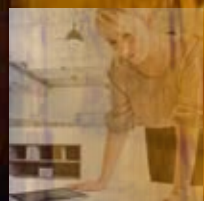
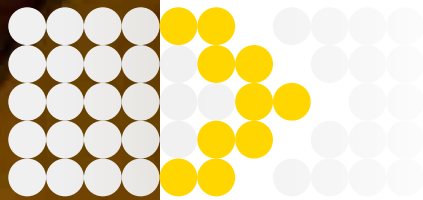


JAARVERSLAG

2010

Experience life
in the Digital World





KERNCIJFERS

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|-----------------------|--------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| // Hoogtepunten Geconsolideerde staat van het totaalresultaat in miljoen euro | | | | | | |
| Opbrengsten | 733,5 | 813,5 | 931,9 | 1.018,8 | 1.197,4 | 1.299,0 |
| Kostprijs van geleverde diensten | (456,7) | (510,7) | (553,5) | (589,3) | (688,9) | (735,8) |
| Brutowinst | 276,8 | 302,8 | 378,4 | 429,6 | 508,5 | 563,2 |
| Verkoop-, algemene en beheerskosten | (145,6) | (159,0) | (173,1) | (190,8) | (210,0) | (218,7) |
| Resultaat uit bedrijfsactiviteiten | 131,2 | 143,7 | 205,3 | 238,7 | 298,5 | 344,5 |
| Netto financiële kosten | (193,2) | (101,0) | (211,7) | (191,3) | (153,6) | (197,6) |
| Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen | - | - | (0,3) | (0,3) | (0,5) | (0,4) |
| Winst (verlies) vóór winstbelastingen | (62,0) | 42,8 | (6,7) | 47,1 | 144,4 | 146,5 |
| Winstbelastingen | (15,0) | (34,3) | 27,4 | (62,3) | 88,7 | (57,2) |
| Winst (verlies) over het boekjaar | (77,0) | 8,5 | 20,7 | (15,2) | 233,1 | 89,3 |
| // Hoogtepunten kasstroom in miljoen euro | | | | | | |
| Winst (verlies) over het boekjaar | (76,7) ⁽¹⁾ | 5,5 ⁽¹⁾ | 20,7 | (15,2) | 233,1 | 89,3 |
| Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen | 206,3 | 222,9 | 237,6 | 261,6 | 302,8 | 313,8 |
| Veranderingen in werkkapitaal en overige niet-kasitems | 33,8 | 20,7 | 20,3 | (0,3) | (45,6) | (17,0) |
| Uitgestelde belastingen | 14,9 | 34,2 | (29,8) | 62,3 | (89,0) | 57,5 |
| Netto interestkosten en wisselkoersverliezen | 170,4 | 65,8 | 99,6 | 158,3 | 132,8 | 150,7 |
| Netto verlies (winst) op afgeleide financiële instrumenten | (25,8) | 8,9 | 25,5 | 33,0 | 20,9 | 39,0 |
| Verlies bij vervroegde aflossing van schulden | 13,7 | 21,4 | 86,7 | - | - | 7,9 |
| Betaalde interesten en betalingen voor derivaten | (124,0) | (68,0) | (253,2) | (147,7) | (114,2) | (137,4) |
| Nettokasstroom uit bedrijfsactiviteiten | 212,6 | 311,4 | 207,4 | 352,0 | 440,8 | 503,8 |
| Kasstroom gebruikt voor bedrijfsinvesteringen (cash capex) | (183,0) | (207,9) | (193,9) | (230,8) | (273,9) | (246,0) |
| Verwerving van dochterondernemingen, na aftrek van verworven geldmiddelen | (1,4) | (183,6) | (0,3) | (205,1) | (6,4) | (2,3) |
| Overige | 0,5 | 0,1 | 0,0 | 2,4 | 0,7 | 0,3 |
| Nettokasstroom uit (gebruikt voor) investeringsactiviteiten | (184,0) | (391,4) | (194,2) | (433,5) | (279,6) | (248,0) |
| Netto schuldaflossing | (212,7) | (60,4) | 677,5 | 77,1 | 5,0 | 526,2 |
| Betaling aandeelhoudersvergoeding | - | - | (654,9) | (0,8) | (55,8) | (249,8) |
| Overige (incl. financiële leaseverplichtingen) | 249,3 | (11,1) | (18,1) | (5,8) | (30,3) | (38,3) |
| Nettokasstroom uit (gebruikt in) financieringsactiviteiten | 36,6 | (71,5) | 4,5 | 70,5 | (81,1) | 238,1 |
| Netto toename (afname) in geldmiddelen en kasequivalenten | 65,2 | (151,5) | 17,8 | (11,0) | 80,1 | 493,9 |
| Geldmiddelen en kasequivalenten aan het begin van de verslagperiode | 145,2 | 210,4 | 58,8 | 76,6 | 65,6 | 145,7 |
| Geldmiddelen en kasequivalenten aan het einde van de verslagperiode | 210,4 | 58,8 | 76,6 | 65,6 | 145,7 | 639,6 |
| Vrije kasstroom⁽²⁾ | 29,6 | 103,5 | 13,6 | 121,2 | 166,9 | 257,8 |

(1) Nettowinst uit continue bedrijfsactiviteiten, dwz uitgezonderd bijdrage van Phone Plus sprl, de carrier pre-select business.

(2) Vrije kasstroom wordt gedefinieerd als de netto kasmiddelen afkomstig uit continue bedrijfsactiviteiten minus de bedrijfsinvesteringen van Telenets continue activiteiten, elk zoals gerapporteerd in het geconsolideerd kasstroomoverzicht van de Vennootschap. Vrije kasstroom is een bijkomende parameter gebruikt door het management om het onderliggende resultaat van de Vennootschap aan te tonen en zou niet beschouwd mogen worden als een vervanging van de andere parameters in overstemming met IFRS om het resultaat van de Vennootschap te beoordelen, maar zou echter moeten gehanteerd worden samen met de dichtst vergelijkbare IFRS parameter. Vrije kasstroom is een niet-GAAP-maatstaf zoals bedoeld in Regulation G van de Amerikaanse Securities and Exchange Commission. Voor aanvullende definities en aansluitingen verwijzen we naar het deel Investor Relations op de website van Liberty Global, Inc. (<http://www.lgi.com>). Liberty Global, Inc. is Telenets controlerende aandeelhouder.



KERNCIJFERS

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 ⁽³⁾ | 2009 | 2010 |
|--|----------------|----------------|----------------|---------------------|----------------|----------------|
| // Hoogtepunten balans in miljoen euro | | | | | | |
| Vaste activa | 2.235,7 | 2.403,3 | 2.457,5 | 2.859,7 | 2.995,3 | 2.895,3 |
| Vlottende activa, excl geldmiddelen en kasequivalenten | 125,3 | 130,0 | 133,2 | 110,5 | 132,2 | 157,8 |
| Geldmiddelen en kasequivalenten | 210,4 | 58,8 | 76,6 | 65,6 | 145,7 | 639,6 |
| Totaal activa | 2.571,4 | 2.592,1 | 2.667,3 | 3.035,8 | 3.273,2 | 3.692,7 |
| Totaal eigen vermogen | 709,1 | 721,7 | 170,1 | 170,2 | 360,1 | 217,5 |
| Langlopende verplichtingen | 1.344,5 | 1.411,8 | 2.061,7 | 2.387,0 | 2.404,2 | 2.923,4 |
| Kortlopende verplichtingen | 517,8 | 458,6 | 435,5 | 478,6 | 508,9 | 551,8 |
| Totaal verplichtingen | 1.862,3 | 1.870,4 | 2.497,2 | 2.865,6 | 2.913,1 | 3.475,2 |
| Totaal eigen vermogen en verplichtingen | 2.571,4 | 2.592,1 | 2.667,3 | 3.035,8 | 3.273,2 | 3.692,7 |
| Totale nettoschuld | 1.155,8 | 1.232,4 | 1.825,4 | 1.919,9 | 1.844,7 | 1.882,5 |
| Totale nettoschuld (incl. financiële leaseverplichtingen) | 1.279,2 | 1.355,1 | 1.969,7 | 2.297,7 | 2.220,4 | 2.287,8 |
| // Reconciliatie Adjusted EBITDA in miljoen euro | | | | | | |
| Adjusted EBITDA⁽⁴⁾ | 339,7 | 368,3 | 443,4 | 506,4 | 607,7 | 668,7 |
| Adjusted EBITDA marge | 46,3% | 45,3% | 47,6% | 49,7% | 50,7% | 51,5% |
| Vergoeding op basis van aandelen | (2,2) | (1,6) | (0,5) | (4,6) | (5,1) | (9,8) |
| Operationele opbrengsten (kosten) betreffende overnames of desinvesteringen | - | - | - | (0,8) | (1,3) | (0,3) |
| Herstructureringskosten | - | - | - | - | - | (0,3) |
| EBITDA | 337,5 | 366,6 | 442,9 | 501,0 | 601,3 | 658,3 |
| Afschrijvingen en waardeverminderingen | (206,3) | (222,9) | (237,6) | (262,2) | (302,8) | (313,8) |
| Resultaat uit bedrijfsactiviteiten | 131,2 | 143,7 | 205,3 | 238,7 | 298,5 | 344,5 |
| Netto financiële kosten | (193,2) | (101,0) | (211,7) | (191,3) | (153,6) | (197,6) |
| Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen | - | - | (0,3) | (0,3) | (0,5) | (0,4) |
| Winstbelastingen | (15,0) | (34,3) | 27,4 | (62,3) | 88,7 | (57,2) |
| Winst (verlies) over het boekjaar | (77,0) | 8,5 | 20,7 | (15,2) | 233,1 | 89,3 |

(3) Herzien. In 2009 werden retroactief aanpassingen gemaakt aan de voorlopige allocatie van de overnameprijs voor de overname van Interkabel op 1 oktober 2008 alsof deze aanpassingen zouden zijn gemaakt op de datum van verwerving. De impact van deze aanpassingen op het jaar afgesloten op 31 december 2008 wordt weergegeven als "herzien" in de geconsolideerde jaarrekening.

(4) EBITDA wordt gedefinieerd als winst vóór netto financiële kosten, belastingen, afschrijvingen en waardeverminderingen. 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 de inspanningen van de Vennootschap om een controlebelang in ondernemingen te verwerven of te verkopen. Adjusted EBITDA is een bijkomende parameter gebruikt door het management om het onderliggende resultaat van de Vennootschap aan te tonen en zou niet beschouwd mogen worden als een vervanging van de andere parameters in overstemming met IFRS om het resultaat van de Vennootschap te beoordelen, maar zou echter moeten gehanteerd worden samen met de dichtst vergelijkbare IFRS parameter. Adjusted EBITDA is een niet-GAAP-maatstaf zoals bedoeld in Regulation G van de Amerikaanse Securities and Exchange Commission. Voor aanverwante definities en aansluitingen verwijzen we naar het deel Investor Relations op de website van Liberty Global, Inc. (<http://www.lgi.com>). Liberty Global, Inc. is Telenets controlerende aandeelhouder.

(5) Sinds de beursnotering van Telenet op Euronext Brussel op 10 oktober 2005.

(6) Hefboomratio wordt berekend als Totale Nettoschuld ten opzichte van de geconsolideerde geannualizeerde EBITDA onder de Senior Kredietfaciliteit. De Totale Nettoschuld wordt berekend zoals uiteengezet in de Senior Kredietfaciliteit en is ondermeer exclusief financiële leaseverplichtingen.



| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 ⁽⁵⁾ | 2009 | 2010 |
|---|----------------------|--------------|--------------|---------------------|--------------|---|
| // Geleverde diensten | | | | | | |
| | | | | | | In duizend, behalve informatie per klantenrelatie |
| Aansluitbare huizen | | | | | | |
| - Gecombineerde Netwerk | 2.500 | 2.531 | 2.744 | 2.769 | 2.794 | 2.819 |
| Telenet Netwerk | 1.699 | 1.715 | 1.920 | - | - | - |
| Telenet Partner Netwerk | 801 | 816 | 824 | - | - | - |
| Analoge Kabel-tv | 1.551 | 1.407 | 1.340 | 1.729 | 1.342 | 1.033 |
| Digitale Kabel-tv | 75 | 226 | 391 | 674 | 1.001 | 1.242 |
| Totaal Kabel-tv | 1.626 | 1.633 | 1.731 | 2.402 | 2.342 | 2.274 |
| Breedbandinternet | 624 | 729 | 883 | 985 | 1.116 | 1.227 |
| Vaste telefonie | 364 | 455 | 548 | 629 | 741 | 815 |
| Mobiele telefonie | - | 13 | 56 | 87 | 129 | 199 |
| Totaal geleverde diensten (excl. mobiel) | 2.614 | 2.817 | 3.162 | 4.016 | 4.199 | 4.316 |
| Triple play klanten | 176 | 236 | 323 | 539 | 651 | 719 |
| Totaal klantenrelaties | 1.626 | 1.633 | 1.731 | 2.402 | 2.342 | 2.274 |
| Diensten per klantenrelatie | 1,42 | 1,50 | 1,60 | 1,67 | 1,79 | 1,90 |
| ARPU per klantenrelatie (€/maand) | 24,8 | 26,7 | 29,4 | 32,5 | 35,0 | 38,8 |
| // Gegevens per aandeel | | | | | | |
| | | | | | | in euro, behalve gewogen gemiddelde aantal aandelen |
| Aandelenkoers voor de periode | | | | | | |
| Jaareinde | 10,60 ⁽⁵⁾ | 14,39 | 17,52 | 10,82 | 18,08 | 29,48 |
| Gemiddeld | 11,44 ⁽⁵⁾ | 11,97 | 16,25 | 12,79 | 13,84 | 22,59 |
| Hoogst | 14,08 ⁽⁵⁾ | 14,75 | 18,07 | 17,56 | 18,08 | 31,74 |
| Laagst | 10,60 ⁽⁵⁾ | 10,19 | 14,42 | 8,70 | 10,51 | 17,88 |
| Gewogen gemiddelde aantal aandelen (gewoon) | 89.503.387 | 100.625.547 | 104.615.436 | 109.981.494 | 111.354.953 | 112.093.758 |
| Gewogen gemiddelde aantal aandelen (verwaterd) | 89.503.387 | 104.453.726 | 108.588.515 | 109.981.494 | 111.956.540 | 113.542.782 |
| Gemiddeld aantal verhandelde aandelen per dag | 582.034 | 233.222 | 238.543 | 267.404 | 262.794 | 281.360 |
| Gewone winst (verlies) per aandeel | (0,86) | 0,05 | 0,20 | (0,14) | 2,09 | 0,80 |
| Verwaterde winst (verlies) per aandeel | (0,86) | 0,05 | 0,19 | (0,14) | 2,08 | 0,79 |
| Operationele kasstroom per aandeel | 2,38 | 3,09 | 1,98 | 3,20 | 3,96 | 4,49 |
| Vrije kasstroom per aandeel | 0,33 | 1,03 | 0,13 | 1,10 | 1,50 | 2,30 |
| Aandeelhoudersvergoeding per aandeel | - | - | 6,00 | - | 0,50 | 2,23 |
| // Ratio's | | | | | | |
| Marktkapitalisatie op jaareinde (in €m) | 949 | 1.448 | 1.833 | 1.190 | 2.013 | 3.305 |
| Bedrijfswaarde op jaareinde (EV, in €m) | 2.228 | 2.803 | 3.802 | 3.487 | 4.234 | 5.592 |
| Brutomarge | 37,7% | 37,2% | 40,6% | 42,2% | 42,5% | 43,4% |
| Adjusted EBITDA marge | 46,3% | 45,3% | 47,6% | 49,7% | 50,7% | 51,5% |
| Winstmarge | (10,5%) | 1,0% | 2,2% | (1,5%) | 19,5% | 6,9% |
| Vrije kasstroom als percentage van de opbrengsten | 4,0% | 12,7% | 1,5% | 11,9% | 13,9% | 19,8% |
| Aantal werknemers (voltijdse equivalenten) | 1.503 | 1.552 | 1.592 | 1.597 | 1.887 | 2.000 |
| Opbrengsten per werknemer (€) | 488.024 | 524.162 | 585.362 | 637.975 | 634.563 | 649.497 |
| Adjusted EBITDA per werknemer (€) | 226.022 | 237.312 | 278.518 | 317.111 | 322.030 | 334.344 |
| Toe te rekenen bedrijfsinvesteringen /Opbrengsten | 25,5% | 27,4% | 24,0% | 24,1% | 26,5% | 24,3% |
| Hefboomratio ⁽⁶⁾ | 3,4 | 3,4 | 4,1 | 3,8 | 3,1 | 2,9 |
| Hefboomratio (incl financiële leases) | 3,8 | 3,7 | 4,4 | 4,6 | 3,7 | 3,5 |
| EV/Adjusted EBITDA | 6,6 | 7,6 | 8,6 | 6,9 | 7,0 | 8,4 |
| EV/Opbrengsten | 3,0 | 3,4 | 4,1 | 3,4 | 3,5 | 4,3 |
| Free Cash Flow yield | 3,1% | 7,1% | 0,7% | 10,2% | 8,3% | 7,8% |



INHOUDSTAFEL

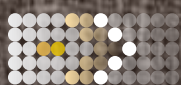
| | | | |
|-----------|-------------------------------------|-----|--|
| 1 | BEDRIJFSPROFIEL | | 2 |
| | | 1.1 | Telenet steekkaart 4 |
| | | 1.2 | Mission statement 6 |
| 2 | HET BOEKJAAR 2010 | | 8 |
| | | 2.1 | Brief aan de aandeelhouders 10 |
| | | 2.2 | Belangrijkste gebeurtenissen van het boekjaar 13 |
| 3 | TELENET EN ZIJN STRATEGIE | | 18 |
| | | 3.1 | De strategie van Telenet 20 |
| | | 3.2 | Strategische vooruitzichten voor 2011 23 |
| 4 | BEDRIJFSCULTUUR | | 26 |
| | | 4.1 | Corporate Responsibility 28 |
| | | 4.2 | Human Resources 38 |
| | | 4.3 | Kwaliteit 44 |
| 5 | PRODUCTEN EN DIENSTEN | | 48 |
| | | 5.1 | Breedbandinternet 50 |
| | | 5.2 | Telefonie 56 |
| | | 5.3 | Televisie 60 |
| | | 5.4 | Hosting & Security 68 |
| 6 | EEN KLANTGERICHT AANBOD | | 70 |
| | | 6.1 | Productbundels voor particuliere klanten 72 |
| | | 6.2 | Telenet Solutions voor bedrijven 77 |
| 7 | DIGITAL WAVE 2015 | | 82 |
| 8 | HET AANDEEL TELENET | | 86 |
| 9 | GECONSOLIDEERDE JAARREKENING | | 95 |
| 10 | VERKLARENDE WOORDENLIJST | | 267 |



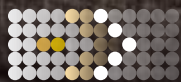


1

Bedrijfsprofiel



1.1 Telenet steekkaart



1.2 Mission Statement



1.1 Telenet steekkaart





Van links naar rechts bovenaan: // Jan Vorstermans - Executive Vice President Technology & Solutions // Inge Smidts - Senior Vice President Residential Marketing // Herbert Van Hove - Senior Vice President Product Management // Patrick Vincent - Executive Vice President Residential Sales & Care // Duco Sickinghe - Chief Executive Officer en Managing Director van Telenet // Martine Tempels - Senior Vice President Telenet Solutions // Renaat Berckmoes - Executive Vice President en Chief Financial Officer
Van links naar rechts onderaan: // Luc Machtelinckx - Executive Vice President General Counsel // Claudia Poels - Senior Vice President Human Resources // Ann Caluwaerts - Senior Vice President Public Affairs en Media (vanaf 01/04/2011) // Ronny Verhelst - Executive Vice President Public Affairs en CEO Telenet Mobile (tot 01/04/2011).

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.

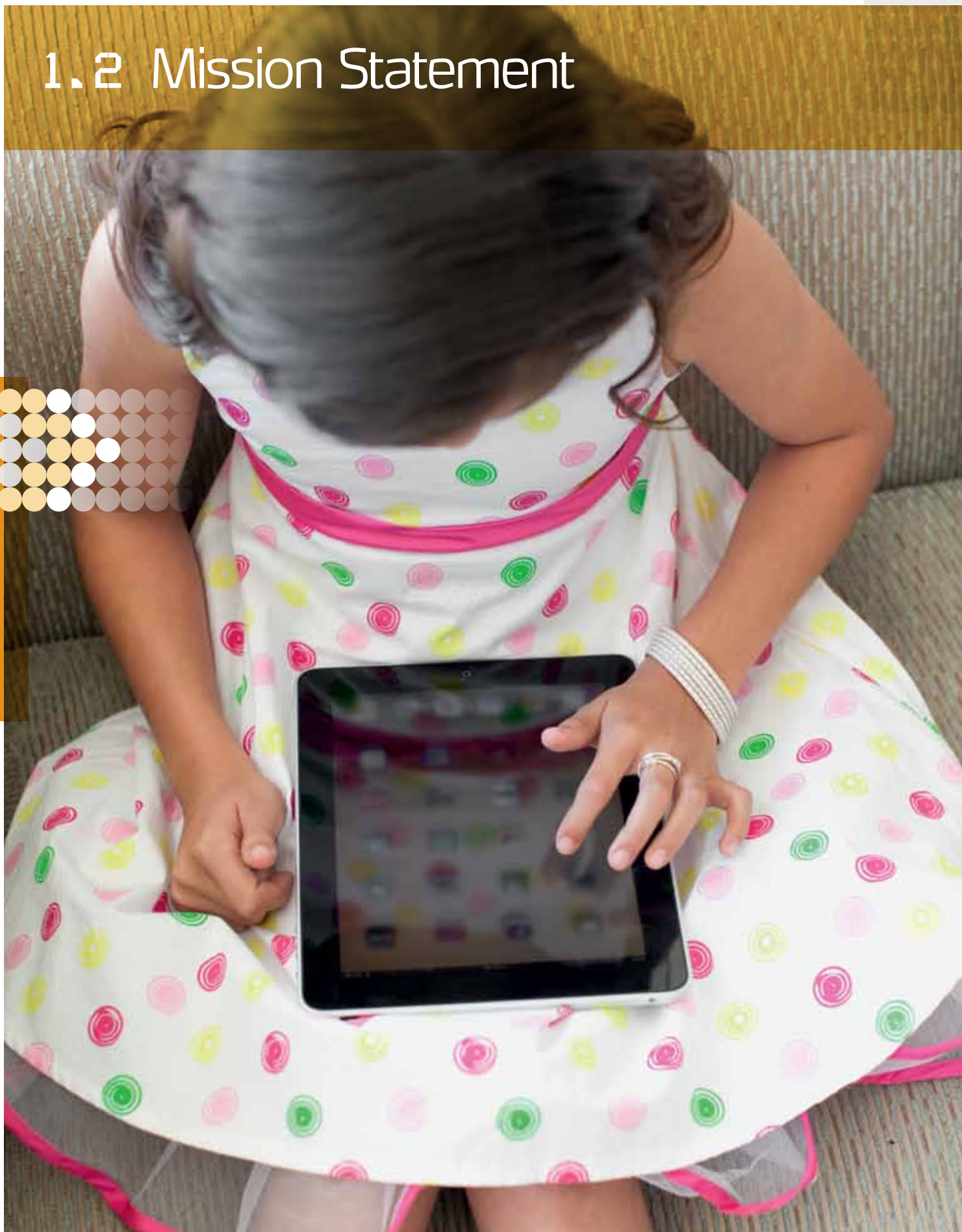
Telenet is gevestigd in Mechelen, maar beschikt over contact centers in Herentals, St-Truiden en Aalst, over Telenet-shops in Mechelen, Leuven, Schaarbeek, Hoboken en regionale sites voor het verlenen van technische bijstand, verspreid over heel Vlaanderen.

Eind 2010 telde Telenet in totaal 1.898 medewerkers, die samen een omzet realiseerden van 1,3 miljard euro.

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



1.2 Mission Statement



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.

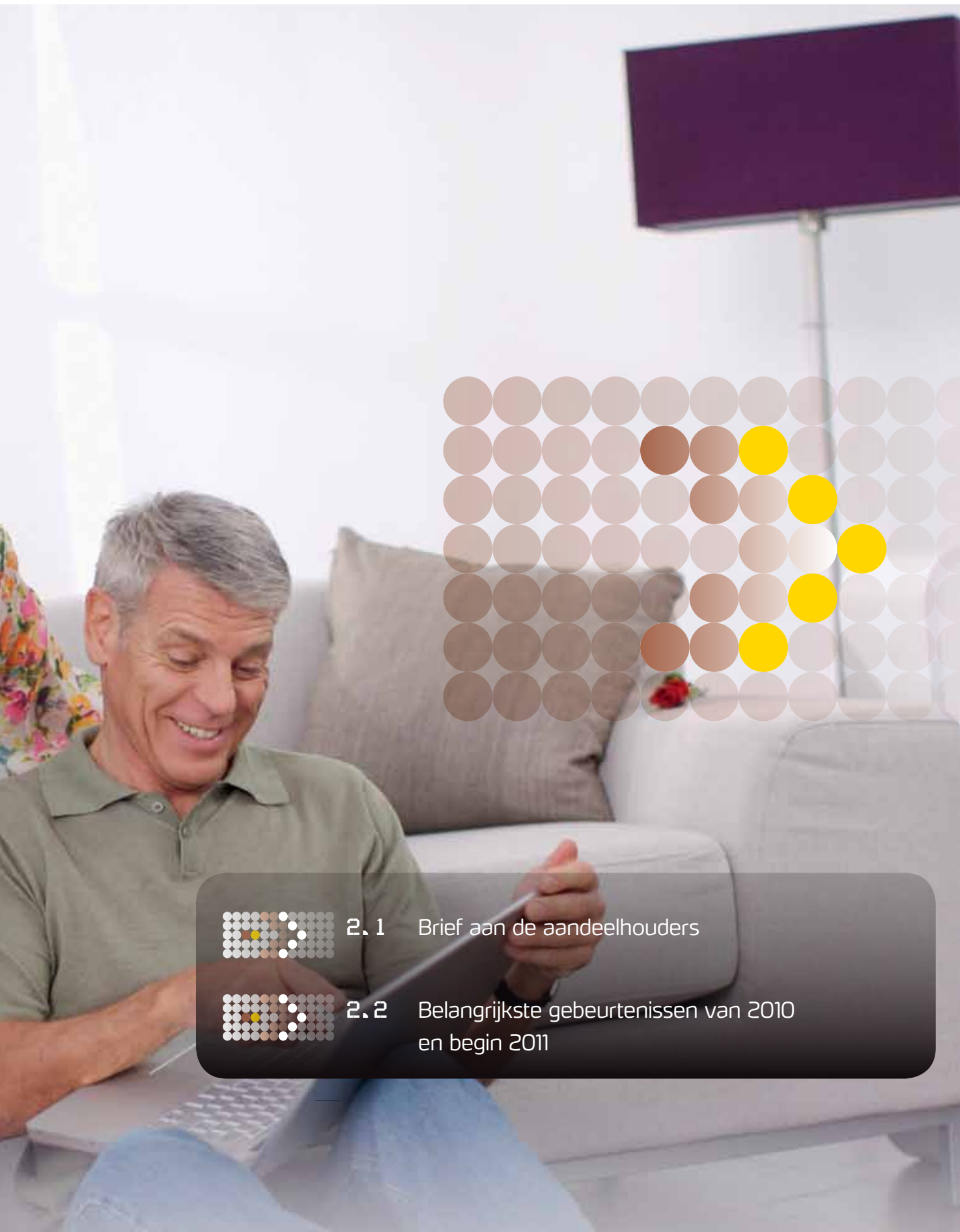
Telenet wil zijn doelstellingen waarmaken dankzij de inzet en de motivatie van een waardevolle groep geïnspireerde medewerkers, die de mogelijkheid krijgen om hun professionele kwaliteiten verder te ontwikkelen.



2

Het boekjaar 2010





2.1 Brief aan de aandeelhouders



2.2 Belangrijkste gebeurtenissen van 2010 en begin 2011



2.1 Brief aan de aandeelhouders



Beste aandeelhouder,

Het voorbije boekjaar is voor Telenet een bijzonder succesvol jaar geworden, waarin we zowel operationeel als wat onze resultaten betreft opnieuw een grote stap voorwaarts hebben gezet.

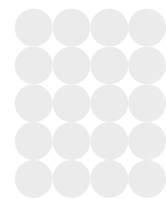
2010 werd andermaal gekenmerkt door een aanhoudend sterke vraag naar onze toonaangevende producten voor particulieren en door een stijgende marktinteresse voor onze B2B-oplossingen. In 2010 groeide het totale aantal abonnees voor al onze belangrijkste producten voor particulieren, waaronder Telenet Digital TV, breedbandinternet en vaste telefonie. Onze constante focus op klantenservice, een sterke productinnovatie, talloze netwerkverbeteringen en een duurzame prijs-kwaliteitverhouding van onze producten liggen aan de basis van dit succes. Het feit dat talloze consumenten deze kwaliteiten meer en meer weten te waarderen heeft ertoe geleid dat de gemiddelde omzet per klantenrelatie met 11% steeg in vergelijking met 2009. Bovendien blijft er voldoende potentieel voor toekomstige groei, aangezien meer dan 40% van onze klanten nog steeds op slechts één product geabonneerd is.

De sterke toename van zowel het aantal particuliere klanten als bedrijfsklanten resulteerde in een zeer solide financiële vooruitgang. Onze bedrijfsopbrengsten stegen met 8% tot € 1.299 miljoen en onze Adjusted EBITDA groeide met 10% tot € 669 miljoen wat neerkomt op een verbetering van de marge met 51,5%. In 2010 hebben we 22% van onze omzet geïnvesteerd in nieuwe klanten en verdere netwerkverbeteringen. Dankzij onze groeiende winstgevendheid steeg onze vrije kasstroom in 2010 met 54% tot € 258 miljoen.

Telenet blijft investeren in productinnovaties die de basis moeten leggen voor een duurzame groei. Wij zijn zeer enthousiast over ons nieuwe, revolutionaire tv-platform Yelo, dat het mogelijk maakt om voortaan mobiel tv te kijken, en dit is pas de eerste stap om een geheel nieuwe ervaring te creëren. Ons breedbandinternet aanbod werd begin 2011 nogmaals verbeterd met de commerciële lancering van een hele reeks op EuroDocsis 3.0 gebaseerde Fibernet-producten. Ons kabelnetwerk kan nu breedbandsnelheden tot 100 Mbps leveren, waarmee we in ons verkoopgebied de meest geavanceerde, uitgebreide en betrouwbare internetdiensten bieden. Met Digital Wave 2015, een project waarbij optische knooppunten worden gesplitst, willen we onze klanten in de toekomst een ongeëvenaarde snelheid, kwaliteit en service bieden.

Al deze vernieuwingen, in combinatie met de aanhoudende groei van het bedrijf, sterken ons in de overtuiging dat Telenet er ook in 2011 sterk op vooruit zal gaan, zowel op operationeel als financieel vlak. We zijn er dan ook trots op dat Telenet in zijn 15-jarig bestaan een mooi bedrijf is geworden met een sterke lokale verankering. De aankoop van het netwerk van de intercommunales in 2002, de beursintroductie in 2005 en de lancering van Yelo in 2010 – om maar een paar te noemen – zouden niet mogelijk zijn geweest zonder een sterke samenwerking met diverse lokale actoren. Dankzij de vele investeringen is Telenet op 15 jaar tijd gegroeid van een aanbieder van basis telefonie- en internetdiensten, tot een multimediale dienstenleverancier in geheel Vlaanderen en een deel van Brussel, goed voor meer dan 3.000 fiere directe en indirecte medewerkers die dagdagelijks de klant meer willen bieden dan wat hij of zij verwacht.





Telenet is ervan overtuigd dat zijn eigen groei niet alleen grotere verantwoordelijkheden met zich meebrengt op het vlak van duurzaam ondernemen. Maar als bedrijf dat midden in de samenleving staat kunnen we ook een hefboom zijn voor maatschappelijke verandering. In 2010 werd een overkoepelende strategie ontwikkeld die de verschillende aandachtspunten van een modern duurzaamheidsprogramma wil bundelen tot een globale bedrijfsrichting en aanpak. Het LEAP-project (Linking Environment And Profit) wil het duurzame karakter van Telenet als bedrijf en als merk beter verankeren en een positief engagement uitlokken bij de eigen medewerkers.

De Telenet Foundation heeft sinds de oprichting al ruim anderhalf miljoen euro besteed aan het creëren van gelijke digitale kansen. Tussen 2006 en 2010 werden via de Foundation al 90.000 mensen, in hoofdzaak jongeren, op de digitale snelweg geholpen.

Als maatschappelijk verantwoorde onderneming blijven we ook meer dan ooit geëngageerd om iedereen te kunnen voorzien van een rijke digitale ervaring aan de beste prijs. Het instaproduct voor breedband internet van Telenet behoort immers tot de goedkoopste van België en de prijs voor basistelevisie zelfs tot de goedkoopste van Europa. Daarnaast ontwikkelt de dynamiek in onze sector zich meer dan ooit. De afgelopen jaren zagen we verschillende nieuwe spelers en platformen actief worden, met als resultaat een sterke graad van innovatie. Telenet vindt het dan ook opmerkelijk dat de televisiemarkt die volop in beweging is, gereguleerd zou worden en gaat bijgevolg de dialoog aan met de verschillende regelgevende instanties.

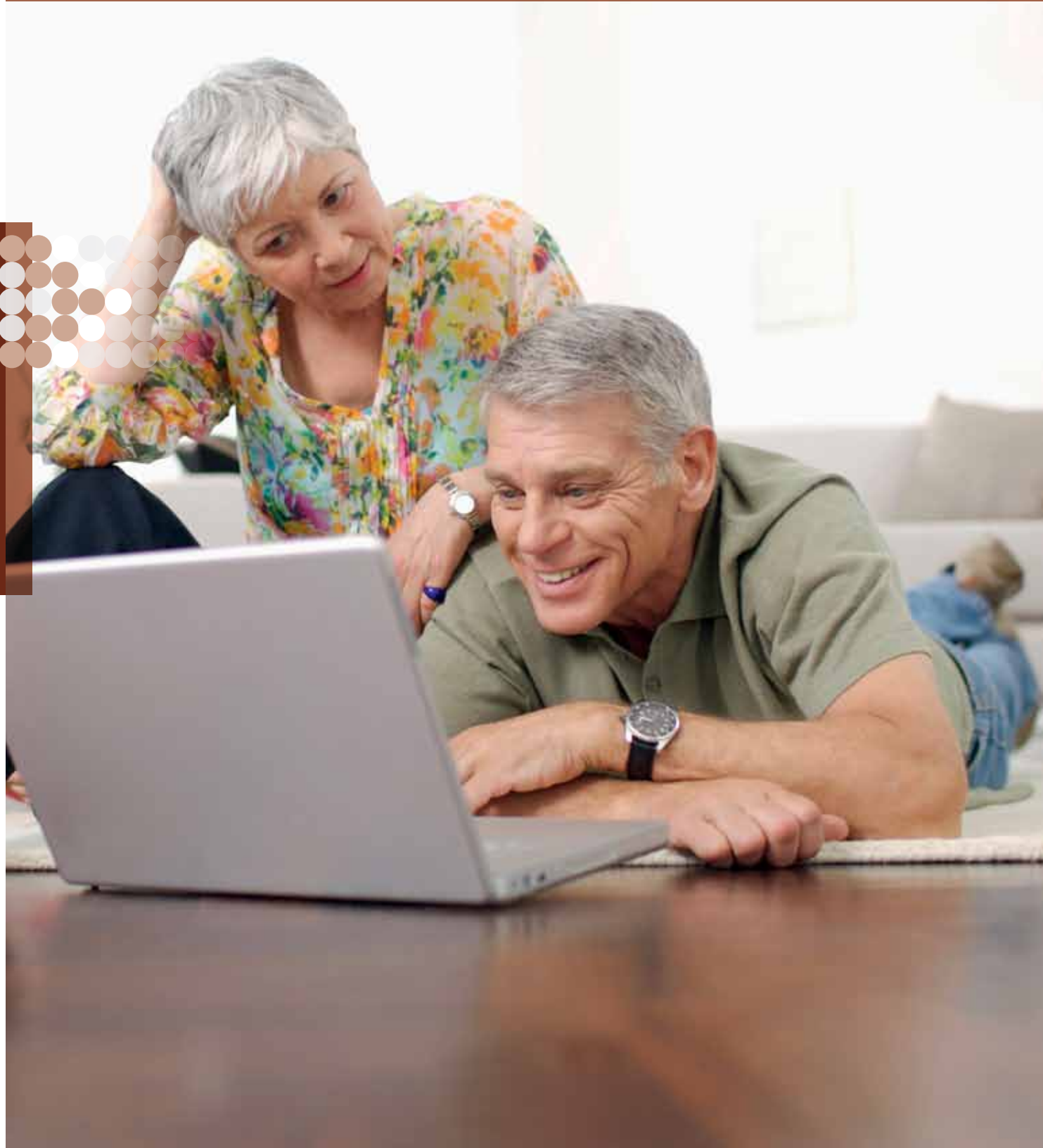
Telenet heeft het voorbije jaar met succes kunnen afsluiten dankzij de loyaliteit van onze klanten. Het enthousiasme en het doorzettingsvermogen van onze medewerkers zijn daarbij van groot belang geweest. Wij danken ook onze operationele en technische leveranciers en onze mediapartners. Ieder jaar opnieuw streven wij ernaar de unieke Telenet-ervaring weer waar te maken. Wij kijken met veel ambitie vooruit naar de toekomst en hopen van 2011 een even succesvol jaar te maken voor u allen, klanten, medewerkers, partners en aandeelhouders.

Hoogachtend,

Duco Sickinghe
Chief Executive Officer

Frank Donck
Voorzitter

2.2 Belangrijkste gebeurtenissen van het boekjaar 2010

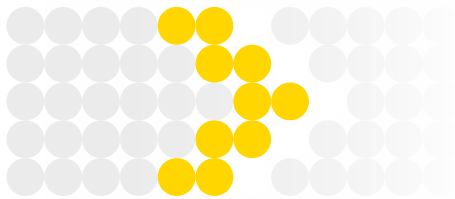




Februari 2010

Fibernet

Telenet lanceert Fibernet, een nieuwe generatie internet die snelheden tot 100 Mbps mogelijk maakt. Behalve de hogere snelheid van de internetconnectie biedt Telenet ook een hoger downloadvolume aan meer dan 1 miljoen internetklanten.



2010



Norkring België

Telenet sluit een akkoord met Norkring België NV voor het gebruik van capaciteit op het Norkring omroepinfrastructuur-netwerk. Het biedt Telenet de mogelijkheid om zijn klanten in Vlaanderen en Brussel ook digitale televisie en radio aan te bieden via antenne, en niet enkel via de kabel. Met deze ontwikkeling volgt Telenet zijn klanten en biedt het hen de kans om digitale TV en radio te ontvangen in afgelegen woonplaatsen, caravans, auto's, voertuigen of vakantiewoningen.

Maart 2010

Digital Wave 2015

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



Mei 2010

4G

Als mobile virtual network operator begint Telenet als eerste operator in België met tests om de nieuwe mogelijkheden van 4G of LTE (Long Term Evolution) te bestuderen en te evalueren. Telenet bekomt de nodige testlicenties van het Belgisch Instituut voor Post en Telecommunicatie (BIPT) om zowel de stad Mechelen als de autoweg E19 tussen Mechelen Noord en Mechelen Zuid af te dekken.

Promotie notebooks

Telenet Mobile lanceert naar analogie met de actie rond de smartphones een promoactie waarbij Telenetklanten een Netbook kunnen aanschaffen tegen 1 euro. Met dit initiatief wil Telenet de penetratie van mobiel internet in Vlaanderen een duw in de rug geven.

Start2Surf@home

Met het Start2Surf@home project van minister van ICT Van Quickenborne wil de federale overheid de digitale kloof helpen dichten en iedereen de kans bieden om te leren omgaan met de computer en het internet. Het initiatief voorziet in een voordelig computer- en internetpakket. Telenet verlengt zijn Start2Surf@home-programma tot eind 2010 en biedt de consument een uitgebreider PC-aanbod in combinatie met een internet instapabonnement.



Juni 2010

CURE

Telenet neemt C-CURE over, een internetbeveiligingsspecialist uit Mechelen. Door deze overname wil Telenet veiligheidsoplossingen kunnen integreren in zijn internetdienstverlening voor bedrijven en breidt het zijn productaanbod uit met managed securitydiensten.

Disney Channel

Telenet brengt een nieuwe familiezender op de kabel voor zijn analoge televisieklanten in Vlaanderen. Het analoge aanbod wordt versterkt met Disney Channel. Met deze uitbreiding zet Telenet een nieuwe stap om het analoge aanbod te verbreden naar een zo groot mogelijk publiek en het digitaal aanbod aan te passen aan de wensen van de klant.





Juli 2010

Elektrische auto's

Telenet stapt in het testproject van Toyota en zal gedurende drie jaar de Toyota Prius plug-in, een oplaadbare hybride wagen die zowel op benzine als elektriciteit rijdt, uitvoerig testen. De maatregel past binnen de inspanningen van Telenet om zijn ecologische voetafdruk sterk te verminderen, een doelstelling waarvoor reeds vroeger een uitgebreid programma werd opgestart om de CO₂-uitstoot van het bedrijf te reduceren



September 2010

Business Fibernet

Telenet breidt zijn aanbod voor bedrijven verder uit en biedt Business Fibernet aan KMO's, zelfstandigen en vrije beroepen. Op die manier wil Telenet ook aan de bedrijfswereld de mogelijkheid bieden om gebruik te maken van supersnel internet en inspelen op de specifieke noden van de zakelijke klantengroep.

Augustus 2010

Researchcontract K.U.Leuven

Telenet ondertekent een driejarig researchcontract met het Laboratorium voor Neuro-en Psychofysiologie van de K.U.Leuven Medical School. Telenet wil samen met de K.U.Leuven het effect van 3D-(televisie)beelden op het menselijk brein onderzoeken. De samenwerking tussen Telenet en de K.U.Leuven kadert in het project *Digital Wave 2015*, het innovatieprogramma waarmee Telenet de voortrekkersrol van Vlaanderen wil versterken in een (leef) wereld die aan een hoog tempo digitaal wordt.

Executive Team

Telenet versterkt zijn Executive Team. Daarmee speelt het bedrijf in op het snel evoluerende digitale landschap en wil het dichter staan bij de nieuwste trends en de klant. De herpositionering van het directieteam zal nog sneller een vernieuwende en proactieve aanpak mogelijk maken van de verscheidene uitdagingen waarmee de industrie geconfronteerd wordt, met inbegrip van de toenemende convergentie tussen de verschillende producten en diensten enerzijds en de residentiële en zakelijke markten anderzijds, met de kabel als unieke en toonaangevende technologie.



Train-bike@work

Telenet lanceert het project Train-bike@work. Zestig pendelaars krijgen een fiets in bruikleen om de afstand tussen het bedrijfsgebouw en het station van Mechelen vlot te overbruggen. Telenet wil door dit initiatief meer medewerkers laten overschakelen van de wagen naar het openbaar vervoer, om op die manier zijn CO₂-voetafdruk verder te verminderen.





December 2010

Yelo

Telenet lanceert Yelo, een nieuw multimedialplatform dat digitale TV-klienten toelaat om hun favoriete televisieprogramma's en films ook te bekijken op iPad, iPhone, en in de toekomst ook op computer en andere smartphones. Met Yelo innoveert Telenet het televisiekijken in Vlaanderen opnieuw op een verfrissende manier.

Oktober 2010

Tariefplan mobiele telefonie

Telenet lanceert een nieuw tariefplan voor mobiele telefonie, Walk & Talk 45. In deze formule zit voor het eerst een volume van 200 MB inbegrepen om mobiel te surfen. Telenet speelt met dit abonnement in op twee trends die hand in hand gaan: de toename van het aantal smartphones en het stijgend gebruik van mobiel internet in België.



Optimalisatie kapitaalstructuur

De Telenet Group Holding NV kondigt een eerste nieuwe emissie aan van € 350 miljoen onder zijn bestaande kredietfaciliteit (de *senior kredietfaciliteit*). In november volgt nog een tweede emissie van € 100 miljoen, die succesvol wordt afgerond. Na een vrijwillige schuldenruil en een verlenging van de looptijden zijn deze transacties een volgende stap naar de verdere optimalisatie van de kapitaalstructuur van Telenet.



Regulering kabel

De Belgische regulator BIPT en de regionale regulatoren voor de media (waaronder de VRM voor Vlaanderen) willen ontwerpbesluiten voorleggen om bijkomende operatoren toegang te verlenen tot digitale TV op zowel de kabel als IPTV, en tot de doorverkoop van analoge TV en breedbandinternet. Telenet is verrast over de intentie om de kabel sterker te reguleren en is er van overtuigd dat de consument met vier netwerken toegang heeft tot een brede waaier aan televisie, media en breedband internetdiensten op verschillende platformen en van diverse aanbieders, zonder dat er behoefte is aan een verdere regulering van het Belgische televisie- en internet landschap.





3 Telenet en zijn strategie



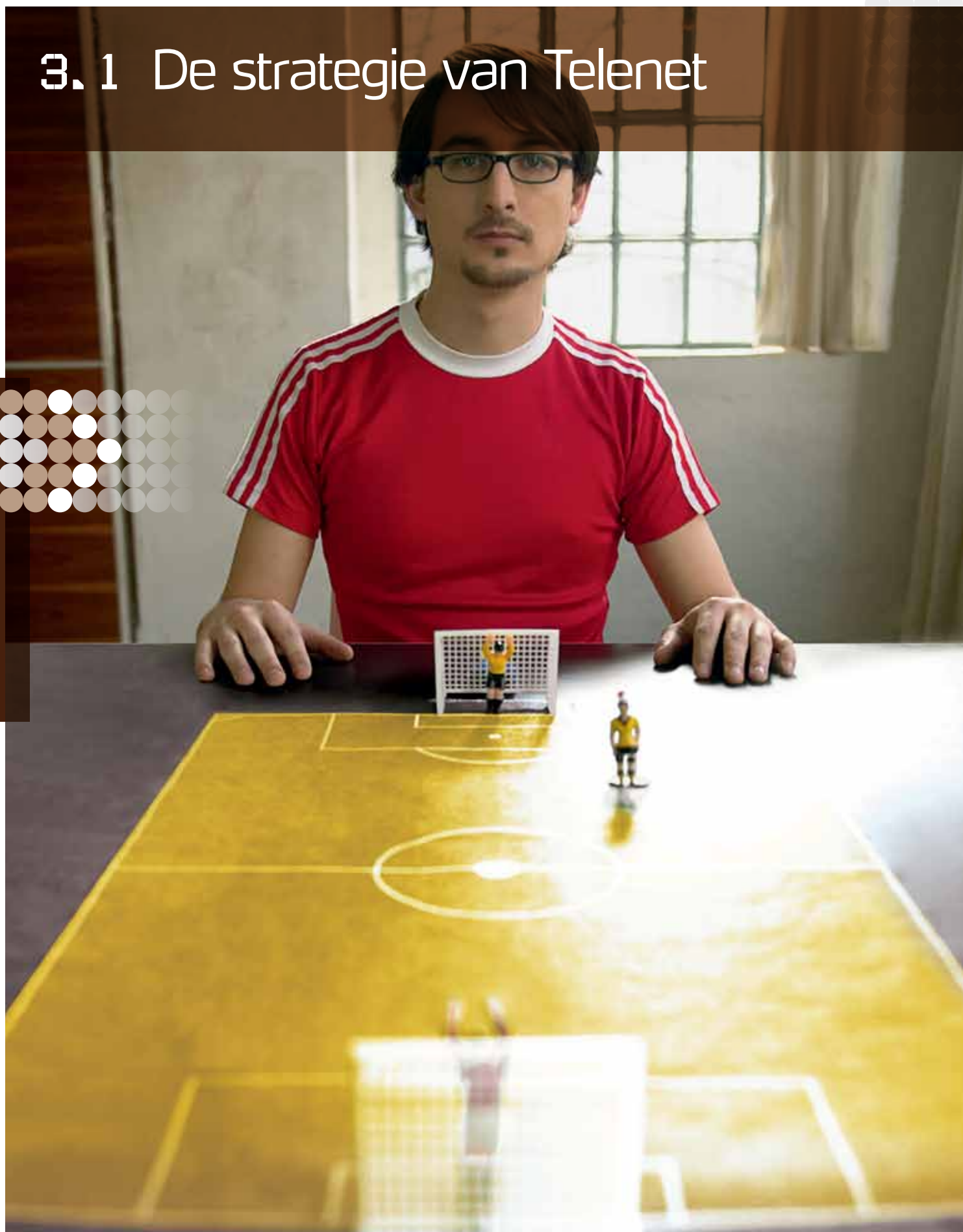
3.1 De strategie van Telenet



3.2 Strategische vooruitzichten voor 2011



3.1 De strategie van Telenet





3 TELENET EN ZIJN STRATEGIE

Doorheen de jaren kende de strategie van Telenet een grote vorm van stabiliteit. Telenet wil immers nog steeds het kruispunt vormen tussen televisie, internet en telefonie.

Vandaag blijven we volop geloven in deze strategie, maar verschuiven we lichtjes de accenten. Televisie wordt niet enkel meer bekeken op het grote scherm, maar voortaan ook op mobiele toestellen. Telefonie verschuift meer dan ooit in de richting van de smartphone en breedband gaat steeds sneller, met Fibernet als koploper.

Telenet wil niet alleen de beste én de voorkeurs-leverancier zijn van digitale televisie, breedbandinternet en telefonie, maar ook van een geïntegreerd dienstenaanbod voor bedrijven. Tegelijk wil Telenet zijn bedrijfsopbrengsten, zijn kasstroom en zijn rendabiliteit verbeteren. Telenet wil deze doelstellingen bereiken door de kwaliteit van zijn netwerk te blijven verbeteren en door zijn klanten revolutionaire technologieën en innovatieve diensten aan te bieden. De sleutelcomponenten in de strategie van Telenet zijn de volgende:

Meer producten bij de klant

Een voortdurende groei van de opbrengsten en de winst nastreven door te blijven focussen op de superioriteit van de eigen producten en het aanbod in productbundels. Telenet heeft een significante groei gerealiseerd in digitale televisie, breedbandinternet en telefonie. Het plant voor al deze diensten een verdere aangroei van het aantal klanten, maar ook voor zijn product-bundels, dankzij productpositionering, een aantrekkelijke prijszetting en een sterke focus op klantentevredenheid. Telenet heeft verscheidene succesvolle producten en marketing-initiatieven gelanceerd om de verkoop van productbundels te stimuleren en de overstap van klanten naar een Shake-formule te intensifiëren. Op 31 december 2010 hadden 58% van de unieke residentiële klanten van Telenet een abonnement op een productbundel met twee of drie diensten, van wie 32% of 719.200 abonnees op een bundel met drie diensten (een stijging met 10% in vergelijking met 2009). Telenet zal zich blijven inzetten om aan zijn klanten de productbundels aan te prijzen, om op die manier de ARPU per individuele klant te verhogen, de kost voor de klantenwerving te verlagen, en het klantenverloop en de onderhoudskosten terug te dringen.

Meer digitalisering

Het klantenbestand voor analoge kabeltelevisie blijven omzetten in abonnees op het digitale tv-platform. Klanten voor digitale tv hebben toegang tot een veel ruimer, kwalitatief aanbod, uitgebreide Video-on-Demand (VoD) en interactieve toepassingen, allemaal via de gehuurde set top box. Voor de gemiddelde abonnee die de overstap maakt van klassieke analoge kabeltelevisie naar digitale tv stijgt de ARPU substantieel, dankzij de bereikbaarheid van bijkomende diensten zoals extra kanalen, het gebruik van VoD of interactieve toepassingen. In 2010 rolde Telenet zijn nieuwe gebruikersinterface uit over de bestaande en nieuwe set top boxes, waarmee een geheel nieuwe en verbeterde ervaring werd geïntroduceerd voor de digitale tv-kijkers. Bovendien werd de mogelijkheid geïntroduceerd om opnames door de set top box via het internet aan te sturen.

Nog meer klantentevredenheid

De klantentevredenheid en –loyauteit blijven verbeteren. Telenet heeft zijn operationele activiteiten steeds verder geoptimaliseerd, verscheidene systemen gemoderniseerd op het vlak van facturatie en klantenzorg, en voor zijn management incentive systemen geïmplementeerd om de klantentevredenheid nog verder aan te scherpen. Telenet heeft geïnvesteerd in klantenzorg om op alle punten die voor klanten gevoelig liggen de tevredenheid en loyaliteit te verhogen. Telenet voert maandelijks een onafhankelijk onderzoek uit om de klantentevredenheid te meten per product en proces. Telenet is van mening dat zijn investeringen in klantenzorg en zijn blijvende focus op klantentevredenheid belangrijke elementen zijn om de lage cijfers inzake klantenverloop te stabiliseren.





Innovatie

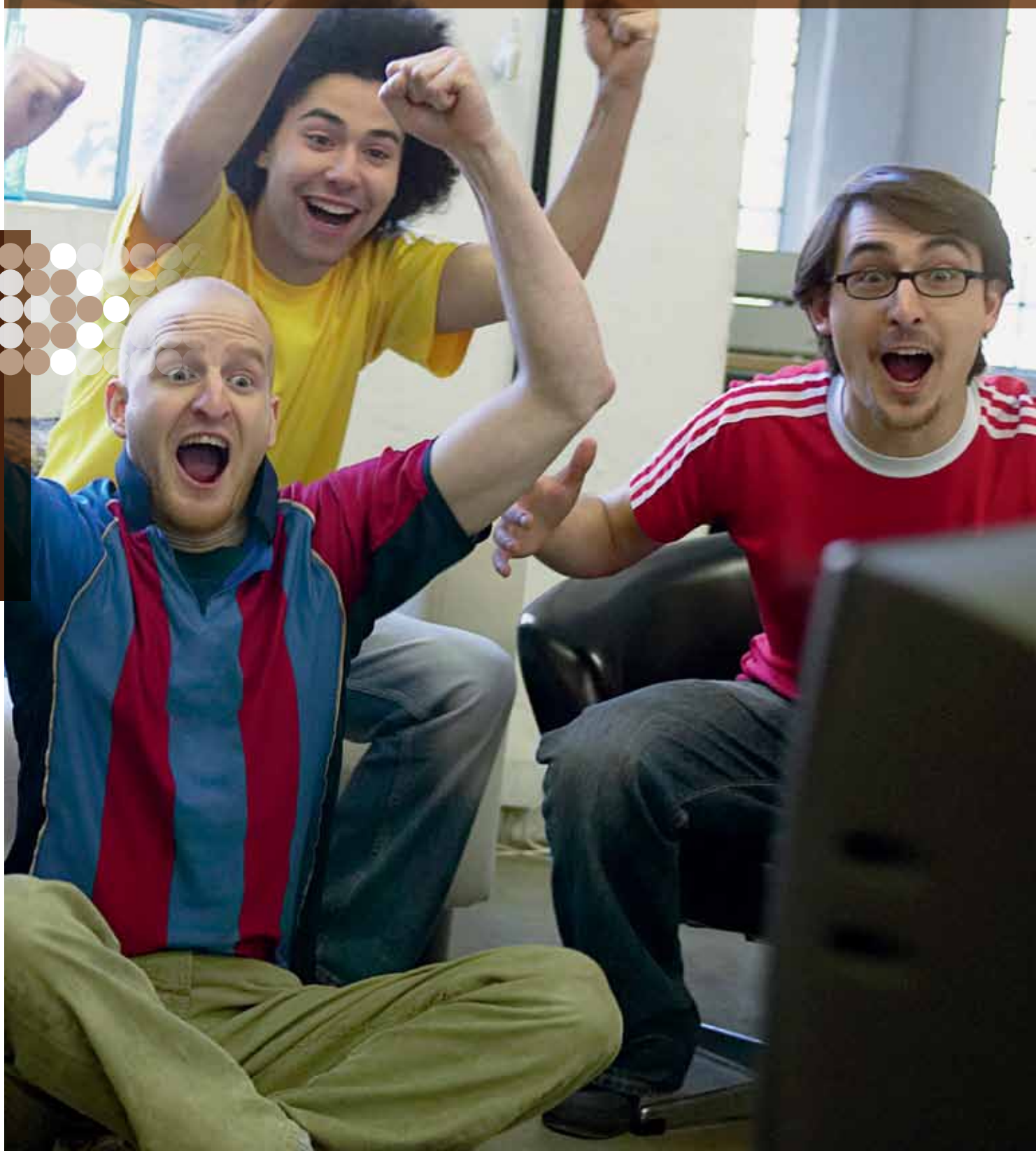
Mogelijkheden voor extra groei aftasten. Telenet gelooft in het groeipotentieel van het business-to-business segment, omdat het de mogelijkheid biedt om door middel van het bestaande netwerk en de EuroDocsis 3.0-technologie tegemoet te komen aan de behoeften van kleine en middelgrote bedrijven. Telenet plant een herpositionering van zijn B2B-aanbod en een agressievere marketingaanpak, om op die manier een groter marktaandeel te verwerven binnen zijn verkoopgebied. Telenet is ervan overtuigd dat het dankzij zijn mogelijkheid om telefonie- en breedband-internetdiensten aan te bieden over het bestaande kabelnetwerk, goed geplaatst is om kostenefficiënte spraak- en datadiensten aan te bieden die de behoeften van kleine en middelgrote bedrijven dekken, zonder nood aan significante investeringen. Telenet zal ook evenwichtige groei-opportunities blijven bestuderen op het vlak van mobiele spraak en breedband, om zijn huidige marktpositie veilig te stellen en verder uit te bouwen. Hoewel de markt voor mobiele telefonie reeds een hoge penetratiegraad kent, gelooft Telenet dat zijn mogelijkheid om een combinatie aan te bieden van vaste en mobiele diensten een belangrijke differentiator zal worden zodra de convergentie van diensten zich gaat ontwikkelen. Vermits de markt voor mobiele breedband in België momenteel nog niet ontwikkeld is, is Telenet bovendien van mening dat zijn marktpositie in vaste breedband een gunstige uitgangspositie vormen om de toekomstige

uitbouw van dit segment aan te grijpen. In 2010 lanceerde Telenet Yelo, een revolutionair nieuw multimedia-platform dat digitale tv-kijkers in staat stelt om hun favoriete tv-programma's en video's eender waar te bekijken, niet enkel op het vertrouwde tv-scherm maar ook op een aantal mobiele dragers. Bovendien biedt Yelo een aantal handige diensten zoals een elektronische programmagids, een afstands-bediening voor opnames via de set top box en VoD. Met Yelo heeft Telenet een eerste stap gezet in het aanspreken van individuele klanten, eerder dan de gezinnen.

Gezonde financiële groei

Blijven focussen op de groei van de kasstroom. Telenet is van mening dat het een stevig profiel heeft uitgebouwd inzake adjusted EBITDA marge en kasstroom. Telenet verbindt zich ertoe om de aanwezige groeimogelijkheden te benutten op een manier die volgens Telenet tot een hoge ROI kan leiden. Telenet is van mening dat de brede schaal van zijn bestaande operaties een platform creëren om te investeren in nieuwe producten en diensten. Dit alles moet een toename van de bedrijfsopbrengsten vertalen in een verhoogde kasstroom en rendabiliteit.

3.2 Strategische vooruitzichten voor 2011





De doelstelling van Telenet voor 2011 is het voortzetten van zijn beproefde groeistrategie, die aan de basis ligt van de successen in het verleden. De voortdurende overschakeling van klanten met een abonnement op slechts één product naar een abonnement op een productbundel zal de belangrijkste waardedrijver blijven. Telenet is van mening dat het dankzij zijn productleiderschap op het gebied van breedbandinternet en digitale tv en door zijn voortdurende focus op klantenservice en klantenbinding, de basis heeft gelegd voor alweer een jaar van sterke operationele en financiële groei.

Eind 2010 was 42% van het klantenbestand op slechts één dienst geabonneerd, voornamelijk analoge tv, dat van alle producten de laagste gemiddelde opbrengst per klantenrelatie genereert. Deze groep biedt dan ook potentieel voor de verkoop van aanvullende diensten en bundels, waardoor de gemiddelde opbrengst per klantenrelatie aanzienlijk zou stijgen en klanten minder geneigd zouden zijn om hun abonnement op te zeggen. Aangezien slechts zo'n 75% van de huishoudens in het verkoopgebied van Telenet beschikt over breedbandinternet en gelet op de unieke positionering van de onlangs geïntroduceerde Fibernet-producten, blijft Telenet ervan overtuigd dat de voorspelde groei van breedbandinternet niet zal uitblijven. Daarnaast zal de verdere overschakeling van klanten met een abonnement op analoge tv (nog altijd 45% van het totale aantal klanten met een tv-abonnement) naar een abonnement op digitale tv de omzet verder doen stijgen, vermits de gemiddelde opbrengst per klant met een abonnement op digitale tv gemiddeld twee keer hoger is dan bij een klant met een abonnement op analoge tv.

Naast de kernactiviteiten, die bestaan uit producten die gebaseerd zijn op vaste verbindingen, zullen de mobiele producten de algemene opbrengstengroei van Telenet verder stimuleren. De unieke positionering van Telenet in de markt voor mobiele telefonie, het Telenet-merk, de distributiekanaalen en een toenemende focus op smartphonegebruikers in het hogere segment zullen de drijvende factoren zijn van deze groei.

Op basis van enkele grote contracten die in 2010 werden afgesloten en het geïntegreerde aanbod van connectiviteit, datadiensten, beveiliging en hostingoplossingen, verwacht Telenet dat ook zijn B2B-activiteiten het in 2011 goed zullen blijven doen.

- Voor 2011 verwacht Telenet **een gezonde groei van zijn bedrijfsopbrengsten met ongeveer 6%**, wat voornamelijk gerealiseerd zal worden door verdere groei in zowel de residentiële als de professionele markt.
- Telenet verwacht dat de **Adjusted EBITDA-marge in 2011 stabiel blijft**. Telenet zal deze doelstelling halen door de implementatie van een aantal innovatieve efficiëntieverbeteringen in zijn verkoops-, klantenservice- en installatieprocessen, in combinatie met een niet-aflatende focus op kostenbeheersing.



3 TELENET EN ZIJN STRATEGIE

- In 2011 zullen de toe te rekenen bedrijfsinvesteringen naar verwachting ongeveer 21% van de bedrijfsopbrengsten vertegenwoordigen. Telenet zal blijven investeren in zijn netwerk, dat steunt op de aangroei van het klantenbestand enerzijds en technologische upgrades anderzijds. Deze upgrades maken deel uit van het langetermijnproject *Digital Wave 2015*, waarmee Telenet een netwerk van de volgende generatie wil uitbouwen, dat voldoet aan de veranderende behoeften van de klant en dat klaar is voor nieuwe internettoepassingen en toekomstige diensten en technologieën. Een van de hoekstenen van dit programma blijft het Pulsar-project voor de splitsing van optische knooppunten. Dit project zal de netwerkcapaciteit van Telenet verbeteren door een groter gebruik van glasvezel en door de uitbreiding van het aantal knooppunten in het netwerk.
- Telenet verwacht dat de vrije kasstroom in 2011 zal uitkomen op meer dan € 250 miljoen. In 2011 zal de vrije kasstroom worden beïnvloed door bijkomende geldelijke rentelasten als gevolg van de herfinancieringstransacties in 2010, die het schuldaflossingsprofiel van Telenet aanzienlijk hebben verbeterd en die gezorgd hebben voor een grotere kasstroomflexibiliteit. Toch verwacht Telenet dat de stijging van de rentelasten zal gecompenseerd worden door de verdere groei van de rendabiliteit.

// Vooruitzichten voor boekjaar 2011

| | |
|--------------------------------------|--|
| Groei van de bedrijfsopbrengsten | Ongeveer 6% |
| Adjusted EBITDA-marge | Stabiel ten opzichte van boekjaar 2010 |
| Bedrijfsinvesteringen ⁽¹⁾ | Ongeveer 21% van de bedrijfsopbrengsten |
| Vrije kasstroom | Meer dan € 250 miljoen |

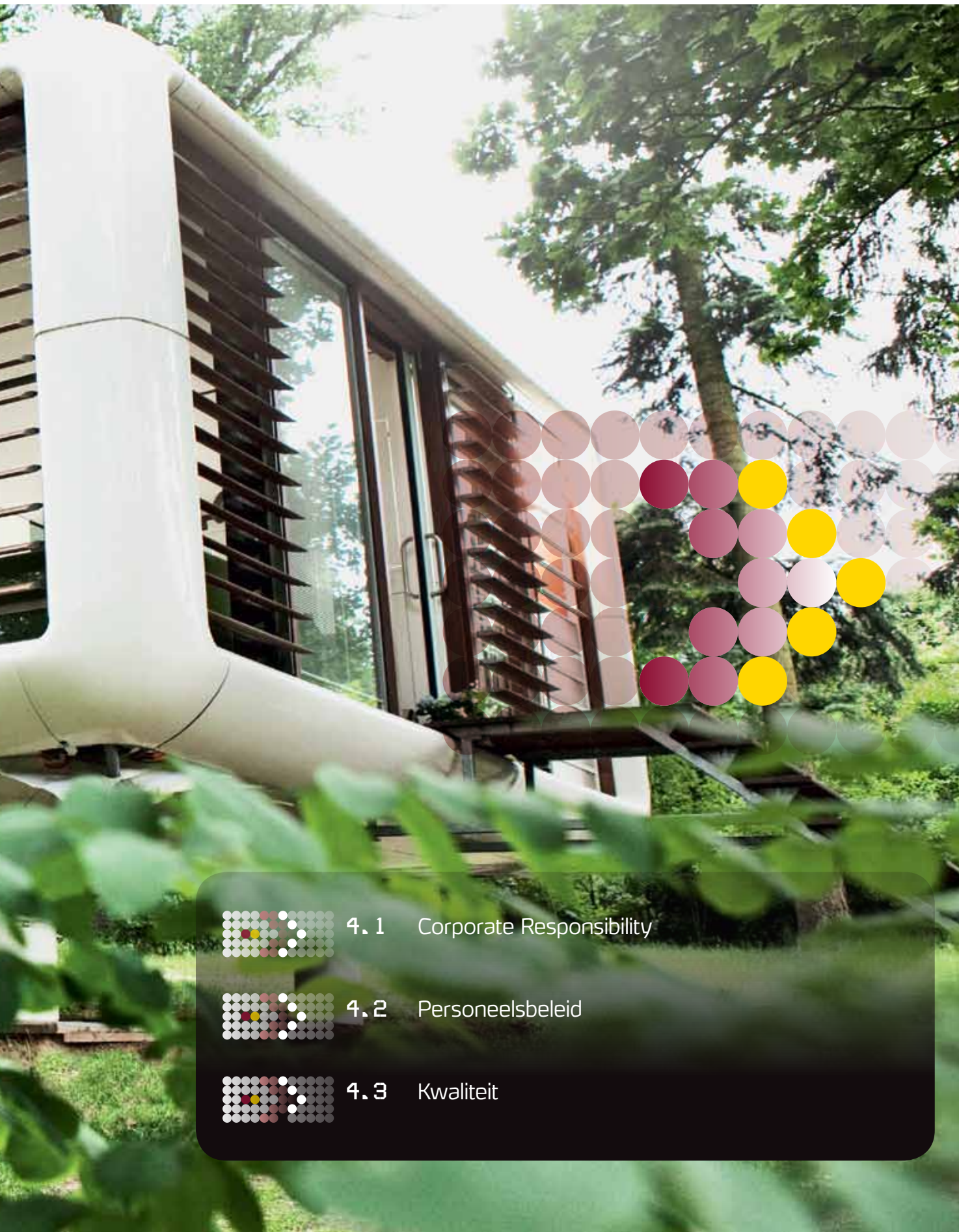
(1) Toe te rekenen bedrijfsinvesteringen, inclusief niet-geldelijke investeringen in het kader van financieringsleases en settopboxen voor verhuur.





4

Bedrijfscultuur



4.1 Corporate Responsibility



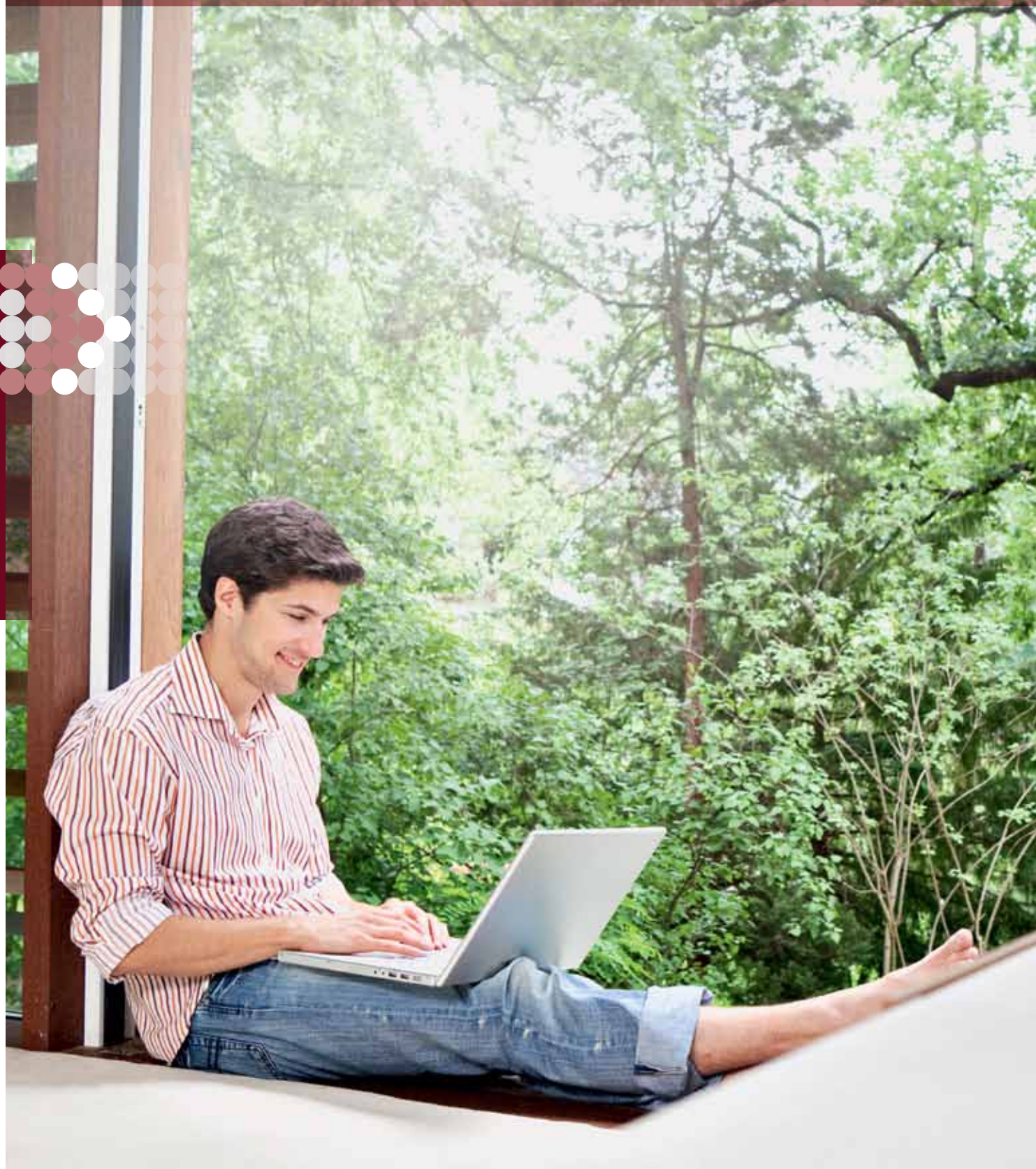
4.2 Personeelsbeleid



4.3 Kwaliteit



4.1 Corporate Responsibility





Telenet gaat ervan uit dat zijn eigen ontwikkeling, die sinds het ontstaan in 1996 opmerkelijke proporties heeft aangenomen, ook grotere verantwoordelijkheden met zich meebrengt op het vlak van duurzaam ondernemen. Daarnaast zijn er ook maatschappelijke ontwikkelingen die dit eisen. De Corporate Responsibility vond zijn weg traditiegetrouw in twee duidelijke richtingen. Aan de ene kant was er het Samen Groen-programma, waarmee Telenet zijn ecologische impact wilde minimaliseren. Daarnaast pakte de groep uit met tal van initiatieven om zijn sociale rol als maatschappelijk verantwoorde onderneming verder te ontwikkelen.

LEAP

Nieuw is, dat in 2010 een overkoepelende strategie werd ontwikkeld die de verschillende aandachtspunten van een modern duurzaamheidsprogramma wil bundelen tot een globale bedrijfsrichting en aanpak. Het LEAP-project (Linking Environment And Profit) wil het duurzame karakter van Telenet als bedrijf en als merk beter verankeren en een positief engagement uitlokken bij de eigen medewerkers.

Het LEAP-programma werd opgebouwd rond drie grote thema's, die als volgt kunnen worden samengevat:

- **Connect:** het creëren van digitale kansen is de rode draad doorheen het sociale engagement van Telenet. Iedereen moet de kans krijgen om gebruik te maken van de nieuwe telecom-mogelijkheden die voortvloeien uit de creativiteit en de technologische ontwikkeling die door Telenet wordt gefaciliteerd.

- **Care:** Telenet draagt zorg voor zijn leefgemeenschap en wil op lange termijn aandacht betonen voor de sociale noden van al zijn belangengroepen, zowel de eigen werknemers als klanten en andere betrokkenen.
- **Cascade:** als referentie in Corporate Responsibility wil Telenet succesvol bijdragen tot de integratie van duurzaamheid in het dagelijks leven van zijn voornaamste belangengroepen.

Bovenstaande principes zijn omgezet in concrete actieplannen, waarvan de resultaten getoetst worden aan strikte KPI's. Ze moeten de ambitieuze doelstellingen die Telenet voor zichzelf heeft gedefinieerd, tegen 2015 mee helpen realiseren:

- **Geëngageerde werkgever:** Telenet wil op zijn sociale luik scoren in bovenste kwartiel van de Dow Jones Sustainability Index (DJSI).
- **Environmental Stewardship:** Telenet wil zijn uitstoot van CO₂ verder terugdringen tot het niveau waarop het zich een CO₂-neutrale onderneming kan noemen.
- **Hogere Customer Loyalty:** 20% verbetering in de citizenship score van Telenet.

De doelstellingen van het LEAP-programma werden opgenomen in een charter, dat door het voltallige Executive Team van de groep wordt onderschreven.





Ecologische voetafdruk verlaagd

Mission Climate Neutral

In het duurzaamheidsprogramma van Telenet bekleedde de beperking van de ecologische voetafdruk in 2010 een prominente plaats, in lijn met de doelstellingen van het *Samen Groen*-plan, dat in nauwe samenwerking met hoofdaandeelhouder Liberty Global in 2009 werd opgestart. Sinds midden 2008 maakt Telenet al voor 100% gebruik van groene energie en in 2009 en 2010 lanceerde de groep tal van initiatieven om de globale CO₂-uitstoot van het bedrijf verder terug te dringen.

Onafgebroken bewustmakingscampagnes binnen het bedrijf hebben 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. De resultaten van deze inspanningen bleven niet uit. De ratio die de uitstoot van CO₂ afzet tegen de bedrijfsopbrengsten, verbeterde in 2010 met 2% (zie schema).

// Belangrijkste realisaties op het vlak van ecologie en CO₂-reductie

Settopboxen:

Doordat de settopboxen in Tsjechië geassembleerd worden, kan het transport vanuit de productielocatie in het Verre Oosten over zee gebeuren, wat de CO₂-uitstoot aanzienlijk verlaagt in vergelijking met luchtvracht.

De nieuwe settopbox zit in een kleinere doos, waardoor minder vervoers-capaciteit nodig is. Een task force werkt bovendien aan een nieuw verpakkingsconcept, dat minder overbodige onderdelen bevat en bestaat uit milieuvriendelijker materiaal.

Bijna alle settopboxen (en modems) worden hergebruikt; de resterende exemplaren worden gerecycleerd door een erkende verwerker. Het doorgedreven hergebruik verminderde de hoeveelheid afval met 374 ton in 2010.

Elektriciteit:

Het datacenter van Hostbasket behaalde de ambitieuze targets voor 2010: een virtualisatie van 18,9%, 40% e-invoicing en een energie-efficiëntie (of PUE) van 1,63.

Telenet gebruikt sinds midden 2008 groene stroom, Hostbasket sinds 1 januari 2010 en Belcompany sinds september 2010. Met een energieverbruik van zo'n 65 GWh in 2010 betekent dit een vermindering van 12.515 ton CO₂ ep t.o.v. 2007.

De aankoop van innovatieve turbocompressoren, het gebruik van freecooling en de invoering van een slaapmodus voor de klimaatkasten in 2010 zal jaarlijks een besparing van 900 MWh opleveren.



Materiaal en hergebruik:

Doelgerichte campagnes zetten klanten ertoe aan om over te stappen op e-billing. Het streefcijfer van een verdubbeling t.o.v. 2009 werd gehaald: eind 2010 kregen 800.000 residentiële klanten – 40% van het totaal – hun afrekening elektronisch. Hierdoor zal in 2011 additioneel zo'n 250 ton papier worden bespaard.

Met de overschakeling naar FSC-papier voor intern gebruik is Telenet sinds mei 2010 100% FSC. Uitgaande van het verbruik van 25.000 kg papier in 2009 levert dat een besparing op van 5 ton CO₂. Het marketingdrukwerk wordt al sinds 2009 op FSC-papier gedrukt, goed voor een besparing van 250 ton CO₂.

De vermindering van het aantal pagina's en het gebruik van dunner (FSC) papier in de PRIME Gids leverde een besparing op van 39 ton papier.

Bij de nieuwe aanbesteding van druwkwerk werd gekozen voor twee drukkers die milieueffecten laten meespelen, b.v. bij de aankoop van nieuwe machines, het gebruik van groene stroom en het organiseren van efficiënter vervoer.

Elk jaar krijgt 20% van de computers van Telenet een tweede leven, o.a. via de projecten van de Telenet Foundation en via PC Solidarity.

Mobiliteit en transport:

Telenet is 1 van de 4 deelnemers in België aan een driejarig testprogramma van de Toyota Prius Plug-In, een hybride wagen die rijdt op elektriciteit.

Zestig treinpendelaars beschikken over een huurfiets van sociale werkplaats 't Atelier, waarmee ze het traject tussen het station van Mechelen Centraal en de kantoren van Telenet afleggen. 't Atelier zorgt ook voor het onderhoud van de fietsen.

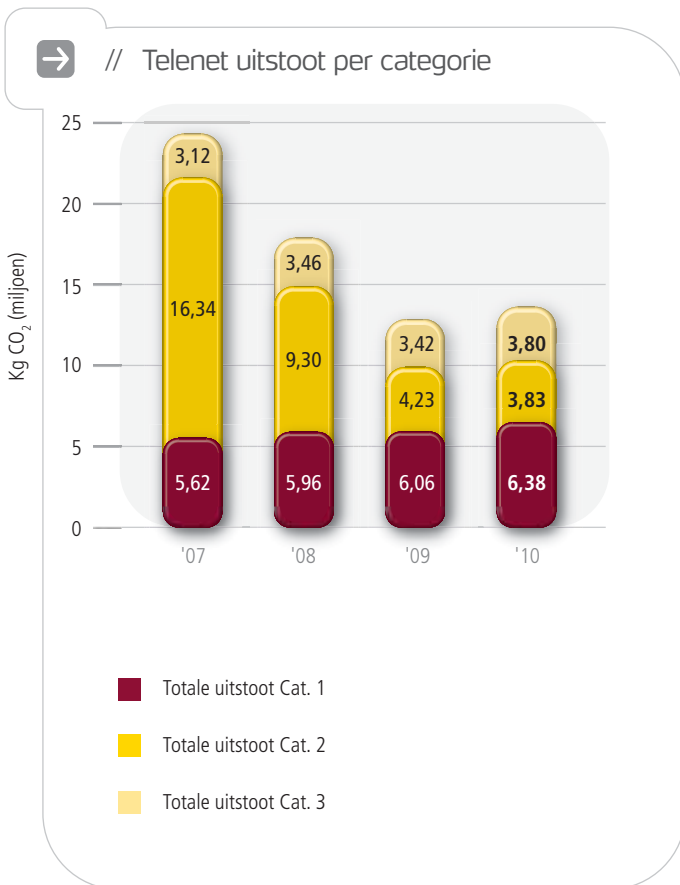
Intern lopen er diverse initiatieven voor minder auto-gebruik. Het departement Finance haalde in 2010 zijn target om 10% minder autoritten naar het werk te maken. Bij Supply Chain en Procurement verliep in 2010 in totaal 40% van het woon-werkvervoer niet met de eigen wagen.

De deelname van 91 werknemers aan Ik Kyoto zorgde voor een CO₂-besparing van 5.752 ton.

De Telenet-vloot wordt geleidelijk groener. Sinds 1 april 2010 kunnen chauffeurs van functionele wagens kiezen voor een model met een lagere CO₂-uitstoot.

De opbrengst van de eindejaarsactie ging naar '1 miljoen bomen voor Vlaanderen'. Klanten stuurden hun eindejaarswensen aan hun familie en vrienden via Facebook. Voor elke wens schonk Telenet 50 cent aan '1 miljoen bomen voor Vlaanderen', wat in totaal 10.000 bomen opleverde.





Sinds de lente van 2010 ondersteunt Telenet naast het professionele veldrijden ook de recreatieve mountainbikesport. Wanneer organisatoren van hun toertocht een *Telenet Mountainbike Tour* maken, dan krijgen ze niet alleen logistieke steun maar ook een sociaal en groen programma. Deelnemers krijgen een biologisch afbreekbare bio-bottle en steunen door hun deelname *Bonjour Afrique*, een project dat instaat voor de bouw van een schooltje in Senegal en waarvan veldrijder Tom Meeusen de trotse peter is.

Onze CO₂-voetafdruk toegelicht

Telenet catalogeert zijn ecologische voetafdruk in drie hoofdcategorieën, in overeenstemming met 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

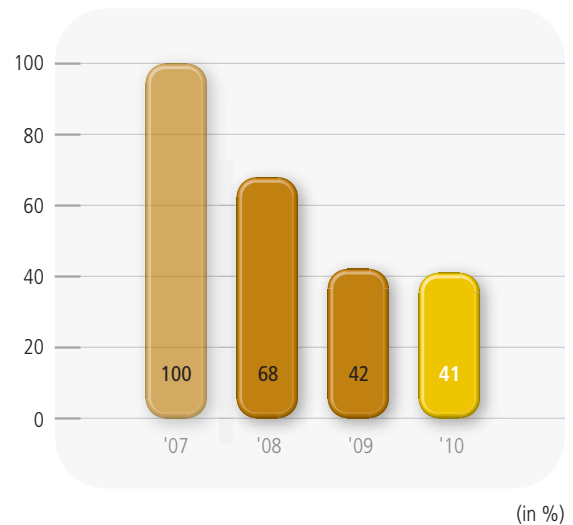
In 2010 haalde Telenet in categorie 1 en 2 een gezamenlijke CO₂-uitstoot van 10.207 ton. Met inbegrip van categorie 3 bedroeg de CO₂-uitstoot 14.007 ton. De totale CO₂-uitstoot van Telenet daalde daarmee met 44% in vergelijking met 2007.

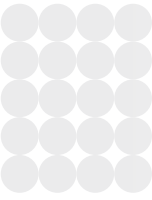
De lichte toename van de uitstoot in vergelijking met 2009 (een stijging van 2% of 297 ton CO₂) is gedeeltelijk te wijten aan de toenemende klantenportfolio en de groei van de bedrijfsactiviteiten.

Wanneer de CO₂-efficiëntie wordt berekend, waarbij de uitstoot in verhouding wordt gebracht tot de gegenereerde bedrijfsopbrengsten, blijkt Telenet in 2010 een verbetering gerealiseerd te hebben van 2% in vergelijking met 2009. Sinds 2007 is de CO₂-efficiëntie al met 59% verbeterd.

De ecologische voetafdruk werd berekend voor de totaliteit van alle Telenet-activiteiten, met inbegrip van Hostbasket, Interkabel en Belcompany. Om de jaarlijkse wijziging van de ecologische voetafdruk van het bedrijf accuraat te kunnen vergelijken, werden de cijfers van Hostbasket, Interkabel en Belcompany over 2007 en 2008 in het cijfer van de groep opgenomen, alsof deze bedrijven toen reeds deel uitmaakten van Telenet. Telenet verwierf Hostbasket echter pas aan het begin van 2008 en de overeenkomst met Interkabel werd pas half 2008 afgesloten. Belcompany werd overgenomen in juni 2009.

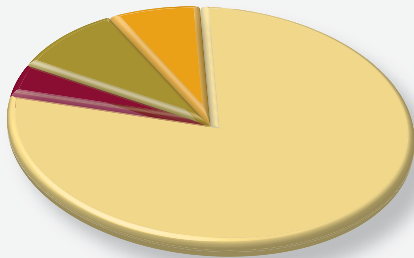
→ // Telenet CO₂ efficiëntie-index





// Totale bijdrage voor 2010

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



- Cash 78,4%
- Vrijwillige prestaties personeel 4,4%
- Bijdrage in natura 9,8%
- Managementkost 7,3%

Sociale rol van de onderneming

Telenet Foundation, creating digital opportunities

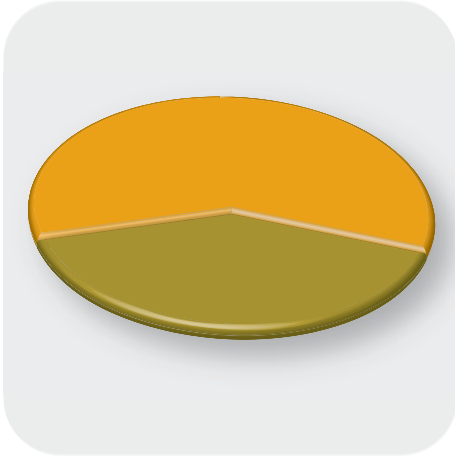
Als telecommunicatiebedrijf speelt Telenet een belangrijke rol in de ontwikkeling van de digitale samenleving. Met de introductie van Fibernet en de nieuwe mogelijkheden die de Digital Wave 2015 zal aanreiken, worden de technologische vooruitgang en het digitaliseringsproces nog extra geaccentueerd. Tegelijk beseft Telenet dat deze digitalisering een sociale valstrik kan betekenen voor mensen die door omstandigheden niet meekunnen met de technologische ontwikkeling.

Nog te veel kansarme jongeren hebben geen toegang tot of te weinig kennis van de hedendaagse informatie- en communicatietechnologie. Dit leidt tot een toestand die hun achterstand in de maatschappij blijft bestendigen. Daarom steunt de Telenet Foundation elk jaar initiatieven die de digitale kloof aanpakken. De projecten lopen zowel in eigen land als in het buitenland, maar hebben allemaal tot doel om vooral jongeren mee op de digitale snelweg te krijgen.

Onder het motto *Iedereen klikt mee* (www.klikmee.be) wil de Foundation de hedendaagse informatie- en communicatietechnologie beter bereikbaar maken voor al haar doelgroepen. Tussen 2006 en 2010 werden via de Foundation al 90.000 mensen, in hoofdzaak jongeren, op de digitale snelweg geholpen. (Bron: Why5 Research)

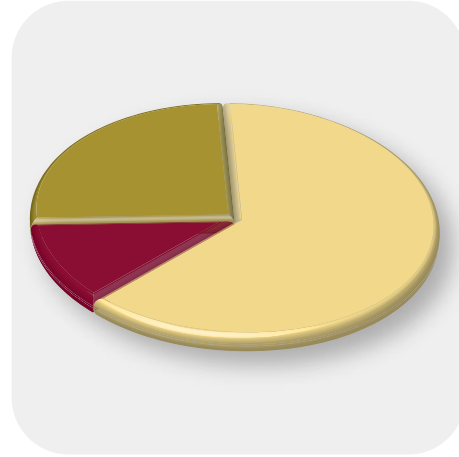
Sinds haar oprichting in 2007 kreeg de Telenet Foundation al bijna 1.100 projectaanvragen, waarvan er inmiddels een 80-tal actief worden ondersteund. Sinds de oprichting heeft Telenet

→ // De reden waarom we bijdragen



- Investerings in de leefgemeenschap 59,1%
- Giften voor het goede doel 40,9%

→ // Bijdragen per thema



- Opvoeding & jongeren 63,2%
- Medisch 11,3%
- Noodhulp 25,4%

Foundation al ruim anderhalf miljoen euro besteed aan de financiering van concrete projecten.

Uit onderzoek van de gesteunde projecten blijkt dat:

- 75% van de projecten niet bestonden voor zij steun kregen van Telenet Foundation
- 95% van de projecten actief blijven nadat ze door Telenet Foundation werden gesteund
- 65% van de projecten nadien verder kunnen zonder steun van Telenet

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. De contributie in cash, tijd en management bedroeg in 2010 € 1.378.275.

De Telenet Foundation is verheugd om haar werkingsmiddelen voor 2011 substantieel verhoogd te zien door een aanzienlijke persoonlijke contributie van de gedelegeerd bestuurder van Telenet NV.





PC Solidarity

In 2009 ging Telenet Foundation een partnership aan met PC Solidarity, dat informaticamateriaal van bedrijven opknaapt en ter beschikking stelt van sociale instanties. Net zoals vorig jaar droeg Telenet Foundation in 2010 bij met de schenking van 250 PC-toestellen, die een globale waarde van € 50.000 vertegenwoordigden. Het materiaal werd onder verscheidene Belgische non-profit organisaties verdeeld.

My Zone by Telenet

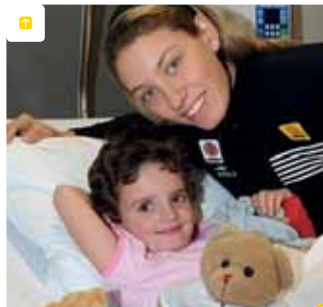
Chronisch zieke kinderen die langere tijd in het ziekenhuis verblijven missen de aansluiting met de digitale boot. Eén van de grotere initiatieven van de Telenet Foundation is het *My Zone*-project. Via laptop, webcam en een internetverbinding worden vanuit het ziekenhuis actieve chat-sessies mogelijk gemaakt met de Cliniclows. Het project liep in 2010 in acht ziekenhuizen. In 2011 wordt het platform verder uitgebreid. Telenet Ambassadrice Yanina Wickmayer verleende in 2010 actieve steun aan My Zone met een bezoek aan de ziekenhuizen die in het project betrokken zijn.

Bonjour Afrique

Een opmerkelijk project in het kader van de internationale digitale kloof is *Bonjour Afrique*, waarmee een groep van Telenet-medewerkers een aantal initiatieven ontwikkelt in Senegal. Het project loopt ook in 2011 door en is daarmee inmiddels aan zijn vierde jaar toe. Bonjour Afrique bekommert zich vooral om de bouw van een school in Medina Gounass (Dakar), het opzetten van een centrum voor PC- en educatieve opleidingen en agrarische projecten in Sindia.

Haiti Lavi

De ramp die begin 2010 veroorzaakt werd door de aardbeving in Haïti, lokte ook bij Telenet de nodige solidariteit uit. Naast een financiële bijdrage zorgde het bedrijf voor technologische ondersteuning tijdens de rechtstreekse uitzending *Haïti Lavi 1212*, een gemeenschappelijk benefietprogramma van de openbare en de commerciële omroep. Tal van teams uit de Telenet-organisatie zorgden binnen hun specifieke competentiedomeinen mee voor het vlekkeloze technische verloop en het succes van de uitzending.





Klik Mee

Om het grote publiek te sensibiliseren rond de *digitale kloof* en het werk van de Telenet Foundation in de kijker te plaatsen, werd in november de actie *Klik Mee* op het getouw gezet. In het station van Gent Sint-Pieters werden de hele dag bekende gasten zoals Yanina Wickmayer, Ianka Flerackers en burgemeester Termont geïnterviewd door Anja Daems en Ben Roelants. Met deze actie wilde Telenet de digitale kloof onder de aandacht brengen en surfers uitdagen om mee te klikken. Per klik op www.klikmee.be schonk de Foundation 1 euro aan het jongerenproject *Byte Me!*

Byte Me! en Jeugdwerknet VZW – Gent

Byte Me! is een project voor maatschappelijk kwetsbare jongeren. Via een technologisch ondersteund spel (NUgame) wil Jeugdnetwerk deze doelgroep spelenderwijs vaardigheden aanleren die ze nodig heeft in de informatie- en communicatiemaatschappij. Via een *train-the-trainer* principe wil Telenet de jeugdwerker ondersteunen en begeleiden in het geven van een meer diepgaande workshop achteraf en tevens de geïnteresseerde Jeugdwerknet-vrijwilliger en -stagiaires opleiden in het werken met de doelgroep.



Start2Surf@home

Eén op drie Belgen zijn nog steeds niet aangesloten op het internet. Minister van ICT Van Quickenborne lanceerde daarom *Start2Surf@home*. Dit initiatief biedt de mogelijkheid om een voordelig computer- en internetpakket in huis te halen. Met *Start2Surf@home* wil de federale overheid iedereen achter de computer en op het internet. Ook Telenet draagt zijn steentje bij. Door het consortium dat Telenet samen met Voo en Numericable oprichtte, kan het een mooi en voordelig *Start2Surf@home* internetaanbod voorstellen. In het pakket zitten onder andere een laptop en een basispakket internet, waarmee Telenet voor minder begoede medemensen de digitale kloof wil helpen dichten.

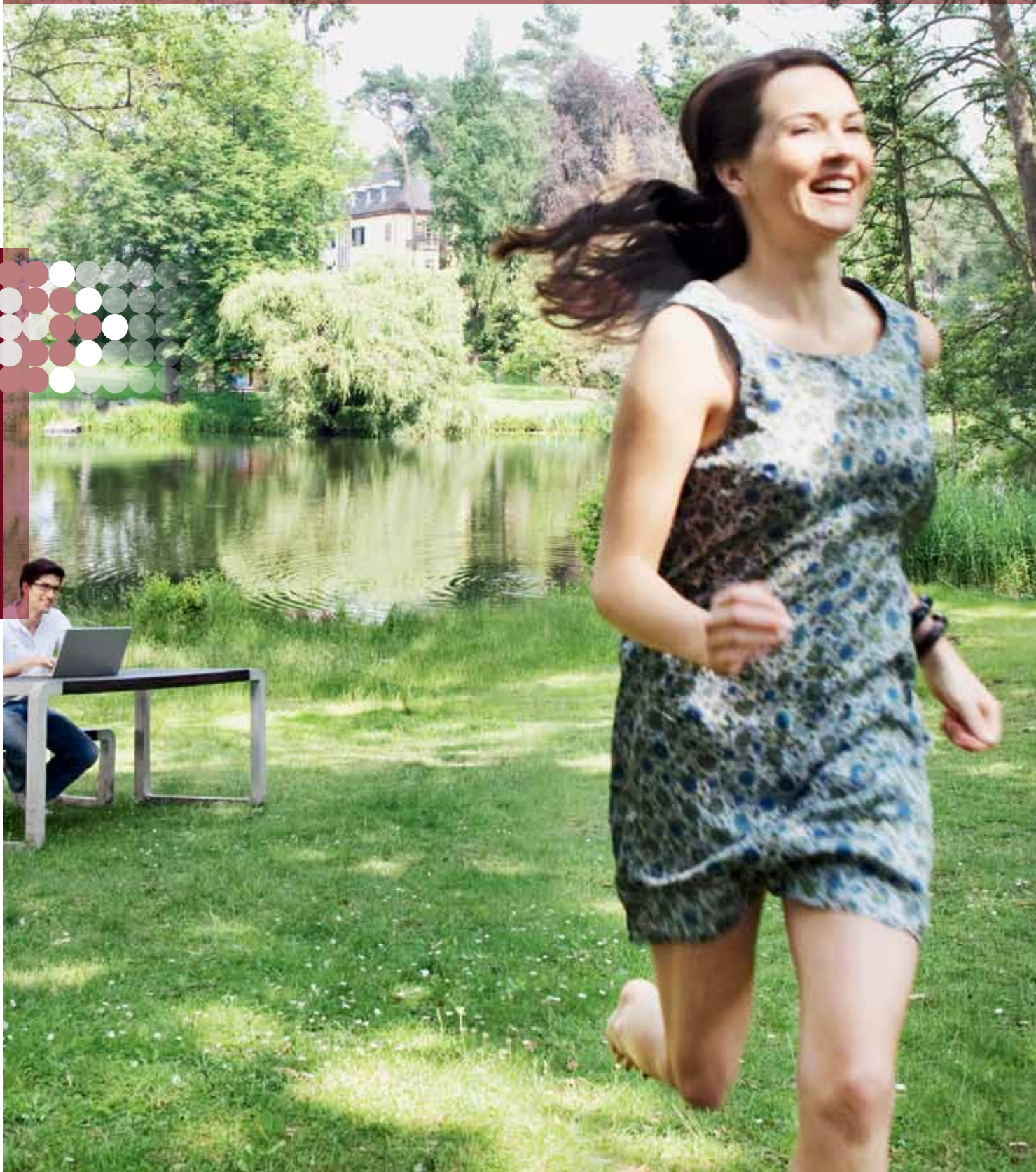
Naast de bovenvermelde projecten steunt Telenet jaarlijks nog tientallen andere initiatieven. Het is trouwens inherent aan de filosofie van Telenet om in alle sponsoringprojecten het goede doel centraal te stellen. Op die manier wil het bedrijf zijn maatschappelijke rol waarmaken en zijn verantwoordelijkheid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

SOS-Kinderdorpen krijgt een stevige ruggensteun van Kim Clijsters

Kim Clijsters is niet alleen ambassadrice voor Telenet, maar sinds kort ook voor SOS Kinderdorpen. De samenwerking zet ze in gang met een cheque van liefst 100.000 euro – een mooie investering van een deel van haar Telenet-sponsorgeld. Zo steunt ze o.a. het Simbahuis in Liedekerke, dat gezinnen door moeilijke situaties heen helpt. Haar bedoeling? Niet alleen financieel steunen, maar ook af en toe langskomen. En haar dochtertje meebrengen, om met de kindjes in het huis te spelen.



4.2 Human Resources





Telenet heeft sinds zijn ontstaan een exponentiële groei doorgemaakt. De snelle toename van het aantal personeelsleden vereiste een grondige professionalisering van de HR-benadering. Het human resourcesbeleid is de voorbije jaren uitgegroeid van een vrij administratief georiënteerd personeelsbeheer tot een uitgebreide interne dienstverlening, die een actieve rol speelt in de ontwikkeling van de groep.

De HR-functie steunt op de klassieke pijlers van elk personeelsbeleid, waaronder aanwerving en vorming. Deze traditionele aspecten worden echter voortdurend aangevuld met verrassende initiatieven die het dynamisch karakter van Telenet ook in het personeelsbeleid tot uiting brengen.

Aanwerving

De onafgebroken groei van Telenet leidde ook in 2010 tot de creatie van bijkomende arbeidsplaatsen, in allerlei competentiedomeinen. In totaal werden 300 nieuwe mensen aangeworven, wat een lichte toename betekent in vergelijking met 2009. Het globale personeelsbestand groeide aan tot 1.898 werknemers. De grootste stimulans voor de werkgelegenheid van de groep kwam van de uitbouw van het netwerk van regionale call centers, en van de groei van het B-to-B-segment. Als grote en dynamische groep heeft Telenet trouwens een onafgebroken aanbod aan vacatures op alle niveau's van de onderneming.

Uniek is dat Telenet voor de aanwerving van nieuw talent niet alleen gebruik maakt van de klassieke recruiteringskanalen, maar ook een beroep doet op alternatieve bronnen.

// Man Bijt Hond

In de populaire TV-uitzending *Man Bijt Hond* (Eén) stelden vijf advisors uit de Telenet call centers op 1 november 2010 op geheel ongedwongen manier hun huidige functie voor. De bedoeling was om potentiële medewerkers te stimuleren om zich voor een gelijkaardige functie kandidaat te stellen. De uitzending kende een groot succes. Korte tijd later waren de vijf lopende vacatures voor deze functies ingevuld.

Bestaande medewerkers kunnen via het *Refer a Friend*-programma proactief bijdragen tot de aanwervings-inspanningen van Telenet, wat een stimulerende factor is voor wederzijdse betrokkenheid en motivatie. In 2010 slaagde Telenet erin om op deze manier 35 nieuwe medewerkers aan te trekken, waardoor het referral-programma nog steeds het belangrijkste aanwervingskanaal blijft voor de groep. De bedoeling is om dit percentage in de toekomst verder op te trekken. Het voorbije jaar werden ook andere alternatieve bronnen, zoals sociale netwerksites, actiever ingeschakeld als recruiteringskanaal.

In 2010 werden ook inhouse georganiseerde *one-day recruitment events* succesvol ingezet in de zoektocht naar nieuwe Telenet-medewerkers. Op deze evenementen is het de bedoeling om in één dag de volledige selectieprocedure te doorlopen, aangevuld met relevante keynote sprekers (zoals Peter Hissen op de IT Recruitment Day). Deze evenementen zorgden voor tientallen nieuwe aanwervingen in de contactcenters en binnen de IT-afdeling.





Change to improve
 Care to grow
 Cooperate in trust
 Passion to deliver



Een andere manier om vacatures in te vullen, bestaat uit het interne rotatiesysteem. Als dynamisch bedrijf wil Telenet zijn medewerkers alle kansen bieden om hun talenten ten volle te ontplooiën. De mogelijkheden op interne jobrotaties helpen om professionele ervaring van de werknemers binnen de eigen organisatie tot ontwikkeling te laten komen en de motivatie aan te scherpen. In 2010 werden één op drie vacatures ingevuld door middel van een interne jobrotatie.

Opleiding

Het opleidingsprogramma van Telenet omvat een ruim aanbod aan interne en externe opleidingen. In 2010 steeg het aantal opleidingsdagen ten opzichte van 2009, de Windows Vista trainingen in dat jaar niet meegerekend. Ook het aanbod aan opleidingen werd uitgebreid met sessies rond bijvoorbeeld mindfulness, people managementskills en business writing skills. Bovendien werd er gebruik gemaakt van alternatieve leervormen zoals bedrijftheater, rollenspelen en individuele coaching sessies. Het aanbod werd gekoppeld aan het competentiemodel, dat de kerncompetenties omvat voor alle Telenet-medewerkers. In 2010 werd het competentiemodel actief ingebed in de HR-processen, waardoor het zowel bij de instroom, de persoonlijke evaluaties als het uitstippelen van het individuele opleidingstraject een belangrijke leidraad is.

Even belangrijk als het opleidingsprogramma is het persoonlijke ontwikkelingsplan. Ook deze individuele ontwikkelingstrajecten zijn gekoppeld aan het competentiemodel. Ze voorzien zowel in technische als niet-technische training. Eind 2010 waren er al 500 persoonlijke ontwikkelingsplannen geregistreerd. De doelstelling is, om op termijn voor alle Telenet-medewerkers tot een dergelijk plan te komen.

Performance management

Net zoals de aanwervingsstrategie of het opleidingsaanbod is het evaluatiesysteem gebaseerd op het competentiemodel. Voor de opvolging van de dagelijkse prestaties worden twee belangrijke momenten vrijgemaakt. Enerzijds is er de eindbeoordeling, die dieper ingaat op de realisatie van de individuele objectieven over het gehele jaar en op de manier waarop medewerkers invulling geven aan het Telenet-competentiemodel. Anderzijds wordt er halverwege het jaar tijd gemaakt voor een bijsturingmoment.

Daarnaast krijgen medewerkers via het coaching compass de mogelijkheid om de coachingstijl van hun directe leidinggevenden te beoordelen, wat een significante barometer is voor de leiderschapsstijl van het management van de groep en de basis vormt voor ontwikkelingsinitiatieven voor onze leidinggevenden om hun coachingvaardigheden verder te ontwikkelen. De coaching compass enquête wordt twee maal per jaar uitgevoerd.

Het bonussysteem dat aan de evaluatie is gekoppeld, wordt, naast het resultaat van de persoonlijke doelstellingen, ook beïnvloed door collectieve prestaties van Telenet, waaronder de score inzake customer loyalty. In de bonusstructuur van de kaderleden weegt deze parameter voor 40% door, waarmee Telenet het belang van de klanttevredenheid nog extra in de verf zet.

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 stimulerende, 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 klanttevredenheid garanderen, op elk niveau.

// Evolutie personeelsbezetting

| JAARTAL | PERSONEELSLEDEN* |
|---------|------------------|
| 2007 | 1.687 |
| 2008 | 1.716 |
| 2009 | 1.817 |
| 2010 | 1.898 |

* 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 | 71,5% | 28,5% |

// Gemiddelde leeftijd in jaren

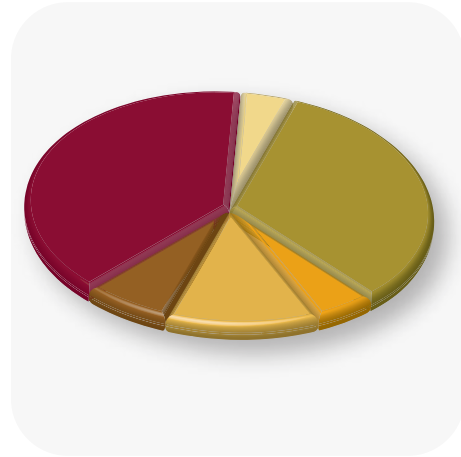
| ALGEMEEN | MAN | VROUW |
|-----------|-------|-------|
| 37,35 [*] | 38,82 | 34,61 |

* Dit betekent een lichte daling t.o.v. 2009.

Opsplitsing per competentiedomein

Als technologisch bedrijf hecht Telenet 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. De doorgedreven inspanningen inzake klantenservice en –tevredenheid hebben zich bijvoorbeeld de voorbije jaren vertaald in een significante groei van het personeelsbestand in de regionale call centers.

→ // Opsplitsing per competentiedomein

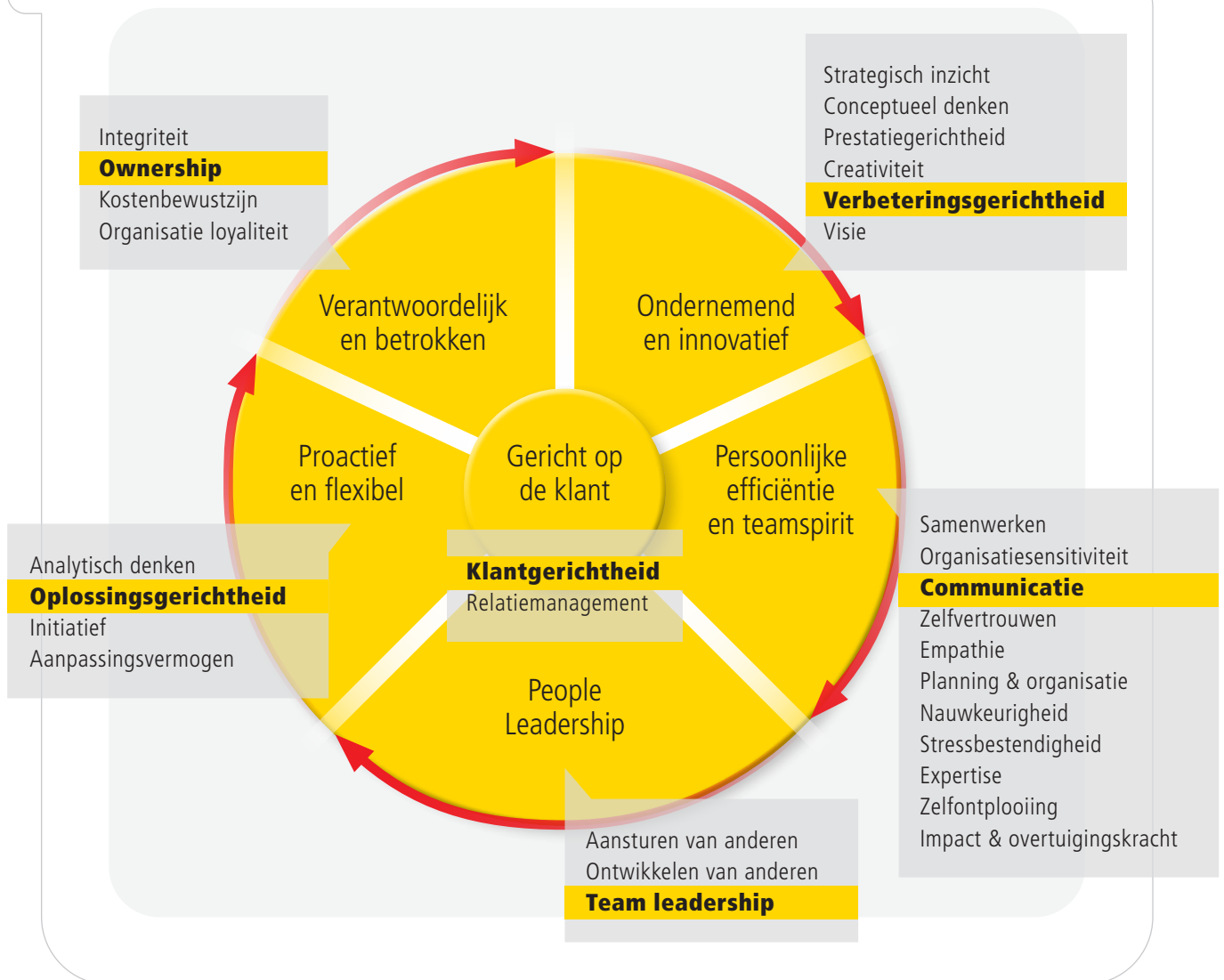


- Engineering & technische profielen 33%
- Sales & Customer care (inclusief contact center) 39%
- Marketing & Product Management 5%
- Staff & Administration 12%
- B2B 7%
- IT 4%

Het Telenet leadership model

Telenet heeft uit een grondig onderzoek de dertig kerncompetenties gedistilleerd die voor de medewerkers van het bedrijf het meeste gewicht hebben. Deze dertig competenties kunnen op hun beurt gegroepeerd worden rond zes competentieclusters, zoals verduidelijkt wordt in bijhorend schema. Het competentiemodel speelt sinds 2010 een centrale rol in het aanwervingsbeleid van Telenet. Het vormt ook de basis bij het uitstippelen van het individuele opleidingstraject en in de performance management cyclus. Binnen elke cluster werd één competentie naar voor geschoven, die samen de set van de zes hoofdcompetenties vormen.

➔ // De 30 Telenet competenties



4.3 Kwaliteit



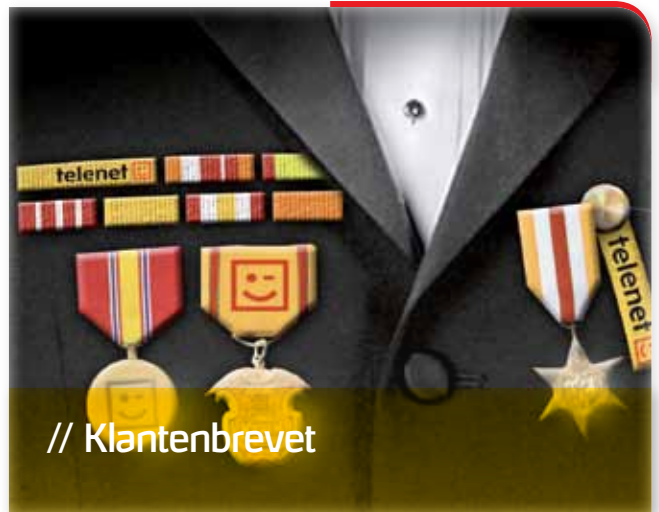
Focus op klantenloyauteit

Kwaliteit is een 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 één van de belangrijkste strategische aandachtspunten gemaakt om de toekomstige ontwikkeling van het bedrijf te verzekeren. Tegelijk wil het bedrijf kwaliteitszekerheid bieden door het abstracte kwaliteitsbegrip om te zetten in meetbare parameters.

De kwaliteitservaring werd tot 2009 meetbaar gemaakt in een klantentevredenheidspercentage, dat maandelijks door de marketingafdeling in samenspraak met externe specialisten werd vastgelegd. In 2010 werd het kwaliteitsbegrip echter verruimd en vervangen door de Customer Loyalty-score. Deze waardering houdt niet alleen rekening met klantentevredenheid inzake concrete technische of inhoudelijke aspecten, maar wil het kwaliteitsstreven optillen tot een hoger niveau, van waaruit het toegepast wordt op alle geledingen van de onderneming.

Dat de kwaliteit van de dienstverlening een stevige pijler is in de bedrijfsfilosofie van Telenet, wordt duidelijk geïllustreerd door de integratie van de Customer Loyalty Score als meetbare parameter in het bonussysteem. Van het globale bedrag aan potentiële bonussen dat door Telenet aan zijn kaderleden wordt uitgekeerd, is een significant percentage rechtstreekse afhankelijk van de score die het bedrijf inzake Customer Loyalty weet te behalen.



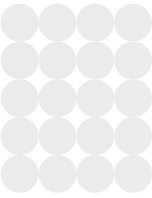
// Klantenbrevet

Telenet startte in 2009 een programma om al zijn medewerkers te overtuigen van de algemene kwaliteitsgedachte en het cruciale belang van klantenservice in het bijzonder. Dit Klantenbrevet is vandaag een vast onderdeel in het HR-beleid en wil het streven naar een steeds betere klantenservice tot rode draad maken van de dagelijkse bedrijfsvoering.

Om het 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 'klantentevredenheid' voor alle medewerkers concreet gestalte, vooral voor diegene die in hun dagelijkse taak geen rechtstreekse contacten met de klanten onderhouden.

In 2010 haalde 91% van alle medewerkers het klantenbrevet, wat een sterke stijging betekent in vergelijking met het voorgaande jaar. De mogelijkheden om het brevet te halen, werden licht uitgebreid, een tendens die zich in de toekomst zal verderzetten. Zo wordt het screenen van contacten via de nieuwe sociale media een mogelijke piste om voor Telenet-medewerkers een concreet beeld te schetsen van het imago en de kwaliteitsperceptie die hun bedrijf geniet bij zijn klanten en in de brede markt.





Telenet heeft verscheidene programma's opgestart om de Customer Loyalty Score, die op meerdere vlakken reeds een bevredigend niveau haalt, verder te verbeteren en in alle domeinen tot de beoogde doelstellingen aan te scherpen. Tegelijk wil het bedrijf een attitude aannemen waarin het de transparantie over de behaalde resultaten inzake klantenbinding en –loyauteit hoog in het vaandel draagt.

In ditzelfde kader verleende Telenet zijn medewerking aan het charter dat begin 2011 op vraag van federaal minister van Ondernemen Vincent Van Quickenborne aan alle telecom-operatoren werd voorgelegd om van klantenservice een prioriteit te maken. Het charter werd opgesteld door Test-Aankoop en het Radio1-programma Peeters & Pichal en moet op termijn leiden tot kortere wachttijden bij callcenters en helpdesks.

// SPREKEN MET ÉÉN STEM

Telenet telt momenteel meer dan 2.600 directe en indirecte medewerkers die dagelijks in contact staan met de klant. Telenet is zich bewust van het belang van een uniforme en consistente communicatie. Om ervoor te zorgen dat al deze mensen spreken met dezelfde stem, heeft Telenet o.a. flink geïnvesteerd in de verdere uitbouw van een scripting systeem.

// GRACE

In 2010 verliep het merendeel van de technische ondersteuning aan klanten via het internet. Een volledige heropbouw van de "online support" website, waarin oplossingen kunnen gevonden worden via zoektermen, lag mee aan de basis van het groeiend aantal klantencontacten dat via het internet verloopt. Slechts 16% van het totale aantal klantencontacten gebeurt via de telefoon, maar ook daar draagt Telenet de klantentevredenheid hoog in het vaandel.

Telenet heeft het GRACE-programma gelanceerd met als focus de klantentevredenheid uit telefonische oproepen, waarvan het merendeel toekomt via de call centers, verder te verhogen. Deze oproepen hebben zowel betrekking op technische aspecten als op het inhoudelijke of commerciële aanbod.

GRACE, of 'Getting the Right Appreciated Calls Everytime', werd door Telenet in 2010 opgestart en is van toepassing op de gehele vennootschap. De doelstellingen zijn zowel het aantal oproepen terug te dringen, als de efficiëntie te verhogen bij het afhandelen van de problemen of het voorstellen van een oplossing.

In 2010 slaagde Telenet er voor het eerst in om het stijgend aantal telefonische oproepen, dat traditiegetrouw meegroeit met de onderneming en de klantenportfolio, om te buigen in een daling. Door de klant een degelijke 'self care' aan te bieden, die hem in staat stelt om zelf een oplossing te vinden voor mogelijke problemen, of door een efficiënte oplossing aan te bieden bij de eerste oproep - het principe van First Time Right - wil Telenet het aantal oproepen nog verder terugdringen.

In de perceptie van klanttevredenheid spelen ook telefonische antwoordtijden een rol. Zowel voor de reactietijd bij het opnemen als voor het terugdringen van het aantal doorverbindingen heeft Telenet voor 2011 ambitieuze doelstellingen gedefinieerd, die de efficiëntie van het bedrijf verder zullen verhogen en de klanttevredenheid positief zullen beïnvloeden.

REALISATIES 2010

69% van de oproepen werd opgenomen binnen de 30 seconden

77% van de oproepen werd opgenomen binnen de 120 seconden

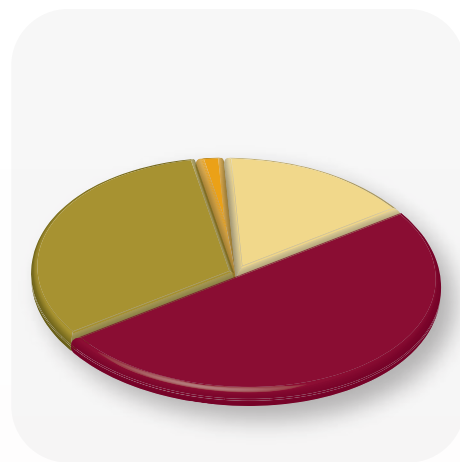
DOELSTELLINGEN 2011

80% van de oproepen opgenomen binnen de 30 seconden

90% van de oproepen opgenomen binnen de 120 seconden

Tot slot heeft Telenet in 2010 ook een stuurgroep in het leven geroepen die uit een doorgedreven analyse van de oproepen lessen wil trekken om de interne operaties verder te verbeteren en accurate en blijvende oplossingen te formuleren voor eventuele recurrente klachten.

→ // Splitsing aantal contacten



- Telefonisch 16%
- Mijn Telenet 50%
- Online Support 32%
- Social Media 2%

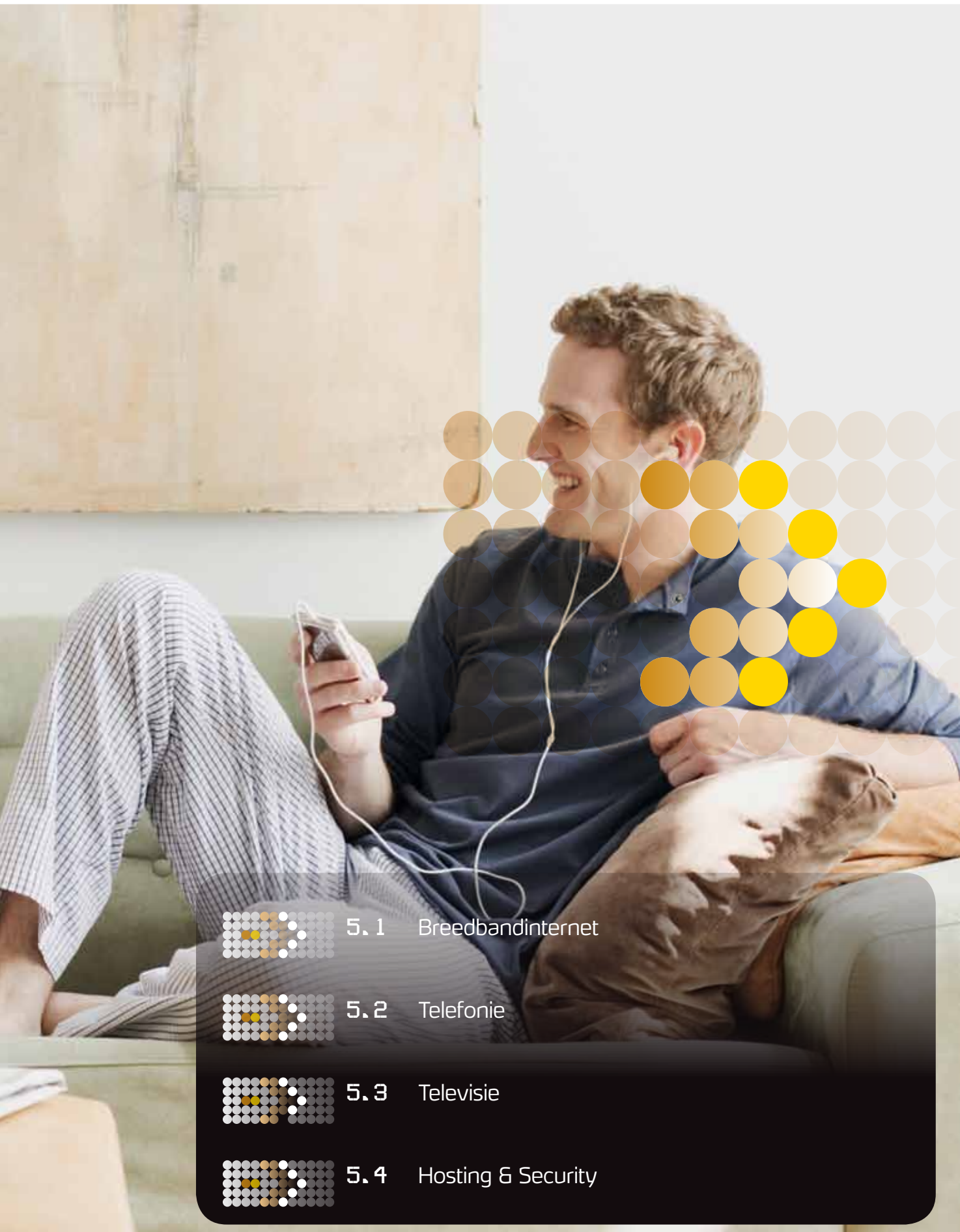
In 2011 gaat Telenet ook verder investeren in de uitbouw van zijn aanwezigheid op nieuwe kanalen zoals Twitter en Facebook. Voor Telenet worden de social media een nieuwe manier om service te bieden aan de klant en stelt het de klant ook in staat om ervaringen over producten en diensten te beschrijven, andere klanten te helpen, nieuwe ideeën te lanceren en bijkomende informatie over voorzieningen en functies te raadplegen.


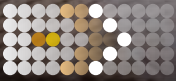






05

Producten en diensten



| | | |
|---|-----|--------------------|
|  | 5.1 | Breedbandinternet |
|  | 5.2 | Telefonie |
|  | 5.3 | Televisie |
|  | 5.4 | Hosting & Security |



5.1 Breedbandinternet





5 PRODUCTEN EN DIENSTEN

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.

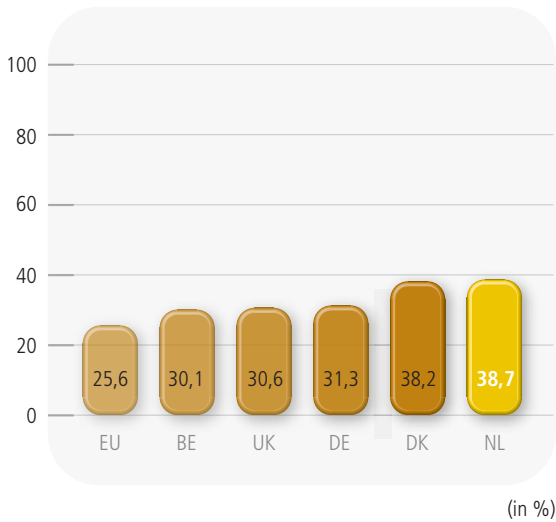
Oplossingen voor bedrijven

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.





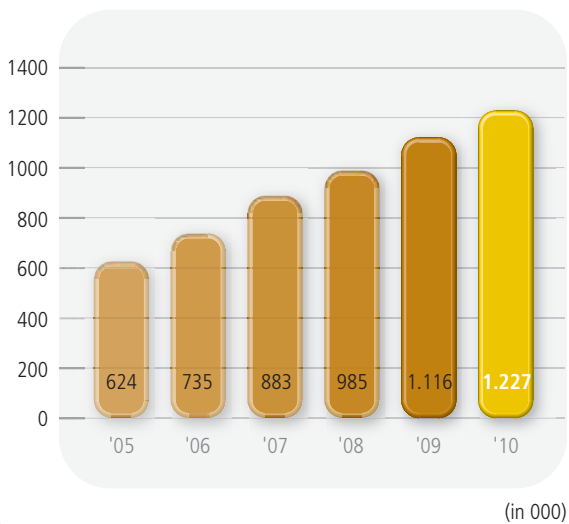
→ // Breedbandpenetratie per inwoner



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.

→ // Breedbandinternetklanten



Ontwikkelingen in 2010

Abonneebestand

Op 31 december 2010 telde Telenet 1.226.600 abonnees voor breedbandinternet, 10% meer dan eind 2009. Het bedrijf slaagde erin om in 2010 netto 110.700 nieuwe abonnees voor breedbandinternet aan te trekken, een sterke prestatie gelet op de grotere breedbandpenetratie in het verkoopgebied en de felle concurrentie. Het geannualiseerde klantenverloop bedroeg in 2010 7,2%, wat stabiel is ten opzichte van het voorgaande jaar.

Telenet schrijft dit positieve operationele resultaat toe aan de hogere snelheid en de betere specificaties van zijn breedbandproducten ten opzichte van concurrerende technologieën.

Productaanbod

Het huidige productaanbod richt zich zowel op de onderkant van de breedbandmarkt als op het topsegment. Zo is het instaproduct Basicnet met een downloadsnelheid van 4 Mbps specifiek geschikt voor klanten die hun eerste stappen op het internet zetten en tegen € 18,90 per maand is het bovendien één van de goedkoopste internetproducten in Europa.

Om in te spelen op de toenemende vraag naar meer bandbreedte, die nodig is om tegelijkertijd met meer toestellen met het internet verbonden te blijven, en op het stijgend gebruik van online videodiensten, heeft Telenet het voorbije jaar een aantal verhogingen doorgevoerd aan de bestaande breedbandproducten en een aantal nieuwe producten toegevoegd.

In februari 2010 heeft Telenet zijn bestaande breedbandproducten versterkt, met hogere downloadsnelheden en grotere datavolumes, zonder een prijsverhoging. Tegelijkertijd introduceerde Telenet de eerste fase van zijn breedbandinternetproducten van de volgende generatie op basis van de EuroDocsis 3.0-technologie, die over het hele netwerk is geïmplementeerd. Met Fibernet biedt Telenet de hoogste downloadsnelheden (tot 100 Mbps) in zijn verkoopgebied.

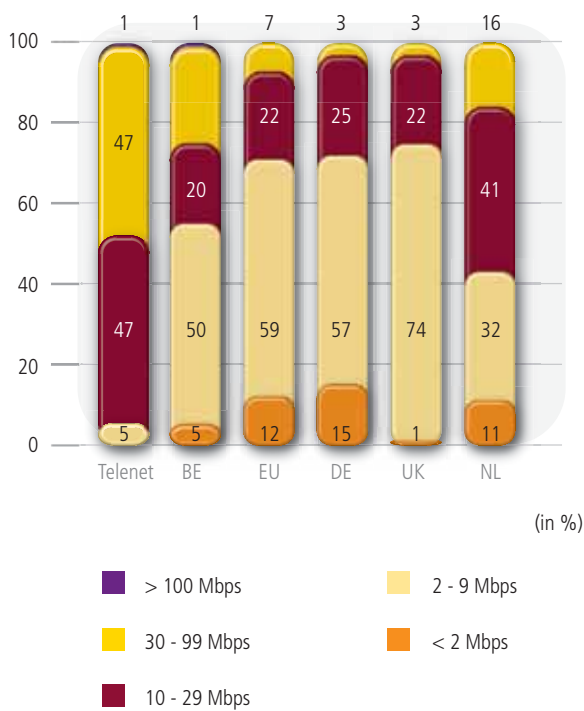
Omzet

De bedrijfsopbrengsten die door de 1,2 miljoen abonnees voor breedbandinternet worden gegenereerd, stegen met 6% van € 402,0 miljoen in 2009 tot € 426,7 miljoen in 2010.

In het vierde kwartaal van 2010 bedroegen de opbrengsten uit residentieel breedbandinternet € 105,7 miljoen, of 2% meer dan in dezelfde periode vorig jaar. In het vierde kwartaal van 2010 boekte Telenet lagere bedrijfsopbrengsten uit aanrekening van vergoedingen voor vroegtijdige contractopzeggingen.

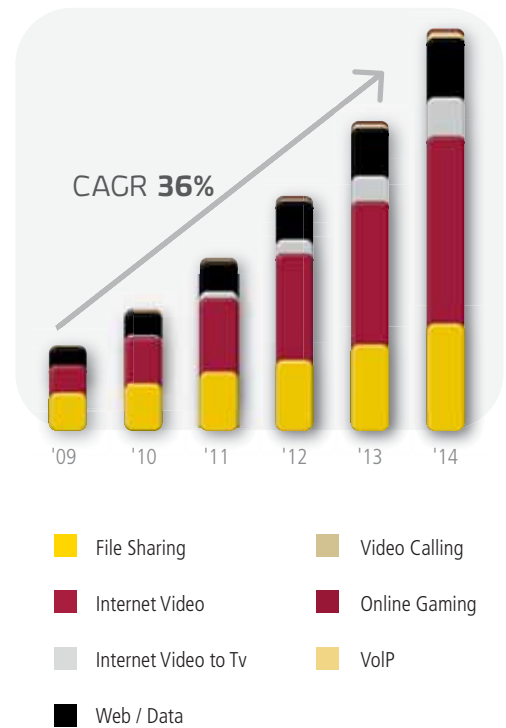


→ // Internetklanten per downloadsnelheid



Bron: European Commission Broadband survey July 2010, company data

→ // Vooruitzicht Internetklanten trafiek



Bron: Cisco Virtual Network Index, team analysis

Vooruitzichten voor 2011

In januari 2011 heeft Telenet zijn productgamma volledig vernieuwd en verder uitgebreid met twee producten die inspelen op de groeiende behoefte aan een krachtig en supersnel internet, waarbij alle leden van het gezin via meerdere apparaten tegelijk op het internet kunnen.

Vermits vandaag 47% van de breedbandklanten surft tegen een downloadsnelheid van minstens 30 Mbps, onderscheidt Telenet zich door één van de sterkst ontwikkelde klantenbasissen binnen Europa.

Hoewel de marktpenetratie voor internet in België al ruim 70% bedraagt, blijft er voldoende groeipotentieel aanwezig. Het groeiend aantal producten dat een internetaansluiting nodig heeft en de verdere groei in de markt voor breedband-internet zal ertoe leiden dat de marktpenetratie op middellange termijn minstens 90% bereikt.

Dankzij zijn Fibernet-producten, die downloadsnelheden van 40 Mbps tot 100 Mbps mogelijk maken, is Telenet uniek geïmplementeerd voor de toekomst. De klant vraagt immers hoe langer hoe meer een betrouwbare en supersnelle breedbandverbinding met het internet, zodat hij via meerdere apparaten tegelijk met het internet verbonden blijft. De onvermijdelijke opmars van video applicaties op het internet zullen de vraag naar supersnelle internetverbindingen in de toekomst alleen maar doen toenemen.

Geavanceerde oplossingen voor bedrijven

Voor de bedrijven lanceert Telenet in 2011 met Corporate Fibernet een revolutionair product dat perfect aansluit bij de steeds hoger wordende internetbehoefte van bedrijven. Corporate Fibernet geeft prioriteit aan het coax-netwerk, met zeer hoge, gegarandeerde bandbreedtes, strikte SLA's (Service Level Agreements) en gespecialiseerde business support.

Het IP-VPN aanbod van Telenet wordt uitgebreid met hogere snelheidsprofielen en een nog betere kwaliteit van de dienstverlening, eveneens via coax. Hierdoor kan Telenet uiterst betrouwbare netwerken uitbouwen door op een kostenefficiënte manier verschillende dragers zoals coax en DSL te combineren.

Telenet maakt voor deze beide diensten gebruik van het Eurodocsis 3.0 coaxnetwerk, met aparte netwerkcomponenten en frequenties, specifiek voor bedrijven. Hierdoor hebben bedrijfsklanten steeds voorrang en loopt hun internet- en dataverkeer volledig gescheiden van dat van de residentiële klanten.

5.2 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 productbundels. Mobiele telefonie vormt een apart aanbod, dat door Telenet pas sinds eind 2009 in de markt wordt gezet via een zorgvuldig afgewogen en goed uitgebalanceerde strategie.

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 2010

Vaste telefonie

Op 31 december 2010 had Telenet 814.600 abonnees voor vaste telefonie op zijn netwerk, of 10% meer dan eind 2009. Dit betekent dat de penetratiegraad van het totale aantal aansluitbare woningen steeg van 26,5% op 31 december 2009 tot 28,9% op 31 december 2010. Verder was de groei van het abonneebestand vooral te danken aan de aantrekkelijke



plannen met forfaitaire tarieven en aan het aanhoudende succes van onze productbundels.

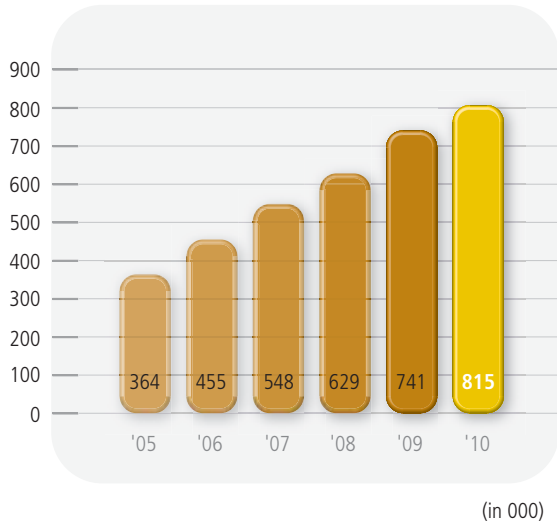
Ondanks het volwassen karakter van de markt voor vaste telefonie en de aanhoudende groei van het aantal huishoudens waar alleen nog mobiel wordt gebeld, is Telenet erin geslaagd om in 2010 netto 73.700 nieuwe abonnees voor vaste telefonie aan te trekken.

Mobiele telefonie

De instap in de markt voor mobiele telefonie, die eind oktober 2009 werd gestart, na de lancering van de unieke tariefplannen met gesubsidieerde gsm's, heeft geleid tot een solide groei. In 2010 steeg het aantal abonnees met een postpaid-abonnement met 68.800. Op 31 december 2010 telde Telenet in totaal 198.500 actieve klanten voor mobiele telefonie, een stijging van 54% in vergelijking met vorig jaar.



→ // Vaste Telefonieklienten



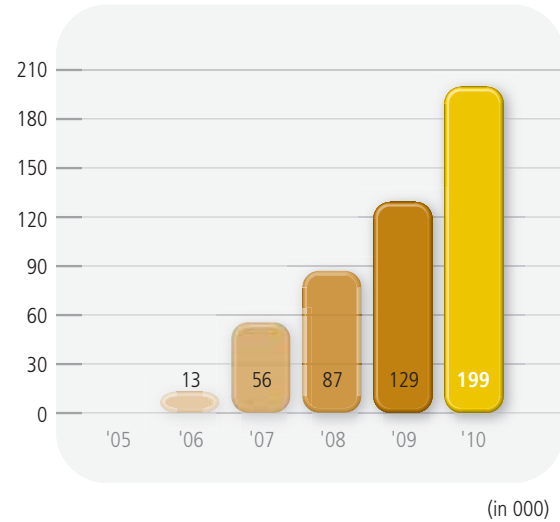
Het bedrijf is van mening dat dit een sterke prestatie is, gezien de verlegging van de focus naar de rendabelere marktsegmenten en gezien het feit dat Telenet zijn mobiele telefoniediensten enkel aanbiedt aan bestaande klanten binnen zijn verkoopgebied.

De versterkte positionering van Belcompany na de overname in 2009 en de nieuwe focus op de rendabelere marktsegmenten lagen beide aan de basis van dit groeiend succes.

In 2010 heeft Telenet zijn tariefplannen voor postpaid-abonnementen uitgebreid met Walk & Talk 30 en 45 en het datavolume van zijn Walk & Surf-abonnementen verder verhoogd. Deze nieuwe plannen hebben Telenet in staat gesteld om terrein te winnen in de rendabelere marktsegmenten. Nieuwe klanten voor mobiele telefonie genereren dan ook een hogere gemiddelde opbrengst per klant dan bestaande mobiele telefonieabonnees met een ouder tariefplan. Deze trend heeft geleid tot een aanzienlijke jaar-op-jaarstijging van de gemiddelde opbrengst per klant voor mobiele telefonie.

Midden oktober 2010 werd Telenet een volwaardige mobiele virtuele netwerkoperator (Full-MVNO) en is het begonnen met een migratie van de meer rendabele abonnees naar dit nieuwe platform.

→ // Mobile Telefonieklienten



Omzet

De bedrijfsopbrengsten uit residentiële telefonie, die de opbrengsten omvatten die zowel door de abonnees voor vaste als mobiele telefonie worden gegenereerd, stegen in 2010 met € 31,6 miljoen of 14% in vergelijking met vorig jaar, tot € 255,9 miljoen.

Deze solide groei is voornamelijk te danken aan de stijgende bijdrage van mobiele telefonie als gevolg van het grotere aantal abonnees met een postpaidabonnement en, wat belangrijker is, de aanzienlijke stijging van onze gemiddelde opbrengst per klant van mobiele telefonie doordat het aandeel van duurdere tariefplannen bij nieuwe abonnees toeneemt. In 2010 lieten de bedrijfsopbrengsten uit mobiele telefonie meer dan een verdubbeling optekenen ten opzichte van 2009 en droegen ze in een steeds grotere mate bij tot de groei van de bedrijfsopbrengsten.

De bedrijfsopbrengsten uit vaste telefonie vertoonden eveneens een gestage groei, waarbij het grotere aantal nieuwe abonnees slechts gedeeltelijk werd tenietgedaan door een verdere daling van de gemiddelde opbrengst per klant uit vaste telefonie. Die daling is toe te schrijven aan het groeiend aantal klanten met een forfaitair tarief en aan het nog steeds hoge aandeel van de productbundels.

// Mobiele telefonie en WiFi: de nieuwe convergentie

Het aanbieden van mobiele telecommunicatiemogelijkheden is voor Telenet een belangrijke groeipool. In 2010 heeft Telenet sterk geïnvesteerd in 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 maar meer en meer op mobiel internet, zowel via het mobiele netwerk als via WiFi.

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.

Op langere termijn wordt er volop gedacht aan de convergentie van de platformen, waarin de integratie van mobiele en vaste telecommunicatie een belangrijke rol zal spelen, zowel bij de klant thuis als onderweg. In de praktijk zou dat erop neerkomen dat de gebruiker alle diensten kan benutten, ongeacht de drager, het beschikbare platform of de plaats waar hij zich bevindt. De lancering van Yelo, dat gebruikers toelaat om tv te kijken op tal van andere dragers dan een tv-toestel, is hiervan een significant voorbeeld.



Ook het groeiend belang van WiFi, dat door de komst van specifieke dragers zoals de iPad opnieuw in het voetlicht treedt, kan in deze context geplaatst worden.

De ontwikkeling van het technologisch platform voor het aanbieden van mobiele diensten is volop aan de gang en belooft nieuwe, innovatieve realisaties in de nabije toekomst.



Vooruitzichten voor 2011

Vanaf midden 2011 biedt Telenet de mogelijkheid aan bedrijven om telefooncentrales aan te sluiten op haar coax-netwerk. Klanten kunnen dan naadloos hun ISDN-2 diensten overzetten met nummerbehoud. Ook voor de nieuwere generatie van telefooncentrales (VoIP-SIP) wordt een oplossing in de markt gezet via dezelfde toegangstechnologie. Bovendien zal Telenet ook voor het zakelijke marktsegment verder blijven werken aan attractieve en competitieve tariefformules.

5.3 Televisie



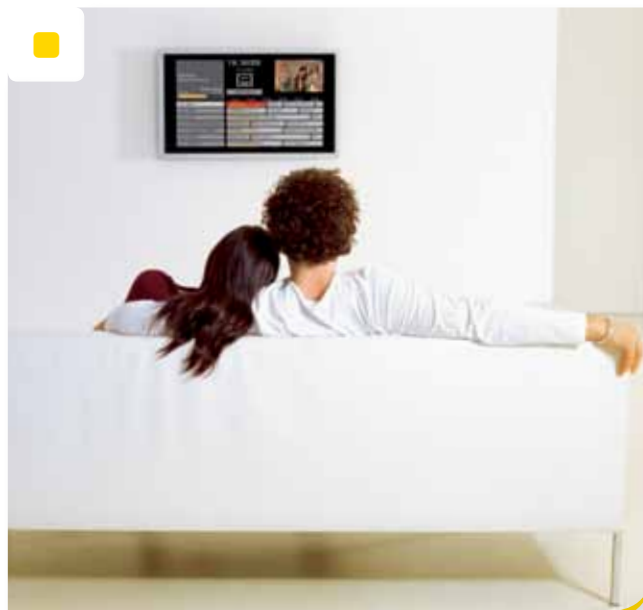
Sinds de overname van het kabelnetwerk van de gemengde intercommunes in 2002 biedt Telenet verscheidene vormen van tv-distributie aan. Door de overname van Interkabel bereikt Telenet sinds eind 2008 heel Vlaanderen en een deel van Brussel met de traditionele kabel. Sinds 2005 bewijst Telenet echter zijn 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 productbundels, 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 vijf jaar een penetratiegraad van zowat 52% heeft bereikt op het Telenet-netwerk.



Ontwikkelingen in 2010

Digitale & premium-tv

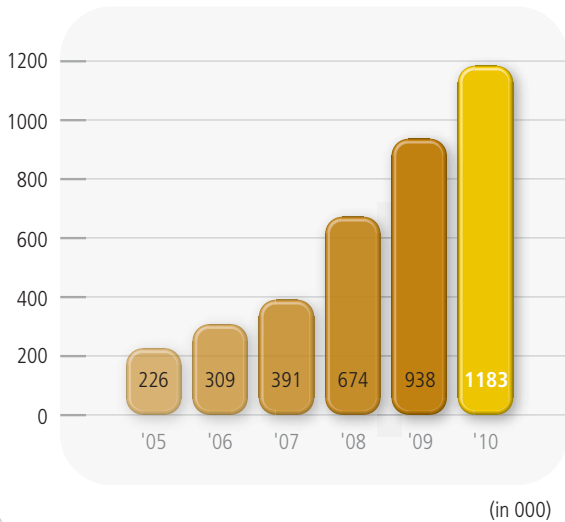
Abonneebestand

Het aantal abonnees voor digitale kabel-tv steeg met 24%, van iets meer dan één miljoen op 31 december 2009 tot 1.241.900 eind 2010.

In 2010 steeg het aantal abonnees voor het Telenet Digital TV-platform met 244.900. Het enige jaar waarin de groei nog groter was, is 2009, maar in dat jaar werden de groeicijfers opgedreven door de opgekropte vraag na de overname van Interkabel. In 2010 schakelde 21% van de resterende abonnees voor analoge tv over naar digitale tv, wat overeenkomt met 11% van het totale aantal abonnees voor kabel-tv. Deze evolutie overtrof zelfs de langetermijnprognoses.

De digitaliseringsgraad steeg van 43% op 31 december 2009 tot 55% eind 2010. Wat de toekomst betreft, verwacht Telenet dat de verdere overstap van abonnees voor analoge kabel-tv

→ // iDTV-klanten



naar het interactieve digitale platform één van de belangrijkste waardebestuwers zal blijven, aangezien de gemiddelde opbrengst per klant bij abonnees voor digitale kabel-tv meestal dubbel zo hoog ligt als bij abonnees voor basiskabel-tv.

De markt voor digitale televisie kent een grote dynamiek in België. Talloze spelers hebben zich de afgelopen jaren ontwikkeld als volwaardige concurrenten. Op vlak van digitale televisie heeft Telenet momenteel een marktaandeel van 38%.

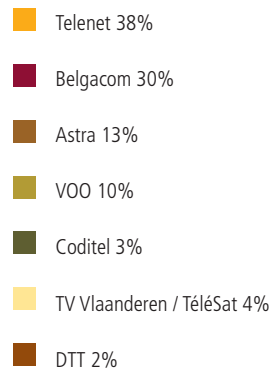
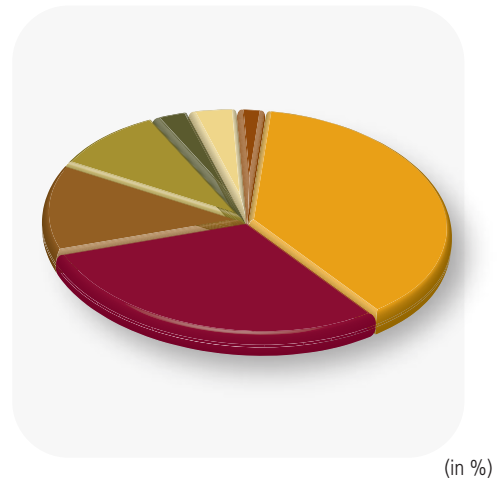
Omzet

De opbrengsten uit premium kabel-tv omvatten de opbrengsten die door digitale kabel-tv worden gegenereerd bovenop de opbrengsten uit basiskabel-tv zoals hierboven beschreven.

De opbrengsten uit premium kabel-tv worden hoger gestuwd door de opbrengsten uit films à la carte en door de sterke groei van de verhuur van geavanceerde settopboxen met harde schijf en persoonlijke videorecorder, die de recurrente maandelijkse huurgelden voor settopboxen doet stijgen.

Voorts omvatten de bedrijfsopbrengsten uit premium kabel-tv ook de abonnementsgelden voor pakketten met thema- en premiumkanalen (inclusief de betaalzender PRIME) en de interactieve diensten op het Telenet-platform. Samen zorgen zij ervoor dat de gemiddelde opbrengst per klant hoger ligt dan bij abonnees voor gewone kabel-tv. In 2010 registreerde

→ // Marktaandeel digitale TV in België



Bron: Belgacom, Telenet, team analysis

Telenet 47 miljoen op-aanvraag transacties, of gemiddeld 3,7 per digitale kijker per maand.

In 2010 bedroegen onze bedrijfsopbrengsten uit premium kabel-tv € 150,7 miljoen, wat € 35,3 miljoen of 31% meer is dan in 2009. In het vierde kwartaal van 2010 stegen de bedrijfsopbrengsten uit premium kabel-tv tot € 40,7 miljoen, of 24% meer dan de € 32,9 miljoen in dezelfde periode van het voorgaande jaar, ondanks lagere bedrijfsopbrengsten uit de aanrekening van vroegtijdige contractopzeggingsvergoedingen.

// Video-on-Demand

Voor Video-on-Demand (VoD) was 2010 een jaar van belangrijke uitbreidingen en vernieuwingen.

Door de ondertekening van de overeenkomst met 20th Century Fox kan Telenet de films van de grootste studio's aanbieden. Naast de lokale onafhankelijke verdelers bieden nu ook de meeste studio's hun films day&date aan, dus tegelijk met de uitgave van de DVD. Mede daardoor heeft Telenet tot twee keer toe het record gebroken van het aantal opvragingen in Film&Series à la carte, in totaal 4,1 miljoen films.

Niet alleen het aanbod van langspeelfilms was daarvoor verantwoordelijk, maar ook de introductie van de vernieuwde user interface, waarin het uitgebreide aanbod beter tot zijn recht komt en makkelijker navigeerbaar wordt. Bovendien worden de films na het opvragen gedurende 48 uur ter beschikking gesteld, i.p.v. de vroegere 24 uur.

Het aanbod bestond niet alleen uit grote Hollywood kaskrakers. Telenet introduceerde enkele succesvolle kwaliteitseries zoals Corleone, Pillars of the Earth en The Killing 2, waarbij de eerste aflevering telkens gratis werd aangeboden. Ook het lokale kortfilmaanbod kreeg een prominente plaats in de TV-theek, waardoor beginnende regisseurs een platform kregen om de Telenet-klanten met hun producties te laten kennismaken.



Ook het VoD-aanbod van de omroepen in de TV-theek werd erg gesmaakt met uitschieters als Benidorm Bastards, Dubbelleven, David, Vermist en de klassieker FC De Kampioenen, in totaal verantwoordelijk voor 5,1 miljoen betalende transacties.

Telenet introduceerde nog meer nieuwigheden, waarmee het zijn pioniersrol bevestigde, zoals VoD in 3D (als eerste in Europa!) en ook de uitbreiding van het VoD-aanbod naar het nieuwe platform Yelo.

Ten opzichte van 2009 steeg het totaal aantal transacties met 46% tot 47,1 miljoen. 11,4 miljoen transacties waren betalend, 13,9 miljoen waren gratis en 22 miljoen transacties werden besteld via een abonnement zoals Net Gemist, PRIME à la carte of Passion à la carte.

Vooruitzichten voor 2011

Voor 2011 verwacht Telenet een verdere doorbraak van digitale & premium-tv.

De klassieke tv-beleving wordt inmiddels steeds vaker ingeruild voor een model waarbij de consument zelf wil beslissen over het tijdstip of de inhoud van de uitzending. Om het contact met de hedendaagse abonnee te verzekeren, mikt Telenet op de vele technische mogelijkheden van het digitale platform.

Qua inhoud heeft Telenet met PRIME en Video-on-Demand sterke troeven in handen. Ook het aanbieden van Premium content aan specifieke doelgroepen past uitstekend in deze strategie. Om het inhoudelijke aanbod voortdurend te verrijken, staat Telenet voortdurend open voor partnerships met productiehuisen, zowel van tv-programma's als van andere toepassingen zoals games.



// PRIME

Ook in 2010 blijft PRIME een sterk merk in de Vlaamse televisiemarkt. Zo steeg het aantal digitale PRIME klanten tot 225.101. Een aantal grote contracten werden succesvol verlengd. Zo werden ondermeer de Oscars voor 5 jaar verlengd, Warner Bros voor 15 maanden en Universal voor 1 jaar. Het contract met Paramount werd geheel vernieuwd voor 3 jaar. Daardoor blijft PRIME ook in de komende jaren garant staan voor een non-stop aanbod van de beste films en series.

PRIME was ook in 2010 vaste partner van het filmfestival van Brussel en tegelijk een gewaardeerde mediapartner voor een aantal Vlaamse producties zoals Smoorverliefd en Rundskop.

PRIME sport is nog steeds de specialist van live topsport. Meer dan 550 live voetbalwedstrijden uit alle Europese topcompetities en de Champions League worden aangevuld met 2 Amerikaanse topsporten bij uitstek: basket uit de NBA en American Football uit de NFL. Recent werd dit aanbod aangevuld met een extra kanaal: PRIME GOLF. Op dit 24u/24 golfkanaal krijgt de kijker live de absolute toptornooien uit de Amerikaanse en de Europese tour, aangevuld met de 4 majors en de toernooien van de WGC. PRIME SPORT en PRIME GOLF zijn dankzij Yelo ook live te volgen via ipad/iphone en pc.

PRIME
GOLF



Voor PRIME à la Carte kon Telenet een bijkomende groei optekenen van 69% waarbij het totaal aantal transacties steeg tot 15,8 miljoen. Vandaag gebruikt 67% van de PRIME klanten PRIME à la Carte. De grootste vernieuwing was de uitbreiding van een gedeeltelijk aanbod van PRIME à la Carte naar PC. De PRIME-klant kan nu ook op zijn PC naar zijn favoriete films kijken.

Basiskabeltelevisie

Abonneebestand

Eind december 2010 telde Telenet 2.274.400 abonnees voor analoge en digitale tv. Dit komt neer op een netto organisch verlies van 68.000 abonnees voor basiskabel-tv in 2010. Dit organisch verlies omvat geen overschakelingen naar ons digitale tv-platform en vertegenwoordigt klanten die zijn overgestapt naar platformen van de concurrentie, zoals andere aanbieders van digitale tv en satellietexploitanten, of klanten die hun tv-abonnement hebben opgezegd of die verhuisd zijn naar een locatie buiten het verkoopgebied.

Voor een gemiddeld maandelijks bedrag van € 14,4 (inclusief 21% btw) biedt het abonnement voor basiskabel-tv een goed uitgebalanceerd aanbod van ongeveer 25 analoge tv-kanalen en gemiddeld 20 analoge radiozenders tegen één van de laagste prijzen in Europa.

Omzet

De opbrengsten uit basiskabel-tv, bestaande uit abonnementsgelden die Telenet van zijn abonnees voor analoge en digitale kabel-tv (Telenet Digital TV en INDI) ontvangt, vormen nog steeds een belangrijk deel van de bedrijfsopbrengsten en zijn een constante bron van cashflow. De opbrengsten uit basiskabel-tv stegen van € 322,3 miljoen in 2009 tot € 325,1 miljoen in 2010. De verwachte daling van het aantal abonnees voor basiskabel-tv werd gecompenseerd door een prijsverhoging van 6% in februari 2009, die tot februari 2010 een uitgesteld positief

effect had op de bedrijfsopbrengsten. Daarnaast werden de bedrijfsopbrengsten in het derde kwartaal van 2010 positief beïnvloed door eenmalige bedrijfsopbrengsten in verband met factureringsaanpassingen.

TV-aanbod voor bedrijven

Voor de grootverbruikers van TV wordt er in de loop van 2011 een oplossing uitgewerkt waardoor individuele settopboxen niet langer noodzakelijk zijn. Voornamelijk in ziekenhuizen en rusthuizen is eenvoudig in gebruik een must. Het digitale tv-aanbod zal in de toekomst kunnen worden bekeken met behoud van de vertrouwde afstandsbediening. Deze oplossing moet o.a. zorginstellingen de kans geven om op een efficiëntere en ecologisch verantwoorde manier informatie te verspreiden en deze doelgroep ook van het ruime digitale aanbod te kunnen laten genieten.



yelo



// YELO

In december 2010 lanceerde Telenet Yelo, een nieuw multimediaplatform dat digitale TV-klienten toelaat om in en rond het huis naar hun favoriete televisieprogramma's en films te kijken. Yelo stelt de kijker in staat om zijn geliefde programma's niet alleen op het vertrouwde TV-scherm te bekijken, maar voortaan ook op iPad, iPhone, laptop en binnenkort ook andere smartphones. Yelo biedt bovendien een reeks handige diensten zoals een elektronische programmagids, programmeren van de Digicorder vanop afstand en films op aanvraag. Met Yelo innoveert Telenet televisiekijken in Vlaanderen opnieuw op een verfrissende manier.

Yelo wil een antwoord bieden op de nieuwe verwachtingen van de moderne mediaconsument die steeds meer vrijheid, onafhankelijkheid en mobiliteit eist. Het is een eerste stap in de uitbouw van een innovatief platform dat, in samenwerking met de zenders, het snel veranderende televisielandschap wil omarmen.

Met de lancering van interactieve digitale TV in 2005 zorgde Telenet voor een revolutie op de buis: de klant kon kijken naar wat hij wou en wanneer hij dat wou. Met Yelo komt daar een nieuwe dimensie bij.

Yelo legt de brug tussen enerzijds het digitale tv-aanbod van Telenet en anderzijds nieuwe draadloze multimediatoestellen waarmee de consument waar dan ook TV kan kijken. De supersnelle internetproducten en het performante netwerk van Telenet zorgen ervoor dat Yelo-kijkers een superieure beeld-en geluidsbeleving ervaren op hun iPad, iPhone en computer.

Yelo: nog beter door "co-creation"

Yelo is vandaag slechts een begin. Telenetklienten en gebruikers zullen de toekomst van Yelo immers zelf bepalen. Via co-creation of 'crowd sourcing' kunnen diensten snel en goed afgestemd worden op de klant en waar nodig verbeterd worden. Telenet ontwikkelde in het kader van Yelo een plan om 'co-creation' mogelijk te maken rond het nieuwe platform. Telenet verwelkomt daarbij ook graag de zender om samen nieuwe diensten en functies te ontwikkelen.

5.4 Hosting & Security





5 PRODUCTEN EN DIENSTEN



Omdat Telenet beschikt over een compleet gamma aan hosting- en cloud computing-diensten voor bedrijven en overheden, heeft het een sterke marktpositie weten uit te bouwen. Telenet kan de klant immers een complete end-to-end oplossing bieden voor het outsourcen van serverinfrastructuur en IT-toepassingen in de datacenters bij Telenet, waarbij het garanties kan bieden op de beschikbaarheid van de toepassingen en de verbinding naar het datacenter.

2010

Begin 2010 werd het Dynamic Cloud-product gelanceerd, waarbij klanten een virtueel datacenter kunnen opbouwen. Op ieder moment kan er opslag- en servercapaciteit geactiveerd of gestopt worden, wat bedrijven toelaat om flexibel in te spelen op de veranderende noden. De klant betaalt enkel voor de capaciteit die hij geactiveerd heeft. Intussen maken meer dan 100 klanten gebruik van de Dynamic Cloud. In 2011 zal het hostinggamma verder aangevuld worden met diensten die nog beter zullen aansluiten op de noden van middelgrote en grote bedrijven en overheden.

In de securitymarkt wist Telenet in 2010 een positie te verwerven door de overname van de beveiligingspecialist C-CURE.

2011

In 2011 zal Telenet met zijn Next Generation Security Portfolio een duidelijk antwoord bieden op de meest recente digitale risico's. De portfolio bevat een volledige set van security-oplossingen met een verhoogde visibiliteit op applicaties, gebruikers en informatiestromen.

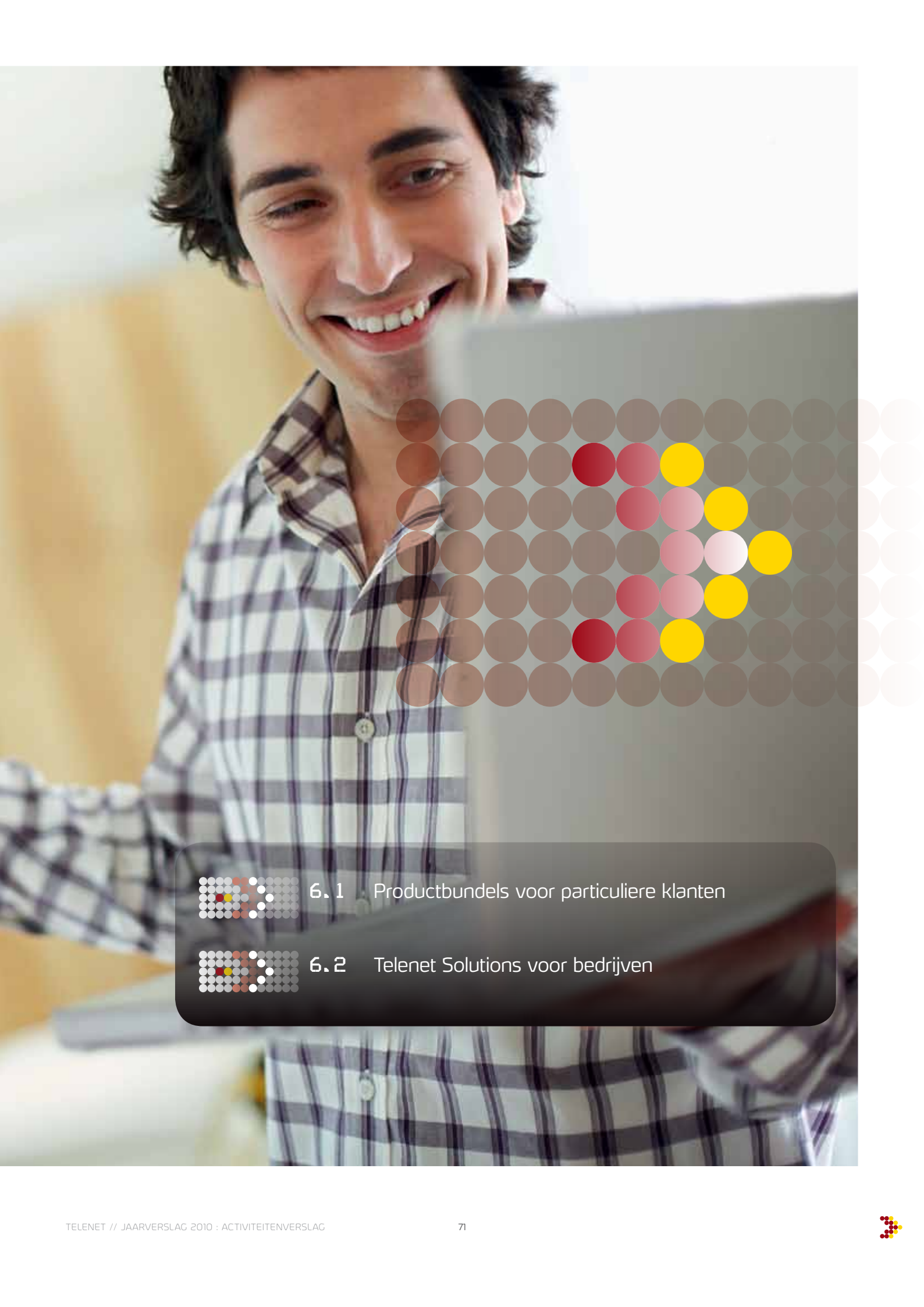
Daarnaast gebruikt Telenet de C-CURE-expertise voor de verdere uitbouw van een Managed Security Service Portfolio, gaande van een standaard internet security-oplossing voor de kleine en middelgrote ondernemingen tot complex maatwerk voor grotere ondernemingen en organisaties.





6

Een klantgericht aanbod



6.1 Productbundels voor particuliere klanten



6.2 Telenet Solutions voor bedrijven



6.1 Productbundels voor particuliere klanten





6 EEN KLANTGERICHT AANBOD

Het aanbod van Telenet evolueert voortdurend, op het ritme van nieuwe technologische ontwikkelingen of de uitbreiding van het inhoudelijke aanbod. Klanten die aanvankelijk enkel een internetabonnement namen, hebben vandaag de keuze uit een veel bredere waaier aan telecommunicatiediensten en aanverwante producten.

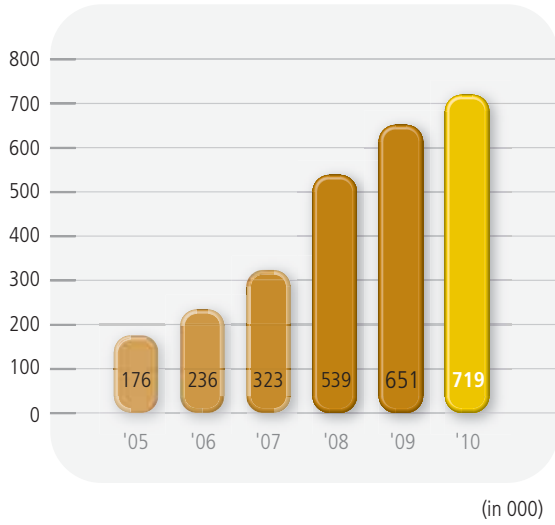
Sinds 2008 focust Telenet voor de verkoop aan de particuliere markt op het aanbod van aantrekkelijk geprijsde productbundels. In dergelijke multiservicepacks worden superieure en betrouwbare diensten op het vlak van breedbandinternet, telefonie en digitale tv tot één globaal aanbod gebundeld. Het aantal diensten per klantenrelatie stijgt daarom voortdurend, waardoor ook de unieke beleving voor de klant wordt verruimd.

Het concept van de Shakes, dat in 2008 gelanceerd werd en dat in 2009 een groot succes kende, bleef in 2010 voortbestaan. Het spreekt voor zich dat het aanbod in deze productbundels voortdurend mee-evolueert met de technologische ontwikkelingen en de inhoudelijke verruiming die Telenet kenmerkt. Fibernet, dat begin 2010 werd aangekondigd en dat hogere snelheden en volumes toelaat voor internetgebruikers, maakt inmiddels van heel wat productbundels een vast ingrediënt uit.

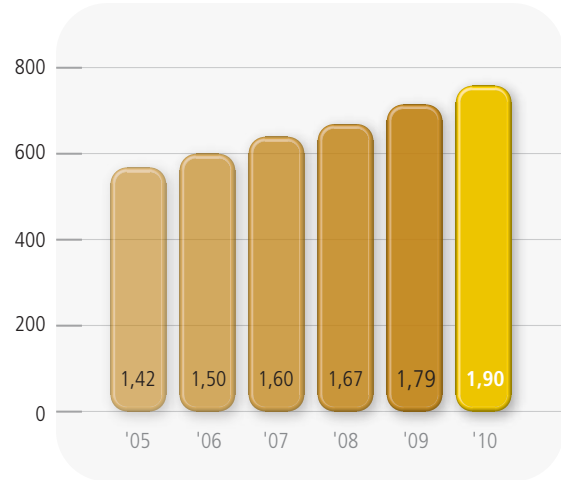




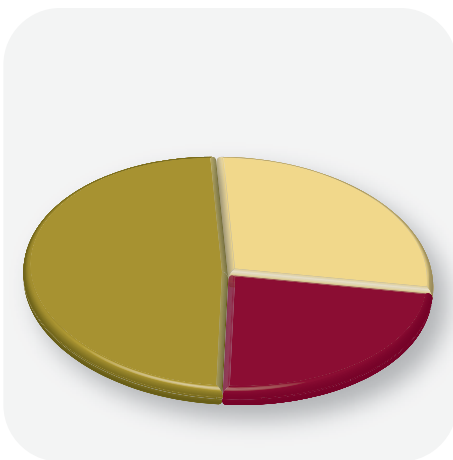
→ // Evolutie Triple Play klanten



→ // Aantal diensten per klantenrelatie

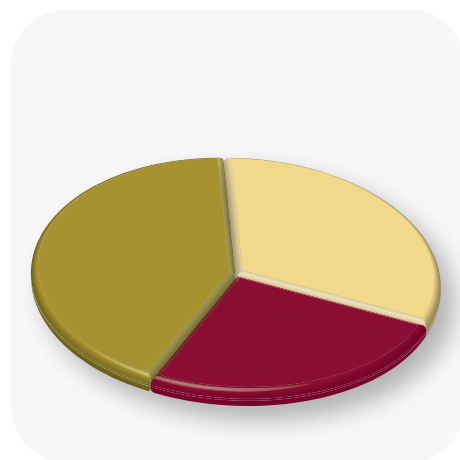


→ // 2009



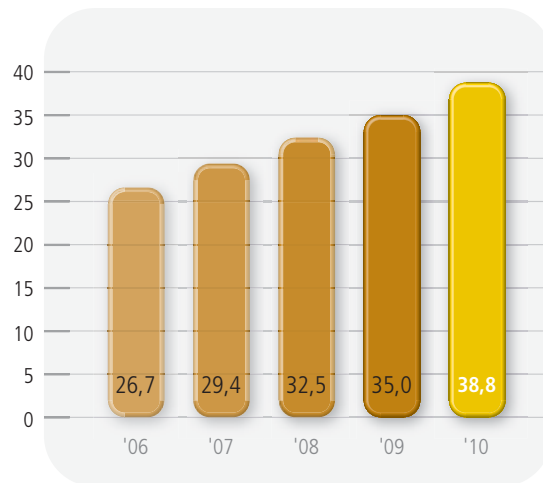
- Single Play 48%
- Dual Play 24%
- Triple Play 28%

→ // 2010



- Single Play 42%
- Dual Play 26%
- Triple Play 32%

→ // Gemiddelde opbrengst per klantenrelatie (ARPU)



(in euro per maand)

Robuuste groei in 2010

De aanzienlijke groei die Telenet in 2010 realiseerde, was voor een groot gedeelte precies te danken aan de doeltreffende implementatie van de strategie om de verschillende producten en diensten in productbundels aan te bieden. In 2010 steeg het aantal abonnees op de kernproducten voor particulieren (Telenet Digital TV, breedbandinternet en vaste telefonie) met 429.300. Alleen al in het vierde kwartaal van 2010 kwam de commerciële dynamiek in een stroomversnelling en groeide het aantal abonnees op kernproducten voor particulieren met 123.800. Meteen het hoogste niveau van het jaar, ondanks de hevige concurrentie. Op 31 december 2010 was het aantal diensten opgelopen tot 4.315.600, een stijging met 3% in vergelijking met de 4.199.200 diensten op 31 december 2009 (in beide gevallen exclusief mobiele telefonie).

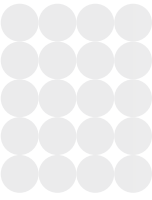
Het succes van de productbundeling kan ook worden afgeleid uit het aantal diensten per klantenrelatie. Per 31 december 2010 was elke klant geabonneerd op gemiddeld 1,90 diensten, een solide stijging van 6% ten opzichte van 31 december 2009 toen het gemiddelde aantal diensten per klantenrelatie 1,79 bedroeg. Het percentage klanten met een abonnement op een productbundel bleef in stijgende lijn gaan: van 51% op 31 december 2009 tot 58% op 31 december 2010. Het aantal

klanten met een abonnement op drie producten steeg met 10% van 651.000 op 31 december 2009 tot 719.200 op 31 december 2010, wat neerkomt op 32% van het klantenbestand.

Gemiddelde opbrengst per klantenrelatie

Het succes bij het overtuigen van individuele klanten om zich op extra diensten te abonneren, de nettogroei van het aantal klanten met een productbundel en het toenemende aandeel van abonnees voor digitale kabel-tv die een hogere gemiddelde opbrengst per klant genereren, deden de gemiddelde opbrengst per klantenrelatie verder stijgen. Telenet beschouwt de gemiddelde opbrengst per klantenrelatie (ARPU, Average Revenue Per User) als één van de belangrijkste maatstaven bij het streven naar een hogere particuliere besteding aan media- en communicatiediensten.





In 2010 steeg de gemiddelde opbrengst per klantenrelatie met 11% tot € 38,8, vergeleken met € 35,0 in 2009, wat de sterkste stijging op jaarbasis ooit is. De druk op de gemiddelde opbrengst per klant van individuele producten (als gevolg van het groeiende aandeel van bundelkortingen, andere prijskortingen en de concurrentiedruk) werd meer dan gecompenseerd door de hogere gemiddelde opbrengst per klantenrelatie als gevolg van het toenemende aantal klanten met een abonnement op een productbundel en het toenemende aantal abonnees voor digitale kabel-tv.

Bovendien zijn de terugkerende opbrengsten die worden gegenereerd uit het stijgende aantal mobiele-telefonieabonnees met een postpaidabonnement, niet mee opgenomen in de berekening van de gemiddelde opbrengst per klantenrelatie, zoals hierboven vermeld.

Vooruitzichten voor 2011

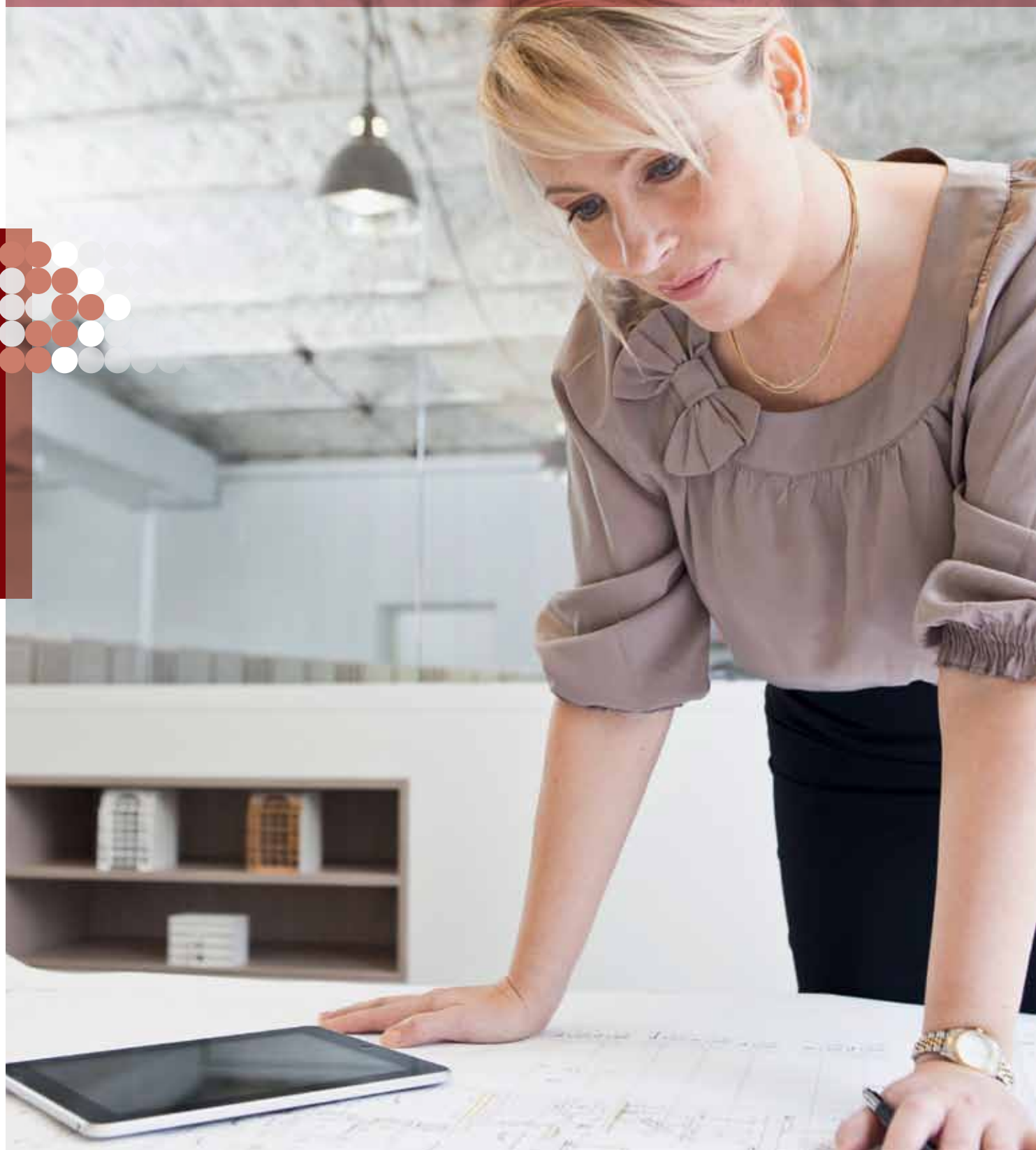
Aangezien 42% van de Telenetklanten op slechts één product geabonneerd is, ziet het bedrijf nog steeds mooie groei-opportunities. Het komt erop aan om deze klanten te overtuigen met het aantrekkelijke aanbod van de productbundels. Tegelijkertijd zal Telenet trachten om de overgrote meerderheid van de 1 miljoen abonnees op analoge kabel-tv te laten overschakelen naar het interactieve, digitale platform, waar de gemiddelde opbrengst per klant hoger ligt. Het aanbod van productbundels of *Shakes* zal de rode draad blijven in deze strategie.

Naast de overgang van analoge naar digitale tv zullen voor 2011 vooral de overstap naar Fibernet en de verdere marktpenetratie van deze nieuwe generatie supersnel internet een cruciaal aandachtspunt vormen. De integratie van Fibernet in de productbundels zal Telenet helpen om zijn klanten te overtuigen van zijn productsuperioriteit. Tegelijk zal het de poort openzetten naar een nieuwe vorm van digitale beleving. Dankzij Fibernet krijgen klanten immers de unieke mogelijkheid om binnen de huiselijke sfeer op een intensievere manier gebruik te maken van alle mogelijke toepassingen van het Telenet-netwerk, zonder verlies aan snelheid of kwaliteit. Op die manier wil Telenet ertoe komen om ook de emotionele band met zijn klanten verder aan te halen.

Tegen de achtergrond van de technologische superioriteit en een voortdurende verruiming van het inhoudelijke aanbod, blijft klantentevredenheid een cruciaal aandachtspunt. 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. In deze context heeft Telenet er in 2010 toe besloten om de kwaliteit van zijn dienstverlening op de particuliere markt niet langer te meten via de traditionele klantentevredenheidsindex, die eerder een momentopname vormt, maar wel via de ruimere Customer Loyalty Score, waarin meerdere aspecten worden opgenomen die aan de basis liggen van een duurzame klantentevredenheid (zie ook hoofdstuk 4.3 *kwaliteit*).



6.2 Telenet Solutions voor bedrijven





Telenet Solutions is de B-to-B divisie van de Telenet groep die professionele telecomdiensten aanbiedt aan bedrijven en overheden in België en Luxemburg. Het 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 hosting en security aangeboden via de expertise van gespecialiseerde bedrijven als Hostbasket, dat reeds in 2008 in de groep werd geïntegreerd, en C-CURE, dat in de loop van 2010 door Telenet werd overgenomen. 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.

Voor het aanbieden van zijn verschillende diensten kiest Telenet Solutions qua connectiviteit steeds voor de optimale technische communicatiedrager. Dit kan zowel de coax-kabel, DSL als het glasvezelnetwerk zijn.

Ook in de Carrier en Wholesale markt heeft Telenet zich in de loop der jaren als een aantrekkelijk alternatief geprofileerd. Vele nationale en internationale operatoren maken gebruik van het Telenet-netwerk als toegangspoort naar hun klanten. Telenet levert hierbij de lokale verbindingen (*local tails*) tussen het netwerk van de operator en diens klanten, voornamelijk internationale bedrijven met één of meer vestigingen in België.

Voor buitenlandse operatoren die op zoek zijn naar een totaaloplossing om hun klanten in België te bedienen, biedt Telenet Solutions volledige virtuele privaatnetwerken (IP-VPN's) op maat. Vooral operatoren met een beperkte aanwezigheid in België doen hiervoor graag een beroep op de dienstverlening van de groep.

Ook mobiele operatoren hebben inmiddels de voordelen van het fijnmazige Telenet glasvezelnetwerk ontdekt. Door het toenemende gebruik van mobiel internet stijgt ook de behoefte aan transportcapaciteit in mobiele netwerken, de zogenaamde *backhauling*. Backhauling staat in dit geval voor het transport van spraak- en dataverkeer tussen de zendmasten (*base stations*) en de aggregatiepunten (*points of presence* of *POP's*) in het netwerk van de mobiele operator. Telenet heeft hiervoor een competitieve en toekomstgerichte oplossing uitgewerkt die snel en efficiënt kan inspelen op de stijgende vraag naar bandbreedte.

Gepersonaliseerde aanpak

De benadering van het bedrijfensegment verschilt van de aanpak van de residentiële markt. Terwijl particuliere klanten vooral bereikt worden via gerichte marketingcampagnes, gesteund door productbundels of promoties, vergt de benadering van de zakelijke markt een gepersonaliseerde aanpak. Een professioneel team van account managers, georganiseerd per sector, 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



6 EEN KLANTGERICHT AANBOD

de mogelijkheden voor verdere verbeteringen. De hoge service level-doelstellingen die Telenet Solutions zichzelf oplegt, zijn voor deze afdeling ook een belangrijke troef naar de markt, die nog sterk gedomineerd wordt door de historische operator.

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

2010

De business gerelateerde omzet van 2010, die uitkwam op € 85,0 miljoen, kende een stijging van 10% ten opzichte van 2009. In diverse sectoren werden een aantal belangrijke projecten binnengehaald, wat zorgde voor een mooie organische groei. Daarnaast werd de overname van het bedrijf C-CURE gerealiseerd, waardoor Telenet Solutions zich in de toekomst kan positioneren op het vlak van security. In 2011 zullen ook de diensten van het dochterbedrijf Hostbasket in het service-aanbod geïntegreerd worden.

Dankzij deze unieke dienstenpositionering verwacht Telenet Solutions zijn marktpotentieel in de toekomst verder te kunnen uitbreiden, waardoor het ook een positieve bijdrage zal leveren tot de omzetgroei van de groep in haar geheel.



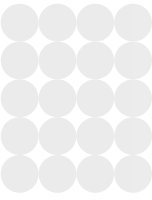
Klantentevredenheid

Net zoals vorig jaar werd ook in 2010 alles in het werk gesteld om de hoge tevredenheidsgraad bij de zakelijke klanten veilig te stellen en een aantal operationele processen nog verder te verbeteren. De aandacht voor service en kwaliteit leidde tot een klantentevredenheid van 100% bij de topklanten en 91% bij de volledige klantenbasis van Telenet Solutions.

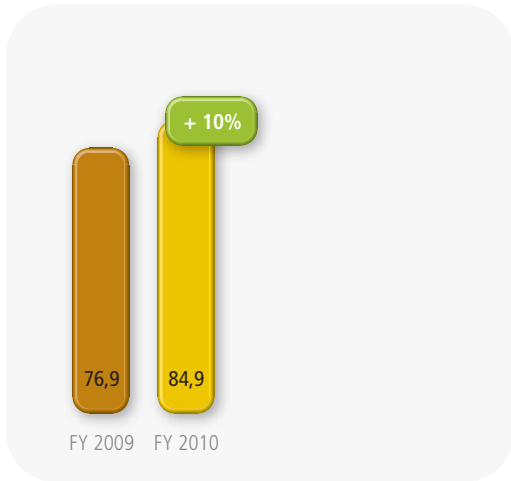
De Top 50-klanten toonden zich allen tevreden of uiterst tevreden over de dienstverlening van Telenet Solutions. De verhoogde aandacht voor de operationele processen ging ook hier niet onopgemerkt voorbij en werd door de klant zeer positief onthaald.

Uit de verschillende bevestigingen komt verder nog naar voren dat de klanten bevestigen dat Telenet Solutions kwalitatief hoogstaande producten en diensten aanbiedt en dat de stabiliteit van het netwerk uiterst bevredigend is.





→ // Omzetevolutie



(in miljoen euro)

→ // Omzetevolutie mix 2010



- Voice 18%
- TV 9%
- Data 30%
- Hosting 5%
- Other 3%
- Security 5%
- Internet 29%

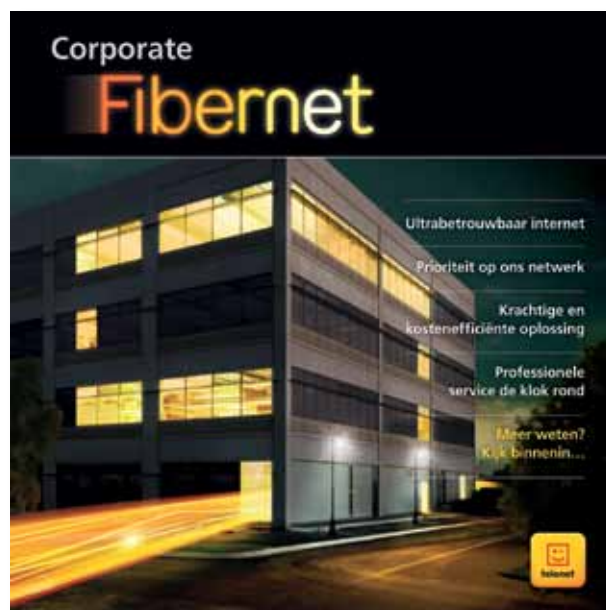
Vooruitzichten voor 2011

Telenet Solutions heeft vooral die diensten in portefeuille waar een mooie marktgroei voor 2011 en later geprojecteerd wordt. Telenet Solutions wil verderbouwen op de investeringen van de afgelopen jaren, door de markt te benaderen met een portfolio van connectiviteit, security- en hosting-oplossingen.

Op het vlak van connectiviteit (telecomproducten) worden meer en meer oplossingen gebaseerd op het gebruik van de COAX-kabel. Zo worden er binnen het Fibernet aanbod verbindingen op basis van EuroDOCSIS 3.0 geïntroduceerd, waarbij Telenet service garanties (Quality of Service) biedt die het mogelijk maken kritische bedrijfstoepassingen aan gegarandeerde snelheden te implementeren. Daarnaast wordt het aanbod verbreed met meer Value Added Services zoals security en hosting, bovenop internet en dataproducten.

Deze verschillende productportfolio's zijn in de ogen van de klanten vaak sterk met elkaar verbonden, waardoor de formule toelaat om optimaal te beantwoorden aan de noden van de bedrijvenmarkt.

Telenet Solutions blijft de behoeften en de verwachtingen van de klant centraal stellen en gebruikt zijn service als extra differentiatie. Telenet Solutions is ervan overtuigd dat het met zijn persoonlijke en klantgerichte benadering het verschil maakt.



Inzake aanbod zal Telenet Solutions zich blijven concentreren op zijn huidige sterproducten. Internet en data staan daarin centraal en worden gekoppeld aan een defensieve strategie op het vlak van telefonie. Hosting en Security worden gebruikt om klanten volledige oplossingen te kunnen aanbieden en het aanbod voor grootverbruikers van TV wordt in de loop van 2011 uitgebreid. Op deze manier wil Telenet zich wapenen om een groot gedeelte van de groei op de markt voor ICT-services voor zijn rekening te nemen.





7

Digital Wave 2015



A nighttime photograph of a street with light trails from a car in the foreground. A grid of yellow and white circles is overlaid on the right side of the image.

Experience life in the Digital World





De snel evoluerende technologie en de nieuwe communicatiemogelijkheden die daaruit voortvloeien, zullen de maatschappelijke ontwikkeling in de toekomst op sleeptouw nemen.

Begin 2010 lanceerde Telenet zijn prestigieuze *Digital Wave 2015* programma. Voor Telenet schuilt de toekomst in een hoge netwerkcapaciteit, mobiliteit en de convergentie van vaste en mobiele telecommunicatie.

Om de onvermijdelijke en verregaande digitalisering van onze leefwereld te faciliteren, heeft Telenet eerst en vooral besloten om zijn investeringen in de uitbouw van zijn netwerk te versnellen en de geplande aanpassingen te realiseren over een periode van vijf jaar, i.p.v. de eerder vooropgestelde tien jaar. De modernisering heeft betrekking op verschillende technologische aspecten:

- het glasvezelnetwerk wordt versneld uitgebreid;
- via het Pulsar-programma wordt het aantal bestaande knooppunten verhoogd, waardoor er slechts 500 huizen op elk knooppunt zullen aangesloten zijn in plaats van de huidige 1.400, een ingreep die de beschikbare bandbreedte per aangesloten woning aanzienlijk zal verhogen;
- het aantal routers wordt voortdurend uitgebreid en zo nodig vernieuwd;
- er wordt selectief geïnvesteerd in Fiber To The Home, bijvoorbeeld in nieuwe verkavelingen.

Om het Digital Wave 2015 programma te verwezenlijken, heeft de raad van bestuur van Telenet reeds vorig boekjaar een investeringsprogramma goedgekeurd waarbij er de komende jaren telkens voor € 30 miljoen aan extra investeringen in het breedbandnetwerk worden voorzien. In de loop van 2010 werden al heel wat inspanningen geleverd om bovenstaande punten te verwezenlijken. In 2011 en de komende jaren zal deze modernisering onverminderd worden voortgezet.

De investeringen zullen een ultramodern netwerk opleveren, dat Telenet-klanten voortdurend nieuwe ervaringen en mogelijkheden biedt, zeker wanneer de uitbreiding van de digitale capaciteit hand in hand zal gaan met de ontwikkeling van nieuwe toestellen die handig en eenvoudig in het gebruik zijn.

Belangrijk is bovendien dat Telenet niet enkel de mogelijkheid wil bieden om via zijn netwerk steeds grotere hoeveelheden data tegen een steeds grotere snelheid door te sturen of te ontvangen, maar dat het ook zelf invulling wil geven aan de gebruiksmogelijkheden ervan.

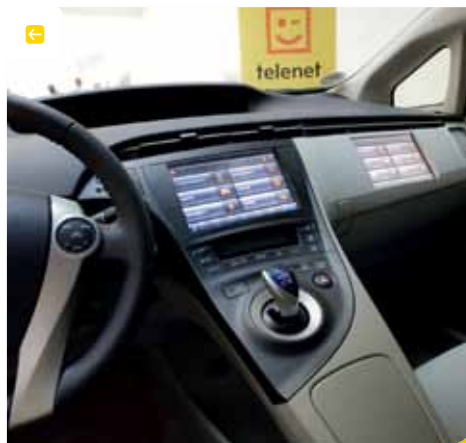
De grote inhoudelijke pijlers waarop deze Digital Wave steunt, hebben betrekking op

- **entertainment**
gaming tegen een steeds hogere snelheid, niet enkel via de PC maar via verschillende communicatiedragers, zoals smart phones, iPads, enz.
- **home management**
domotica van de toekomst: het aansturen van huishoudelijke toestellen vanop afstand, via digitale weg.

- **e-health**
het verlenen van (para-)medische zorgen en toezicht via digitale communicatiekanalen.
- **virtual office**
het kantoor van de toekomst, met een kwalitatief hoogstaande visuele interactiviteit, video-conferencing, een vlotte beschikbaarheid van data, enz.
- **mobiliteit**
mobiliteit blijft één van de sleutelwoorden van de Digital Wave. Verwacht wordt dat de implementatie van LTE (Long Term Evolution) en de beschikbaarheid en de convergentie van nieuwe en bestaande communicatiemiddelen het mobiele karakter van de telecommunicatie spectaculair zullen verhogen. Ook de mogelijkheden van WiFi zullen in de stijgende vraag naar mobiele datatransmissie via tal van mobiele toestellen een belangrijke rol blijven spelen.
- **smart TV**
Telenet voerde in de tweede helft van 2010 de eerste succesvolle tests uit met LTE. De doelstelling is om in de loop van het jaar pilootprojecten op te starten die een concrete invulling geven aan de mogelijkheden die door de Digital Wave worden geboden.



Om de verdere digitalisering van Vlaanderen via deze Digital Wave 2015 te stimuleren rekent Telenet bovenal op een constructieve samenwerking met tal van andere partijen die actief zijn in de netwerkeconomie. Spelers zoals de academische wereld, tv-zenders en andere mediabedrijven, technologiebedrijven, klanten én de overheid moeten tot een constructief geheel komen waarin het idee van co-creation concreet gestalte krijgt.





8

Het aandeel Telenet







Steekkaart van het aandeel Telenet

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

Investor Relations

Telenet hecht veel belang aan een kwalitatieve en transparante financiële verslaggeving. Deze wordt opgemaakt in overeenstemming met de International Financial Reporting Standards die door de EU werden ingevoerd (IFRS zoals goedgekeurd door de EU). Tegelijk voldoet Telenet aan de vereisten van de US Sarbanes-Oxley Act. Telenet publiceert een gedetailleerd overzicht van zijn financiële resultaten op kwartaal-, halfjaarlijkse en jaarlijkse basis.

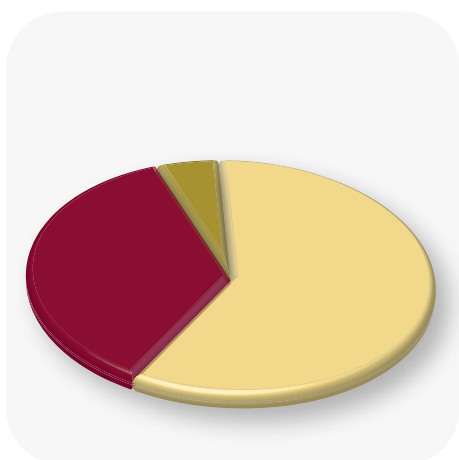
In 2010 zette Telenet zijn regelmatige, open en intense dialoog met bestaande en potentiële aandeelhouders, institutionele en particuliere beleggers, andere kredietverschaffers en hun tussenpersonen, en financiële analisten die het aandeel op primaire (sell-side) of op secundaire (buy-side) basis opvolgen, verder.

Op het einde van december 2010 werd het aandeel Telenet actief opgevolgd door 22 sell-side analisten doorheen Europa. Het leeuwendeel van deze opvolging gebeurt vanuit het Verenigd Koninkrijk (59%), de Benelux (36%) en de rest van Europa (5%). De dienst Investor Relations van Telenet positioneert zich hierin als een professionele bemiddelaar tussen de financiële gemeenschap en de Venootschap en zorgt voor een coherente, transparante en diepgaande kennisoverdracht over de activiteiten van de Venootschap en verzekert tevens een regelmatige toegang tot het topmanagement van de Venootschap.

Als onderdeel van Telenets communicatiestrategie naar de financiële gemeenschap toe worden op regelmatige basis presentaties voor en vergaderingen met beleggers en financiële analisten vastgelegd, met inbegrip van de presentaties die verband houden met de aankondiging van Telenets financiële resultaten. Na de publicatie van de financiële resultaten houdt Telenet een telefonische vergadering en webcast voor beleggers en financiële analisten. Tijdens deze presentatie beantwoordt het management hun voornaamste vragen en onderwerpen. Deze presentatie wordt live uitgezonden via de investor relations website van Telenet om zo transparantie en de gelijktijdige toegang tot informatie voor alle beleggersgroepen te verzekeren.

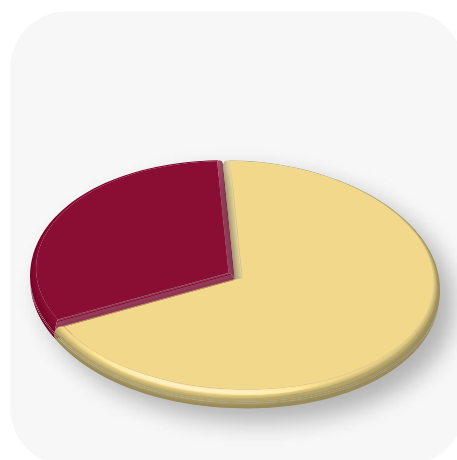
Naast de presentaties over de financiële resultaten op kwartaal-, halfjaarlijkse en jaarlijkse basis speelt de dienst Investor Relations van Telenet in op de vraag van beleggers naar ontmoetingen met het management door middel van regelmatige roadshows, bezoeken aan het Telenet hoofdkwartier en deelname aan de belangrijkste conferenties in de telecommunicatie- en kabelsector. De roadshows die Telenet organiseert en de conferenties die het bijwoont, hebben als doel om de belangrijkste financiële centra in zowel Europa als de Verenigde Staten af te dekken en ze bestaan zowel uit individuele vergaderingen als kleinere groepsessies.

→ // Primaire opvolging per regio



- Rest van Europa 5%
- Benelux 36%
- Verenigd Koninkrijk 59%

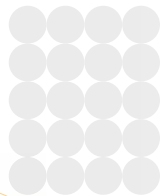
→ // Verdeling van primaire analistenaanbeveling



- Negatief
- Neutraal
- Positief

In 2010 organiseerde Telenet 10 roadshows en nam Telenet deel aan 15 conferenties met een toenemende focus op sectorconferenties en thematische conferenties, waardoor Telenet meteen gespecialiseerde beleggers en sectorexperten kan aanspreken. Samen met een groeiend aantal bezoeken aan het Telenet hoofdkwartier zorgden deze roadshows en conferenties ervoor dat Telenet 300 vergaderingen hield met beleggers in 2010. Dit weerspiegelt de toegenomen interesse van de financiële gemeenschap voor Telenets activiteiten alsook

de soepele houding van Telenet ten aanzien van ontmoetingen met het management. Van deze 300 vergaderingen werd 30% gependend aan de 25 grootste aandeelhouders van de Vennootschap, terwijl 45% van deze vergaderingen werd vrijgehouden voor potentiële nieuwe aandeelhouders. Tot slot handelde de dienst Investor Relations van Telenet ongeveer 65 telefonische vergaderingen met beleggers af, hetzij als voorbereiding op, hetzij als opvolging van ontmoetingen met het management.



// In 2010 organiseerde Telenet:

10 roadshows doorheen de voornaamste financiële centra in Europa en de VS

15 conferenties met een groeiend aantal gespecialiseerde sectorconferenties

300 vergaderingen met beleggers en analisten met een groeiend aantal bezoeken aan het Telenet hoofdkwartier

30% van deze vergaderingen werd ingevuld door de 25 grootste aandeelhouders van Telenet

45% van deze vergaderingen werd vrijgehouden voor potentiële nieuwe aandeelhouders

Aandeelhoudersstructuur

De aandeelhoudersstructuur van de Vennootschap per 31 december 2010 was als volgt:

| AANDEELHOUDERS | AANTAL AANDELEN | PERCENTAGE | (OPTIES OP) PCS | WARRANTEN | TOTAAL (VOLLEDIG VERWATERD) | PERCENTAGE (VOLLEDIG VERWATERD) |
|---|--------------------|----------------|--------------------|------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Liberty Global Consortium ⁽¹⁾ | 56.405.400 | 50,17% | | | 56.405.400 | 47,61% |
| BNP Paribas Investment Partners SA ⁽²⁾ | 5.595.908 | 4,98% | | | 5.595.908 | 4,72% |
| Norges Bank | 3.382.022 | 3,01% | | | 3.382.022 | 2,85% |
| Werknemers | 22.776 | 0,02% | 334.675 | 5.705.357 | 6.062.808 | 5,12% |
| Publiek ⁽³⁾ | 47.021.934 | 41,82% | | | 47.021.934 | 39,69% |
| Totaal | 112.428.040 | 100,00% | 334.675 | 5.705.375 | 118.468.072 | 100,00% |

(1) Inclusief 94.827 Liquidatie Dispreferentie Aandelen.

(2) Former Fortis Investment Management SA.

(3) Inclusief 16 Liquidatie Dispreferentie Aandelen aangehouden door Interkabel Vlaanderen CVBA en 30 Gouden Aandelen aangehouden door de financieringsintercommunales.

Voor verdere toelichting over de aandeelhoudersstructuur van de Vennootschap verwijzen we naar Toelichting 7.3.3 Aandeelhouders bij de geconsolideerde jaarrekening van de Vennootschap, in dit jaarverslag. De aandeelhoudersstructuur kan ook bekomen worden via de investor relations website <http://investors.telenet.be>.

De strategie van Telenet op het vlak van Investor Relations wordt gewaardeerd voor zijn toegankelijkheid, transparantie en bereidwilligheid en snelheid bij het beantwoorden van vragen. In het jaarlijks onderzoek van de BVFA (Belgische Vereniging van Financiële Analisten) voor de Beste Financiële Communicatie bekleedde Telenet de vijfde plaats op een ranglijst van 55 onderzochte Belgische bedrijven in 2010. In 2009 stond Telenet nog op de 29e plaats, wat de sterke vooruitgang van Telenet op vlak van Investor Relations onderstreept. In een ander onderzoek van Institutional Investor magazine onder zowel buy-side en sell-side analisten en beleggers stond Telenet op de tweede plaats voor Beste Investor Relations binnen België in 2010.

Aandeelhoudersvergoeding

Met de herfinancieringstransacties in 2010 en de aanhoudende sterke stijging van de vrije kasstroom, heeft Telenet de basis gelegd voor aantrekkelijke terugkerende en duurzame uitkeringen aan aandeelhouders met behoud van voldoende liquiditeit voor investeringen in groei en waardetoevoegende overnames. Telenet streeft naar een verhouding tussen de totale nettoschuld en de EBITDA van minstens 3,5 over de lange termijn, wat een optimaal evenwicht tussen groei en aandeelhoudersvergoeding alsmede een aantrekkelijke toegang tot de kapitaalmarkten verzekert.

De Vennootschap tracht deze doelstelling te realiseren door het financieringskader verder te optimaliseren, eventueel andere bedrijven over te nemen, een sterke vrije kasstroom te genereren en contante vergoedingen uit te keren aan zijn aandeelhouders. De implementatie van dit hefboommodel zal

niet alleen aantrekkelijke en duurzame aandeelhoudersvergoedingen mogelijk maken die boven het gemiddelde van de sector liggen, maar ook zorgen voor een sterke langetermijngroei van de onderliggende activiteit.

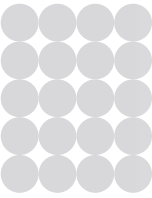
In de veronderstelling dat er geen overnames plaatsvinden en/of dat Telenets businessmodel niet aanzienlijk verandert, zal het aandeelhoudersvergoedingsbeleid van de Vennootschap zorgen voor aanhoudend hoge contante uitkeringen aan aandeelhouders op lange termijn.

Voor 2011 heeft de Raad van Bestuur zijn goedkeuring gegeven om door te gaan met een aandeelhoudersvergoeding van € 4,5 per aandeel, wat neerkomt op een totaal uit te keren bedrag van € 505,9 miljoen. De definitieve beslissing over die uitkering en over de uitbetalingsdatum zal bij stemming worden genomen tijdens de jaarlijkse algemene vergadering van aandeelhouders op 27 april 2011. De aandeelhoudersvergoeding zal waarschijnlijk worden uitgevoerd als een kapitaalvermindering, die niet onderworpen is aan roerende voorheffing, en zou medio 2011 worden betaald.

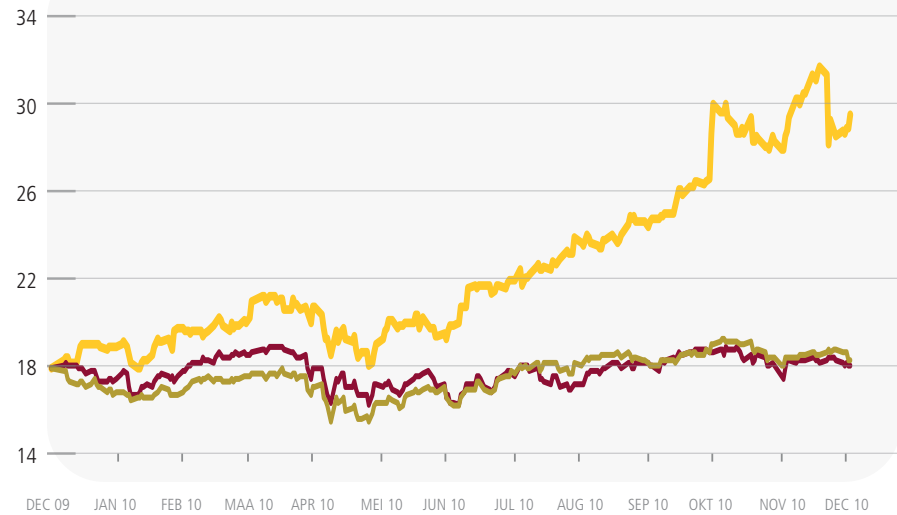
Koersevolutie

Terwijl 2009 nog steeds gedomineerd werd door de wereldwijde economische recessie en financiële crisis werd 2010 gekenmerkt door enerzijds een breed economisch herstel en anderzijds de schuldencrisis die verscheidene Europese landen ondergingen. Deze laatste crisis zette de Europese bank aandelen stevig onder druk, die nog steeds sterk vertegenwoordigd zijn in tal van Europese indices, waaronder de Belgische Bel20 index.





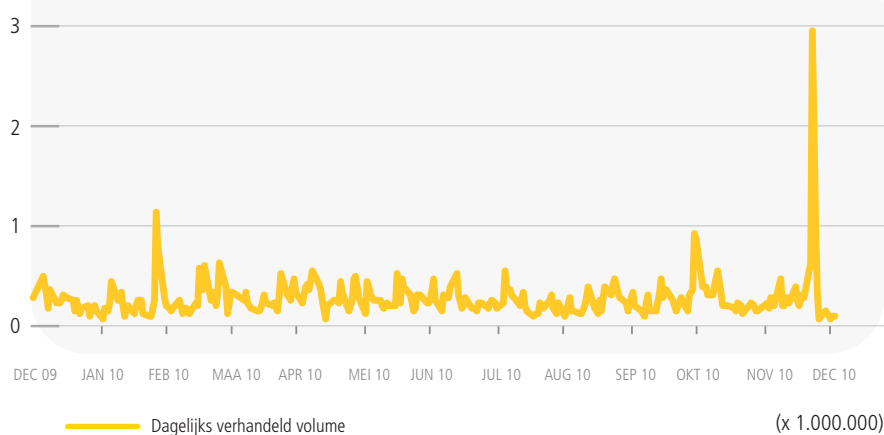
→ // Evolutie van de koers van het aandeel Telenet versus Bel20 en DJ Stoxx Telecom Index



— Telenet (euro) — Bel 20 Index (rebased to TNET) — DJ Stoxx Telecom Index (rebased to TNET)

Doorheen het jaar presteerde de koers van het aandeel Telenet beduidend en consistent beter dan de brede markt. Daarnaast presteerde het aandeel ook beter dan de Europese telecommunicatie-index. Dit weerspiegelt de toegenomen interesse van beleggers voor aandelen van kabelmaatschappijen, ondersteund ondermeer door solide operationele en financiële resultaten van de kabelsector in het algemeen, de succesvolle beursintroductie van Kabel Deutschland in maart 2010 en een reeks positieve analistenrapporten. Analisten en beleggers verkiezen steeds vaker aandelen van kabelmaatschappijen omwille van het sterke groeiprofiel dat aangedreven wordt door productbundels, aanhoudend leiderschap inzake breedbandsnelheid dankzij de EuroDocsis 3.0 technologie en de voortdurende digitalisering van hun bestaande kabeltelevisieklienten. Als gevolg sloot de koers van het aandeel Telenet het jaar op € 29,48, een stijging met 63% in vergelijking met het einde van 2009.

→ // Evolutie van de koers van het aandeel Telenet en de belangrijkste realisaties en hoogtepunten van 2010



- 1 Commerciële lancering van Fibernet en overeenkomst met Norkring België NV voor het gebruik van DTT spectrum
- 2 Aankondiging van jaarcijfers 2009 en aandeelhoudersvergoeding van € 2,23 per aandeel
- 3 Aankondiging van Digital Wave 2015 investeringsprogramma
- 4 Overname van C-CURE NV, waardoor Telenets productaanbod in de zakelijke markt wordt vervolledigd
- 5 Vrijwillig omruilbod voor bepaalde Termijnleningen, waardoor de looptijd van de schulden verlengd werd
- 6 Aankondiging van halfjaarcijfers 2010
- 7 Aankondiging van cijfers over eerste negen maanden 2010 en bijkomende schulduitgifte van € 500 miljoen
- 8 Aankondiging van bijkomende schulduitgifte van € 100 miljoen
- 9 Ontwerpbesluit om bepaalde diensten over kabel te reguleren





Informatie over het aandeel Telenet

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 ⁽³⁾ | 2009 | 2010 |
|--|----------------------|-------------|-------------|---------------------|-------------|-------------|
| // Gegevens per aandeel in euro, behalve aandeleninformatie en ratio's | | | | | | |
| Aandelenkoers voor de periode | | | | | | |
| Jaareinde | 10,60 ⁽¹⁾ | 14,39 | 17,52 | 10,82 | 18,08 | 29,48 |
| Gemiddeld | 11,44 ⁽¹⁾ | 11,97 | 16,25 | 12,79 | 13,84 | 22,59 |
| Hoogst | 14,08 ⁽¹⁾ | 14,75 | 18,07 | 17,56 | 18,08 | 31,74 |
| Laagst | 10,60 ⁽¹⁾ | 10,19 | 14,42 | 8,70 | 10,51 | 17,88 |
| Gewogen gemiddelde aantal aandelen (gewoon) | 89.503.387 | 100.625.547 | 104.615.436 | 109.981.494 | 111.354.953 | 112.093.758 |
| Gewogen gemiddelde aantal aandelen (verwaterd) | 89.503.387 | 104.453.726 | 108.588.515 | 109.981.494 | 111.956.540 | 113.542.782 |
| Gemiddeld aantal verhandelde aandelen per dag | 582.034 | 233.222 | 238.543 | 267.404 | 262.794 | 281.360 |
| Gewone winst (verlies) per aandeel | (0,86) | 0,05 | 0,20 | (0,14) | 2,09 | 0,80 |
| Verwaterde winst (verlies) per aandeel | (0,86) | 0,05 | 0,19 | (0,14) | 2,08 | 0,79 |
| Operationele kasstroom per aandeel | 2,38 | 3,09 | 1,98 | 3,20 | 3,96 | 4,49 |
| Vrije kasstroom per aandeel | 0,33 | 1,03 | 0,13 | 1,10 | 1,50 | 2,30 |
| Aandelhoudersvergoeding per aandeel | - | - | 6,00 | - | 0,50 | 2,23 |
| Ratio's | | | | | | |
| Marktkapitalisatie op jaareinde (in €m) | 949 | 1.448 | 1.833 | 1.190 | 2.013 | 3.305 |
| Bedrijfswaarde op jaareinde (EV, in €m) | 2.228 | 2.803 | 3.802 | 3.487 | 4.234 | 5.592 |
| EV/Adjusted EBITDA | 6,6 | 7,6 | 8,6 | 6,9 | 7,0 | 8,4 |
| EV/Opbrengsten | 3,0 | 3,4 | 4,1 | 3,4 | 3,5 | 4,3 |
| Free Cash Flow yield | 3,1% | 7,1% | 0,7% | 10,2% | 8,3% | 7,8% |

(1) Sinds de beursnotering van Telenet op Euronext Brussel op 10 oktober 2005.

Financiële kalender

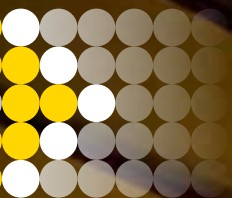
| | |
|-----------------|--|
| 27 april 2011 | Algemene Vergadering van Aandelhouders |
| 3 mei 2011 | Publicatie resultaten eerste kwartaal 2011 (5.45pm MET) |
| 4 augustus 2011 | Publicatie resultaten eerste halfjaar 2011 (5.45pm MET) |
| 27 oktober 2011 | Publicatie resultaten eerste negen maanden 2011 (5.45pm MET) |

Deze data kunnen mogelijks nog veranderen.



EXPERIENCE LIFE // TELENET // JAARVERSLAC 2010

linknive



VOOR MEER INFO

Corporate Communications
T. 015 33 30 00 - www.telenet.be

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Telenet, Duco Sickinghe
Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen

