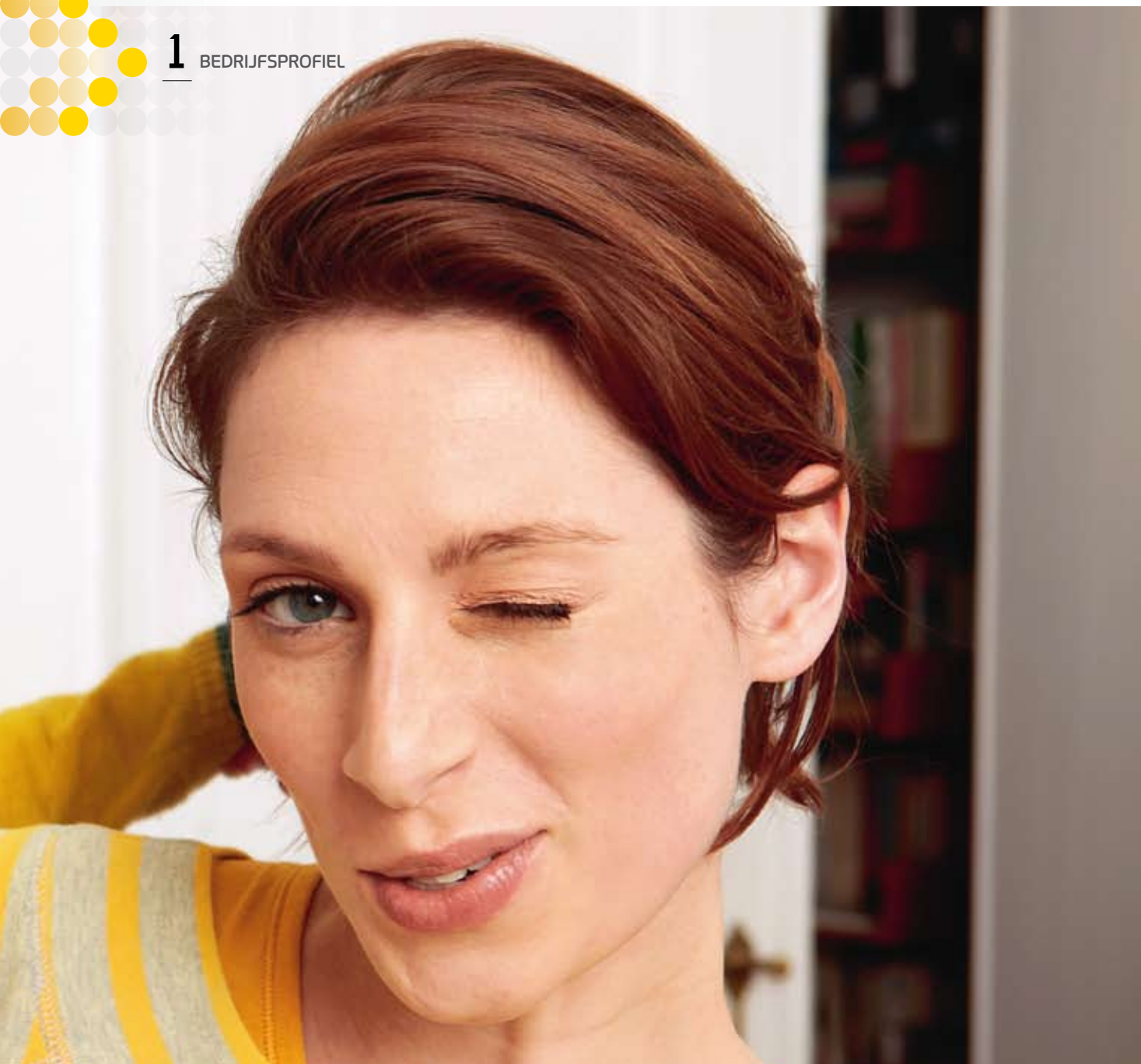
In 2009 telde Telenet ruim 1.800 medewerkers en boekte het een omzet van 1,2 miljard euro.

Telenet is opgenomen in de Bel 20-index en noteert op Euronext Brussels en Eurostoxx 600.





1.2 Missie



Telenet wil dankzij innovatieve en toegankelijke netwerken bijdragen tot een positieve maatschappelijke ontwikkeling van mensen en bedrijven. Vandaag en morgen.

Telenet wenst het dagelijks leven van zijn klanten te verrijken met producten en diensten die een grote technologische performantie koppelen aan een hoge amusementswaarde.

Telenet streeft ernaar om als dienstverlener een leidende rol te spelen op het kruispunt van televisie, internet en telefonie.

Telenet heeft zichzelf tot doel gesteld om voor al zijn klanten, zowel particuliere als professionele, en andere doelgroepen een eerlijke en betrouwbare partner te zijn, gedreven door een groot kwaliteitsbesef en gefocust op de hoogste klantentevredenheid.

Telenet wil zijn doelstellingen waarmaken dankzij de inzet en de motivatie van een waardevolle groep geïnspireerde medewerkers, die de mogelijkheid krijgen om hun professionele kwaliteiten verder te ontwikkelen.



2



Het boekjaar 2009



— 2.1 Brief aan de aandeelhouders



— 2.2 Belangrijkste gebeurtenissen van 2009 en begin 2010



— 2.3 Strategische ontwikkelingen in 2009





2.1 Brief aan de aandeelhouders

Aan onze aandeelhouders,

Telenet heeft in 2009 een substantiële vooruitgang geboekt.

Eerst en vooral hebben we onze klantenbasis sterk weten uit te breiden. In de particuliere markt merkten we een grote vraag naar onze internet-, vaste telefonie- en digitale tv-diensten. Het aantal klanten voor breedbandinternet en vaste telefonie groeide met grote dynamiek sinds het ontstaan van onze vennootschap. Ook digitale tv ging er sinds de lancering in 2005 flink op vooruit, wat de interesse van de klant voor dit nieuwe, innovatieve platform nog benadrukt. De vraag naar DTV verliep sneller dankzij de integratie van Interkabel, waardoor we onze voetafdruk voor digitale tv met zowat 50% konden uitbreiden. Tenslotte zetten ook onze particuliere mobiele diensten sterke cijfers neer, wat onze mogelijkheden illustreert om de markt te overtuigen met een uniek commercieel voorstel. Onze dienstenbundels hebben onder de naam *Shakes+* een positieve respons gekregen in onze strategische afzetmarkten.

Ons business segment Telenet Solutions – met uitzondering van een aantal productlijnen die niet langer worden aangeboden – zette zeer goede resultaten neer, vooral in het licht van een economische context die gekenmerkt wordt door een sterke prijserosie. Een snel groeiend aantal klanten weet ons coaxnetwerk naar waarde te schatten voor het globale spraak- en dataverkeer, omwille van zijn stabiliteit en de kwaliteit van onze professionele dienstverlening.

Onze opbrengsten zijn er substantieel op vooruit gegaan, grotendeels door een organische groei die voortvloeit uit een betere verkoop van diensten aan bestaande en nieuwe klanten. De overname van BelCompany, een middelgrote distributieketen, en de integratie van Interkabel hebben mee gezorgd voor een groei van 18%.

BelCompany draagt bij tot een verhoogde omzetgroei voor de hoognodige toegang tot een van de belangrijkste Belgische distributiekanelen van mobiele diensten. Daarnaast heeft het de groei van onze vaste telefonie gestimuleerd. Telenet was de eerste operator om gesubsidieerde handsets aan te bieden. Het weerspiegelt onze voortdurende focus om nieuwe diensten op de markt te brengen.

Het afgelopen jaar heeft Telenet zijn activiteiten op verschillende niveaus verder ontwikkeld. Zo waren er heel wat initiatieven op het vlak van opleidingen en aanwervingen. Bovendien hebben we grote inspanningen gedaan om de efficiëntie van onze organisatie voortdurend te verbeteren en onze bedrijfscultuur te verrijken.

We hebben hard gewerkt aan de optimalisatie van onze interne processen en activiteiten. We zijn ervan overtuigd dat we hierdoor een substantiële verbetering kunnen realiseren in de kwaliteit van onze diensten, wat tot een lagere opzeggingsgraad leidt. Tegelijk profiteren we daardoor van een verbeterd operationeel hefboomeffect.

De aangroei van het klantenbestand leidde tot de nodige investeringen. Een significant gedeelte van onze investeringen ging naar de optimalisatie van onze IT-systemen en onze engineering platformen en zeker ook naar onze hoogkwalitatieve hybride glasvezel- en coaxnetwerken (HFC). Door de capaciteit van ons netwerk konden we onze productsuperioriteit veilig stellen. Met de recente aankondiging van Digital Wave 2015 start de ontwikkeling van het meest vooruitstrevende, toekomstbestendige en supersnelle netwerk dat onder andere mogelijkheden zal bieden voor videoconferencing.





Onze EBITDA en vrije kasstroom gingen er substantieel op vooruit. Ondanks de moeilijke situatie op de financiële markten slaagde Telenet erin om de looptijd van zijn langetermijnschuld te verlengen. In lijn met onze strategische doelstelling om de return on equity te optimaliseren en tegelijk voldoende ruimte te laten voor mogelijke overnames, zal de Raad van Bestuur tijdens de Algemene Vergadering aan de aandeelhouders een return voorstellen in de vorm van een kapitaalverlaging van € 2,23 per aandeel.

In 2010 zal Telenet groeien door de conversies van single naar multiple play en door de verdere penetratie van internet, vaste telefonie en digitale tv. De ambitie om ons merk te versterken, om klantgerichte diensten en een superieure productervaring aan te bieden, ligt ons nauw aan het hart.

Veel van wat we bereikt hebben zou onmogelijk geweest zijn zonder de toewijding, het doorzettingsvermogen en de inzet van onze werknemers. Wij willen hen van harte bedanken en tegelijk de nieuwe collega's verwelkomen die onze firma in de loop van het voorbije jaar vervoegden.

We danken ook onze operationele en technische leveranciers, onze mediapartners en anderen omdat ze nauw met Telenet hebben samengewerkt om de ultieme klantenervaring waar te maken.

Voor 2010 houdt Telenet vast aan zijn dubbele focus. Aan de ene kant willen we de tevredenheid en loyaliteit van onze klanten verder verbeteren. Aan de andere kant willen we nieuwe en innovatieve producten aanbieden die onze toekomstige groei zullen verzekeren.

Wij kijken er naar uit om van 2010 opnieuw een succesvol jaar te maken, zowel voor onze klanten als voor onze werknemers en aandeelhouders.

Hoogachtend,

Duco Sickinghe
Chief Executive Officer

Frank Donck
Voorzitter



2.2 Belangrijkste gebeurtenissen van het boekjaar 2009 en begin 2010





Februari 2009

Full Service Mobiel Netwerk

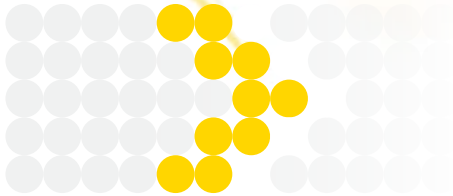
Telenet verlengt het strategisch partnership met Mobistar voor een periode van minimum drie jaar. De nieuwe samenwerking evolueert naar een Full MVNO-overeenkomst (Mobile Virtual Network Operator), wat Telenet toelaat om een eigen MSC (Mobile Switching Center) uit te bouwen en met Mobistar samen te werken voor zijn spraak & data radio-infrastructuur. Daarnaast kan Mobistar het glasvezelnetwerk van Telenet gebruiken voor zijn transmissienetwerk. De overeenkomst is voor Telenet een van de basispijlers om het aanbod van vaste en mobiele diensten beter op elkaar af te stemmen.

Juni 2009

BelCompany

Telenet neemt de winkels en de verkooppunten van BelCompany in België over van Macintosh Retail Group NV. BelCompany is een van de grootste telecomspecialisten inzake mobiele telecommunicatie en aanverwante producten. Door de overname krijgt Telenet een handig instrument om met zijn aanbod aan mobiele communicatie vlotter rechtstreeks toegang te krijgen tot het brede publiek.

BelCompany



2009

Maart 2009

Bel 20

Het aandeel Telenet wordt opgenomen in de Bel 20-index. Tegelijk gaat in Brussel de handel van start in opties op aandelen van de Telenet Group Holding NV. De opties worden aangeboden via NYSE Liffe, de Europese derivatenmarkt van NYSE Euronext. De toegenomen interesse in Telenet bij de beleggers betekent een succes voor de doelstelling van Telenet om een van de meest vooraanstaande Belgische bedrijven te worden.

Mobile Division

Telenet was al geruime tijd actief in de mobiele markt via een partnership met Mobistar, maar door de oprichting van een Mobile Division wordt de focus op het aanbod aan mobiele diensten en producten vergroot. Het aanbod voor mobiele spraak- en datacommunicatie werd uitgebreid en in de toekomst zal Telenet dit meenemen in de *Shakes+*, waardoor het deel zal uitmaken van een quadrupleplayaanbod.

Juli 2009

Integratie klanten Integan

Telenet neemt alle klanten van Integan op in zijn eigen bestanden en wordt vanaf juli 2009 het enige aanspreekpunt voor televisie en andere diensten voor deze klanten. Hiermee is de laatste fase ingezet voor de integratie van de klanten uit het vroegere Interkabelgebied binnen Telenet.

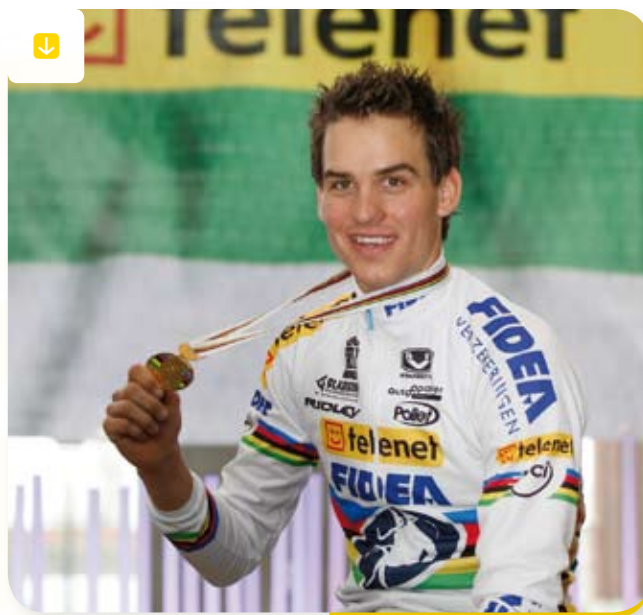
Augustus 2009

Sociaal tarief

Telenet voert op vrijwillige basis een sociaal tarief in voor internet, net zoals het dat eerder al deed voor zijn andere diensten. Met deze maatregel wil Telenet ook de gezinnen met een laag inkomen toelaten om tegen een bescheiden maandelijkse bijdrage kennis te maken met breedbandinternet. Telenet neemt ook actief deel aan Start to Surf, dat op initiatief van de overheid werd gelanceerd. Op die manier zet Telenet nieuwe stappen in zijn ambitie om de digitale kloof mee te helpen dichten.

Verlenging looptijd leningen

Telenet lanceert via BidCo NV een gedeeltelijk en vrijwillig proces om de vervaldagen te verlengen van de uitstaande leningen van € 2.300 miljoen onder de Senior Credit Facility. Telenet trekt op die manier de gemiddelde looptijd van zijn schuld op met ongeveer 2,1 jaar, wat de vennootschap op middellange termijn meer financiële stabiliteit en flexibiliteit moet bieden.



September 2009

Telenet Fidea Cycling Team

Telenet versterkt zijn positie in sportsponsoring en kondigt samen met Fidea en Pro-Contract een partnership aan rond het Telenet Fidea Cycling Team. Het nieuwe cyclocrossteam, met o.a. Bart Wellens en Zdenek Stybar als blikvangers, moet Telenet visibiliteit geven in een sport die in Vlaanderen een grote populariteit geniet en die past bij het imago dat Telenet als dynamisch en jong bedrijf uitstraalt. Op 31 januari 2010 behaalde Zdenek Stybar in het shirt van het Telenet Fidea Cycling Team de wereldtitel bij de profs.

Studio 100 TV

Telenet verlengt het partnership met Studio 100 voor het uitzenden van Studio 100 TV, het eerste Vlaamse muziekkanal voor kinderen. De nieuwe zender maakt exclusief deel uit van het digitale standaardaanbod van Telenet Digital TV.





September 2009

ZNA kiest voor Telenet Solutions

ZNA, de grootste ziekenhuisgroep van het land, kiest Telenet Solutions voor het leveren van een telefoniedienst. Alle sites van de groep worden op het Telenet glasvezelnetwerk aangesloten.



Oktober 2009

Top-gsm voor 1 euro

Telenet lanceert Walk & Talk, een nieuw mobiel telefonieproduct dat een voordelig tariefplan combineert met het aanbod van een gsm-toestel tegen 1 euro. Walk & Talk is een nieuwe stap in de mobiele strategie van Telenet. Door de hardware (gsm-toestellen) te koppelen aan interessante abonnementsvoorstellen wil Telenet de Belgische mobilofoniemarkt dynamiseren, wat zowel de prijzen van mobiele basisdiensten moet verlagen als de penetratie van mobiele breedbanddiensten moet verhogen.

Oktober 2009

Nieuwe zenders

Op 1 oktober versterkt Telenet zijn analoge en digitale zenderaanbod, waarmee het tegemoet komt aan het kijkgedrag en de wensen van Vlaamse tv-kijkers. Abonnees krijgen toegang tot vtmKzoom (een kinderkanaal van VMMA met een extra geweldloos kinderaanbod), de Vlaamse versie van Discovery Channel (voor documentaires) en Exqi Plus (als algemene Vlaamse zender met een gevarieerd aanbod). Het digitale aanbod werd uitgebreid met een aantal buitenlandse zenders, waaronder TRT, ZDF, ARD, MediaSet Italia, enz.

Interkabel geïntegreerd

Alle voormalige klanten van Interkabel zijn in de Telenet-systemen geïntegreerd. Tegelijkertijd wordt een nieuwe vorm van samenwerking tussen Telenet en de zuivere intercommunale kabelmaatschappijen geïntroduceerd, waarbij zij in opdracht van Telenet de functie van netwerkbeheerder vervullen. Hiermee is de Interkabelintegratie, waarbij 800.000 klanten en 5 verschillende bedrijven betrokken waren, na 12 maanden succesvol afgerond.



Oktober 2009

Maart 2010

Installatie zonnepanelen

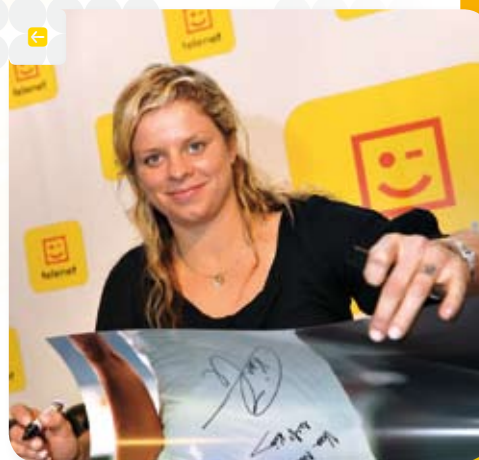
Digital Wave 2015

Telenet neemt de zonnepanelen in gebruik die op het dak van de hoofdzetel in Mechelen werden geïnstalleerd. De zonnepanelen maken deel uit van het Telenet *Samen Groen-plan* en moeten bijdragen tot de vermindering van de CO₂-uitstoot. Telenet zet ook zijn medewerkers ertoe aan om zonnepanelen op hun privéwoning te plaatsen door personeelskortingen aan te bieden bij de aankoop van zonnepanelen.

Op het Europese Kabelcongres in Brussel kondigt Telenet haar toekomstvisie aan. Zoals aangekondigd in haar programma *Digital Wave 2015* zal de groep verder bouwen aan het meest performante netwerk, dat in de nabije toekomst nieuwe netwerktoepassingen moet mogelijk maken zoals hoogtechnologische video-toepassingen, 3D-televisie, medische ondersteuning vanop afstand, enz. Met dit ambitieuze programma levert Telenet een actieve bijdrage aan de verdere digitalisering van Vlaanderen.

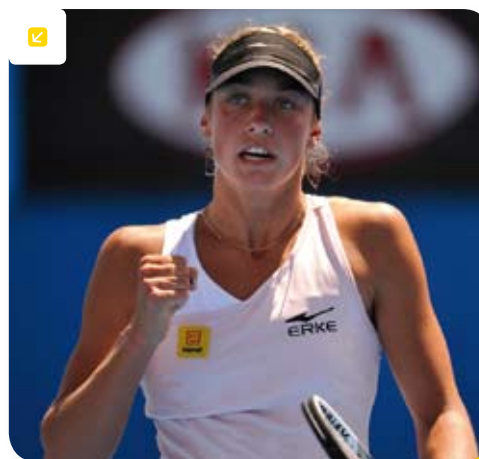


December 2009



Kim Clijsters en Yanina Wickmayer

Telenet sponsort op actieve wijze het Vlaamse toptennis. Kim Clijsters en Yanina Wickmayer, die als jonge topsporters dezelfde waarden uitdragen als Telenet, worden beide Telenet-ambassadrices. Door de sponsoring van populaire sportpersoonlijkheden wil Telenet zijn merknaam een grotere visibiliteit geven bij het brede publiek.





2.3 Strategische ontwikkelingen in 2009

// Belangrijkste financiële ratio's 2009.

- Omzet van € 1.197,4 miljoen, 18% meer dan in 2008, waarvan 9% organisch;
- Hogere nettogroei dan in 2008: breedbandinternet (131.000, +28%), Telenet Digital TV (329.000, +51%) en vaste telefonie (112.000, +38%);
- Nieuwe mobiele tariefplannen en gerichte marketingcampagnes resulteerden in een sterke stijging van het aantal nieuwe klanten;
- Gecorrigeerde EBITDA steeg 20% tot € 607,7 miljoen, resulterend in een EBITDA-marge van 50,7%;
- Bedrijfsinvesteringen van € 317,6 miljoen, inclusief € 103,9 miljoen voor de aankoop van settopboxen;
- Vrije kasstroom van € 166,9 miljoen, of 14% van de omzet, een stijging met 38% in vergelijking met 2008;
- Sterke verbetering van de nettowinst, positief beïnvloed door een eenmalig belastingkrediet;
- Voorstel uitzonderlijke aandeelhoudersvergoeding van € 2,23 per aandeel.

Onze strategie

De strategie van ons bedrijf was in 2009 toegespitst op een klantgerichte aanpak, de groei van onze activiteiten en een solide vrije kasstroom.

Klantgerichte aanpak

In 2009 heeft Telenet heel wat vooruitgang geboekt in zijn streven naar een betere dienstverlening. We hebben een brede waaier van maatregelen geïmplementeerd om de klanttevredenheid verder te optimaliseren. We hebben regelmatig getoetst hoe klanten aankijken tegenover ons en onze diensten, en hebben daardoor feedback gekregen over mogelijke verbeteringen.

De klant vraagt en streeft naar steeds betere diensten en producten. We zijn verplicht om hun verwachtingen voor te blijven. Nieuwe producten zijn de hoeksteen van onze ambities. Wij menen dat ons huidig en toekomstig netwerk en onze platformen die spraak-, video- en dataverkeer (internet) ondersteunen, uiterst geschikt zijn om de verwachtingen van onze klanten te overtreffen.

In het particuliere segment hebben we betere specificaties voor internet geïntroduceerd, tegen prijzen die zowel lokaal als internationaal competitiever zijn. Zowel aan ons analoge als ons digitale platform werden nieuwe tv-zenders toegevoegd. De mobiele diensten en de gerelateerde tariefplannen die door Telenet worden aangeboden, werden aanzienlijk uitgebreid. Verderop in dit activiteitenverslag beschrijven we in welke mate de interne inspanningen van 2009 zich in 2010 zullen vertalen in innovaties.



in miljoen euro, uitgezonderd bedragen per aandeel

	VOOR HET BOEKJAAR BEËINDIGD OP		
	31 DEC 2009	31 DEC 2008	% VERSCHIL
// Financiële cijfers			
Bedrijfsopbrengsten	1,197.4	1,018.8	18%
Bedrijfswinst	298.5	238.7	25%
Nettowinst (verlies)	233.1	(15.2)	n/a
Gewone winst (verlies) per aandeel	2.09	(0.14)	n/a
Verwaterde winst (verlies) per aandeel	2.08	(0.14)	n/a
Adjusted EBITDA	607.7	506.4	20%
Adjusted EBITDA marge %	50.7%	49.7%	
Toe te rekenen Bedrijfsinvesteringen	317.6	245.9	29%
Bedrijfsinvesteringen als % van de bedrijfsopbrengsten	27%	24%	
Vrije kasstroom	166.9	121.2	38%

000 geleverde diensten

// Operationele cijfers			
Totaal kabeltelevisie	2,342	2,402	-2%
Analoge kabeltelevisie	1,342	1,729	-22%
Digitale kabeltelevisie (Telenet Digital TV + INDI)	1,001	674	49%
Breedbandinternet	1,116	985	13%
Vaste telefonie	741	629	18%
Mobiele telefonie	129	87	48%
Triple playklanten	651	539	21%
Diensten per klantenrelatie	1.79	1.67	7%
ARPU (gemiddelde opbrengst per gebruiker) per klantenrelatie (euro/maand)	35.0	32.5	8%

Bovenstaande hoogtepunten en financiële data werden door Telenet gecommuniceerd in het persbericht van 24 februari 2010 aangaande de jaarresultaten over 2009. Een volledige overzicht van onze cijfers vindt u in het financiële gedeelte van dit jaarverslag.

Onze werkwijze heeft geleid tot de grootste stijging van het aantal nieuwe klanten voor breedbandinternet en telefonie sinds de start van Telenet. In het begin van het jaar telden we 1 miljoen klanten voor breedband. Ook iDTV boekte een nieuw record en de conversie van analoog naar digitaal liep op tot 14% in vergelijking met 11% in 2008. Sinds de lancering van onze gesubsidieerde handsets voor mobiele telefonie in het vierde kwartaal is het aantal nieuwe klanten substantieel toegenomen. Algemeen gezien groeide ons klantenbestand voor internet, vaste telefonie en iDTV met 26%.

In het segment van de professionele diensten aan grote ondernemingen boekten we een mooie vooruitgang. De investeringen van Telenet Solutions beginnen, samen met de overgave en de professionele aanpak van het team, duidelijk hun vruchten af te werpen. Het segment van de kleine en middelgrote ondernemingen kreeg meer aandacht en we zijn verheugd over het resultaat.

De PRIME-kanalen en het abonnement voor PRIME-op aanvraag hebben bijgedragen tot een verhoogd gebruik van premium tv-diensten.

De loyaliteit van onze abonnees vertaalde zich in een zeer goede klantenbinding, over onze verschillende productlijnen heen.

Het eigen beheer en de decentralisatie van de capaciteit van onze contactcentra zal onze mogelijkheden verbeteren om nog beter naar onze klanten te luisteren en onze dienstverlening daarop af te stemmen.

Groei van de activiteiten

De groei van onze omzet was vrij evenwichtig verdeeld over de verschillende productlijnen. De penetratie van breedbandinternet in Vlaanderen oversteeg voor alle aanbieders samen de 70%. De markt voor vaste telefonie kende een grotere expansie dan tijdens de voorgaande jaren. De klanten vragen nog steeds naar vastetelefoniediensten, maar dan wel aan een lagere prijs dan bij de traditionele operator. iDTV kende een zeer hoge penetratiegraad, zowel bij Telenet als voor de markt in zijn geheel.

De positionering en verbetering van onze *Shakes+* hebben de conversie naar triple play zeker gestimuleerd. De digitalisering heeft bovendien gezorgd voor tal van single play tv-abonnees. De omschakeling van onze klanten naar een meervoudig abonnement is een sleutelfactor in de stijging van de gemiddelde opbrengst per klant. Conform met onze prognoses hebben we getoond dat we onze klanten kunnen overtuigen om zich op meerdere diensten te abonneren. Met een dienstenbundel bespaart de klant op de kosten van de individuele producten. Triple play betekent dan ook een win-win voor de klanten en voor Telenet zelf. Aan het einde van het jaar was het aantal klanten dat op twee of meerdere producten geabonneerd was, gestegen met 7%, van 45% tot 52%.

Onze mobiele diensten vormen duidelijk een serie nieuwe producten die de verdere groei nu reeds ondersteunen. We verwachten ook groei door investeringen in nieuwe activiteiten zoals GUNK tv.

Bij Telenet Solutions kwam de grootste groei van onze IP-gebaseerde producten over ons glasvezel- en coaxnetwerk. Producten zoals IP-VPN werden goed onthaald door onze klanten. Meer dan ooit hebben onze professionele klanten een sterke nadruk gelegd op het belang van dagelijkse dienstverlening door onze teams en de werking van ons netwerk. De klantentevredenheid bleef het hele jaar door op een nooit geziene hoogte.





De markt voor professionele diensten is een segment dat nog steeds gedomineerd wordt door de historische operator. Wij hebben onze strategie echter zorgvuldig uitgebouwd en potentiële klanten met aandacht geselecteerd.

Groei van de vrije kasstroom

De ultieme maatstaf voor onze financiële prestaties is de evolutie van onze vrije kasstroom. Deze geeft een duidelijke indicatie van het gecombineerde effect van onze omzetgroei, de beheersing van onze uitgaven, onze financiële kosten gerelateerd aan onze schuldgraad en onze investeringen.

De eigenlijke groei in 2009 is eerst en vooral te danken aan de toenemende bedrijfsopbrengsten. Strikte programma's om de kosten te beheersen en ongewenste of inefficiënte uitgaven te reduceren, waren een tweede positieve factor voor onze operationele leverage. We hebben een organisatiestructuur op touw gezet die draait rond onze kernactiviteiten. Dit alles laat ons toe om te werken vanuit een dubbele focus: zowel per productlijn, om het succes van onze producten in de markt te meten, als per proces, om onze efficiëntie inzake klantentevredenheid te kunnen evalueren.

Onze investeringen hebben de groei van het klantenbestand ruimschoots kunnen opvangen. De sterke groei van het aantal abonnees heeft wellicht gewogen op de vrije kasstroom op korte termijn, maar heeft zeker ook het potentieel op langere termijn gunstig beïnvloed.

Door een continue herschikking van onze portefeuille van rente-indekkingsinstrumenten konden we onze interestlasten verder optimaliseren.

Andere activiteiten

Hostbasket, dat actief is in remote storage en hosting, heeft een zeer succesvol jaar gekend, zowel qua opbrengst als qua EBITDA groei. We zijn ervan overtuigd dat deze diensten zowel op korte als langere termijn een ideale combinatie vormen met ons particulier en professioneel aanbod.

Onze onlinediensten zijn er financieel sterk op vooruit gegaan. Het aantal unieke klanten dat dagelijks onze sites bezoekt, was eind 2009 met meer dan 25% gestegen in vergelijking met 2008. Vooral onze zogenaamde *User Generated Content* site Garage TV scoorde goed. Ons nieuwsportal, dat verzorgd wordt in samenwerking met de Concentra groep, heeft een bijzonder succesvol jaar achter de rug, met onder andere de lancering van het iPhone-platform.

T.Vgas is een jong ambitieus bedrijf dat ontstond uit een samenwerkingsakkoord tussen het succesvolle productiehuis Vgas en Telenet. De onderneming werd gestart op 1 januari 2009. Als 100% dochteronderneming van Telenet heeft T.Vgas de opdracht om zijn media te rentabiliseren door de brug te vormen tussen adverteerders en hun doelgroep van jongvolwassenen. Om dit doel te bereiken zet T.Vgas cross-mediale producten in met focus op jongvolwassenen en wat er leeft in hun generatie.

Schuldheroschikking

Tegen de achtergrond van een onzekere financiële markt besliste Telenet op vrijwillige basis om de looptijd van zijn uitstaande leningen te herschikken. De vervaldatum werd verlengd met gemiddeld twee jaar.

Belangrijke investeringsprogramma's

Nieuwe televisiediensten

De vraag naar High Definition settopboxes heeft ertoe geleid dat meer dan 50% van onze klanten tv kijken in HD. In de loop van 2009 werden tal van nieuwe HD-kanalen toegevoegd. Telenet heeft heel wat middelen gependend om nieuwe producten en diensten te ontwikkelen die in 2010 worden aangeboden. Een nieuwe grafische interface voor onze digitale tv-klanten zal tv-kijken nog comfortabel maken. De optie om de digicorder te bedienen via het internet zal onze klanten toelaten om hun tv vanop afstand te programmeren. Inhoudelijk wordt het aanbod van "Films op aanvraag" uitgebreid met meerdere titels.

Full MVNO

Telenet is zich om verschillende redenen gaan focussen op mobiele diensten. De belangrijkste reden hiervoor is, dat Telenet de evolutie van zijn klanten mee wil volgen. De komst van toestellen voor meervoudige toepassingen, zoals bijvoorbeeld de combinatie van internet en spraak, zal onze klanten mobieler maken. Er is een sterke trend om de verkoop van vaste en mobiele telefonie te combineren, met een variabele graad van integratie. Zowat al onze klanten beschikken vandaag over mobiele telefonie van andere aanbieders. Om te vermijden dat onze klanten afhankelijk zijn van concurrerende operatoren, heeft Telenet besloten om zelf mobiele telefonie te gaan aanbieden.

Sinds 2006 heeft Telenet een Mobile Virtual Network Operator (MVNO) overeenkomst met een externe Mobile Network Operator (MNO). Het heeft Telenet toegelaten om mobiel spraak- en dataverkeer aan zijn klanten aan te bieden en te ondersteunen.

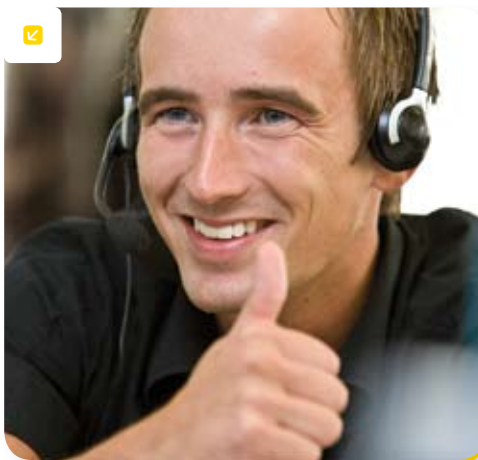
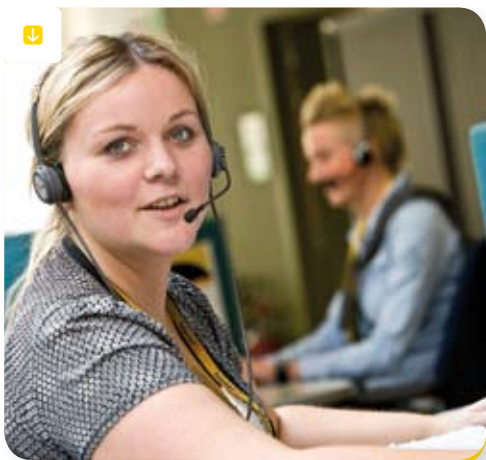
Begin 2009 sloot Telenet een bijkomende overeenkomst met Mobistar om te evolueren naar een Full MVNO. Dit betekent dat Telenet zal beschikken over een eigen mobile switching centre.

De verwachtingen rond de integratie van vaste en mobiele telefonie, de vereiste flexibiliteit in de ontwikkeling van diensten en prijszetting zowel als de klantenbinding waren stimulerende factoren voor deze strategie. We verwachten dat het platform volledig operationeel zal zijn tegen het derde kwartaal van dit jaar.

Netwerk

Het hybride glasvezel- en coaxnetwerk is een belangrijke bouwsteen van ons businessmodel. We hebben het Mach 3-project voltooid. Er werd zo'n 130-150 Mhz extra bandbreedte vrijgemaakt voor video- en IP-diensten. De beschikbare capaciteit werd reeds nuttig besteed voor bijkomende tv-kanalen en internetbandbreedte of -volume. We hebben het netwerk klaargestoomd voor de internetsnelheden van EuroDOCSIS 3.0, die ook al zijn opgenomen in ons aanbod van FiberNet-producten. We hebben vooruitgang gemaakt met het opsplitsen van onze netwerk-nodes in kleinere groepen van 500 huizen in plaats van de huidige 1.400. Het zal de snelheid en de betrouwbaarheid van onze diensten nog verder verbeteren.





Contactcentra

De tevredenheidspercentages over de contactcentra die we in eigen beheer hebben evenals de betere mogelijkheden om call optimalisatie te organiseren, heeft Telenet doen besluiten dat het de eigen capaciteit wil optrekken van minder dan 30% tot ongeveer 70%. We menen dat dit mogelijk is tegen een marginale supplementaire kost. Om de beste talenten op de arbeidsmarkt te kunnen aantrekken, werd gekozen voor drie gedecentraliseerde contactcentra.

IT & engineering

Om onze groei te ondersteunen, heeft Telenet een nieuwe IT-architectuur ontwikkeld. Tijdens het voorbije jaar werd de facturatiemodule vervangen. Wij zullen onze volledige IT-infrastructuur verder optimaliseren, wat het voor ons eenvoudiger moet maken om de komende twee jaar tegemoet te zien.

Op het vlak van engineering werden aanzienlijke inspanningen gedaan om de verschillende productplatformen te upgraden en te verbeteren.

Overname BelCompany

Aan het einde van de zomer 2009 rondde Telenet de overname af van BelCompany. BelCompany is een keten van zo'n 55 winkelpunten die vandaag mobiele en vastetelefoniediensten aanbieden. Ook na de overname ging BelCompany door met de verkoop van producten van concurrenten. BelCompany bood Telenet de hoognodige toegang tot een distributiekanaal voor mobiele diensten. BelCompany heeft de verdeling van onze mobiele producten gestimuleerd en de groei van onze vaste telefonie mee ondersteund.

Public Affairs

Telenet heeft actief samengewerkt met verscheidene overheidsinstellingen. We zijn ervan overtuigd dat Telenet een goede professionele relatie onderhoudt met de regionale en federale overheid. Telenet wordt door de overheid beschouwd als een betrouwbare gesprekspartner wanneer het aankomt op het stellen van prioriteiten in de breedband- en media-industrie.

Telenet Foundation

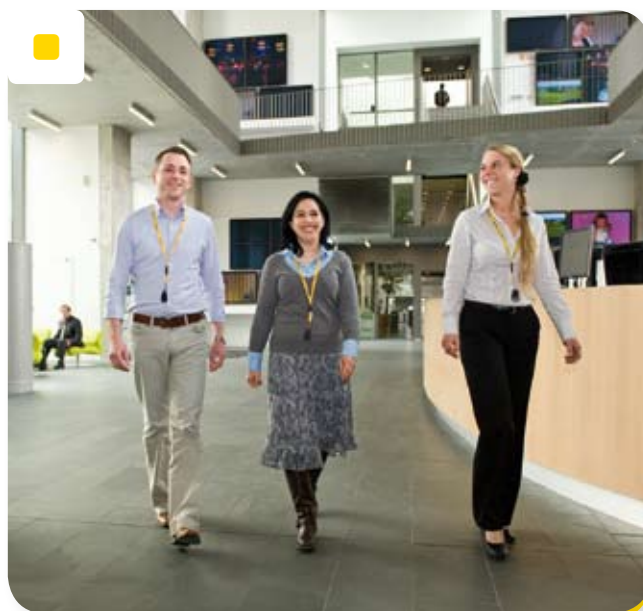
Telenet Foundation, een onafhankelijke stichting die gesteund wordt door Telenet, wil alle kinderen op de digitale snelweg krijgen in het bijzonder diegenen waarvoor deze stap niet evident is. In vier projectoproepen werd in evenveel jaren tijd al 1 miljoen euro besteed aan het ondersteunen van een 70-tal projecten (zie verder in het hoofdstuk *Duurzaam ondernemen*).

Ons groene programma

Telenet heeft een uitgebreid programma opgestart voor de reductie van de CO₂-uitstoot. De eigenlijke voetafdruk van Telenet zelf werd tijdens de voorbije twee jaar met 47% gereduceerd. De nieuwe generatie settopboxen zal door zijn nieuwe chip veel minder energie verbruiken. Elk departement binnen Telenet heeft trouwens een eigen groen plan uitgewerkt en geïmplementeerd (zie hoofdstuk *Duurzaam ondernemen*).

Personeelsbeleid

Het personeelsbeleid van Telenet is de voorbije jaren uitgegroeid van een louter administratief personeelsbeheer tot een dynamische vorm van interne dienstverlening en een extern uithangbord voor Telenet. De typische bedrijfscultuur van Telenet wordt actief gecultiveerd en heeft in 2009 geleid tot een verdere optimalisering van een aantal meetbare parameters van het personeelsbeleid (zie verder in het hoofdstuk *Personeelsbeleid*).





03



Bedrijfscultuur



— 3.1 Personeelsbeleid



— 3.2 Kwaliteit



— 3.3 Duurzaam ondernemen





3.1 Personeelsbeleid



Telenet heeft sinds zijn ontstaan een exponentiële groei doorgemaakt. De snelle toename van het aantal personeelsleden vereiste de voorbije jaren een grondige professionalisering van de HR-benadering. Het personeelsbeleid is inmiddels uitgegroeid van een vrij administratief georiënteerd personeelsbeheer tot een uitgebreide interne dienstverlening. Zowel qua structuur als qua aanpak speelt het een actieve rol in de ontwikkeling van de vennootschap.

De HR-functie steunt voor een stuk op de klassieke pijlers van elk personeelsbeleid, waaronder aanwerving en vorming. Deze traditionele aspecten worden aangevuld met een aantal verrassende initiatieven die eigen zijn aan het bedrijf, en die het dynamisch karakter van Telenet ook in het personeelsbeleid tot uiting brengen.

Aanwerving

Studies wijzen uit dat Telenet bij het grotere publiek vooral bekend staat als merk, en minder als potentiële werkgever. De voorbije maanden werden dan ook tal van initiatieven genomen om de carrièremogelijkheden binnen de groep extra in de verf te zetten. Met al de inspanningen rond *employer branding*, waarmee Telenet zich o.a. richt tot de groep van hogeschoolde technici, informatici en ingenieurs, kwamen de leidende positie van het bedrijf in de toegepaste technologie, de interne groeimogelijkheden en maatschappelijke rol als organisatie centraal te staan. Uniek is dat de bestaande



medewerkers via het *Refer a Friend*-programma proactief kunnen bijdragen tot de aanwervingsinspanningen van Telenet, wat een stimulerende factor is voor wederzijdse betrokkenheid en motivatie. In 2009 vloeiden zowat 15% van alle aanwervingen rechtstreeks voort uit het referral-programma. De bedoeling is om dit percentage in de toekomst verder op te trekken.

Opleiding

Het opleidingsprogramma van Telenet omvat een brede waaier aan interne en externe opleidingen, die in 2009 nog verder werd uitgebreid. Op basis van een grondige interne bevraging werd een nieuwe opleidingsmatrix uitgewerkt. In functie van de doelgroep en thema's als management skills, people management, klantgerichtheid, enz. worden via het opleidingsportaal van het intranet tal van opleidingsmogelijkheden aangeboden. Minstens even belangrijk als het opleidingsprogramma is het ontwikkelingsplan, dat bijvoorbeeld voorziet in de mogelijkheid van jobrotatie. In 2009 kende Telenet meer dan 100 interne verschuivingen tussen de verschillende departementen, wat het actieve karakter van de vennootschap en het HR-beleid duidelijk illustreert. Uniek is, dat de mogelijkheden op jobrotatie worden doorgetrokken naar functies bij de referentieaandeelhouder Liberty Global International.



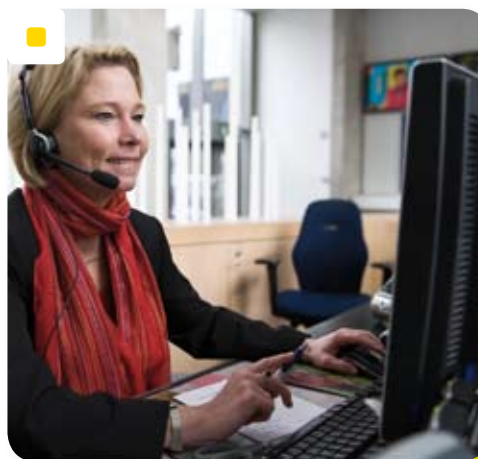


Change to improve

Care to grow

Cooperate in trust

Passion to deliver



Performance management

De opvolging van de dagelijkse prestaties is ingebouwd in het functie-evaluatiesysteem, dat zowel in jaarlijkse doelstellingen als in een degelijke beoordeling van de behaalde resultaten voorziet. Er wordt veel aandacht besteed aan tussentijdse terugkoppeling, wat een actievere coaching toelaat. Bovendien krijgen de medewerkers de mogelijkheid om feedback te geven over de begeleiding door hun leidinggevenden. Het bonussysteem dat aan de evaluatie is gekoppeld, wordt echter ook beïnvloed door andere factoren, waaronder de prestaties van Telenet inzake klantentevredenheid.

Telenet, een bedrijf van en voor mensen

Als werkgever is Telenet even dynamisch als in zijn expansie. Medewerkers krijgen volop uitdagingen, ontplooiings- en opleidingsmogelijkheden en er heerst een stimulerend jonge, dynamische sfeer op de werkvloer. Interne promotie wordt hoog in het vaandel gedragen en gestimuleerd door het grote aantal functies op vele niveaus in diverse domeinen. Mensen grijpen hun carrièrekansen ook aan, en zeker één op drie groeit door. De belangrijkste factoren voor succes zijn proactiviteit, team spirit, integriteit, toewijding en klantgerichtheid. Kwaliteiten die een optimale klantentevredenheid garanderen, op elk niveau.

// Evolutie personeelsbezetting

JAARTAL	PERSENEELSLEDEN*
2007	1.687
2008	1.716
2009	1.817

* de berekening van het aantal personeelsleden is gebaseerd op het aantal vast tewerkgestelde personen, ongeacht de aard van het arbeidscontract. Daarnaast biedt Telenet nog werkgelegenheid aan ongeveer 1.000 externe medewerkers, die zowel actief zijn in de contactcentra als in andere dienstverlenende functies.

// Opsplitsing personeel per geslacht

AARD VAN DE FUNCTIE	MAN	VROUW
Totale groep	65%	35%
Leidinggevenden	73%	27%

// Gemiddelde leeftijd in jaren

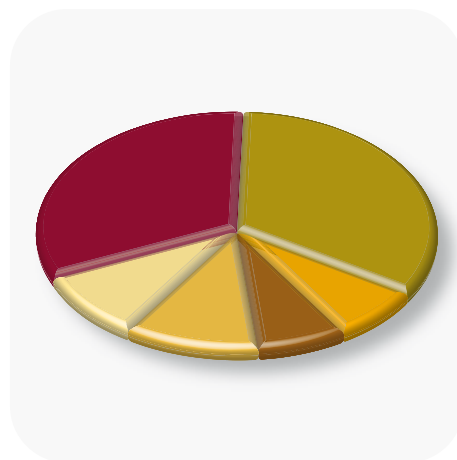
ALGEMEEN	MAN	VROUW
37,9 [*]	39,4	34,9

* Dit betekent een lichte daling t.o.v. 2008.

Opsplitsing per competentiedomein

Als technologisch bedrijf hecht Telenet natuurlijk veel belang aan een optimale invulling van de technische profielen binnen het bedrijf. Telenet heeft echter nog veel meer te bieden. Het personeelsbestand wordt aangevuld met functies uit tal van andere competentiedomeinen. In onderstaande tabel valt op, dat de doorgedreven inspanningen inzake klantenservice en -tevredenheid zich vertalen in een hoge bezetting van de contactcentra, een dienst die door Telenet trouwens opnieuw meer in eigen handen wordt genomen.

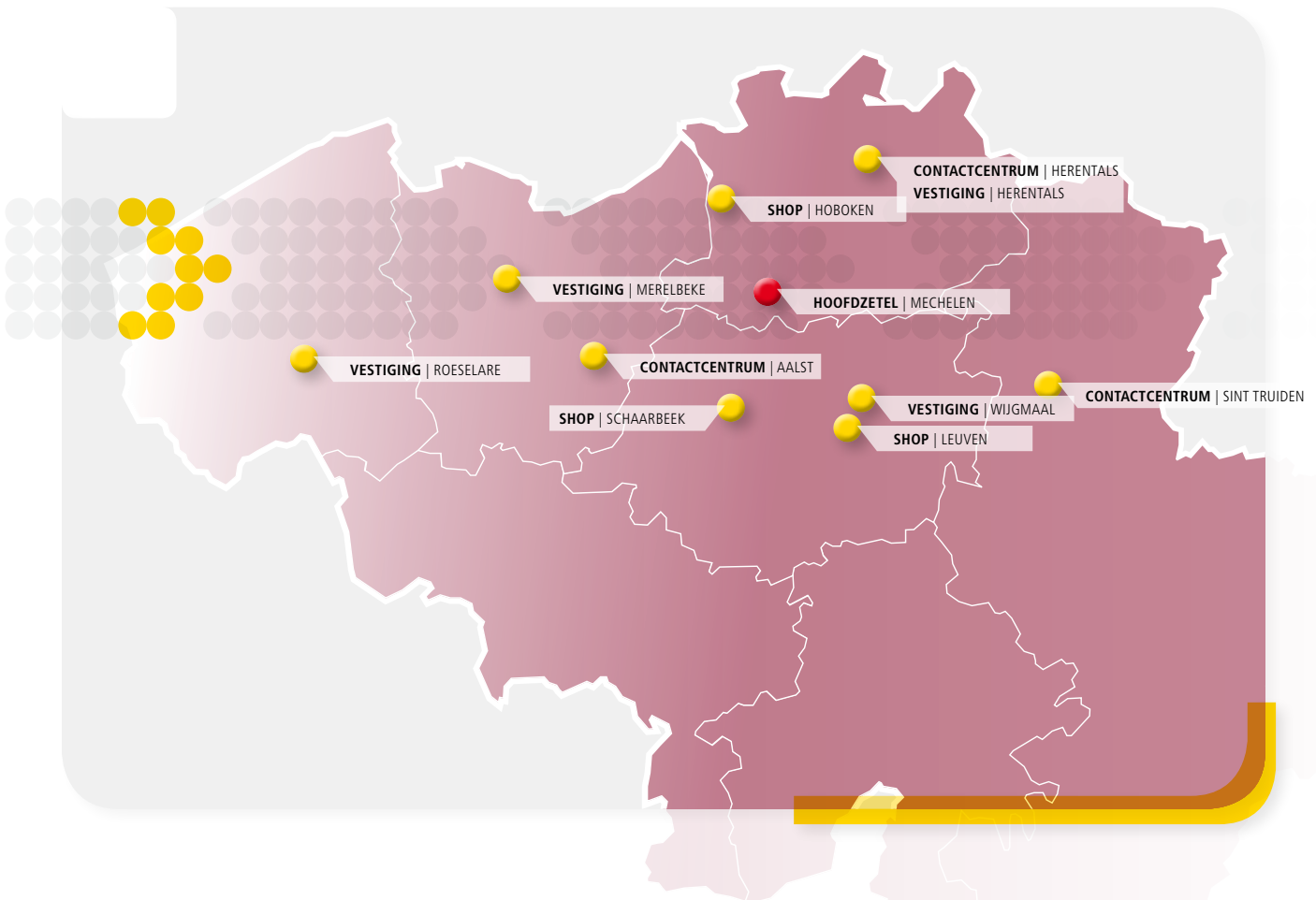
→ // Opsplitsing per competentiedomein



- Engineering & technische profielen
- Contactcentrum
- Sales & Marketing
- Staff & Administration
- B2B
- IT



Geografische verspreiding



**Telenet werft
nog dit jaar
40 extra
medewerkers
aan.
En uw bedrijf?**

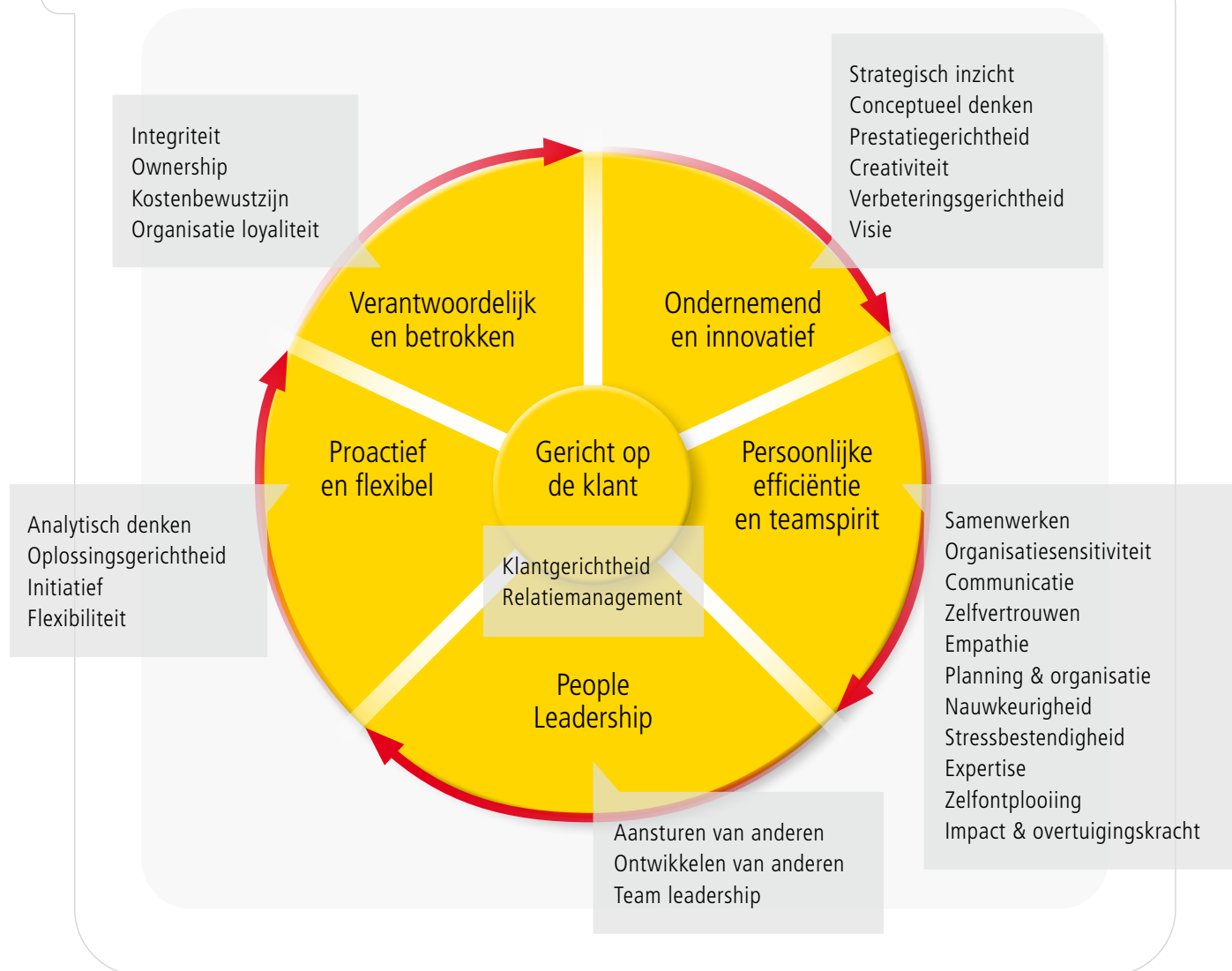


De Jobat Challenge is een uitdaging die wordt gegeven aan alle bedrijven die willen groeien. Het doel is om 40 extra medewerkers aan te werven in de komende 12 maanden. Dit is een uitdaging die niet alleen voor bedrijven is, maar ook voor werknemers. Het is een kans om te laten zien dat je bedrijf klaar is voor de toekomst. Het is een kans om te laten zien dat je bedrijf klaar is voor de toekomst. Het is een kans om te laten zien dat je bedrijf klaar is voor de toekomst.



Eind 2009 ging Telenet de Jobat Challenge aan voor de aanwerving van 40 extra personeelsleden voor zijn regionale contactcentra in de korte tijdspanne tussen begin november en de kerstvakantie. Met het succesvol afronden van deze uitdaging leverde Telenet het bewijs dat het ook in tijden van crisis voldoende groei vertoonde om tot bijkomende aanwervingen over te gaan.

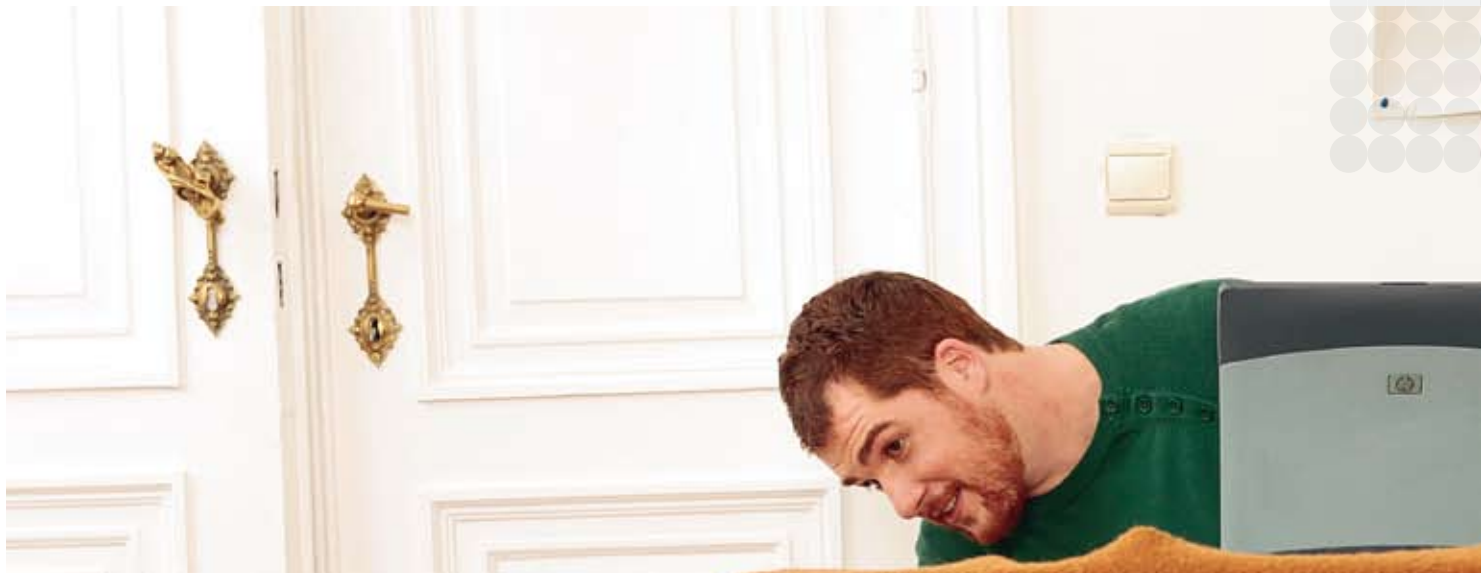
➔ // De 30 Telenet competenties



Het Telenet leadership model

Telenet heeft via doorgedreven onderzoek dertig kerncompetenties gedistilleerd die voor de medewerkers van het bedrijf van belang zijn. De dertig competenties kunnen op hun beurt gegroepeerd worden rond zes competentieclusters, zoals verduidelijkt wordt in onderstaand schema.

Het competentiemodel zal een centrale rol vervullen in het aanwervingsbeleid van Telenet en zal ook als basis dienen in de performance management cyclus. Ook het opleidings- en ontwikkelingsbeleid zal afgestemd worden op deze Telenet competenties.



3.2 Kwaliteit



→ // Bonusstructuur kaderleden



Focus op klanttevredenheid

Kwaliteit is een populair begrip, waarmee tal van bedrijven zich wensen te differentiëren van de concurrentie. Tegelijk is kwaliteit vaak een abstract gegeven, dat moeilijk meetbaar is.

Telenet heeft de kwaliteit van zijn producten en diensten tot een van de belangrijkste strategische aandachtspunten gemaakt om de toekomstige ontwikkeling van het bedrijf te verzekeren.

De kwaliteitservaring, ongeacht het feit of ze op technische aspecten, inhoudelijk aanbod, prijszetting, dienstverlening of andere aspecten van toepassing is, wordt meetbaar gemaakt via de klanttevredenheid. Sinds 2008 lopen allerlei nieuwe programma's om de klanttevredenheid in kaart te brengen en verder te verbeteren.

Vanuit de marketingafdeling wordt in samenwerking met externe specialisten een maandelijks overzicht gemaakt van de tevredenheidspercentages. Dit onderzoek wordt aangevuld met de bevraging van klanten bij wie een herstelling werd uitgevoerd en van abonnees die hulp inriepen via een van de Telenet contactcentra. De informatie die uit al deze bevragingen terugvloeit, wordt uitgedrukt in het klanttevredenheidspercentage. Telenet legt de lat voor zichzelf zeer hoog, en streeft een klanttevredenheid na van meer dan 90%.



// Klantenbrevet

Telenet draagt de kwaliteit van zijn producten en dienstverlening zeer hoog in het vaandel. Dat deze filosofie niet beperkt blijft tot een aantal communicatie-inspanningen, maar ook is ingebed in de dagelijkse bedrijfsvoering, wordt binnen het HR-beleid gestaafd door het Klantenbrevet. Om dit programma met succes af te ronden, krijgen alle medewerkers de opdracht om gedurende een vastgestelde periode intensief kennis te maken met een bedrijfsfunctie die een rechtstreeks contact met de klant vereist. Op die manier krijgt het abstracte concept van 'klanttevredenheid' voor alle medewerkers concreet gestalte.

Om het idee van klanttevredenheid in de hele organisatie te laten doordringen, loopt vanuit het departement Personeelsbeleid een programma voor het behalen van het klantenbrevet. Specifiek voor de contactcentra werd in 2009 het Compass-project doorgevoerd, om de kwaliteit van de klantenbenadering door medewerkers van de centra nog verder te verbeteren. Telenet heeft er op basis van de gemeten resultaten trouwens voor geopteerd om bepaalde diensten die vandaag door externe centra worden verzorgd, opnieuw binnenshuis te nemen.

Dat het Telenet menens is met de kwaliteit van zijn dienstverlening, wordt duidelijk geïllustreerd door de integratie van klanttevredenheid als meetbare parameter in het bonussysteem. Van het globale bedrag aan potentiële bonussen dat door Telenet aan zijn kaderleden wordt uitgekeerd, is 40% rechtstreeks afhankelijk van de prestaties van het bedrijf inzake klanttevredenheid.





3.3 Duurzaam ondernemen



Sinds het ontstaan van Telenet in 1996 kende het bedrijf een opmerkelijke groei, die zich niet alleen vertaald heeft in een uitbreiding van de operationele activiteiten, maar ook in de bredere impact van het bedrijf op de leefomgeving en de maatschappij. Telenet gaat ervan uit dat de eigen ontwikkeling ook grotere verantwoordelijkheden met zich meebrengt, in het bijzonder op het vlak van duurzaam ondernemen. Het beseft dat elke onderneming een grote maatschappelijke rol kan spelen, vindt zijn weg in twee duidelijke richtingen. Telenet wil enerzijds zijn ecologische impact minimaliseren, en anderzijds zijn sociale rol als maatschappelijk verantwoorde onderneming verder ontwikkelen.



Ecologische voetafdruk verlaagd

Het verder beperken van de ecologische voetafdruk is voor een groeiend bedrijf als Telenet een hele uitdaging. Het thema is echter stevig ingebed in de bedrijfsfilosofie en leidde in het verleden al tot concrete projecten rond ecologische thema's. Zo gebruikt Telenet sinds 2008 voor 100% groene energie.

In september 2009 lanceerde Telenet het *Samen Groen*-plan, dat in nauwe samenwerking loopt met hoofdaandeelhouder Liberty Global. Een van de belangrijkste doelstellingen van het programma is de globale CO₂-uitstoot van het bedrijf aanzienlijk terug te dringen. Telenet wil dit onder andere realiseren door medewerkers via interne kanalen voortdurend bewust te maken van hun eigen mogelijkheden inzake ecologie, zowel thuis als op het werk.

In de loop van 2009 hebben de onafgebroken bewustmakingscampagnes geleid tot een opmerkelijke hoeveelheid concrete initiatieven en inspirerende acties, die gebundeld werden rond verschillende thema's zoals energieverbruik, mobiliteit, efficiëntie van het netwerk, beheer van de lokalen en gebouwen, enz. Telenet verwacht met al deze acties tegen midden 2010 een vermindering van 6.000 ton CO₂-uitstoot te realiseren, ook bij de klanten thuis.

Behalve de eigen medewerkers wil Telenet ook externe partijen betrekken bij zijn ecologische initiatieven. Op technisch vlak hebben een aantal moderniseringsprogramma's, waaronder de vervanging van verouderde modems en andere apparatuur, geleid tot een belangrijke daling van het energieverbruik bij de klanten. In een volgende stap worden ook de toeleveranciers actief betrokken bij de inspanningen die Telenet levert inzake milieuzorg.

Telenet wil zich op ecologisch vlak niet beperken tot het nastreven van de wettelijke reglementeringen, maar wil in zijn milieubewuste aanpak op proactieve wijze nog veel verder gaan.





// Een greep uit de ecologische realisaties van 2009 en 2010.



Mobiliteit:

- de 'Slimweg'-mobiliteitsstudie voor Telenet-medewerkers
- het aanmoedigen van carpoolen
- het beschikbaar stellen van 50 fietsen aan het treinstation van Mechelen Centraal
- het gebruik van nieuwe technische wagens met een lagere uitstoot
- eco-wagenbeleid

Energie:

- het gebruik van 100% groene stroom sinds 2008
- het 'switch off'-programma om energieverstopping te voorkomen
- de installatie van zonnepanelen op het hoofdgebouw in Mechelen
- het kortingprogramma voor medewerkers die thuis zonnepanelen laten plaatsen
- de nieuwe technologie om settopboxen met harde schijf automatisch uit te schakelen wanneer deze langere tijd in standby blijven
- de studies voor de ontwikkeling van energiezuinige adapters



Technologisch:

- de installatie van energiezuinige IP-routers
- de vervanging van 120.000 verouderde modems door energievriendelijke types
- de vervanging van de oude apparatuur voor het analoge tv-aanbod
- de installatie van efficiënte koelsystemen en energiezuinige servers in de datacenters

Afvalpreventie:

- minder pagina's, groenere verpakking van het PRIME & Digital TV magazine
- het aantal clicks (dat zijn prints, faxen, scans en kopieën samen) 3,2 miljoen minder sinds 2006
- het gebruik van 100% FSC papier
- de recycling van settopboxen
- de uitbreiding van de elektronische facturatie

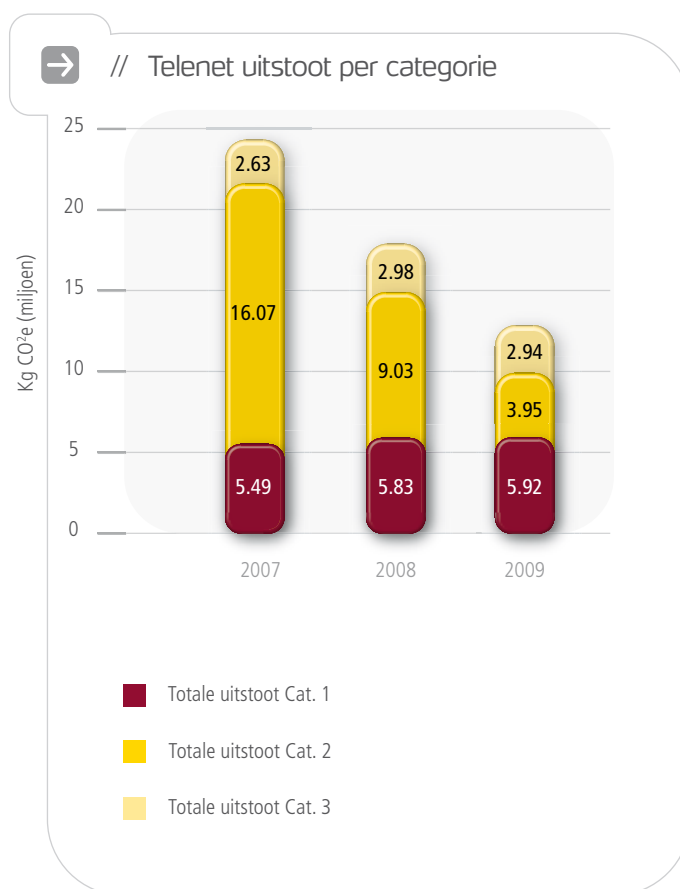


Onze CO₂-voetafdruk toegelicht

Bij Telenet catalogeren we onze voetafdruk in drie hoofdcategorieën, in navolging van het World Business Council for Sustainable Development Greenhouse Gas Protocol.

- Categorie 1 of directe energiebronnen zoals brandstoffen (gas, diesel, stookolie, enz.)
- Categorie 2 of indirecte energiebronnen zoals elektriciteit
- Categorie 3 of andere energiebronnen zoals zakenreizen of woon-werkverkeer

In 2009 haalden we in categorie 1 en 2 een gezamenlijke CO₂-uitstoot van 9.888 ton. Wanneer we ook categorie 3 meetellen, halen we een CO₂-uitstoot van 12.832 ton. De totale CO₂-uitstoot van Telenet daalde met 47% in vergelijking met 2007.

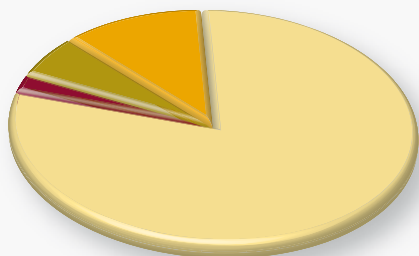


Wanneer we onze CO₂-prestaties in verhouding brengen tot onze opbrengsten, dan komen we op 0,01 kg/€, in vergelijking met 0,02 kg/€ in 2007.



// Totale bijdrage voor 2009

(Met inbegrip van cash, tijdsbesteding, giften in natura en managementkosten)



- Cash 79,8%
- Vrijwillige prestaties personeel 2,5%
- Bijdrage in natura 6,1%
- Managementkost 11,6%

Sociale rol van de onderneming

Telenet Foundation helpt de digitale kloof te dichten

Als telecommunicatiebedrijf speelt Telenet een belangrijke rol in de ontwikkeling van de digitale samenleving. Tegelijk beseft Telenet dat wie door omstandigheden niet meekan met deze digitalisering, zijn persoonlijke ontwikkelingsmogelijkheden voor een groot deel gehypothekeerd ziet.

Telenet Foundation, een onafhankelijke stichting die gesteund wordt door Telenet, wil alle kinderen op de digitale snelweg krijgen. In vier projectoproepen werd in evenveel jaren tijd al 1 miljoen euro besteed aan het ondersteunen van een 70-tal projecten.

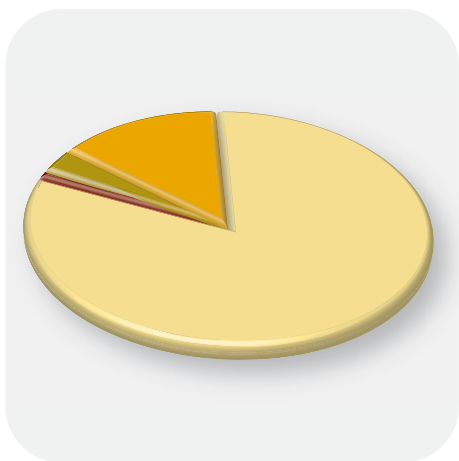
Onder het motto *Iedereen klikt mee* wil Telenet Foundation de hedendaagse informatie- en communicatietechnologie beter bereikbaar maken. Zowat 30.000 jongeren kregen inmiddels de gelegenheid om tijdens de diverse programma's vertrouwd te raken met de digitale technologie.

Uit onderzoek van de gesteunde projecten blijkt dat:

- 8 op de 10 projecten niet bestonden voor zij steun kregen van Telenet Foundation
- 8 op de 10 projecten verder kunnen zonder steun van Telenet Foundation

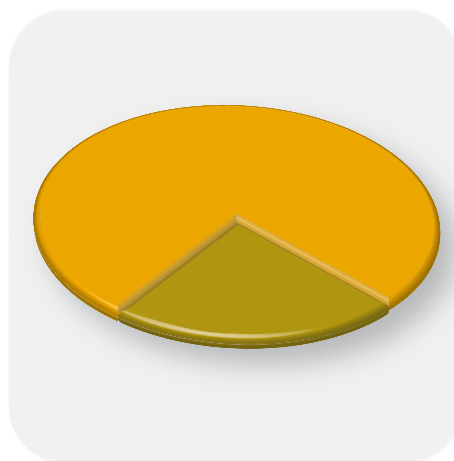
Telenet maakt gebruik van het LBG-model (London Benchmarking Group) om zijn steun aan sociale organisaties en goede doelen in kaart te brengen. Het LBG-model laat toe om de sociale betrokkenheid van een vennootschap op een gestandaardiseerde manier te berekenen en te beheren.

→ // Bijdragen per thema



- Opvoeding en jongeren 81,9%
- Milieu 1,3%
- Noodhulp 3,3%
- Sociale welvaart 13,4%

→ // De reden waarom we bijdragen



- Investerings in de leefgemeenschap 76,5%
- Giften voor het goede doel 23,5%



My Zone by Telenet

Op sociaal vlak steunt Telenet tal van goede doelen. Eén van de grotere initiatieven is het *My Zone*-project, dat zich richt naar kinderen die in het ziekenhuis verblijven. Via laptop, webcam en een internetverbinding worden actieve chat-sessies mogelijk gemaakt met de Cliniclows. Het project liep in 2009 in zeven ziekenhuizen. In 2010 zal het platform verder worden uitgebreid door de integratie van minstens twee nieuwe ziekenhuizen.

PC Solidarity

In 2009 ging Telenet Foundation een partnership aan met PC Solidarity, dat informaticamateriaal van bedrijven opkapt en ter beschikking stelt van sociale instanties. Telenet Foundation droeg bij met de schenking van 250 pc-toestellen, die onder verscheidene Belgische non-profitorganisaties werden verdeeld.



Bonjour Afrique

Een opmerkelijk project in het kader van ontwikkelingshulp is *Bonjour Afrique*, waarmee een groep van Telenet-medewerkers een aantal initiatieven ontwikkelt in Senegal. Concrete realisaties waren de bouw van een school in Medina Gounass (Dakar), het opzetten van een centrum voor pc- en educatieve opleidingen en een project voor het winnen van honing in Sindhia.

Naast de bovenvermelde projecten steunt Telenet jaarlijks nog tientallen andere initiatieven. Het is inherent aan de filosofie van Telenet om in alle sponsoringprojecten het goede doel centraal te stellen. Op die manier wil het bedrijf zijn maatschappelijke rol waarmaken en zijn verantwoordelijkheid als verantwoorde burger met veel enthousiasme opnemen.





// Een greep uit de goede doelen die in 2009 werden gerealiseerd of gesteund.

- Telenet Foundation
- PC 2nd Life
- My Zone
- Make-a-Wish
- Bonjour Afrique
- Vluchthuis Mechelen
- Cliniclowns
- United World Colleges
- Haiti Lavi
- ...





04



Activiteiten



— 4.1 Breedbandinternet



— 4.2 Telefonie



— 4.3 Televisie



— 4.4 Een klantgericht aanbod





4.1 Breedbandinternet



Supersnelle toegang tot het web

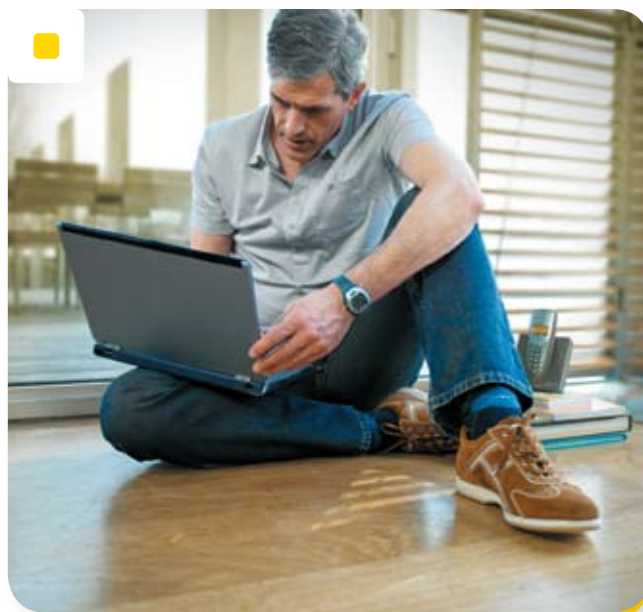
Breedbandinternet behoort tot de eerste operationele activiteiten die door Telenet werden ontwikkeld. Door het glasvezelnetwerk en de coaxverbindingen kon Telenet van bij de start internetverbindingen aanbieden die de snelste waren op de markt. Om aan de verwachtingen van een hedendaags en dynamisch cliënteel tegemoet te komen, werden de snelheden en de volumes in de loop van de voorbije jaren nog voortdurend opgedreven. Telenet is er daardoor in geslaagd om zijn leidinggevende positie op dit vlak steeds verder te versterken. Door de inspanningen van Telenet behoort België vandaag tot één van de mondiale leiders inzake internetverbindingssnelheid.

Aanverwante diensten

Telenet biedt niet enkel een supersnelle toegang tot het web, maar ook aanverwante diensten zoals hosting, antispam- en antivirusbescherming. Door middel van een sensibilisering van de ouders wil Telenet meehelpen om de veiligheid van kinderen op het internet te verzekeren.

Oplossingen voor bedrijven

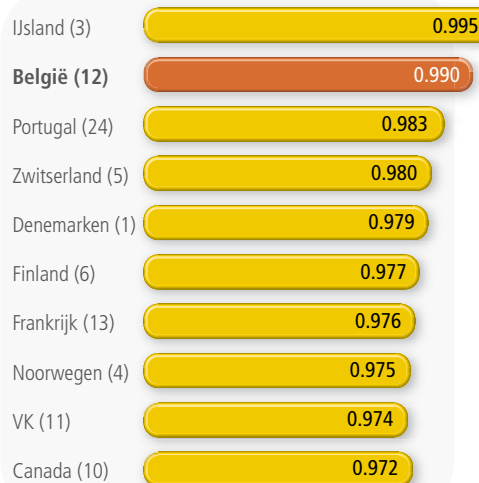
Specifiek voor bedrijven biedt Telenet internet- en dataproducten over verschillende dragers (coax, DSL en glasvezel). Het aanbod is afgestemd op de noden van deze sector en biedt een complete oplossing voor zowel internetconnectiviteit als het opzetten van beveiligde netwerken voor bedrijven met meerdere vestigingen.

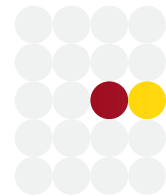


Breedbandpenetratie

De kwaliteit van het breedbandaanbod in België heeft de penetratie van dit product aanzienlijk bevorderd. In de Broadband Efficiency Index (BEI), die de theoretisch verwachte penetratie per land vergelijkt met de reële resultaten, scoort België zeer hoog.

→ // Broadband Efficiency Index





Ontwikkelingen in 2009

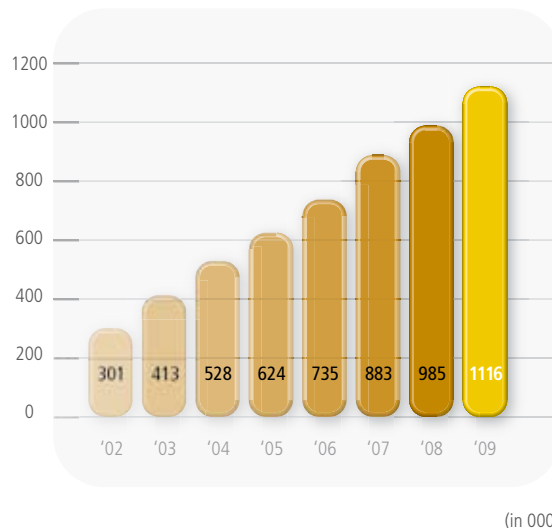
Sterkste aangroei nieuwe klanten in jaren

2009 was een schitterend jaar voor breedbandinternet, met een nooit geziene nettostijging van het aantal abonnees sinds de lancering van snel internet in 1996. In 2009 kwamen er netto 131.000 nieuwe breedbandabonnees bij, wat 28% meer groei vertegenwoordigt dan in 2008. De sterke groei was zowel te danken aan een hogere verkoop als aan een daling in het aantal opzeggingen. Alleen al in het laatste kwartaal kwamen er netto 31.000 abonnees bij. Telenet sloot het jaar af met 1.116.000 breedbandinternetabonnees, 13% meer dan eind 2008.

De penetratie van breedband (als % van het aantal aangesloten huizen) breidde verder uit van 35,6% aan het einde van 2008 naar 39,9% aan het einde van 2009. Telenet is ervan overtuigd dat de sterke groei van het aantal breedbandklanten het gevolg is van verscheidene factoren, waaronder:

- het leiderschap van het product en de hogere snelheid t.o.v. concurrerende technologieën;
- de betrouwbaarheid van het netwerk;
- aantrekkelijke prijsstructuren, omdat de internet-component in de dienstenbundels betere internetspecificaties biedt dan afzonderlijke internetproducten.

→ // Breedbandinternetklanten

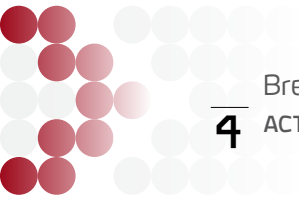


Hogere downloadsnelheid

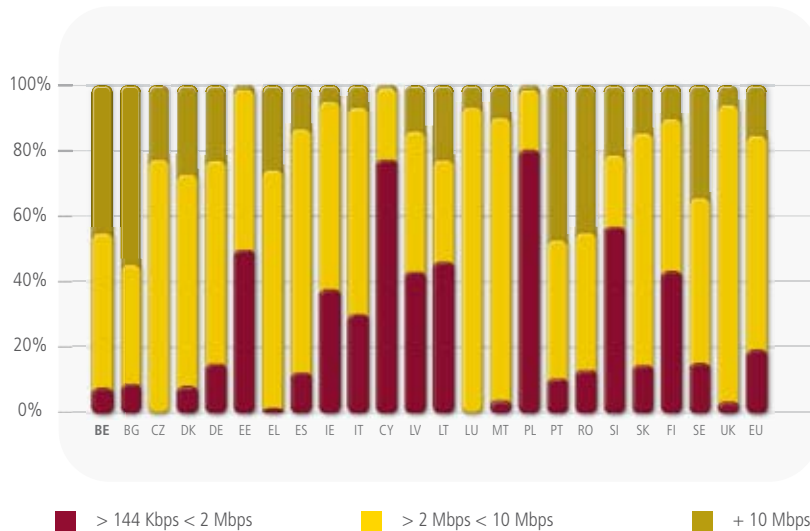
Telenet heeft de downloadsnelheid en de beschikbare volumes in de loop van het jaar nog verder opgedreven, zonder daarvoor een prijsverhoging aan te rekenen. De behoeften van de klant op dit vlak worden voortdurend in kaart gebracht, en de resultaten vormen de basis bij de samenstelling of de aanpassing van het aanbod.

Sociaal tarief

In augustus voerde Telenet op vrijwillige basis een sociaal tarief in voor internet, nadat het dat eerder ook al had gedaan voor zijn tv- en telefoniediensten. Met deze maatregel wil Telenet ook gezinnen met een laag inkomen toelaten om kennis te maken met internet.



→ // Gemiddelde downloadsnelheid



Gemiddelde Downloadsnelheid - Europese Commissie

Performante technologie

Door de opkomst van multimediale toepassingen die de transmissie van zwaardere bestanden noodzaakt of uitlokt, ontstaat ook bij de particuliere consument een steeds grotere vraag naar nog performantere technologie. Telenet heeft deze behoefte tijdig gedetecteerd en heeft in 2009 grote inspanningen gedaan inzake onderzoek en ontwikkeling om met zijn technologie en aanbod aan deze vraag tegemoet te komen.

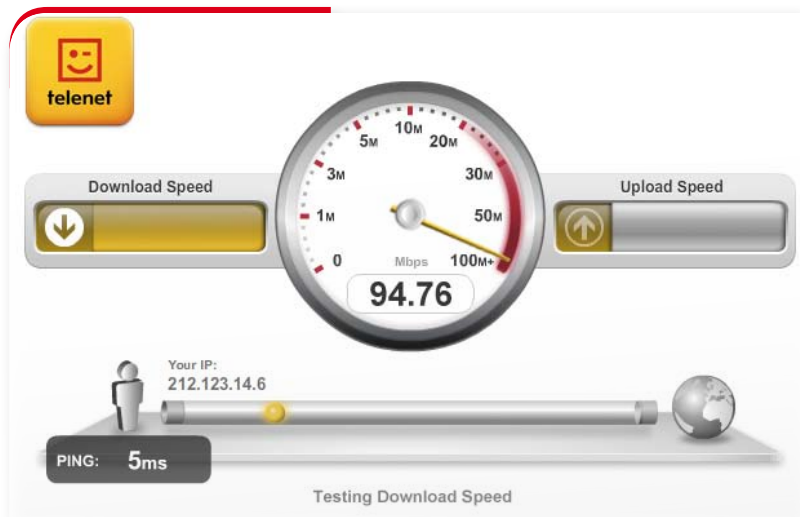
- een sterke abonneegroei voor onze internetproducten
- de lancering van de uitgebreide *Shakes+* bundels begin juli 2009 leidt tot een hogere productafname per klant

In het laatste kwartaal van het jaar noteerde Telenet voor residentieel breedbandinternet een omzet van € 103,3 miljoen, een stijging met 8% in vergelijking met de € 95,5 miljoen in dezelfde periode vorig jaar.

Omzet groeit tot meer dan €400 miljoen

De omzet uit residentieel breedbandinternet steeg in 2009 met 7% tot € 402,0 miljoen, tegenover € 375,1 miljoen in 2008. In de loop van het jaar was er een versnelling van de omzetgroei in residentieel breedbandinternet, van 6% in de eerste helft van 2009 naar 8% in de tweede helft van 2009. De verbeterde omzetgroei van deze productlijn is toe te schrijven aan twee factoren:





// FiberNet

De grote troef van Telenet, de ongeëvenaarde download-snelheid, blijft voor de toekomst een strategische as voor de verdere ontwikkeling van breedbandinternet. In die context lanceerde Telenet begin 2010 een nieuwe generatie internet, Telenet FiberNet. Dankzij de hoogstaande kwaliteit van het kabelnetwerk en het gebruik van de nieuwste EuroDOCSIS 3.0-technologie, kan de downloadsnelheid worden opgevoerd tot 100 Mbps, vier keer sneller dan het huidige maximum, waardoor Telenet een nog grotere voorsprong neemt op de concurrentie.

Telenet FiberNet is beschikbaar sinds februari 2010 en wordt geïntegreerd in de bestaande *Shakes +* formules. In de loop van het jaar worden de volumelimiten nog verder verhoogd, zonder meerprijs.

Startpakket voor beginnende surfers

Voor startende surfers zal Telenet, geheel in lijn met de inspanningen om de digitale kloof te dichten, een nieuw BasicNet aanbieden, tegen een lagere prijs. Het product wordt aangeboden in combinatie met een start2surf-pakket, dat tot de goedkoopste van Europa behoort.

Geavanceerde toepassingen voor bedrijven

Voor de bedrijven zal Telenet het coxaanbod uitbreiden met gegarandeerde bandbreedtes en hogere upstream-snelheden. Daardoor krijgen bedrijven de mogelijkheid om via een kostenefficiënte drager geavanceerde toepassingen te gebruiken die hoge snelheden vragen met een superieure *quality of service*, zoals HD videoconferencing, VoIP (Voice-over-IP) met hoge kwaliteit of *cloud computing*.

Vooruitzichten voor 2010

Voldoende groeipotentieel

Hoewel de marktpenetratie voor internet in België nu ruim 70% bedraagt, blijft er voldoende groeipotentieel aanwezig. Naar analogie met andere landen kan immers een penetratiegraad van minimum 90% verwacht worden.

Mobiel internet

Tot slot verwacht Telenet ook veel van de ontwikkeling van mobiel internet. Voor specifieke informatie over de ontwikkeling van mobiele telecommunicatie verwijzen we naar het hoofdstuk *Mogelijkheden van Mobiel*, verder in dit activiteitenverslag.

Door de unieke positie als aanbieder van supersnel internet, de ontwikkeling van mobiel internet en de inspanningen die de groep zich getroost om internet ook voor minder evidente doelgroepen bereikbaar te maken, verwacht Telenet dat zijn marktaandeel in het segment breedbandinternet in de toekomst nog verder zal stijgen.

Telenet New Media

Telenet Online Media gebruikt de kracht van Telenet op het vlak van televisie, breedbandinternet en mobiele communicatie als een hefboom. Daarmee ontwikkelt deze afdeling innovatieve crossplatformtoepassingen die vervolgens als aparte mediamerken functioneren. Deze toepassingen vormen interactieve contactpunten voor één-op-éénrelaties met mediaconsumenten. Daarmee schept Telenet Media ook marketingkansen die uiteindelijk resulteren in een reële bijdrage tot de waarde van de groep.

Zita

Ook in 2009 was Zita, het Telenet-portaal, een van de populairste websites van België. De website kreeg in 2009 meer en betere artikels met meer en grotere foto's. Ook andere *content* zoals video en de populaire spelletjes werden gevoelig uitgebreid. Om het personaliseren nog leuker te maken bestaat nu ook de mogelijkheid om een eigen profielfoto op te laden en kan er gekozen worden uit veel meer widgets.

Vandaag.be

Deze nieuwssite werd in 2009 gelanceerd in samenwerking met Concentra. Het is niet zomaar een nieuwssite geworden, maar een website met een heel sterke integratie met Facebook (Facebook Connect) en een focus op het delen van nieuws met jouw vrienden. Vandaag.be is voor Telenet Media meer dan ooit een platform om te kunnen experimenteren met social media en de nieuwe vormen van nieuws brengen. Vandaag.be biedt ook een gratis iPhone-applicatie en zal in de toekomst op nog andere platformen beschikbaar zijn.

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, een heel populaire toepassing die het mogelijk maakt om fotoalbums te bekijken op een televisiescherm. In 2009 werd het platform op nieuwe virtuele servertechnologie geplaatst om de prestatie voor de komende jaren te garanderen.



TV.be

De portaal-site voor tv-kijkend Vlaanderen. TV.be heeft eind 2009 een nieuwe Telenet look 'n feel gekregen. Telenet ontwikkelde het nieuwe tv-gidsconcept al in 2008 waarbij tv-programma's gekoppeld worden aan Web 2.0 en sociale netwerken. Het afgelopen jaar werden de functionaliteiten van de site uitgebreid en kreeg de site een stevigere redactionele invulling.



GarageTV.be & Studio100tv.be

GarageTV.be, de videosite die door gebruikers wordt gemaakt, mocht ook in 2009 op veel belangstelling rekenen, met in december meer dan 80.000 unieke bezoekers per dag. In juni 2009 lanceerde Telenet, ter ondersteuning van het TV kanaal, Studio100TV.be. De site is volledig gebouwd op GarageTV.be technologie maar serveert filmpjes (premium content) in een hogere kwaliteit.



4.2 Telefonie



Sinds de opheffing van het Belgacom-monopolie in 1998 is Telenet aanbieder van vaste telefonie. Het aantal klanten voor vaste telefonie dat Telenet tijdens de voorbije jaren wist aan te trekken, steeg voortdurend, ondanks het feit dat de vaste telefoonlijn qua populariteit aanzienlijk heeft ingeboet in vergelijking met mobiele telefonie. In deze quasi verzadigde markt wordt de uitbreiding van de klantenportefeuille vooral verklaard door het overnemen van vastetelefonieklanten van de traditionele concurrenten.

Vaste telefonie wordt door Telenet meestal aangeboden als onderdeel van de *Shakes+*.

Voor bedrijven is er een specifiek telefonie-aanbod, dat zowel traditionele oplossingen biedt als mogelijkheden voor het werken met geavanceerde IP-telefoniecentrales (zoals b.v. SIP trunking via het glasvezel-netwerk).

Ontwikkelingen in 2009

Recordaangroei nieuwe klanten

Hoewel het aantal vaste telefoonlijnen in België stabiel blijft, slaagde Telenet er tijdens de voorbije jaren voortdurend in om haar klantenbestand en marktaandeel in dit segment te vergroten. In 2009 kon Telenet netto 112.000 nieuwe vaste telefonieklanten werven, 38% meer dan in 2008.



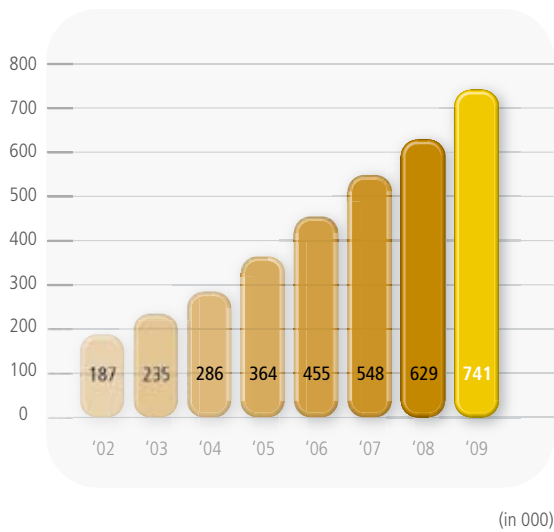
Het abonneebestand voor vaste telefonie was eind 2009 aangegroeid tot 741.000 abonnees, een stijging met 18% in vergelijking met 2008. In Vlaanderen bedroeg de markt-penetratie van de vaste telefoniedienst van Telenet eind 2009 zo'n 26,5% (als % van het aantal aangesloten huizen), tegenover 22,7% eind 2008. Het globale marktaandeel in Vlaanderen steeg in de loop van 2009 van 35% naar 41%.

Het succes van vaste telefonie schuilt vooral in de aantrekkelijkheid van de dienstenbundels en bouwt verder op de lancering eind 2008 van FreePhone Europe als competitieve tariefformule voor gesprekken naar vaste lijnen in binnen- en buitenland. Het gunstige verloop wordt nog extra versterkt door de positieve impact van de overname van Interkabel op de verkoop van *Shakes+* waarin o.a. digitale televisie en telefonie worden gekoppeld. Tegelijk geeft de vaste telefoon zowel bij jonge gezinnen als senioren toch nog blijk van een grote sociale waarde. Het samenspel van al deze factoren zorgt ervoor dat, ondanks de populariteit van mobiele telefonie, de vaste telefoon voor velen een vaste waarde blijft.

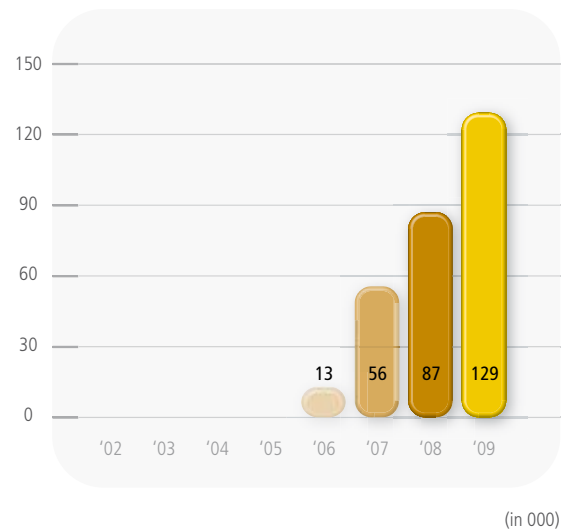




→ // Vaste Telefonieklienten



→ // Mobiele Telefonieklienten



Aantal mobiele klanten stijgt met 48% tegenover 2008

Met de overname van BelCompany in juni 2009 nam Telenet de winkels en de verkooppunten van BelCompany in België over van Macintosh Retail Group NV. Door de overname kreeg Telenet een rechtstreekse instap in de markt voor mobiele telefonie en aanverwante producten.

Eind oktober 2009 startte Telenet zijn eerste gerichte marketingcampagne *Walk&Talk* rond mobiele telefonie, naar de bestaande klanten toe. Het opgefriste mobiele aanbod, dat een interessante combinatie biedt tussen een tweemaaljaarlijks abonnement voor mobiele telefonie en een gesubsidieerde mobiele handset, leidde in het vierde kwartaal tot de verwachte, significante stijging van het netto aantal nieuwe abonnees. Zij zullen Telenet in deze activiteit een vaste basis verschaffen voor verdere toekomstgerichte ontwikkelingen.

Al deze factoren zorgden ervoor dat Telenet in het laatste kwartaal van het jaar netto 24.000 nieuwe mobiele klanten mocht verwelkomen, wat leidde tot een totaal abonneestbestand van 129.000 actieve mobiele klanten. Belangrijk is dat deze nieuw verworven mobiele klanten op veelbelovende gebruikstrends wijzen en derhalve een hogere gemiddelde opbrengst per gebruiker (ARPU) genereren in vergelijking met de bestaande klanten in de oude tariefplannen.

Omzet

De omzet uit residentiële telefonie, die de bijdrage omvat van zowel vaste- als mobiele telefonieactiviteiten, steeg in 2009 met 4% tot € 224,3 miljoen, tegenover € 214,9 miljoen in 2008. In de loop van het jaar veerde de omzetgroei op van 3% in de eerste helft van 2009 naar 6% in de tweede helft van 2009. Die versnelling wordt voornamelijk verklaard door de volgende factoren:

- een aanhoudende nettogroei van het aantal abonnees als gevolg van de interesse in de multiple playbundels en vastetariefplannen;
- een verdere vertraging van de uitholling van de gemiddelde opbrengst per gebruiker (ARPU) in vaste telefonie;
- een toenemende bijdrage van de mobiele activiteiten.

In 2009 werden de financiële prestaties van de vastetelefonieactiviteit beïnvloed door de vereiste implementatie van het nieuwe regelgevende kader, waardoor de terminatietarieven voor gesprekken op vaste lijnen op het Telenet-netwerk lager liggen. Dat kader, dat neigt naar vergelijkbare interconnectkosten met het referentietarief van de

historische operator, werd in 2007 doorgevoerd en liep in 2009 af. Bijgevolg daalde het opgelegd terminatietarief in 2009 met 55% in vergelijking met 2008, met een negatieve impact op de telefonie-inkomsten van ongeveer € 8,8 miljoen. Zonder de interconnectomzet vertoonde de omzet uit vaste telefonie in 2009 een groei van 10%.

Vooruitzichten voor 2010

Telenet verwacht dat het zijn marktaandeel in zowel vaste als mobiele telefonie nog verder zal versterken.

Op de particuliere markt zal de groei van de vaste telefonie parallel verlopen aan het succes van de *Shakes+*. Attractieve tariefformules zullen deze benadering ondersteunen. Tegelijk blijft Telenet een aantrekkelijk alternatief voor abonnees die de traditionele aanbieders van vaste telefonie wensen te verlaten. Het samenspel van al deze factoren moet ervoor zorgen dat Telenet zijn positie in vaste telefonie verder zal consolideren en uitbouwen. Wat de omzet betreft, zal Telenet niet langer te lijden hebben onder de regelgevende impact die lagere vaste terminatietarieven oplegt.

Voor bedrijven zullen in 2010 producten op de markt worden gebracht die gebruik maken van de coaxkabel. Het aanbod zal zeker de optie voorzien om de bestaande telefooncentrales te behouden. Anderzijds zullen er ook mogelijkheden geboden worden voor bedrijven die gebruik wensen te maken van de nieuwste IP-telefoonoplossingen. Zowel voor particulieren als voor bedrijven zal Telenet verder blijven werken aan attractieve en competitieve tariefformules.



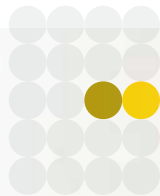
// Full Service Mobiel Network

Begin 2009 evolueerde de overeenkomst met Mobistar naar een Full MVNO (Mobile Virtual Network Operator). Telenet blijft gebruik maken van de Mobistar-antennes, maar is niet langer gebonden aan het productaanbod van Mobistar. Daardoor kan het zijn eigen SIM-kaarten introduceren, een eigen switch gebruiken, en een specifiek mobiel productaanbod ontwikkelen. De conversie van Light MVNO naar Full MVNO zal in 2010 verder worden uitgerold.

De ontwikkeling van het technologisch platform voor het aanbieden van mobiele diensten, is echter nog volop aan de gang. Telenet volgt deze evolutie op de voet, en toont een sterke interesse voor de Long Term Evolution (LTE), het mobiele internet van de vierde generatie (4G) waarin de verbindingssnelheden nog aanzienlijk zullen worden opgedreven.

Op langere termijn wordt er volop gedacht aan de convergentie van de platformen. In de praktijk zou het erop neerkomen dat de gebruiker alle diensten kan benutten, ongeacht de drager of het beschikbare platform.

Voor mobiele telefonie moet de groei gelijke tred houden met de technologische vooruitgang die Telenet beoogt, maar in gedisciplineerde en zorgvuldig overwogen fases. De verlenging van het partnership met Mobistar en de ontwikkeling tot Full MVNO (zie ook hoofdstuk *Het Potentieel van Mobiel*, verder in dit activiteitenverslag), in combinatie met de ontwikkeling van eigen producten en marktgerichte tariefplannen, zal de toename van het marktaandeel in mobiele telefonie in de toekomst verder ondersteunen.



4.3 Televisie

Sinds de overname van het kabelnetwerk van de gemengde intercommunales in 2002 biedt Telenet via zijn kabelnetwerk verscheidene vormen van tv-distributie aan. Door de overname van Interkabel bereikt Telenet sinds eind 2008 heel Vlaanderen en een deel van Brussel met de traditionele kabel. Sinds 2005 bewijst Telenet echter zijn technologische voorsprong in televisiedistributie door de lancering van interactieve digitale televisie (iDTV). Met iDTV krijgt de tv-kijker bovenop het basiskabelaanbod een nog veel ruimere waaier aan mogelijkheden, zowel technisch als inhoudelijk.

Om de drempel naar iDTV voor consumenten zo laag mogelijk te houden, werd snel na de lancering het huurmodel geïntroduceerd voor de hardware die nodig is om de digitale uitzendingen te bekijken (de digibox of digicorder).

Die huur werd eveneens geïntegreerd in de *Shakes+*, wat de drempel nog verder verlaagde. De meerwaarde voor de consument is duidelijk. Hij krijgt toegang tot een ruim aanbod aan tv-kanalen in digitale en zelfs High Definition beeldkwaliteit, met de optie om via de afstandsbediening tegen betaling nog extra programma's te bestellen. De technische mogelijkheden van de digicorder en toepassingen zoals Films op aanvraag of een abonnement op PRIME beantwoorden optimaal aan de hedendaagse levensstijl en de flexibiliteit die door de tv-kijker gevraagd wordt.

Sinds de lancering van iDTV werkt Telenet nauw samen met de lokale omroepen en mediaproductiebedrijven. Op die manier stimuleert het bedrijf de productie van iDTV-toepassingen, wat het aanbod verrijkt en de basis legt voor de verdere uitbouw van deze activiteit.

Dit alles heeft ervoor gezorgd dat iDTV in een tijdspanne van ongeveer vier jaar een penetratiegraad van zowat 40,05% heeft bereikt op het Telenet-netwerk.



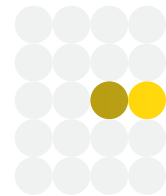
Ontwikkelingen in 2009

Abonneebestand

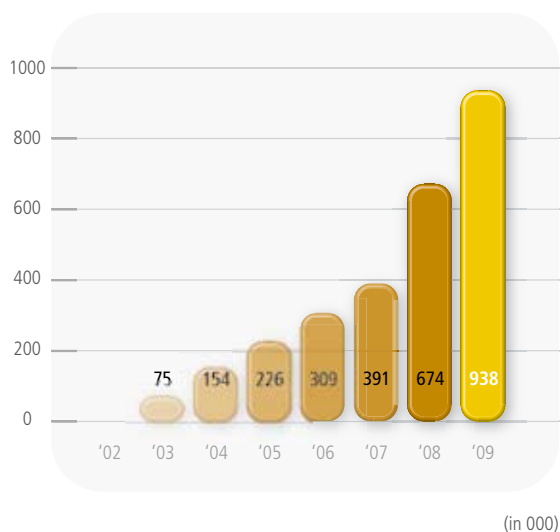
Analoge televisie

Het totaal aantal abonnees voor analoge en digitale tv bedroeg eind december 2009 2.342.000, tegenover 2.402.000 eind 2008. Dat impliceert een nettoverlies van 60.000 tv-abonnees in Vlaanderen. Dat nettoverlies omvat niet de migraties naar het digitale tv-platform, maar vertegenwoordigt klanten die hun abonnement opzegden of die verhuisd zijn buiten het afzetgebied van Telenet.

In lijn met de verwachtingen steeg het verloop in het laatste kwartaal van 2009 na een matigende trend in de eerste negen maanden van het jaar. Tijdens het laatste kwartaal bedroeg het nettoverlies 21.000 tv-abonnees, tegenover een gemiddeld verlies van 13.000 in de eerste negen maanden van het jaar. Het hogere verloop is deels te wijten aan een typisch seizoens-effect, maar ook aan het grotere afzetgebied door de overname van Interkabel in oktober 2008 en aan de toenemende concurrentie. Het verlies van deze tv-abonnees werd ruim gecompenseerd door de migratie van de bestaande analoge tv-abonnees naar multiple play en naar digitale tv.



→ // iDTV-klanten



Digitale televisie

Eind december 2009 telde Telenet 1.001.000 digitale tv-klanten, een stijging van 49% in vergelijking met 2008. De grote meerderheid van digitale tv-klanten kiest voor het interactieve platform Telenet Digital TV (938.000 abonnees aan het einde van het jaar, een stijging met 54%). De overige 63.000 abonnees kijken digitaal via een INDI-settopbox. Het voorbije jaar trok Telenet netto 329.000 nieuwe Telenet Digital TV-klanten aan tegenover 218.000 in 2008 (+51% jaar op jaar). Alleen al in het laatste kwartaal van 2009 verwelkomde Telenet netto 81.000 nieuwe abonnees op het Telenet Digital TV-platform, wat grotendeels verklaard wordt door de sterk verhoogde vraag naar interactieve digitale tv-diensten in de overgenomen Interkabelregio. Telenet blikt bij deze activiteit dan ook terug op een sterke prestatie, vooral in het licht van de scherpe concurrentie in de residentiële markt.

De digitalisatieratio, die het totale aantal digitale tv-klanten (zowel Telenet Digital TV als INDI) vergelijkt met het totale aantal kabel tv-abonnees, groeide tot 43% eind december 2009, tegenover 28% eind 2008. De digitalisatieratio verwaterde eind 2008 door de integratie van de overgenomen tv-abonnees van Interkabel, die voornamelijk analoge abonnees waren. In het laatste kwartaal van 2009 werden de analoge PayTV-diensten stopgezet en stapten de meeste van de resterende 6.000 analoge premium-PayTV-abonnees op het Telenet Partner netwerk over naar het interactieve digitale platform.



Hoewel de globale tv-markt een zeer competitief gebeuren is, hield Telenet in 2009 dus bijzonder goed stand. Die sterke positie is niet alleen te danken aan de technologie of de *Shakes+*, maar zeker ook aan het aanbod, dat in de loop van 2009 nog verder werd uitgebreid. Aan de hand van doorgedreven analyses van het bestaande aanbod en het kijkgedrag thuis, werden de keuzes voor de beschikbare platformen geoptimaliseerd. Een aantal kanalen, waaronder minder bekeken buitenlandse zenders, werd bewust geïntegreerd in het digitale aanbod, dat minder bandbreedte behoeft. De vrijgekomen capaciteit werd opgevuld met extra digitale zendkanalen.

Omzet

Basisaanbod

De omzet uit basiskabeltelevisie omvat het basisabonnementsgeld voor zowel analoge als digitale televisieklanten (zowel Telenet Digital TV als INDI). In 2009 genereerde Telenet € 322,3 miljoen omzet uit kabeltelevisie, een stijging met 32% in vergelijking met de € 244,3 miljoen van 2008. Die aanzienlijke stijging is voornamelijk een gevolg van de overname van Interkabel en in mindere mate van de stijging van het basistelesieabonnementsgeld met ongeveer 6% vanaf februari 2009. Terwijl klanten voor digitale kabeltelevisie maandelijks een factuur ontvangen en de tariefverhoging voor hen dus al merkbaar is, wordt het hogere abonnementsgeld bij klanten voor analoge kabeltelevisie pas gehanteerd op hun jaarlijkse factuur. Telenet voorziet dan ook dat de prijsstijging tot februari 2010 zal blijven bijdragen tot een toegenomen gemiddelde opbrengst per gebruiker (ARPU) voor basiskabeltelevisie.

Extra diensten op digitale televisie

Behalve door de inkomsten uit Films op aanvraag wordt de omzet van premiumkabeltelevisie gestimuleerd door de sterke groei in de verhuur van settopboxen met HD- en PVR-mogelijkheden, die voor een groei van de recurrente maandelijkse huuropbrengsten voor settopboxen zorgt. De andere bijdragen aan de omzet uit digitale tv omvatten abonnementsgelden op thematische en premiumkanaalpakketten (PRIME) en interactieve diensten.

De inkomsten uit premiumkabeltelevisie weerspiegelen de robuuste groei van de klantenbasis voor digitale televisie. De gemiddelde opbrengst per gebruiker (ARPU) die digitale tv-klanten genereren is ongeveer het dubbele van de gemiddelde opbrengst per gebruiker (ARPU) uit basiskabeltelevisie. Drijvende factoren zijn:

- het gebruik van Films op aanvraag;
- de groei van thematische en premiumkanaalpakketten;
- de periodieke huurgelden.

De totale opbrengst uit premiumkabeltelevisie afkomstig van Telenet Digital TV-, INDI- en PayTV-klanten bedroeg € 115,4 miljoen in 2009. In dezelfde periode van 2008 was dat € 78,0 miljoen, wat neerkomt op een stijging van 48%. Die omzet komt bovenop de omzet uit het basisabonnement.



// Films op aanvraag

Met het aanbod van Films op aanvraag speelt Telenet in op de gewijzigde levensstijl, die voor gevolg heeft dat steeds minder mensen een tv-programma kunnen bekijken op het moment dat het wordt uitgezonden.

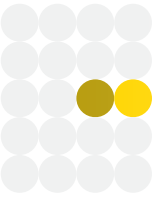
Films op aanvraag, dat voor Telenet-abonnees al van bij de start van iDTV beschikbaar is via de afstandsbediening, biedt de mogelijkheid om bepaalde programma's op eenvoudige wijze op te vragen.

Het aanbod omvat zowel gratis programmatie zoals nieuwsuitzendingen, als betalende inhoud, waaronder speelfilms en de meest populaire programma's van de lokale zenders. Om dit inhoudelijke aanbod te kunnen verzekeren, werkt Telenet nauw samen met zijn partners in de productiesector. De afrekening voor de gebruiker gebeurt via de maandelijkse factuur.

Films op aanvraag kende in 2009 een bijzonder succes. In totaal werden meer dan 32 miljoen programma's opgevraagd. De stijging is zowel te verklaren door de aangroei van de klantenbasis en het succes van iDTV, als door de gebalanceerde mix van het aanbod.

Voor 2010 verwacht Telenet, in lijn met de groei van het aantal iDTV-klanten, een verdere ontwikkeling van Films op aanvraag.





PRIME
FAMILY

PRIME
STAR

PRIME
STAR

PRIME
STAR^{HD}

PRIME
STAR+1

PRIME
ACTION

PRIME
FEZZTIVAL

PRIME
SPORT

PRIME
à la carte

PRIME
SPORT



PRIME
SERIES

PRIME
ACTION

PRIME
FEZZTIVAL

PRIME
SPORT

PRIME
SPORT^{HD}

PRIME
SPORT2



Telenet-klanten die ervoor kiezen om hun tv-abonnement uit te breiden met het aanbod van PRIME, krijgen tegen betaling toegang tot extra zendkanalen, waaronder zes filmkanalen en twee sportkanalen die zich vooral toeleggen op buitenlandse voetbalcompetities. PRIME kende in 2009 een opmerkelijke groei en brak door de grens van de 200.000 abonnees.

In het filmaanbod van PRIME krijgt de Vlaamse film een prominente plaats. De PRIME Star Award beloonde trouwens de beste Vlaamse film ooit, een prijs die door de vakjury en het publiek werd toegekend aan *Loft*. Nieuw is, dat het aanbod van PRIME via Films op aanvraag ook na de reguliere uitzending kan worden opgevraagd, een dienst die inbegrepen is in het abonnement en waarvan PRIME-klanten uitgebreid gebruik maken.

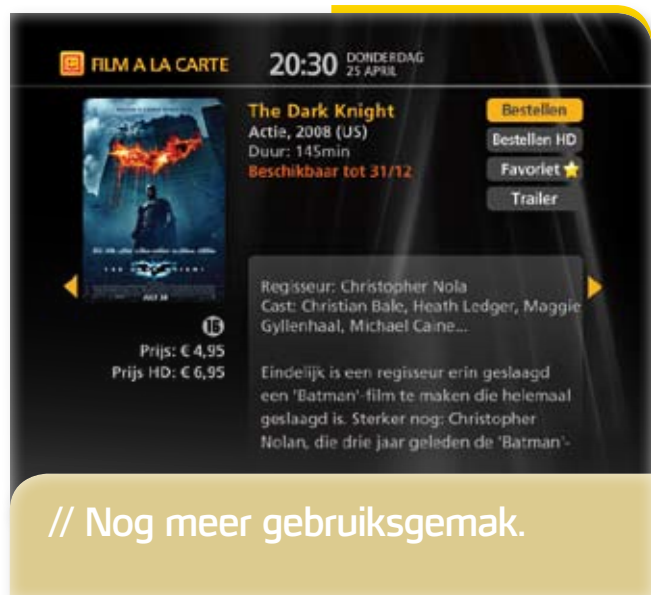
Voor 2010 heeft Telenet een verdere verrijking van het aanbod gepland. PRIME-klanten zullen ook op technologisch vlak kunnen genieten van vernieuwing. Via PRIME op aanvraag wordt het volledige aanbod van PRIME immers ook via internet toegankelijk gemaakt. Daarmee zet Telenet een nieuwe stap in haar multimediaal aanbod, waarbij de grens tussen de verschillende platformen steeds verder vervaagt.

Vooruitzichten voor 2010

Telenet volgt de klant, niet de kabel. Onder dat motto wordt in 2010 de lancering voorbereid van digitale televisie via antenne (DTT, Digitale Terrestrische Televisie). Deze nieuwe technologie zal Telenet toelaten om zijn klanten een digitale tv-service aan te bieden op plaatsen die vandaag moeilijk bereikbaar zijn via de kabel, zoals tweede verblijven, caravans, niet-bekabelde kamers, enz. Ook nieuwe toepassingen zoals televisie in auto's of op boten worden daardoor mogelijk.

Telenet verwacht dat ook iDTV een verdere groei zal kennen. Behalve door omschakelingen van bestaande klanten voor analoge televisie, zal het succes gesteund worden door zowel de technologische mogelijkheden als het gevarieerde en uitvoerige aanbod. Voor 2010 wordt trouwens een uitbreiding van het aantal HD-kanalen gepland. Het merendeel van de klanten beschikt nu al over de HD-box die nodig is om de uitzendingen in de allerbeste HD-kwaliteit te kunnen bekijken. Ook uitzendingen in 3D, die momenteel volop worden uitgetest, zullen zeker deel uitmaken van het toekomstige aanbod van Telenet. Recente testen hebben aangetoond dat de HD digiboxen en digicorders klaar zijn voor deze volgende stap inzake beeldkwaliteit. Het is alleen nog wachten op een structureel programma- en zenderaanbod dat bereikbaar is voor de consument.

Qua inhoud wordt vanaf 2010 een belangrijke bijdrage verwacht van de gemeentetelevisie. Sommige gemeenten bieden nu al een specifiek aanbod via digitale televisie. Het aantal gemeenten dat van dit medium gebruik maakt om diensten en informatie aan te bieden, zal in de loop van het jaar tot meerdere tientallen stijgen. Deze evolutie herbevestigt de maatschappelijke relevantie van het medium televisie, en geeft duidelijk aan dat de mogelijkheden, zowel technisch als inhoudelijk, nog lang niet zijn uitgeput.



// Nog meer gebruiksgemak.

Televisie blijft in beweging. In de eerste helft van 2010 worden de digimenu's op alle digiboxen aangepast. De toepassingen op de digiboxen, zoals de programmagids en de video op aanvraag catalogus worden voor de klanten leuker, frisser en vooral veel gebruiksvriendelijker. Klanten zullen hun favoriete programma of toepassing makkelijker kunnen vinden en volop genieten van digitale televisie. Vanaf april kunnen opnames met de digicorder dankzij de digiprogrammer vanop afstand geprogrammeerd worden via internet of gsm. Niemand hoeft op die manier nog een programma te missen.

Ook voor de bedrijvensector wordt met de multi-TV iDTV-service een nieuwheid aangeboden. Vanuit sommige sectoren bleek immers een grote interesse om via het *Films op aanvraag* -platform gepersonaliseerde inhoud (zoals opleidingen) aan te bieden aan specifieke doelgroepen. Deze oplossing moet bedrijven de kans geven om op een efficiëntere en ecologisch verantwoorde manier informatie te verspreiden.





4.4 Een klantgericht aanbod

Shakes+ voor particuliere klanten

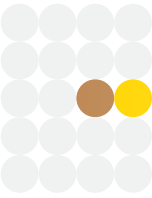
Het dienstenpakket van Telenet is sinds het ontstaan in 1996 systematisch gegroeid. Klanten die aanvankelijk enkel een internetabonnement namen, hebben vandaag de keuze uit een veel bredere waaier aan telecommunicatiediensten en aanverwante producten.

Door de uitbreiding van de productportefolio heeft Telenet al in 2008 besloten om zijn aanbod voor de particuliere markt minder te focussen op de afzonderlijke diensten, en meer op multiservicepacks, waarmee klanten zich voor meerdere diensten tegelijk abonneren. Een multiservicepack of dienstenbundel levert de klant een besparing op, en zorgt ervoor dat Telenet zich beter kan verankeren in zijn strategische markten. In het optimale geval worden klanten abonnee voor elk van de drie basisdiensten, de zogenaamde triple play.

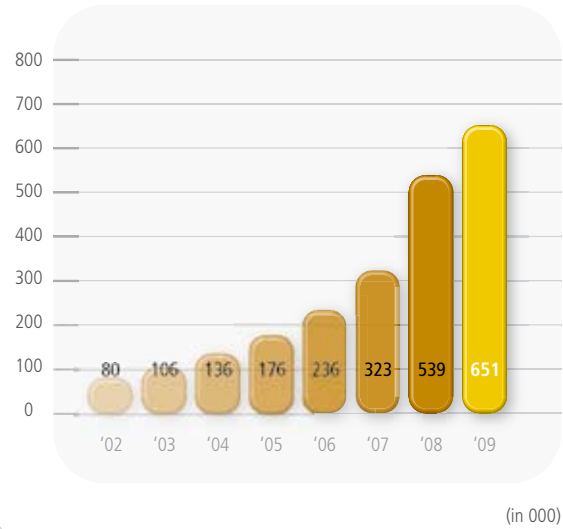
Eind 2008 werd voor de particuliere markt het *Shakes+* concept gelanceerd, een dienstenbundel die in verschillende modules wordt aangeboden, naargelang de behoeften van de klant. Door de invoering van de *Shakes+* kende Telenet eind 2008 een versnelde aangroei van het aantal triple playklanten, tot ongeveer 539.000 abonnees of zowat 24% van het klantenbestand. Van alle Telenet-klanten had bijna 50% een abonnement voor een combinatie van minstens twee diensten.

Door de overname van Interkabel in oktober 2008 werd het afzetgebied uitgebreid tot geheel Vlaanderen. Daardoor worden de bundels vandaag ook gecommercialiseerd in regio's waar Telenet voordien enkel breedbandinternet en vaste telefonie kon aanbieden.

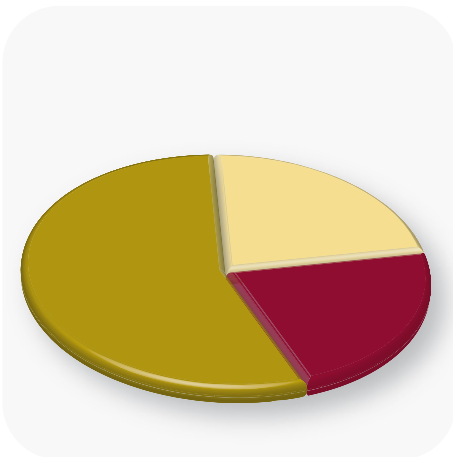




→ // Triple Play klanten

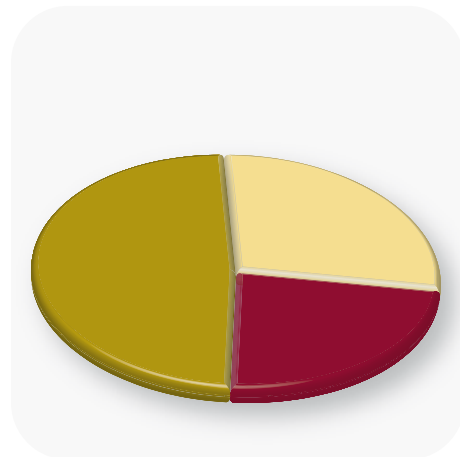


→ // 2008



- Single Play 55%
- Dual Play 22%
- Triple Play 22%

→ // 2009



- Single Play 49%
- Dual Play 24%
- Triple Play 28%



2009

Het opvallende succes van de *Shakes+*, dat zich al vanaf de lancering in 2008 had laten optekenen, werd in 2009 bevestigd. De *Shakes+* vormden de motor achter de stijging van het aantal multiple playproducten, die op haar beurt bijdraagt tot de stijging van de opbrengsten per klant en het aantal RGU's (Revenue Generating Units) per individuele klant.

- Eind 2009 had 51,5% van de totale klantenbasis minstens 1 digitaal product van Telenet, tegenover 44,7% in 2008.
- Het stijgend aantal triple playklanten kan grotendeels op het succes van de *Shakes+* worden teruggevoerd. Eind 2009 telde Telenet 651.000 triple playklanten, 21% meer dan in 2008. Daardoor breidde de verhouding triple playklanten in de totale klantenrelaties verder uit van 22% eind 2008 tot bijna 28% één jaar later.
- Het aantal diensten per klantenrelatie steeg met 7%, van 1,67 diensten eind 2008 tot 1,79 eind 2009.

De formule werd in juli 2009 licht aangepast. In de nieuwe *Shakes+* wordt aan de abonnees, naast de bestaande dienstenbundel, nog extra inhoud aangeboden, via vijf bijkomende HD digitale kanalen.

De lancering van de *Shakes+* past ook optimaal in de merkpositionering die Telenet voor ogen heeft. Als telecommunicatiebedrijf wil Telenet de complexiteit voor zijn klanten wegnemen, waardoor er voor de abonnee meer tijd is om te genieten van de technologische superioriteit en de veelzijdigheid van het aanbod. Op die manier wil Telenet uiteindelijk dichterbij de klanten komen te staan.

Vooruitzichten voor 2010

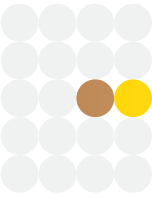
Om zijn groei ook in 2010 veilig te stellen, rekt Telenet zowel op technologische vernieuwing, bijvoorbeeld door de introductie van FiberNet, als op de verbreding van het inhoudelijke aanbod. Op beide vlakken wordt voortdurend rekening gehouden met de behoeften en de verwachtingen van de klant.

Op de particuliere markt wordt een belangrijk gedeelte van de groei niet gerealiseerd door geografische uitbreiding of een verbreding van de bestaande klantenbasis, maar wel door het aanbieden van bijkomende diensten aan bestaande abonnees. Het aanbod van dienstenbundels en de overstap naar multiple play via de *Shakes+* speelt in die optiek een cruciale rol. Eind december 2009 was iets minder dan de helft van alle Telenetklanten nog steeds geabonneerd op slechts één product.

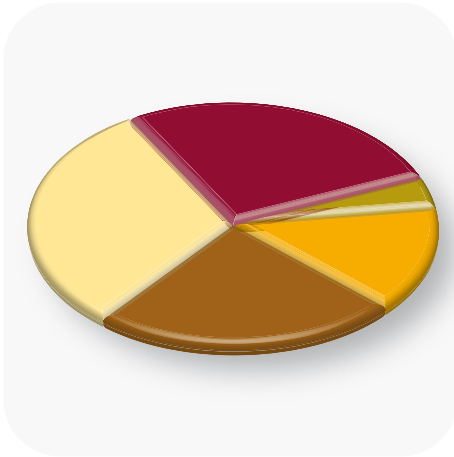
Tegelijk leeft het besef dat de klanttevredenheid een voortdurend aandachtspunt moet blijven. Met de toenemende marktpenetratie groeit immers de klantenbasis en komt het belang van loyaliteit meer en meer aan de oppervlakte. Enkel loyale klanten kunnen er op termijn voor zorgen dat het bedrijf een solide basis bewaart om zijn toekomstige ontwikkeling en groei te realiseren.

Telenet zal zijn klanttevredenheid vanaf 2010 meten aan de hand van een *Loyalty index*, die naast de tevredenheid, ook de loyaliteit meet. Op die manier wil Telenet de lat voor zichzelf nog hoger leggen en niet alleen de huidige tevredenheid evalueren, maar ze ook proactief plaatsen in een toekomstig perspectief.



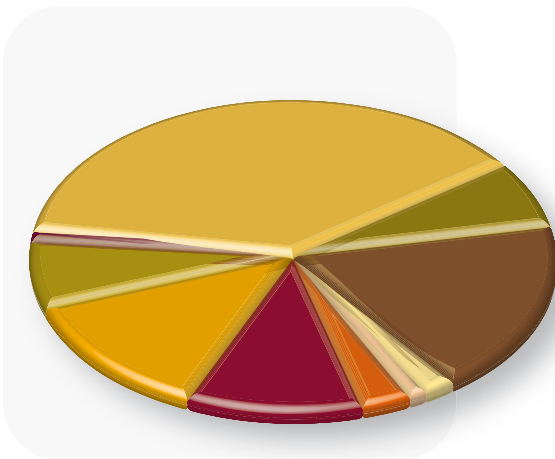


→ // Productgroepen



- Capaciteit - huur van lijnen 31%
- Connectiviteit tussen bedrijfslocaties 27%
- Andere 4%
- Internet 14%
- Telefonie 24%

→ // Klantengroepen



- IT 38%
- Financiën 7%
- Diensten 18%
- Openbare sector 2%
- Onderwijs 1%
- Gezondheid en Sociale 3%
- Niet toegewezen 11%
- Productie en Constructie 13%
- Groot- en Kleinhandel 7%
- Transport 1%

Telenet Solutions voor bedrijven

Telenet Solutions is de afdeling die binnen de Telenet groep professionele telecomdiensten aanbiedt aan zakelijke klanten in België en Luxemburg. Ze maakt daarvoor maximaal gebruik van het bestaande Telenet-netwerk en dienstenaanbod. Indien nodig wordt een beroep gedaan op partners met wie strikte kwaliteitsgaranties zijn overeengekomen.

De basisdiensten bestaan uit internet-, data-, telefonie- en tv-oplossingen. Verder worden er ook IT-oplossingen zoals het hosten van web toepassingen aangeboden via Hostbasket. Het aanbod wordt voortdurend geoptimaliseerd, in functie van de evoluerende noden van de klanten. Diensten met toegevoegde waarde zullen in de toekomst meer en meer aan belang winnen.

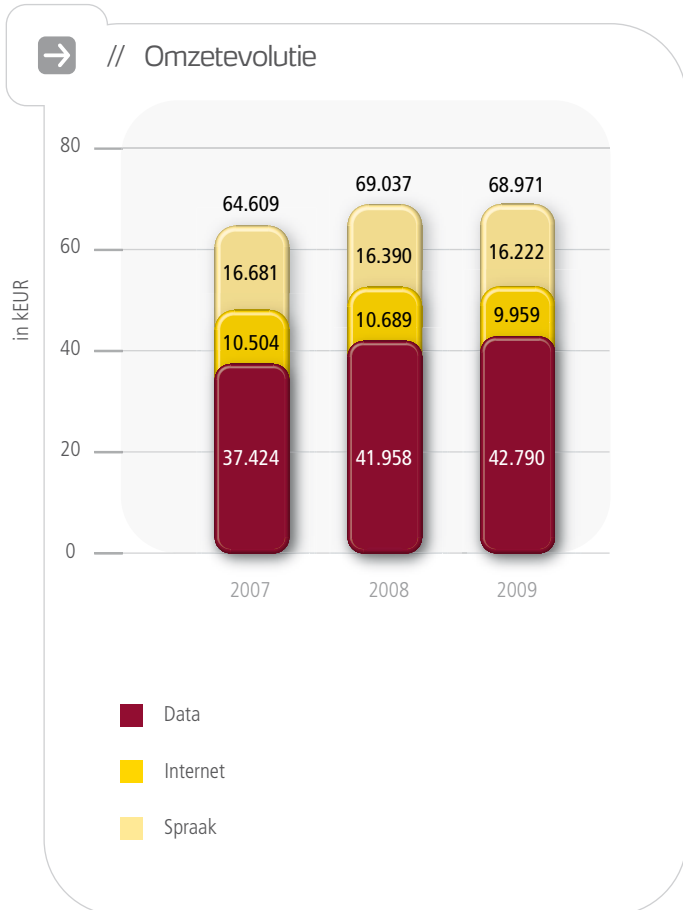
Op het vlak van connectiviteit kiest Telenet Solutions voor het aanbieden van haar verschillende diensten steeds de optimale technische communicatiedrager aan. Dit kan zowel de coaxkabel, DSL als het glasvezelnetwerk zijn.

Gepersonaliseerde aanpak

De benadering van het bedrijfsegment verschilt van de aanpak van de residentiële markt. Terwijl particuliere klanten vooral bereikt worden via gerichte marketingcampagnes, gesteund door dienstenbundels of promoties, vergt de benadering van de zakelijke markt een gepersonaliseerde aanpak. Een professioneel team van account managers toetst de behoeften van de individuele bedrijven af, en zorgt voor een service-aanbod op maat. Service managers en project managers volgen de contacten met de bedrijven persoonlijk op en detecteren de mogelijkheden voor verdere verbeteringen. De hoge service levels die Telenet Solutions zichzelf oplegt, zijn voor deze afdeling van cruciaal belang om zich verder te profileren als challenger in een markt die nog sterk gedomineerd wordt door de historische operator.

Uit bevragingen van het klantenbestand komt tot uiting dat Telenet Solutions zich op de markt onderscheidt door haar zeer klantgerichte aanpak, in samenspel met de hoge technische kwaliteit van de geleverde oplossingen.





2009

Tijdens het voorbije jaar werd Telenet Solutions geconfronteerd met een aantal specifieke uitdagingen. De voorzichtige groei die voor de start van het boekjaar was vooropgesteld, leek aanvankelijk gehypotheceerd te worden door de ongunstige economische situatie, die bij verschillende bedrijven een uitstel van de geplande investeringen met zich meebracht. Daarenboven liepen een aantal contracten ten einde, wat echter gecompenseerd werd door nieuwe projecten, waaronder belangrijke overeenkomsten met ZNA en KBC.

De omzet voor 2009, die uitkwam op € 76,9 miljoen, stagneerde daarmee in vergelijking met 2008, wat gezien het negatieve effect van bovenvermelde factoren een behoorlijke prestatie is. Het verlies van een belangrijk groothandelscontract voor glasvezeltoegang in het zuidelijk deel van België en de opzettelijke beëindiging van een aantal selectieve groothandelsactiviteiten voor telefoon en video waarop een lage marge werd gerealiseerd, vertegenwoordigden hierin € 3,3 miljoen. Zonder deze beide elementen noteerde Telenet Solutions een onderliggende omzetstijging van 5%.

Door de gerealiseerde verschuivingen zal de rentabiliteit van de businessdivisie naar de toekomst toe kunnen verbeterd worden en zal Telenet Solutions zich in deze markt meer kunnen concentreren op haar kernproducten, data en internet, en haar unieke dienstenpositionering.

Vooruitzichten voor 2010

Voor 2010 verwacht Telenet Solutions een omzetgroei, ondanks de minder gunstige economische omstandigheden en de prijseserosie die het gevolg is van de scherpe concurrentie.

Om deze groei veilig te stellen, wordt er optimaal gebruik gemaakt van zowel technologische vernieuwing, bijvoorbeeld door de introductie van EuroDOCSIS 3.0 (FiberNet), als de verbreding van het inhoudelijke aanbod. Op beide vlakken wordt voortdurend rekening gehouden met de behoeften en de verwachtingen van de klant. De implementatie van het overlay CMTS-netwerk is daarin cruciaal, omdat het bijvoorbeeld toelaat om op de bestaande coaxinfrastructuur specifieke diensten en service levels voor bedrijven aan te bieden.

De vooropgestelde groei moet ook voortvloeien uit een verdere differentiatie inzake service. Telenet Solutions is ervan overtuigd dat ze met haar persoonlijke en klantgerichte benadering het verschil kan maken. Belangrijk is dat niet enkel de *high end*-bedrijven als doelgroep fungeren, maar dat Telenet Solutions zich met haar aanbod ook zal blijven richten tot kleinere bedrijven en KMO's. Voor kleine bedrijven en professionelen wordt trouwens een gebundeld aanbod op de markt gebracht, aangepast aan hun noden.

Inzake aanbod zal Telenet Solutions zich blijven concentreren op haar huidige sterproducten. Internet en data staan daarin centraal en worden gekoppeld aan een defensieve strategie op het vlak van telefonie.



// Klantentevredenheid

Voor een activiteit die zich differentieert door haar persoonlijke benadering en haar service levels, is de klantentevredenheid een cruciale waardemeter. In de loop van 2009 zakte de index nooit onder de 91%. Uit de jaarlijkse bevraging van de top 50-klanten bleek dat Telenet Solutions ook bij deze doelgroep een groot vertrouwen geniet en dat ze er in 2009 in geslaagd is om ondanks de hoge tevredenheidspercentages nog steeds vooruitgang te boeken.



05



Telecommunicatie van de toekomst



— 5.1 Groeien in de toekomst



— 5.2 Het potentieel van mobiel



— 5.3 Digital Wave 2015





5.1 Groeien in de toekomst



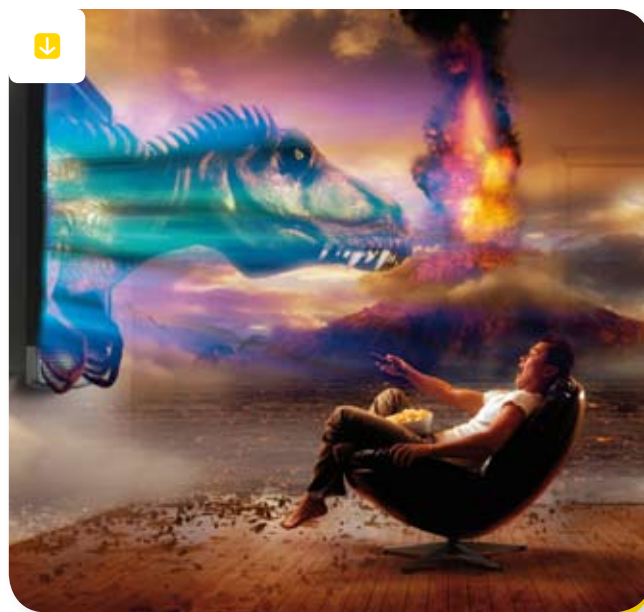
Voor zijn verdere ontwikkeling kan Telenet niet alleen rekenen op een verrijking van het inhoudelijke aanbod, maar ook op zijn technologische superioriteit, die zich in de verschillende activiteiten manifesteert en die leidt tot continue groei in onze verschillende productlijnen : vaste en mobiele telefonie, breedbandinternet, televisiediensten en oplossingen voor de bedrijvenmarkt. De technologie van de toekomst kondigt zich vandaag reeds aan op diverse vlakken :

FiberNet

De komst van FiberNet, die begin 2010 werd aangekondigd, speelt in op de stijgende behoefte aan grotere internetvolumes en snelheden, die door de ontwikkeling van EuroDOCSIS 3.0 gestimuleerd wordt. Het HFC-netwerk (Hybrid Fiber Coax) van Telenet is vandaag reeds geschikt om snelheden tot 100 mbps toe te laten, zonder de behoefte om de glasvezelkabel door te trekken tot in de woning van de abonnees zelf. Verwacht wordt dat klanten in de nabije toekomst volop gebruik zullen maken van deze sterk verbeterde mogelijkheden en bereid zullen zijn om daarvoor ook een hogere prijs te betalen.

iDTV

iDTV ondergaat begin 2010 een grondige gedaanteverandering, waarbij de grafische interface wordt aangepast om een nog groter gebruiksgemak te verzekeren. De tv-kijker zal de digibox met minder manipulaties kunnen bedienen. Bovendien wordt de mogelijkheid geboden om de digicorder vanop afstand via internet of gsm te programmeren, wat de gebruiker een nog grotere flexibiliteit biedt.



3D

De evolutie van 3D-televisie zal gestuurd worden door twee factoren. Enerzijds is er de penetratie van de vereiste technologie, wat neerkomt op de aanschaf van een aangepast tv-toestel voor het bekijken van uitzendingen in 3D. De verwachte prijsdaling voor dit type toestellen zal die penetratie zeker bevorderen. Aan de andere kant is er het inhoudelijke aanbod, dat door de programmamakers wordt verzorgd en dat de vraag naar deze nieuwe technologie bij de abonnees zal uitlokken. 3D raakt stilaan ingeburgerd in de cinemazalen, maar zal in de nabije toekomst ook de huiskamer veroveren. Het WK voetbal in de zomer van 2010 wordt het eerste belangrijke massaspektakel dat ook thuis in 3D zal kunnen bekeken worden.



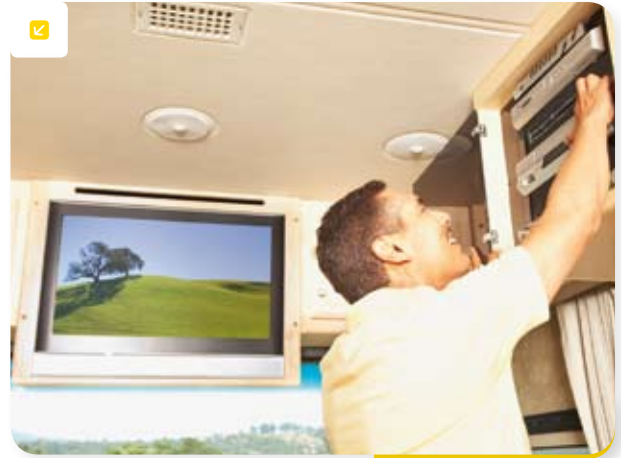


DTT

Met DTT (Digitale Terrestriële Televisie) biedt Telenet een extra platform waarmee tv-kijkers bereikt worden die niet over de klassieke kabel kunnen beschikken. Via een kleine, specifieke antenne zal de tv-kijker kunnen genieten van een identiek aanbod als de kabelabonnee. De doorbraak van DTT betekent voor Telenet dat een aantal abonnees die vandaag niet in het netwerk zijn opgenomen, plots binnen bereik komen. Tegelijk moedigt deze unieke technologie een nomadisch gebruik van het medium televisie aan, omdat het ook op afgelegen, niet-bekabelde plaatsen zoals caravans, boten, tweede verblijfplaatsen, enz. tegemoet komt aan de wensen van de tv-kijker.

Telenet Solutions

Ook het aanbod van Telenet Solutions profiteert mee van de recente ontwikkelingen. Voor bedrijven en andere professionele klanten wordt de nadruk gelegd op het gebruik van het coaxnetwerk, dat een degelijke en betrouwbare oplossing biedt voor dit soort toepassingen. Daarnaast wil Telenet in het inhoudelijke aanbod voor bedrijven een groeiende aandacht besteden aan diensten met toegevoegde waarde, zoals het verzorgen van telefonisch onthaal, professionele hosting, tot het uitbesteden van de volledige technische architectuur met o.a. mail- en dataservers, de volgende stap naar het zogenaamde *cloud computing*.



Het netwerk

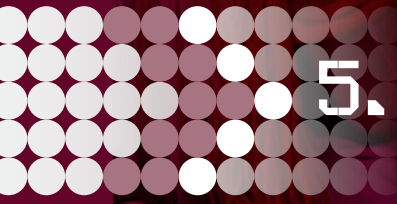
De technologische vooruitgang zal de vraag naar grotere capaciteiten en snelheden in een nieuwe stroomversnelling brengen. Deze strengere technologische behoeften van een steeds groter doelpubliek moeten echter ook door het netwerk ondersteund worden. Zowel de penetratie van het glasvezelnetwerk als de capaciteiten van het CMTS (Cable Modem Termination System) zijn voortdurende aandachtspunten. Verder heeft Telenet de intentie om de nodes, die momenteel elk zo'n 1.400 huizen op het breedbandinternet aansluiten, te splitsen in kleinere lussen van maximaal 500 woningen, wat tegemoet komt aan de hogere capaciteitsvereisten van de individuele gebruikers.

Grotere technische mogelijkheden bieden ook meer kansen aan andere partijen om op innovatieve manier met deze middelen om te gaan. Met het FLIP-programma wil Telenet een partnership aangaan met derde partijen, dat als ultieme doelstelling heeft om de innovatie in Vlaanderen actief te stimuleren.

Mobiel

De ontwikkeling tot Full MVNO zal Telenet specifieke mogelijkheden bieden om eigen producten te gaan ontwikkelen en aanbieden. Het mobiele segment biedt alleszins een groot potentieel, zowel voor spraak- als dataverkeer. De uitbouw van mobiele diensten creëert de mogelijkheid om de gemiddelde opbrengst per gebruiker verder te optimaliseren, en via de stap naar quadruple play een grotere klantenbinding en rendabiliteit na te streven.

Telenet kijkt met aandacht uit naar de veiling van de vierde licentie, die in de zomer van 2010 een feit wordt.

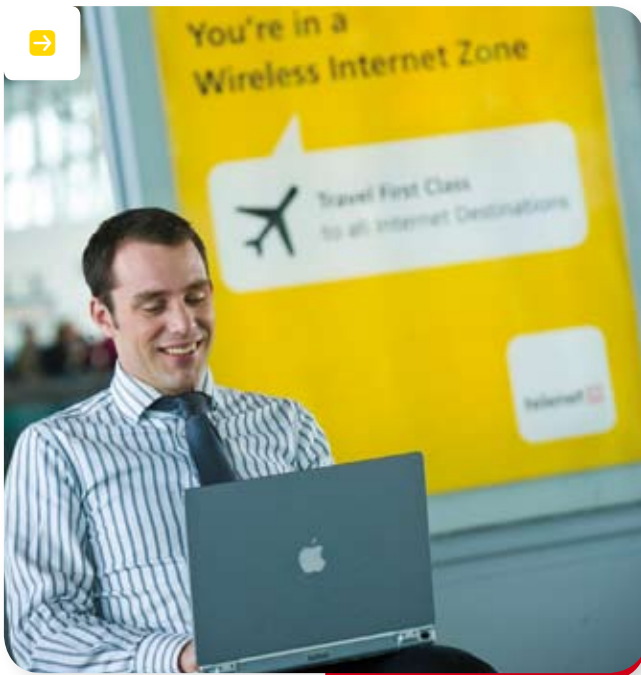


5.2 Het potentieel van mobiel





Van publieke hotspots naar Full MVNO



Het aanbieden van mobiele telecommunicatiemogelijkheden is voor Telenet een belangrijke groeipool. De oprichting van een zelfstandige divisie *Mobiel* binnen de bestaande organisatie geeft duidelijk aan dat het Telenet menens is met de uitbouw van het mobiele dienstenpakket en de technologische infrastructuur die daarvoor nodig is.

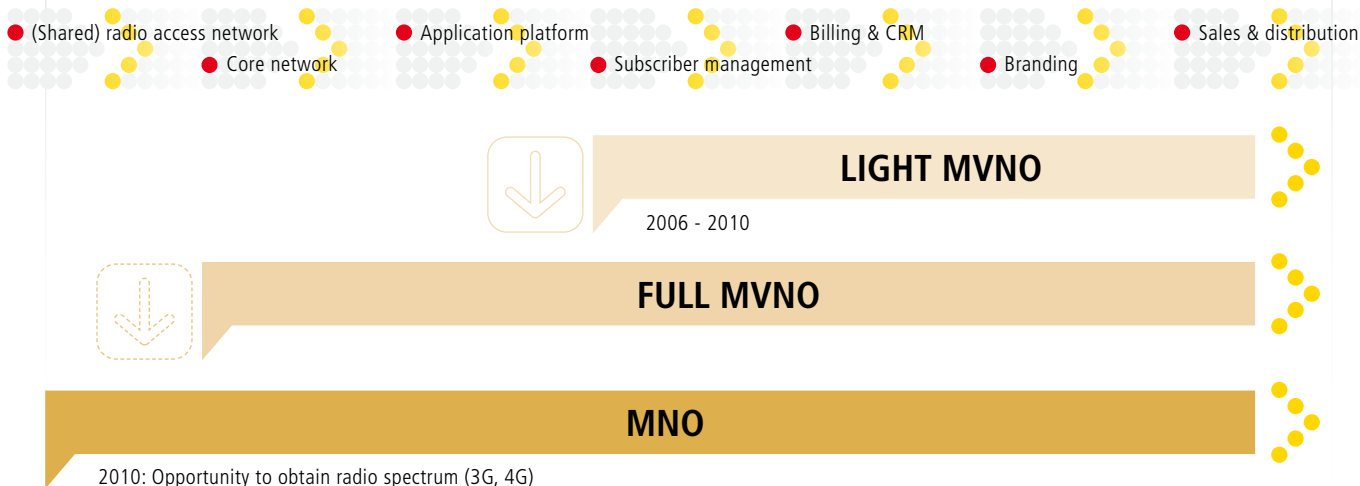
De mogelijkheden van mobiele telecommunicatie hebben niet alleen betrekking op de klassieke mobilofonie. Midden 2009 ging Telenet ook van start met mobiel internet.

De eerste stap in het aanbieden van mobiel internet werd gezet met de overname van het Vlaamse Sinfilo in 2003. Het gaf Telenet de mogelijkheid om op een geografisch netwerk van publieke hotspots via een eigen technologie draadloze verbinding te maken met het internet. Momenteel telt het WiFi-netwerk 1.200 hotspots, verspreid over heel Vlaanderen, en het aanbod groeit nog steeds. Het gemiddeld aantal maandelijkse gebruikers van de hotspots blijft op jaarbasis stijgen met ongeveer 10%. Dankzij het nieuwe productaanbod *TelenetConnect* biedt Telenet zijn klanten de mogelijkheid om op meer dan 140.000 locaties wereldwijd via de hotspots tegen een vast bedrag draadloos te surfen, zonder volumebeperkingen.

In 2006 sloot Telenet een overeenkomst met Mobistar, wat het bedrijf de mogelijkheid bood om via een Light MVNO-overeenkomst (Mobile Virtual Network Operator) gebruik te maken van de infrastructuur van Mobistar en onder de Telenet-merknaam Mobistar-producten aan te bieden. De overeenkomst leverde Telenet in de loop van de voorbije drie jaar 100.000 actieve SIM-kaarten op, die zowel gebruikt worden voor mobiele telefonie als voor mobiel internet.



→ // Telenet MVNO evolution



2009

Begin 2009 evolueerde de overeenkomst met Mobistar naar een Full MVNO. Telenet blijft gebruik maken van de Mobistar-antennes, maar is niet langer gebonden aan het productaanbod van Mobistar. Daardoor kan Telenet haar eigen SIM-kaarten introduceren, een eigen switch gebruiken (Mobile Switching Center), en een specifiek mobiel productaanbod ontwikkelen, al dan niet in combinatie met de vaste producten. De conversie van Light MVNO naar Full MVNO zal in 2010 verder worden uitgerold.

De mobiele internetverbinding loopt vandaag via een *dongle*, een USB-apparaat dat een draadloze verbinding met het internet mogelijk maakt, of via een smartphone. De huidige mogelijkheden dekken de bestaande basisbehoeften van de klant, maar betekenen slechts een tussenstap in de evolutie naar een nieuw en krachtig draadloos platform.

In de markt van de mobiele telefonie speelde Telenet in 2009 een actieve rol. Door de overname van BelCompany, de lancering (als eerste in België) van de gesubsidieerde toestellen en de succesvolle marketingcampagne Walk&Talk (zie ook hoofdstuk *telefonie*) heeft Telenet als aanbieder van mobilofonie een stevige basispositie verworven, die samen met de betere 'Brand Awareness' als platform kan dienen voor de verdere ontwikkeling van andere mobiele diensten en producten.

Eind 2009 telde de Mobile Division 129.000 klanten, een stijging met 48% in vergelijking met 2008.





// LTE (Long Term Evolution)

In het tweede kwartaal van 2010 start Telenet met een LTE-test in Mechelen. Door middel van drie antennes, uitgerust met deze nieuwste mobiele technologie, zal Telenet in staat zijn om gedurende een bepaalde periode mobiele breedbanddiensten aan te bieden met een surfsnelheid die tienmaal hoger is en een responstijd die driemaal sneller is dan bij de bestaande mobiele internetdiensten. Het zal Telenet in staat stellen om via deze mobiele infrastructuur allerlei toepassingen uitvoerig te testen, zoals online gaming, visual networking, realtime tv, enz.



2010 en verder

De ontwikkeling van het technologisch platform voor het aanbieden van mobiele diensten is nog volop aan de gang. Telenet volgt deze evolutie op de voet en toont een sterke interesse voor de Long Term Evolution (LTE), het mobiele internet van de vierde generatie (4G) waarin de verbindingssnelheden nog aanzienlijk zullen worden opgedreven.

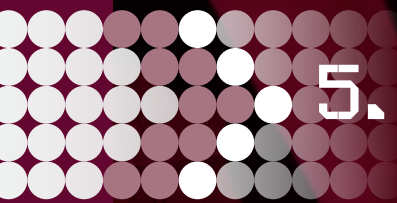
Wat de penetratie van de mobiele breedbandtechnologie betreft, hinkt België met 5% nog flink achterop tegenover het Europese gemiddelde van 18%. Vermits Telenet vandaag kan terugvallen op een bijzonder groot marktaandeel in de vaste breedbandverbindingen, lijkt het potentieel voor het mobiele equivalent dan ook bijzonder aantrekkelijk. Marktonderzoek heeft bovendien uitgewezen dat de consument verwacht dat Telenet zich als vooruitstrevend en vernieuwend telecombedrijf sterk zal profileren in de markt van het mobiele breedbandinternet.

Op langere termijn wordt er volop gedacht aan de convergentie van de platformen. In de praktijk zou dat erop neerkomen dat de gebruiker alle diensten en toepassingen kan benutten, ongeacht de drager of het beschikbare platform.



5

TELECOMMUNICATIE VAN DE TOEKOMST



5.3 Digital Wave 2015





Een digitale versnelling hoger

Begin maart 2010 lanceerde Telenet zijn prestigieuze Digital Wave 2015 programma. De krachtlijnen van dit plan werden toegelicht tijdens het Europese Kabelcongres in Brussel. Voor Telenet schuilt de toekomst in netwerkcapaciteit, mobiliteit en convergentie van vaste en mobiele telecommunicatie.

Telenet zal zijn investeringen versnellen en geplande aanpassingen aan zijn netwerk realiseren over een periode van 5 jaar, in plaats van de eerder vooropgestelde 10 jaar :

- Het glasvezelnetwerk wordt versneld uitgebreid
- Het aantal knooppunten wordt verhoogd, waardoor er nog 500 huizen per knooppunt zullen aangesloten worden in plaats van de huidige 1.400
- Het aantal routers wordt uitgebreid en een aantal worden vernieuwd
- Er wordt selectief geïnvesteerd in Fiber To The Home bijvoorbeeld bij nieuwe verkavelingen

Deze investeringen zullen de ervaringen en de mogelijkheden van onze klanten aanzienlijk optimaliseren en uitbreiden, met als voornaamste algemene doelstellingen: snel en algemeen toegankelijk Internet, oog voor het verkleinen van de digitale kloof en facilitator voor bedrijven en voor bedrijfsinvesteringen in nieuwe toepassingen:

- Met de komst van cloud computing kunnen de klanten meer gebruik maken van toepassingen op afstand, bijvoorbeeld: de harde schijf zal zich niet meer op de pc bevinden maar meer op afstand

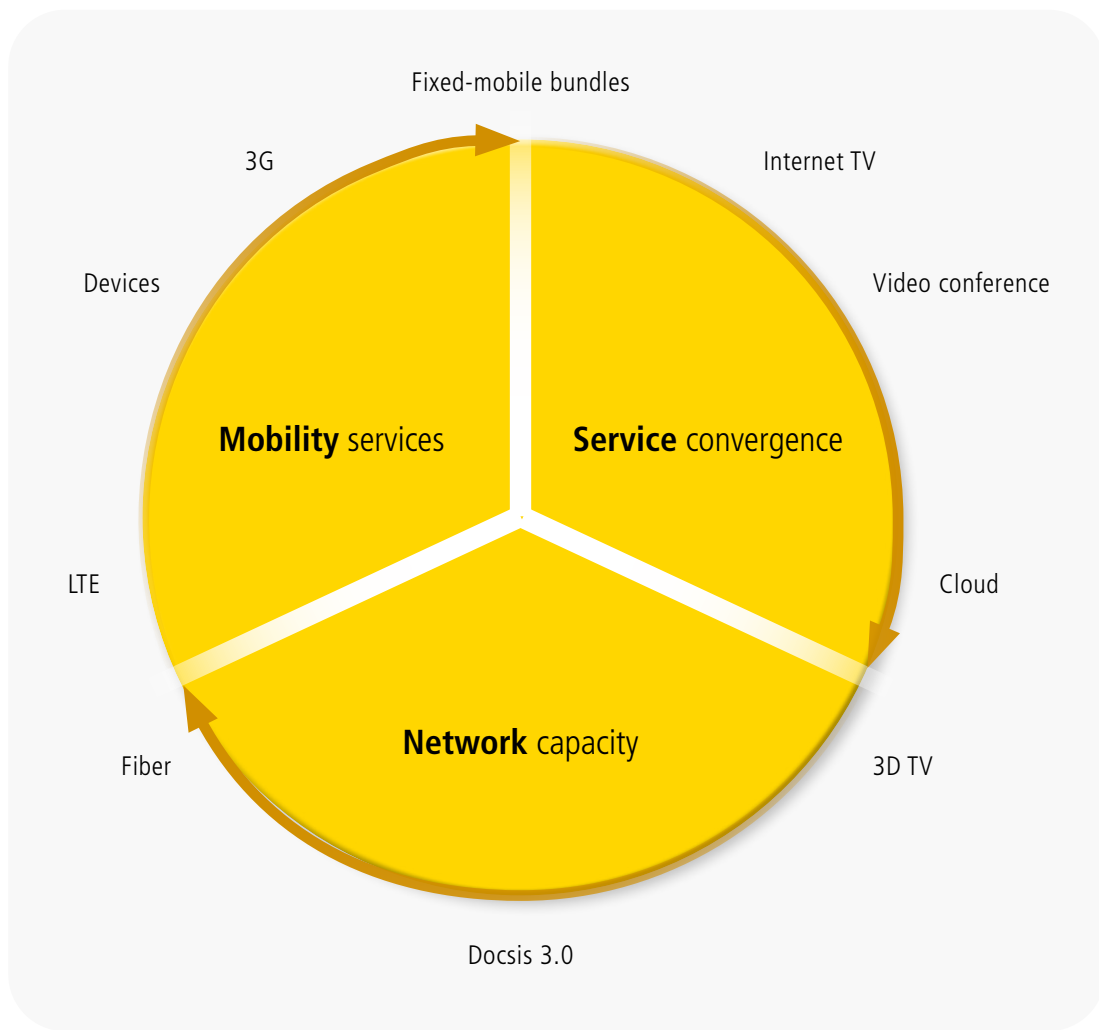
- Onze klanten zullen gebruik kunnen maken van videoconferencing :
 - Scholen kunnen *leren op afstand* stimuleren
 - Bedrijven, denk maar aan banken, zullen een betere service kunnen bieden aan een lagere kost
 - Ziekenhuizen zullen efficiënter kunnen werken
 - Nieuwe toepassingen zoals ons Telesenior project in Kortrijk zullen het mogelijk maken de strijd aan te binden met vereenzaming.

Om de digitalisering van Vlaanderen via deze *Digital Wave 2015* te stimuleren, rekent Telenet op een constructieve samenwerking met tal van andere partijen, waaronder de academische wereld, tv-zenders, andere mediabedrijven, technologiebedrijven, klanten én de overheid.

Om het Digital Wave 2015 programma te verwezenlijken, heeft de raad van bestuur van Telenet een investeringsprogramma goedgekeurd waarbij er de komende jaren telkens voor 30 miljoen EUR aan extra investeringen in het breedbandnetwerk wordt voorzien.



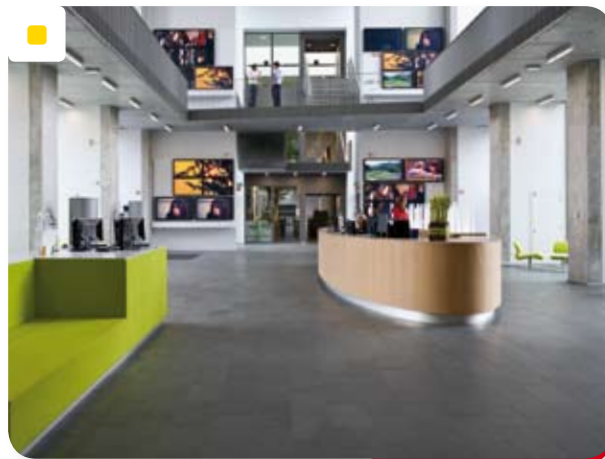
➔ // Bouwstenen voor de digitale toekomst





Het aandeel Telenet







ID van het aandeel Telenet

Markt	Euronext Brussel
Ticker	TNET
ISIN code	BE0003826436
Bloomberg code	TNET BB
Thomson code	TNET-BT

Investor Relations

Bij Telenet hechten we veel belang aan een kwalitatieve en transparante financiële verslaggeving, die opgemaakt wordt in overeenstemming met de International Financial Reporting Standards die door de EU werden ingevoerd (*IFRS zoals goedgekeurd door de EU*). Tegelijk voldoen we aan de vereisten van de US Sarbanes-Oxley Act. Wij publiceren een gedetailleerd overzicht van onze financiële resultaten op kwartaal-, halfjaarlijkse en jaarlijkse basis.

Wij verzekeren een regelmatige, open en intensieve dialoog met onze aandeelhouders en investeerders (institutionele zowel als particuliere), met andere kredietverschaffers en hun tussenpersonen, en met de financieel analisten. Eind december 2009 werd onze vennootschap actief gevolgd door 17 sell-side analisten in geheel Europa, verspreid over het Verenigd Koninkrijk (59%) en de Benelux (41%). Na de publicatie van onze financiële resultaten geven we een presentatie voor investeerders en analisten, waarbij het senior management toelichting geeft bij de belangrijkste elementen en vragen. Deze presentatie wordt live uitgezonden via onze investor relations website om de transparantie te verzekeren en beoogt een gelijktijdige beschikbaarheid van de informatie voor al de betrokken investeerders.

Naast de kwartaal-, halfjaarlijkse en jaarlijkse financiële presentaties komen we op regelmatige basis tegemoet aan de vraag van onze investeerders om contact te kunnen leggen met ons senior management via roadshows en belangrijke sectoriële investeerdersmeetings. De roadshows die we organiseren en de conferenties die we bijwonen hebben plaats in de belangrijkste financiële centra, zowel in Europa als de Verenigde Staten, en ze omvatten zowel persoonlijke ontmoetingen als vergaderingen met kleinere groepen. Op jaarbasis organiseren we zo'n 15 tot 20 roadshows. In hoofdzaak onderscheiden we daarbij drie kringen van investeerders, afhankelijk van het belang van hun aandeelhouderschap en hun algemene omvang als investeringscentrum. De eerste kring omvat financiële centra zoals New York, Londen en Parijs, die meerdere keren per jaar worden bezocht. De tweede kring bestaat uit Nederland, Duitsland, Zwitserland, Ierland en de Verenigde Staten (met uitzondering van New York), die minstens één keer per jaar worden bezocht. De derde kring omvat die markten waarin we een verdere expansie van het aandeelhouderschap beogen, zoals Spanje, Italië en Scandinavië.

Aandeelhoudersstructuur

Op 31 december 2009 zag het aandeelhouderschap van de vennootschap er als volgt uit:

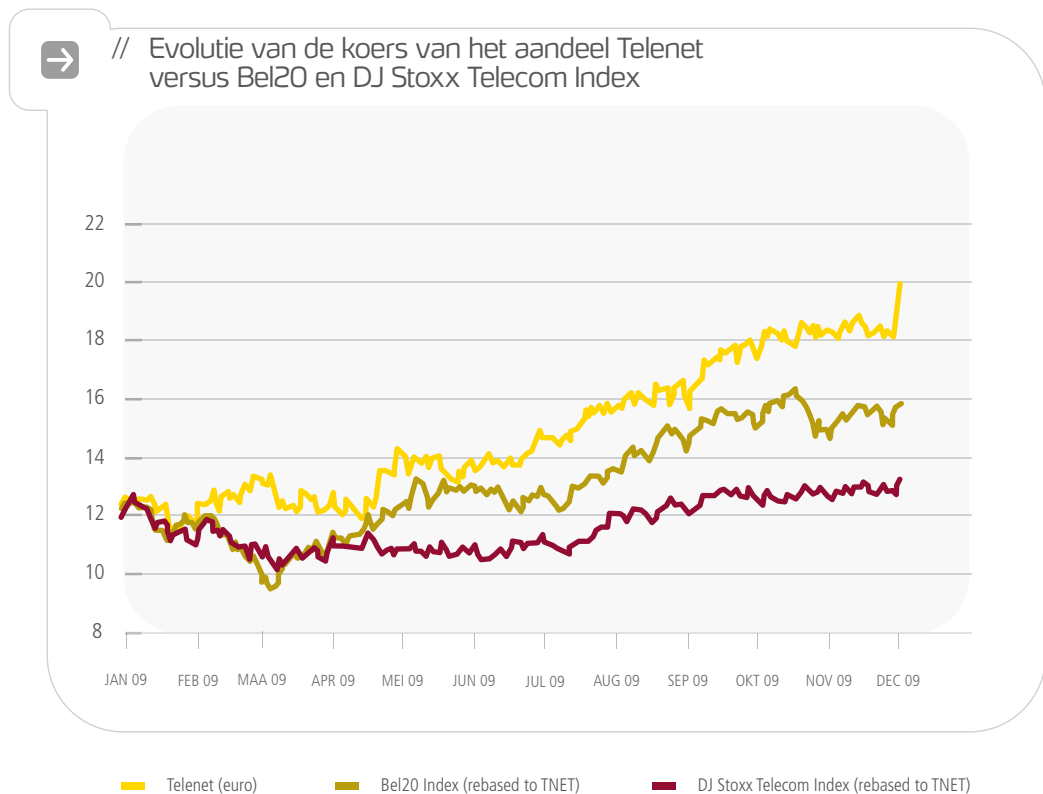
AANDEELHOUDERS	AANTAL AANDELEN	PERCENTAGE	(OPTIES OP) PCS	WARRANTEN	TOTAAL (VOLLEDIG VERWATERD)	PERCENTAGE (VOLLEDIG VERWATERD)
Liberty Global Consortium	56.405.400	50,47%			56.405.400	48,83%
Fortis Investment Management NV	6.315.291	5,65%			6.315.291	5,47%
Werknemers	754.690	0,68%	469.156	3.281.358	4.505.204	3,90%
Publiek	48.286.285	43,20%			48.286.285	41,80%
Totaal	111.761.666	100,00%	469.156	3.281.358	115.512.180	100,00%

Aandeelhoudersvergoeding

Onze belangrijkste doelstelling is om voldoende werkmiddelen en flexibiliteit te behouden om onze financiële en operationele opdrachten te vervullen. Tegelijkertijd zoeken wij onafgebroken naar manieren om aandeelhouderswaarde te creëren via een solide groei van onze bedrijfsactiviteiten, waardetoevoegende externe groei en via balansoptimalisatie door middel van schuldfinanciering.

De Raad van Bestuur van Telenet zal een uitzonderlijke aandeelhoudersvergoeding voorstellen van € 2,23 per aandeel, wat overeenstemt met een totaal uit te keren bedrag van ongeveer € 250,0 miljoen. Deze aandeelhoudersvergoeding werd zorgvuldig afgewogen op basis van onze verwachtingen inzake vrije kasstroom en onze onderliggende bedrijfsprestaties, nieuwe interne of externe businessopportunities, het economische en concurrentieklimaat, en onze autonome schuldaflossingcapaciteit.

Een aantal artikelen van het Belgische wetboek van vennootschappen en de statuten van Telenet Group Holding beperken de mogelijkheid van Telenet Group Holding om recurrente dividenden uit te betalen of het inkopen van eigen aandelen, alvorens bepaalde minimumreserves worden verwezenlijkt. Bijgevolg is het meest waarschijnlijk dat de vergoeding die in de loop van het derde kwartaal van 2010 zal betaald worden, als een kapitaalsvermindering zal uitgevoerd worden, waarop geen roerende voorheffing van toepassing is. De definitieve beslissing over bedrag en datum van de aandeelhoudersvergoeding wordt bij stemming genomen tijdens de jaarlijkse Algemene Vergadering van aandeelhouders op 28 april 2010.



Evolutie van de koers van het aandeel

2009 was een turbulent jaar voor de wereldwijde aandelenmarkten. Nadat ze begin maart 2009 een nieuw dieptepunt bereikten onder invloed van de economische recessie, teruglopende bedrijfswinsten en speculatie over de omvang van de economische en financiële crisis, veerden de aandelenmarkten in de tweede helft van het jaar aanzienlijk op, daarbij geholpen door een duidelijke heropleving van de economische indicatoren. Doorheen het jaar slaagde ons aandeel erin om opmerkelijk beter te presteren dan de bredere markt zoals die gewogen wordt in de nationale Bel20 index en de geronommeerde sectoriële index DJ Stoxx Telecom.

Tijdens het eerste kwartaal van het jaar hield onze aandelenkoers stevig stand terwijl de bredere markt er met dubbele cijfers op achteruit ging door de beroering over de economische terugval en het doorsijpelen van de gevolgen van de financiële crisis. In het tweede en derde kwartaal van het jaar hield ons aandeel gelijke tred met de algemene heropleving van de markt, gesteund door stevige operationele

en financiële resultaten en onze positieve financiële herziening van de vooruitzichten voor het boekjaar. In het laatste kwartaal slaagde ons aandeel er andermaal in om beter te presteren dan de brede markt. Door de lancering van breedbandproducten van de volgende generatie, die gebruik maken van de nieuwste EuroDOCSIS 3.0 technologie, slaagde de kabelindustrie erin om haar status inzake snelheid en productleiderschap te bevestigen ten opzichte van concurrentiële technologieën en was ze bij machte om verder terrein te winnen binnen het DSL-kliëntbestand van de historische operatoren. De verhoogde aandacht van investeerders voor de kabelsector stuwde ons aandeel nog verder vooruit, zodat we het jaar afsloten met een koers die net onder de €20 uitkwam, wat een groei vertegenwoordigde van 67% in vergelijking met de slotkoers van 2008. Sinds 3 maart 2009 maakt het aandeel Telenet deel uit van de Bel20 index en op 22 maart 2010 werd het ook opgenomen in de Dow Jones STOXX 600 index.

Informatie over het aandeel Telenet

	2009	2008
// Belangrijke cijfers aandelenkoers		
		in euro
Slotkoers op 31 december	19,93	11,92
Gemiddelde koers tijdens het jaar	15,24	14,12
Hoogste koers van het jaar	19,93	19,36
Laagste koers van het jaar	11,59	9,59
Gewogen gemiddeld aantal uitstaande aandelen	111.354.953	109.981.494
Gemiddeld verhandeld dagvolume (aantal aandelen)	262.036	266.478
		in miljoen euro
Marktkapitalisatie (jaargemiddelde)	1.697	1.553
Bedrijfswaarde (jaargemiddelde)	3.917	3.851

Financiële kalender

26 april 2010	Earnings release 1e kwartaal 2010 (17u45 CET)
28 april 2010	Algemene Vergadering der Aandeelhouders
3 august 2010	Earnings release 1e semester 2010 (17u45 CET)
28 oktober 2010	Earnings release 3e kwartaal 2010 (17u45 CET)

Gelieve op te merken dat deze data mogelijk nog kunnen gewijzigd worden..

