

**snel,
mobiel,
zeker
en vrij**
zijn



jaarverslag 2011



Inhouds- tafel

Werken aan de
toekomst
p.100

Dit was Telenet
in 2011
p.52

Kerncijfers
2011
p.18

Highlights
2011
p.8

Bedrijfs-
profiel
p.12

't Kan
allemaal
p.28

15 jaar Telenet
p.92





jaarverslag 2011



Voor de eerste keer publiceert Telenet **een geïntegreerd jaarverslag**.

Met dit document willen we een waarheidsgetrouw verslag uitbrengen over de (socio-)economische, ethische en ecologische prestaties die voor het bedrijf het meest relevant zijn.

Het rapport biedt een overzicht van zowel de gerealiseerde inspanningen als de nieuwe initiatieven die we zullen ontwikkelen om de bedrijfsdoelstellingen waar te maken.



Dit verslag is voor de eerste keer interactief. Scan de **QR-codes** om de volledige testimonials van klanten en medewerkers te beluisteren.

We bespreken alle elementen die in een doorsnee jaarverslag aan bod komen, aangevuld met een focus op de **duurzaamheidsprincipes en -doelstellingen** uit onze dagelijkse bedrijfsvoering.

Door deze geïntegreerde manier van rapporteren wil Telenet bewijzen dat het bedrijf zijn vooruitstrevende strategie ent op een **duurzaam ondernemerschap**.

We gebruiken dan ook één voorwoord, één strategie, en één internetversie van beide verslagen. Rekening houdend met de lezersgroepen ambieert het geïntegreerde verslag echter niet om een detailoverzicht van alle behaalde objectieven weer te geven.

Wist je dat?

De foto's en de filmpjes in het verslag overwegend genomen zijn door **interne medewerkers?**

Een groot deel van dit jaarverslag gerealiseerd is via **De Nieuwe Manier van Werken?**

We **multimediaal** gewerkt hebben? Je kan het verslag online lezen op onze website, downloaden in de appstore of de gedrukte versie doorbladeren.



Voor meer gedetailleerde informatie kan de lezer steeds terecht op de relevante secties van onze website www.telenet.be/corporate.

Het verslag bevat **drie grote delen**. Na de uitgebreide introductie bespreken we in het hoofdstuk **'t Kan allemaal** onze producten en diensten en de belangrijkste evoluties in de markt.

Dit was Telenet in 2011 vat de meest noemenswaardige gebeurtenissen van het afgelopen jaar samen. **Werken aan de toekomst** tot slot, geeft een overzicht van hoe we Telenet en de ICT-markt de komende jaren zien evolueren.





mobiel
zijn



vrij
zijn

Bij Telenet werken we aan uw toekomst. We investeren onophoudelijk in ons netwerk om al onze klanten innovatieve, correcte en gebruiksvriendelijke producten aan te bieden.



**snel
zijn**



**zeker
zijn**

Telenet: al 15 jaar een pionier

Telenet is actief op de Vlaamse markt sinds 1996.

Als leverancier van breedbandkabeldiensten zorgen we er al van in het begin voor dat Vlaanderen tot de koplopers behoort wat betreft netwerktechnologie, breedbandpenetratie en vernieuwende toepassingen van de modernste telecommunicatie.

Innovatie was immers altijd al een strategisch thema in onze bedrijfsfilosofie. Vijftien jaar later blijft Telenet nog steeds een uitdager. Vernieuwing, creativiteit, digitale vooruitgang en klanttevredenheid vormen de centrale assen van de bedrijfsontwikkeling.

Tegelijk staat Telenet ook stil bij zijn grotere rol in de gemeenschap als maatschappelijk verantwoorde onderneming. Het streven naar duurzaamheid maakt stelselmatig deel uit van de bedrijfscultuur en heeft geleid tot het opstellen van ambitieuze doelstellingen.

Deze doelstellingen worden getoetst aan concrete KPI's die ervoor zorgen dat Telenet ook op vlak van maatschappelijke en ecologische verantwoordelijkheid een innovatieve pioniersrol zal spelen.

1997

Telenet start in augustus als eerste met een commerciële lancering van **breedbandinternet** via de kabel onder de merknaam 'Pandora' in Bonheiden en Antwerpen-Kiel.

1998

Telenet is de eerste om na de liberalisering van de telefonie markt, **vaste telefonie** via een concurrerende infrastructuur aan te bieden.

2001

Telenet is de eerste operator om '**doe-het-zelf-installatie**' aan te bieden. De klant bepaalt zelf hoeveel hulp hij wenst bij de installatie van zijn Telenet-product.

2003

Telenet is de eerste om **gratis anti-virus- en anti-spamdiensten** aan te bieden. Zo krijgt de klant een meer comfortabele en veiligere surfervaring.



2004

Telenet lanceert **FreePhone** en brengt met dit product als eerste een telefonieabonnement met een vaste prijs op de markt.



2005

Telenet lanceert als eerste **interactieve digitale televisie** in Vlaanderen.

2006

Telenet lanceert als eerste de **Digicorder**, een decoder die klanten de mogelijkheid geeft om digitale televisieprogramma's op te nemen en live te pauzeren.



2007

Telenet lanceert als eerste **digitale televisie in Hoge Definitie (HD)**.

2009

Telenet voert een **sociaal tarief** in voor internet. Eerder bestond ook al een dergelijk voordeeltarief voor telefonie en televisie.

Telenet is de eerste om een **Full MVNO-(Mobiele Virtuele Netwerk Operator)** overeenkomst met Mobistar te implementeren.

Deze bredere overeenkomst verschaft Telenet meer flexibiliteit op het vlak van productaanbod en laat toe om convergente diensten tussen vaste en mobiele telefonie aan te bieden.

2010

Telenet lanceert als eerste in Europa **Video-on-Demand in 3D**. De tv-theek bevat een zestal 3D-films en -documentaires.

Telenet-klanten kunnen als eersten **via pc of smartphone hun digicorder programmeren van op afstand**.

Telenet voert als eerste in België testen uit om de nieuwe mogelijkheden van **4G of LTE (Long Term Evolution)** te bestuderen.

Telenet lanceert als eerste operator in België een applicatie waarmee de klant zijn vertrouwde televisiekanalen kan bekijken op **iPad, iPhone of pc**. **Yelo** is amper twee maanden na de lancering al meer dan 1 miljoen keer gedownload.

2011

Telenet wordt opgenomen in zowel de **Dow Jones Sustainability Europe Index** als in de **Dow Jones Sustainability World Index**. Telenet is het enige Belgische bedrijf en de enige kabeloperator in deze gereputeerde indices.



Highlights 2011



In januari lanceert Telenet twee nieuwe Fibernet-internetproducten. We willen de nieuwe **Eurodocsis 3.0-technologie** dieper integreren in onze productportfolio en tegemoet komen aan de vraag naar krachtig en supersnel internet om met het hele gezin, met diverse toestellen, vlot tegelijk online te kunnen.

Sinds januari maken alle Telenet-internetklanten gratis gebruik van de **1.200 Hotpots** in België en Luxemburg.



Telenet voegt de **iPhone** toe aan zijn mobiele product-gamma. De distributie van de iPhone is een belangrijke stap in de positionering van Telenet als aanbieder van mobiele producten.

Elke eerste dinsdag van februari steunt Telenet de **Safer Internet Day**. In 2011 verscheen het boekje 'Spelend leren: Online zijn'. Deze brochure werd ontwikkeld door Insafe met steun van Telenet, onze hoofdaandeelhouder Liberty Global en de Europese Unie.

Telenet haalt een aantal exclusieve betaaltelevisierechten van de Belgische voetbalcompetitie voor de komende drie seizoenen binnen. Telenet kan daardoor op zijn sportzender Prime Sport - die wordt omgedoopt tot **SPORTING TELENET** - rechtstreeks en integraal de drie belangrijkste wedstrijden per speeldag op het scherm brengen. Vanaf het voetbal-



seizoen 2012 - 2013 zal Telenet bovendien ook de vijf resterende wedstrijden per speeldag uit de Belgische voetbalcompetitie uitzenden.



In juni verwerft Telenet samen met de Waalse kabeloperator Tecteo de vierde **3G-licentie**. Dit zal ons in staat stellen een belangrijke speler te worden in de sterk groeiende mobiele datamarkt.



Telenet kreeg in juni een mooie erkenning vanuit de internationale beleggerwereld. 9.200 vermogensbeheerders en 2.400 bankiers verkozen onze gedelegeerd bestuurder **Duco Sickinghe** en financieel directeur **Renaat Berckmoes** tot beste managers van beursgenoteerd België. Ook voor Investor Relations scoort Telenet de hoogste punten. Dat blijkt uit een rondvraag van het onderzoeksbureau Thomson Reuters Extel.



In juli opent Telenet een nieuw winkelconcept, de **SmartSpot**. In deze winkel ervaart de klant de evoluerende mobiele technologie aan de hand van high tech en interactieve applicaties.

In juni stelt de **Telenet Foundation** haar vernieuwde Raad van Bestuur voor. De vernieuwde werking van de Foundation focust op drie pijlers: een jaarlijkse externe projectoproep, het ondersteunen van diverse projecten die aansluiten bij de dagelijkse bedrijfsvoering (bijvoorbeeld My Zone) en een geheel nieuw medewerkersluik, waarbij werknemers tijdens hun teambuilding aan vrijwilligerswerk kunnen doen.



Telenet bereikt in augustus een akkoord met Het Vlaams ministerie van Onderwijs en Vorming voor de uitrol van **SchoolNet**. Van 2011 tot 2014 zal Telenet aan alle Vlaamse scholen een set van flexibele internetoplossingen aanbieden tegen gunsttarief.



Op 18 juli neemt de **Conferentie der Regulators (CRC)** een formele beslissing om de Belgische omroepenmarkt te reguleren. Telenet betreurt dat de CRC zijn ontwerpbesluit van 20 mei 2011 niet heeft gealigneerd met de fundamentele bezwaren die de Europese Commissie een maand eerder had geuit. Telenet gaat in beroep tegen deze beslissing omdat de regulering mogelijke innovatie en infrastructuurconcurrentie kan belemmeren.



In december slepen **BW Imsir en Telenet** de publieksprijs van de **Supply Chain Awards** in de wacht met het project 'Reverse Logistics with a social touch'. Telenet werkt al tien jaar samen met deze Beschermde Werkplaats in Boom voor zijn reverse logistics. Met dit partnerschap kiest Telenet voor een betrouwbare leverancier waarbij de maatschappelijke verantwoordelijkheid hoog in het vaandel wordt gedragen.



In september wordt Telenet opgenomen in zowel de **Dow Jones Sustainability Europe Index** als de **Dow Jones Sustainability World Index**. Telenet is hiermee het enige Belgische bedrijf en de enige kabeloperator in deze gereputeerde indices. Sustainable Asset Management (SAM), dat de duurzaamheid van bedrijven beoordeelt op basis van economische, ecologische en sociale parameters, kende Telenet een score toe van 75 punten op een totaal van 100.



In december reikte **Stimulearning**, een netwerk van opleidings- en trainingprofessionals, één van haar awards uit aan Telenet voor zijn project '**Bestemming: Topcoach**'. In dat project worden alle acties omschreven die Telenet onderneemt om een coachingcultuur te bevorderen.

Nog in december start Telenet met de **uitrol van homespots**. Een software-update zorgt ervoor dat de nieuwe modem van Telenet twee signalen uitstuurt: een voor privé- en een voor publiek gebruik.

Hierdoor kunnen klanten die beschikken over een draadloze internetmodem van Telenet met hun eigen logingegevens aanmelden op het WiFi-netwerk van bijvoorbeeld vrienden of familie thuis. Tegen eind 2012 zouden er zo maar liefst een **half miljoen nieuwe gratis WiFi-locaties beschikbaar zijn**.



Bij het nieuwe mobiele tariefplan **Walk & Connect** krijgt de klant bij elk abonnement een zekere hoeveelheid data inbegrepen. De klant kan nu kiezen of hij al dan



niet een gsm aan sterk gereduceerde prijzen wil. Kiest hij ervoor geen gsm te nemen, krijgt hij meer sms'en of belminuten in de bundel.

2012



Duco Sickinghe wordt in januari verkozen tot **Manager van het Jaar 2011**. Sickinghe staat al 10 jaar aan het hoofd van Telenet, en 'het waren 10 jaar van innovatie en groei', motiveerde de jury zijn keuze voor onze CEO.

Bedrijfs- profiel



Telenet is de **grootste leverancier van kabeldiensten in België**. Telenet spitst zich toe op het leveren van breedbandinternet, vaste en mobiele telefoniediensten en kabeltelevisie, aan gebruikers in Vlaanderen en Brussel via een performant HFC- (hybride fiber coax) netwerk. Met **Yelo** zet Telenet een eerste stap in het aanbieden van convergente mobiele diensten. Telenet levert eveneens professionele communicatiediensten aan bedrijven in België en Luxemburg.

Achterste rij, vlnr:

Patrick Vincent, Chief Commercial Officer
Vincent Bruyneel, Sr VP Investor Relations & Corporate Communication
Herbert Vanhove, Sr VP Product Management
Renaat Berckmoes, Chief Financial Officer
Jan Vorstermans, Chief Operating Officer
Duco Sickinghe, Chief Executive Officer
Claudia Poels, Sr VP Human Resources

Voorste rij, vlnr:

Inge Smidts, Sr VP Residential Marketing
Martine Tempels, Sr VP Telenet for Business
Luc Machtelinckx, Executive VP General Counsel
Ann Caluwaerts, Sr VP Media & Public Affairs



Als telecommunicatiebedrijf hecht Telenet veel belang aan vernieuwing en ontwikkeling. We optimaliseren voortdurend de huidige toepassingen, breiden de technologische mogelijkheden constant uit en verbreden het inhoudelijke aanbod. Een overtuigende marketingaanpak, een creatieve productmix en een efficiënte klantenservice zorgen er mee voor dat Telenet steeds nieuwe doelgroepen kan aanspreken.

Telenet is zich als groeibedrijf zeer 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 contactcenters in Herentals, St-Truiden en Aalst en over regionale sites voor het verlenen van technische bijstand, verspreid over heel Vlaanderen.

Eind 2011 telde Telenet **2.050 medewerkers**, die samen een omzet realiseerden van **€1,38 miljard**. Telenet noteert op Euronext Brussels en is opgenomen in de Bel 20-index.

Beste klant, beste aandeelhouder, beste lezer,

2011 was opnieuw een boeiend jaar voor Telenet. We verstevigden de basis voor een gezonde groei en we vierden ons 15-jarig bestaan als innovatieve en klantgerichte onderneming. Na 15 jaar groei zien we iedere dag nieuwe kansen voor ons bedrijf.

Telenet baseert zich steeds op eenzelfde strategie die vertrekt van het kruispunt van televisie, internet, telefonie en diensten. We werken er aan om de klantentevredenheid en de

heden tot 100 Mbps. Hiermee hebben we onze leidende positie als snelste internetleverancier in ons verkoopgebied herbevestigd.

We investeren continu in ons netwerk en onze producten, waardoor Telenet geëvolueerd is tot een belangrijke speler. Vlaanderen en een deel van Brussel beschikken over een zeer belangrijke digitale infrastructuur van Telenet. De gemiddelde surfsnelheid van onze klanten is het laatste jaar met een kwart gestegen. Drie kwart van onze klanten surft vandaag sneller dan 25 Mbps. Vlaanderen behoort daarmee tot de koplopers in de wereld. Dit komt ook onze economie ten goede: uit een recente studie blijkt immers dat een verdubbeling van de breedbandsnelheid, het BBP met 0,3% laat stijgen. De unieke infrastructuur van ons bedrijf levert aldus een belangrijke economische en maatschappelijke bijdrage.

In de toekomst zullen we actief verder werken aan de digitalisering. We blijven bouwen aan ons performant netwerk

‘Vandaag is Telenet geëvolueerd tot een belangrijke speler die Vlaanderen verder op de digitale snelweg helpt.’

productervaring telkens op een hoger niveau te brengen. Een mooi voorbeeld hiervan is de commercialisering van Fibernet, ons breedbandproduct van de volgende generatie. In ons initiële bedrijfsplan was amper sprake van breedband-internet. Nu leveren we met EuroDocsis 3.0 ongeëvenaarde downloadsnel-



en innoveren op verschillende domeinen. Zo introduceerden we onlangs homespots: een stevige uitbreiding van de vaste breedbandverbinding bij klanten thuis of op het werk waardoor men met verschillende mobiele toestellen eenvoudig en overal op het internet kan.

We kochten bovendien waardevol mobiel spectrum om het onbenutte potentieel van de mobiele datamarkt te ontsluiten en om toekomstige capaciteitsbeperkingen te vermijden. De komende jaren zullen we nauwkeurig afwegen hoe we onze mobiele dienstverlening optimaal kunnen uitbouwen en ondersteunen op basis van partnerships en rekening houdend met de evolutie van netwerktechnologieën.

Onze divisie die zich richt op de professionele markt kon het Schoolnet-contract voor Vlaanderen succesvol binnenloodsen. Schoolnet biedt aan alle Vlaamse scholen een set van flexibele internetoplossingen. Grote ondernemingen maken steeds meer gebruik van onze

platformen ten behoeve van gesloten virtuele netwerken. Hierbij verkopen we ook steeds meer andere diensten zoals hosting en security. Maar ook digitale tv is een steeds belangrijkere dienst voor bedrijven en instellingen.

Ook ons interactief digitaal televisieplatform blijft evolueren. De interface werd gewijzigd en er werden meer functionaliteiten toegevoegd. Nieuwe applicaties, zoals Yelo, geven een totaal nieuwe dimensie aan de mediabeleving van onze klanten. Zij kunnen via WiFi, op een waaier aan mobiele toestellen of op hun pc, live of op aanvraag naar hun favoriete zender, film of serie kijken. We zullen met betrekking tot deze evolutie steeds innovatie en samenwerking met onze media- en industriepartners voor ogen houden. Digitale televisie moet voor de klant zowel qua gebruikersinterface als prijs altijd toegankelijk zijn. Daarom behoren onze prijzen voor basistelevisie tot de goedkoopste in Europa en stegen deze de afgelopen jaren minder dan de inflatie.

Ook voor wie de digitale wereld minder toegankelijk is, wordt gezorgd. Zo werden sociale tarieven ingesteld en biedt de Telenet Foundation structurele steun aan maatschappelijke projecten die de digitale kloof dichten. Sinds haar oprichting in 2006 heeft de Foundation al meer dan 80 projecten ondersteund. We blijven belangrijke initiatieven zoals UN Global Compact ondersteunen en promoten. Recent werden we lid van de adviesraad van het Belgische Netwerk van de UN Global Compact, en sinds 2011 onderschrijft Telenet de tien principes van de UN Global Compact.

Op het terrein van duurzaamheid maakt Telenet belangrijke vorderingen. Een overkoepelende langetermijnaanpak die de verschillende punten van een duurzaamheidsprogramma bundelt tot een globale bedrijfsinrichting, heeft geresulteerd in de opname tot de Dow Jones Sustainability Index. Telenet is dan ook bijzonder fier dit als enige Belgisch bedrijf te hebben verwezenlijkt.



De vernieuwing en wendbaarheid die ons kenmerken, staan synoniem voor blijvend investeren in onze infrastructuur en werkgelegenheid, ook wanneer het economisch klimaat minder gunstig is. In 2011 werden 314 nieuwe medewerkers aangeworven en stelden we voor het eerst meer dan 2.000 mensen direct te werk.

‘Over het hele jaar 2011 hebben we onze financiële doelstellingen voldoende gehaald.’

Onze operationele en financiële resultaten laten zien dat ons bedrijf in optimale vorm verkeert, ondanks de moeilijke economische omgeving en de felle concurrentie. In 2011 steeg het aantal klanten met drie producten of meer met 9% tot 783.100, ofwel 36% van ons klantenbestand. Dit geeft tegelijk het grote groeipotentieel weer dat Telenet voor de boeg heeft. De gemiddelde opbrengst per klantenrelatie steeg in 2011 met 9% tot €42,1 en was vooral gedreven door klanten

die meer diensten afnemen en het succes van Sporting Telenet, dat dankzij de aankoop van de Belgische voetbalrechten al meer dan 177.200 abonnees telt.

Het abonneebestand voor mobiele telefonie groeide tot 238.700 actieve abonnees met een post-paidabonnement, vooral gedreven door de introductie van

gesubsidieerde smartphones waardoor mobiele data voor de consument toegankelijker werd. In de markt voor professionele diensten realiseerden we een goede groei. Vooral het KMO-segment liet mooie resultaten optekenen. Over het hele jaar 2011 hebben we onze financiële doelstellingen voldoende gehaald. Onze bedrijfsopbrengsten stegen met 6% tot €1.376 miljoen en genereerden een Adjusted EBITDA van €723 miljoen, een stijging van 8%. Zonder de uitzendrechten voor het Belgische

voetbal en het mobiele 3G-spectrum, vertegenwoordigden onze bedrijfsinvesteringen ongeveer 23% van de bedrijfsopbrengsten door een verdere groei van het klantenbestand en verbeteringsprojecten aan ons netwerk. De vrije kasstroom bedroeg in 2011 €246 miljoen.

Deze resultaten waren echter niet mogelijk zonder de bijdrage van onze meer dan 3.000 directe en indirecte medewerkers. Zij werken elke dag met passie om onze 2,2 miljoen klanten te voorzien van de meest vooruitstrevende technologieën en de beste klantenservice.

De komende jaren zullen we stevig verder bouwen aan zowel klanten- als medewerkerstevredenheid. Tot 2015 maken we meer dan €10 miljoen vrij voor diverse opleidingsprojecten. Tevreden medewerkers maken immers tevreden klanten. Zo kunnen we de lat voor onze klantentevredenheidsscore nóg hoger leggen.

We blijven ons inzetten voor een solide groei in 2012 en daarna. Dit doen we door verder te



investeren in wat voor ons het meest waardevol is, namelijk onze klanten en ons netwerk. Deze positionering zal ons toelaten om innovatieve en concurrerende producten aan te bieden die de basis leggen voor toekomstige groei en de exponentiële evolutie in de digitale wereld. Vandaag zijn er wereldwijd meer dan 13 miljard toestellen verbonden met het internet voor 7 miljard mensen. In 2020, wordt verwacht dat elk individu meer dan 6 toestellen zal bezitten die met elkaar verbonden worden. Daarom wil Telenet een cruciale rol blijven spelen op dat kruispunt van televisie, breedband en telefonie. We willen elk huis de bandbreedte leveren die het in de toekomst zal nodig hebben. Ons doel is de glasvezel dichter bij de consument en bedrijf te brengen en zo nieuwe toepassingen mogelijk te maken zoals videoconferencing, slimme meters,

diensten in de 'cloud' en e-zorg op grote schaal.

Tot slot willen we stilstaan bij het overlijden van Shane O'Neill die sinds december 2004 lid is geweest van onze Raad van Bestuur. De Heer O'Neill heeft lange tijd een bijzondere bijdrage geleverd aan onze onderneming en we zijn hem daarvoor heel erkentelijk. Hij was een kabel- en mediaprofessionaal in hart en nieren. Zijn aanwezigheid in onze Raad heeft zeer verrijkend gewerkt.

We staan ook stil bij het ongeluk dat Prins Friso van Oranje, eveneens lid van onze Raad sinds 2004, is overkomen. Het is onduidelijk welke hoop we mogen koesteren ten aanzien van zijn herstel. We denken in het bijzonder aan zijn vrouw en kinderen in deze onzekere tijden.

Conform eerdere berichtgeving zal het aantal leden in onze Raden van Bestuur verminderen. We plannen om een 2^e vrouwelijk lid in de Raad te benoemen. De Heren Jef Roos, Guido De Keersmaecker en Michel Allé treden af als leden van Telenet N.V. De Heer Niall Curren en Andre Sarens treden af als leden van de Raad van Telenet Group Holding.

Voor Telenet blijft een grote toekomst weggelegd. We willen dan ook al onze klanten, medewerkers, partners, leveranciers en aandeelhouders danken voor de zeer geapprecieerde bijdrage bij het succes en de toekomstige ontwikkeling en groei van Telenet.



Duco Sickinghe
Gedelegeerd bestuurder

Frank Donck
Voorzitter

Kerncijfers 2011

71,77% van de vragen van klanten die binnenkwamen op het callcenter, werd in één keer efficiënt opgelost.

71,77%

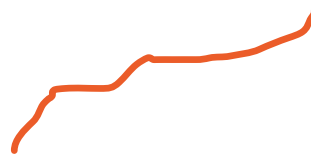
470,2 miljoen

Telenet investeerde in 2011 een budget van €470,2 miljoen, wat overeenstemt met 34% van zijn bedrijfsopbrengsten.

Aantal digitale televisieklanten

1.409.500

+6%



Stijging van de opbrengsten

Telenet Centers

48

Aantal SmartSpots

9

78%

78% van alle inkomende oproepen werd beantwoord binnen de 120 seconden.

1.000

Telenet plant 1.000 bomen per dag.

Minder CO₂ - uitstoot

3%

Vermeldingen op Twitter

70.996

Meer dan 10.000 volgers op Twitter **10.000**

Meer dan 15.000 fans op Facebook **15.000**

Aantal Telenet-verdelers **224**

74,5 Customer Loyalty Score

Elke 9 minuten is er iemand aan het praten over Telenet.
9 minuten

BelCompany's **37**

631.000 Bijna 631.000 klanten ontvangen een elektronische aanrekening.

36%
36% van onze klanten zijn geabonneerd op een shake met drie producten.

Werknemers **2.050**

Aanwervingen **314**

4 Telenet shops

177.200
Abonnees voor Sporting Telenet

Missie & Visie

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

Het dagelijks leven van onze klanten op een duurzame manier verrijken

We willen het dagelijks leven van onze klanten verrijken met duurzame en eenvoudige producten en diensten die een grote technologische prestatie koppelen aan een hoge amusementswaarde.

Telenet wil bijdragen tot een **positieve maatschappelijke ontwikkeling** van mensen en bedrijven, vandaag en morgen. Tegen 2015 wil Telenet klimaatneutraal zijn ten opzichte van de uitstoot in 2007.

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.

Kijken voorbij de grenzen van het bedrijf

We zijn ons als groeibedrijf zeer bewust van onze toenemende verantwoordelijkheid binnen de leefgemeenschap. We willen dan ook zorgzaam zijn voor de wereld rondom ons. Elke dag werken we er aan om onze **ecologische voetafdruk** zo veel mogelijk te beperken. We onderzoeken voortdurend hoe we met ons breedbandnetwerk kunnen bijdragen tot slimme oplossingen die een positieve impact hebben op de gemeenschap. We geloven dat een focus op een langetermijnduurzaamheidsstrategie de beste



manier is om blijvend succes te boeken en om waarde voor al onze stakeholders te creëren.

Materialiteitsmatrix

Om de dialoog met onze stakeholders gestructureerd aan te gaan, stelden we begin 2012 voor de eerste keer een materialiteitsmatrix op. Deze matrix, opgebouwd via een vierstappenplan, helpt ons om de meest **relevante aandachtspunten wat betreft duurzame bedrijfsvoering** te bepalen.

Als startpunt gebruikten we een analyse uitgevoerd door het Global e-Sustainability Initiative (GeSI), die de knelpunten met betrekking tot duurzame ontwikkeling in de ICT-industrie blootlegt. Deze studie vulden we aan met bevindingen uit onze eigen Leap-strategie, onze business drivers en market intelligence. Vervolgens stelde een groep van 18 managers een lijst samen van de 15 meest relevante onderwerpen voor Telenet.

De relevante onderwerpen die we selecteerden, zijn:

- Klantentevredenheid
- Relatie met de klant

Opmaak van de materialiteitsmatrix

FASE 1

Definiëren van de aandachtspunten

1. Analyse door het Global e-Sustainability Initiative (GeSI), aangevuld met bevindingen uit de LEAP strategie, business drivers en market intelligence.
2. Bepalen van de 15 meest relevante onderwerpen voor Telenet.

FASE 2

Rangschikken volgens maatschappelijke relevantie

3. Onderwerpen intern testen op hun financiële en niet-financiële impact op de bedrijfsvoering.
4. Interactief onderzoek met klanten, NGO's en andere stakeholders om de maatschappelijke relevantie van deze top 15 te verzekeren.

- Vrijheid van uitdrukking
- Aantrekken en behouden van talent
- Werk-privé balans
- Transparante prijszetting
- Betrouwbaarheid van onze diensten
- Gebruiksgemak van onze diensten
- Innovatie
- Toegang tot ICT
- Bescherming van minderjarigen
- Privacy & veiligheid
- Verwerken van afval
- Energiegebruik bij de klant
- Elektromagnetische straling

Nu deze aandachtspunten gedefinieerd zijn, gaan we verder naar de tweede fase waarin de onderwerpen worden gerangschikt volgens lage, medium of hoge relevantie. In het voorjaar van 2012

worden de onderwerpen intern getest op zowel hun financiële als niet-financiële impact op onze bedrijfsvoering. In deze periode zullen we eveneens een interactief onderzoek uitvoeren met zakelijke en residentiële klanten, medewerkers, leveranciers en andere stakeholders om na te gaan welke onderwerpen zij belangrijk achten voor Telenet. Na de afronding van deze tweede fase worden de gedefinieerde onderwerpen gekoppeld aan onze bedrijfsprestaties, onze manier van rapporteren en aan onze Leap-strategie. In een gestructureerde dialoog zal steeds periodiek overleg plaatsvinden met onze stakeholders, waardoor we de aandachtspunten blijven toetsen op hun relevantie.

(meer info op <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>)

Meer over onze strategie.

Hoe zou u de kern van de strategie van Telenet samenvatten?

Onze strategie is tweeledig. Een eerste focus ligt op onze producten en diensten. Al 15 jaar lang leveren we vooruitstrevende diensten aan residentiële klanten die aangesloten zijn op het performante kabelnetwerk. Daarnaast leveren we ook aan professionele klanten een waaier aan connectiviteits- en dienstenoplossingen op maat. Een tweede pijler is de klant, die sinds jaar en dag centraal staat bij Telenet. We werken dan ook voortdurend aan een nog betere en efficiëntere klantenservice. Want een tevreden klant is ook een loyale klant.

Hoe schat u de verdere groei van jullie producten en diensten de komende jaren in?

Als uitdager van de historische operator blijft verdere groei een belangrijke strategische drijfveer. Deze groei zal gebaseerd zijn op de verdere evolutie van onze vier groeimotoren: breedbandinternet, digitale televisie, mobiel en de professionele markt.

Met betrekking tot breedbandinternet kunnen we stellen dat de penetratie in Vlaanderen ongeveer 80% bedraagt. Afgaand op de sterke toename en ontwikkeling van nieuwe toestellen met internetconnectie verwachten we dat deze penetratie zal toenemen tot

‘Ondanks de zeer felle concurrentie voorspellen we dat het marktaandeel van deze zakelijke diensten de komende jaren zal blijven groeien.’

ongeveer 95% tegen eind 2015. In Nederland verwacht men reeds 95% breedbandpenetratie te behalen tegen eind dit jaar. Dit betekent dat we nog ruim 20% groei kunnen realiseren in het aantal breedbandinternetklanten.

We merken dat ook televisie meer en meer digitaal, interactief en mobiel wordt. Sinds de introductie van digitale televisie in 2005 kijken vandaag al meer dan 64% van onze klanten digitaal. Ze krijgen hierdoor toegang tot een vooruitstrevend interactief

platform. Het is dan ook onze ambitie om de komende jaren onze andere klanten te overtuigen om de stap te zetten naar deze digitale wereld die rijker is aan content en toepassingen. Een derde aandachtspunt is de groeiende mobiliteit van onze klanten. Ook daar wil

Telenet een drijvende kracht spelen door hen competitieve tariefplannen te bieden waarin steeds meer data vevat zit. Op die manier hebben zij toegang tot het internet, e-mail, Facebook en Twitter via WiFi thuis, via WiFree op publieke locaties zoals het station, via homespots bij vrienden of familie en via een krachtige 3G-verbinding daarbuiten.

De 3G-verbinding verzorgen we als virtuele mobiele operator waarbij we het netwerk van Mobistar gebruiken. In



‘Onze diensten voor residentiële klanten omvatten supersnel breedbandinternet, competitieve vaste en mobiele telefonie en een interactief digitaal televisieplatform. We bevinden ons hiermee middenin het kruispunt van data, video en spraak. De komende jaren blijven we verder inzetten op onze bewezen strategie om meer productenbundels en diensten in de markt te zetten.’

Vincent Bruyneel
Sr VP Strategy, Investor Relations & Corporate Communication

2011 hebben we eigen mobiel spectrum gekocht. Dit zal ons in staat stellen een belangrijke speler te worden in de sterk groeiende mobiele datamarkt.

Onze B2B-portefeuille tot slot bestaat niet zozeer uit specifieke producten maar vooral uit diensten. We willen voortbouwen op de investeringen van de afgelopen jaren en met een geïntegreerd aanbod aan connectiviteits-, beveiligings- en hostingoplossingen naar buiten treden.

Ondanks de zeer felle concurrentie voorspellen we dat het marktaandeel van deze zakelijke diensten de komende jaren zal blijven groeien.

Welke nieuwe algemene trends en ontwikkelingen in jullie speelveld mogen we verwachten in de nabije toekomst? En hoe speelt Telenet hierop in?

Ten eerste zullen almaar meer toestellen connecteren met het internet, wat almaar meer bandbreedte zal vragen. Vandaag zijn er wereldwijd

gemiddeld twee toestellen per persoon verbonden met het internet. Dit gaat dan van pc's over smartphones tot huishoudtoestellen.

De industrie verwacht een verdere evolutie naar 3,5 toestellen per persoon in 2015 en naar zelfs meer dan 6 toestellen tegen 2020. Daarbovenop wordt verwacht dat het huidige dataverkeer maar liefst zal verdrievoudigen tegen 2015. Het grootste deel van deze groei is te wijten aan video. In het afgelopen jaar maakte streaming maar liefst 40% uit van alle internetverkeer, wat neerkomt op bijna een verdubbeling ten opzichte van 2010.

Ten tweede zal toegang tot breedbandinternet meer dan ooit een basisbehoefte worden. De consument wordt steeds meer mobiel en wil zijn content overal, op al zijn verschillende toestellen kunnen bekijken.

Het is net onze ambitie om die mobiliteit en vrijheid aan iedereen te bieden. We maken deze ambitie waar dankzij ons hybride netwerk van glasvezel en kabel, onze duizenden hot-

en homespots, en de mogelijkheden die we hebben als virtuele mobiele operator.

Hoe sluit de langetermijnstrategie van Telenet aan op deze snel evoluerende digitale wereld?

Onze langetermijnstrategie zal zich toespitsen op drie pijlers: ons netwerk, onze diensten en de klant. We willen een leidende rol spelen op vlak van infrastructuur, differentiëren op vlak van diensten en een excellente klantenservice bieden.

De kracht van ons netwerk zal een bepalende rol spelen in het succes van Telenet. Vandaag behoort ons netwerk tot het meest performante in België ten opzichte van concurrerende technologieën. In heel Vlaanderen en in ons verkoopgebied in Brussel kunnen alle aangesloten gezinnen tv kijken in hoge definitie en surfen aan downloadsnelheden tot 100 Mbps. Maar zoals eerder al besproken, voorspellen we dat de vraag naar bandbreedte exponentieel zal blijven toenemen.



Daarom zullen we blijven investeren om ons hybride netwerk van glasvezel en coax verder op te waarderen. Onder het Digital Wave 2015 programma hebben we €150 miljoen extra investeringen voorzien om tegen 2015 de bandbreedte per gezin te verdrievoudigen. Dit doen we door glasvezel verder uit te

ten of professionele toepassingen overal bereikbaar te maken.

Voor Telenet is dan ook een belangrijke rol weggelegd om deze applicaties op een overzichtelijke manier te bundelen en ervoor te zorgen dat de klant hiertoe makkelijk toegang krijgt op al zijn devices.

voortdurend verbeteren en optimaliseren van onze klantenservice. Onze blijvende focus op innovatie en klantentevredenheid verhoogt ook de loyaliteit en genereert een vraag om bijkomende diensten af te nemen, wat cruciaal is in onze groeistrategie.

‘De kracht van ons netwerk zal een bepalende rol spelen in het succes van Telenet.’

rollen en dichterbij de huizen te brengen. Tegen eind 2012 verwachten we bijna 50% van onze glasvezelpunten al fysisch te hebben opgewaarderd.

Ten tweede zal Telenet een innoverende rol blijven spelen om zijn diensten aan te bieden waar, wanneer en in welke vorm de klant het maar wil. De convergentie zorgt er immers voor dat de klant voortaan tv wil kijken op zijn tablet of wil bellen via zijn computer. De evolutie in onze wereld naar 'all-IP' zal toelaten om video's, documen-

ten of professionele toepassingen overal bereikbaar te maken. Met Yelo hebben we eind 2010 daarvoor al een eerste stap gezet. Dankzij een partnership met de zenders kan voortaan niet alleen live tv worden gekeken op het grote scherm, maar ook op tablets, smartphones en de pc.

Een laatste aandachtspunt in onze langetermijnstrategie is een focus op excellente klantenservice.

Een tevreden klant is een trouwe klant: vanuit die optiek investeren we verder in het

voortdurend verbeteren en optimaliseren van onze klantenservice. Ons doel is dan ook onze bestaande en nieuwe klanten altijd gebruiksvriendelijke, correcte, competitieve en vooral vooruitstrevende producten aan te bieden. Bovendien moeten klanten altijd eenvoudig toegang krijgen tot de beste klantenservice. Deze belofte zit vervat in de Telenet-cultuur en wordt gedragen door elke Telenet-medewerker.



Hoe kadert duurzaamheid in jullie strategie?

De afgelopen jaren volgde Telenet een duurzaamheidsbeleid dat zich concentreerde op twee centrale assen. Het Samen Groen-programma bevatte ten eerste tal van maatregelen om de ecologische impact van de bedrijfsvoering te minimaliseren.

Samen Groen zet aan tot zuinigheid met energie en materiaal. Daarnaast inspireert het de organisatie om slimme diensten te ontwikkelen die de klant helpen om groener te leven. Vaak leidt dat op zijn beurt tot kostenbesparingen.

Ten tweede werden diverse initiatieven genomen om de sociale rol van Telenet als maatschappelijk verantwoorde onderneming verder te intensifiëren.

Sinds 2009 worden overigens alle Telenet-initiatieven rond duurzaam ondernemen structureel gecoördineerd en gemanaged door een Vice President Sustainability. Deze nieuwe positie onderstreept de ambitie om Telenet op de kaart te zetten als een duurzaam en groen bedrijf.

Hoe is jullie duurzaamheidsstrategie de laatste jaren geëvolueerd?

In 2010 werd een nieuwe weg ingeslagen.

Met de ontwikkeling van een overkoepelende strategie hebben we de verschillende aandachtspunten van het duurzaamheidsprogramma gebundeld in één duidelijke en

globale aanpak.

Het Leap-programma (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 en stakeholders.

‘Het Samen Groen-programma bevatte ten eerste tal van maatregelen om de ecologische impact van de bedrijfsvoering te minimaliseren.’

Let's leap!

Met Leap heeft Telenet een aantal opmerkelijke en ambitieuze doelstellingen voor ogen waaraan concrete acties zijn gekoppeld. Op het vlak van milieu willen we tegen 2015 klimaatneutraal zijn. Op socio-economisch gebied zal onze groep via de Telenet Foundation verder blijven werken aan het dichten van de digitale kloof. In 2015 willen we immers 150.000 jongeren op de digitale snelweg hebben geholpen.

Concreet werd Leap opgebouwd rond drie grote thema's, die we als volgt samenvatten:

Connect: Het creëren van digitale kansen. 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 besteden aan de sociale noden van al zijn belangengroepen, zowel van 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 stakeholders.

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

Duurzaam ondernemerschap zal dan ook onze uiterste aandacht blijven vragen, vooral tegen de achtergrond van een groeiende activiteit, een groter abonneebestand en een steeds verdere uitbreiding van onze geleverde diensten.

Alle inspanningen dragen bij tot het uiteindelijke doel: van Telenet een meer duurzame onderneming maken, die zijn leidende rol als innovatieve telecomoperator waarmaakt, op alle vlakken.

(meer info op <http://www.telenet.be/corporate-sustainability>)



Facts & Figures: Strategie

De principes van Care, Connect en Cascade 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:

(zie jaarverslag2011.telenet.be)



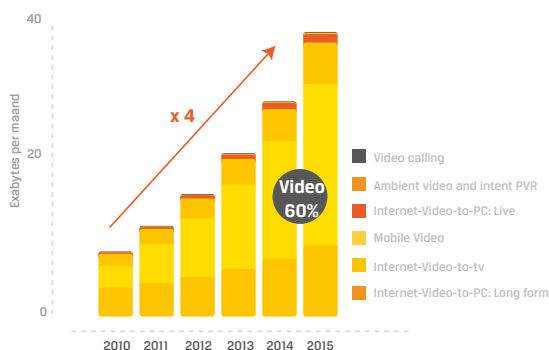
Geëngageerde werkgever: Telenet wil op het sociale luik van de Dow Jones Sustainability Index (DJSI) in het bovenste kwartiel scoren.

Environmental Stewardship: Telenet wil zijn uitstoot van CO₂ verder terugdringen ten opzichte van 2007 tot het niveau waarop het zich een CO₂-neutrale onderneming kan noemen.

Hogere Customer Loyalty: 20% verbetering in de citizenship score van Telenet ten opzichte van 2010.

Vandaag zijn er wereldwijd gemiddeld **twee** toestellen per persoon verbonden met het internet. De industrie verwacht dat dit verder evolueert naar **3,5** toestellen per persoon in 2015 en naar zelfs **meer dan 6** toestellen tegen 2020. Er wordt verwacht dat het huidige dataverkeer maar liefst zal **verdrievoudigen** tegen 2015. Het grootste deel van deze groei is te wijten aan video. In het afgelopen jaar maakte streaming maar liefst **40%** uit van alle internetverkeer, wat neerkomt op bijna een **verdubbeling** ten opzichte van 2010. (meer info op <http://jaarverslag2011.telenet.be>)

Opsplitsing residentieel internetverkeer



Jaarlijks verbruik op het Telenet-netwerk in 2015



't Kan
allemaal



Bij Telenet volgen we de klant,
niet alleen maar de kabel.

En we volgen de klant naar waar hij maar
wil. Surfen met het hele gezin tegelijkertijd?

Het 7 uur-journaal bekijken om 3 uur 's nachts? Overal gratis
surfen via Wi-Free? Bij Telenet kan het allemaal.

We willen dat de klant het **beste van onze technologie** naar boven
haalt. Dat hij zich **snel, vrij en mobiel voelt**, maar tegelijk ook
veilig en betrokken. Telenet laat elk jaar een groot gedeelte van
zijn opbrengsten terugvloeiën naar de maatschappij in de bredere
zin van het woord.

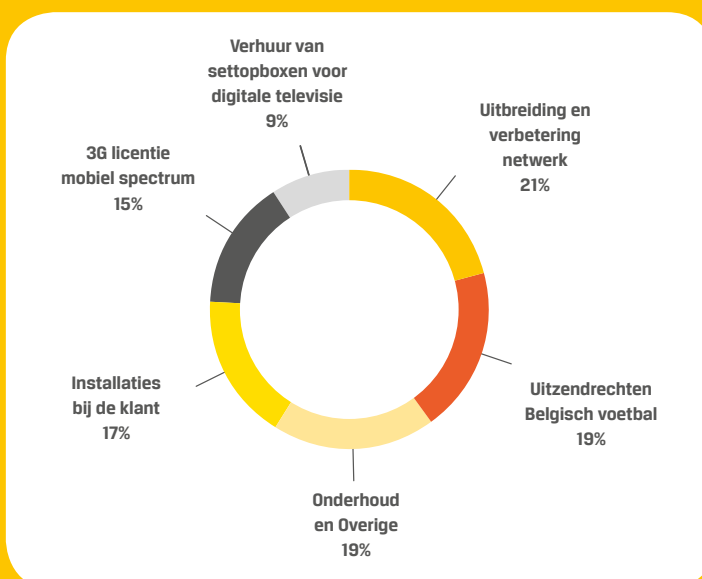


Zo kunnen we aan al deze verwachtingen voldoen en steeds betere en meer **kwaliteitsvolle producten en diensten** leveren.

In 2011 investeerden we een aanzienlijk budget van **€470,2 miljoen**, wat overeenstemt met 34% van de bedrijfsopbrengsten.

Dit is **10% meer** dan in 2010.

De verdeling van deze investeringen is weergegeven in het taartdiagram. Het resterende gedeelte ging onder andere naar reparaties en vervangingen van netwerkapparatuur, kosten voor de aankoop van sportrechten en investeringen in IT-systemen.



Studente in het derde middelbaar. Wil later kinderarts worden.

Houdt van: winkelen, rondhangen met vriendinnen.

Dorthe, 14 jaar

“Ik hoef niets meer te missen. Mijn vriendinnen en ik zijn continu in contact, we sms'en elkaar de hele tijd door. Mijn ouders ergeren zich er soms aan dat ik mijn gsm niet kan wegleggen. Maar we doen dit allemaal. Het is belangrijk erbij te horen.”



21%

21% van de jongeren tussen 10 en 17 jaar heeft een smartphone. Ruim 90% heeft een gsm.

(bron: OIV0, jongeren en gsm, 10/2011)

mobiel zijn



't Kan
allemaal

Snel & gericht

Internettoepassingen evolueren razendsnel.

Niet alleen je pc en je laptop, maar ook de televisie, tablet, smartphone en spelconsole zijn verbonden met het internet.

Allemaal online

We zijn niet alleen steeds vaker online, maar surfen ook met steeds meer mensen tegelijkertijd. Het internet van vandaag heeft bijgevolg meer en meer bandbreedte nodig. Telenet verbetert voortdurend de specificaties en eigenschappen van zijn breedbandproducten zodat iedereen vlot kan blijven surfen.

Dankzij investeringen in zowel nieuwe technologieën als in ons netwerk zijn we goed gepositioneerd om in te spelen op de snel veranderende behoeftes van consumenten en kunnen we klanten altijd een **optimale internetervaring** bieden.

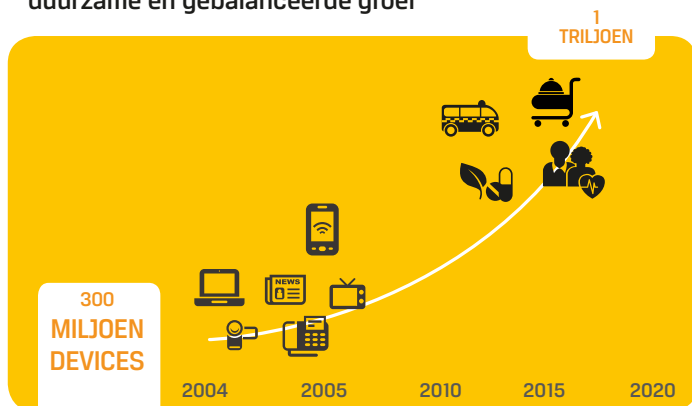
Voldoen aan de Digitale Agenda

De Digitale Agenda ambiëert onder andere om alle Europeanen voor 2013 toegang te geven tot breedbandinternet. In 2020 zou iedereen moeten surfen aan snelheden van minstens 30 Mbps en zou zelfs 50% geabonneerd zijn op een product met snelheden tot 100 Mbps. Ter vergelijking: Telenet kan nu bijna 100% van zijn verzorgingsgebied bereiken met snelheden tot 100 Mbps. Per 31 december 2011 surfte 73% van de Telenet-internetklanten al aan snelheden van meer dan 30 Mbps.

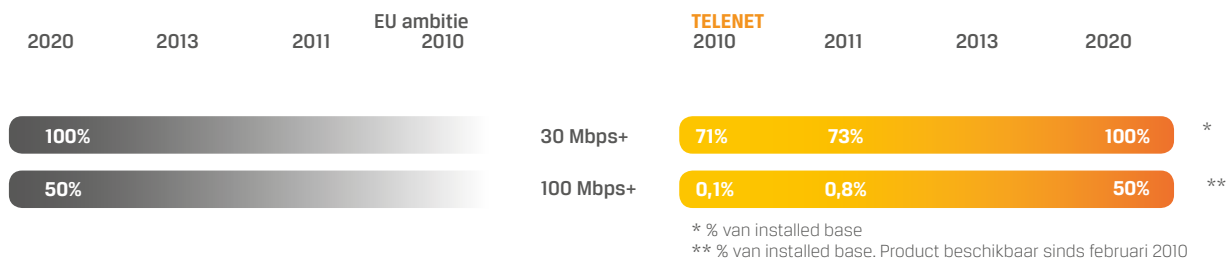
Ongeveer 20% van onze internetklanten heeft een Fibernet-product met snelheden van 50 Mbps en meer, en dit amper één jaar na de lancering. Toen de Europese Unie begin december 3.000 vrijwilligers zocht in België om de kwaliteit en snelheid van hun breedbandverbinding te testen, steunde Telenet deze test dan ook volop.

Met dit grootschalig project waarbij meer dan 100.000 vrijwilligers worden gezocht over heel

De rol van technologie in duurzame en gebalanceerde groei



bron: Cisco Global Competitiveness Forum, 'Innovation as a means to competitiveness', 22-25 January 2011



Europa, wil de Europese Commissie in samenwerking met het onderzoeksbureau SamKnows de kwaliteit van de Europese breedbandverbindingen correct in kaart brengen.

Investeren in het netwerk

Telenet mag dan al voldoen aan de eisen van de Digitale Agenda, gezien de toenemende convergentie wordt het bedrijf net zoals de meeste andere breedbandoperatoren geconfronteerd met een **explosie van dataverkeer**.

Telenet investeert daarom massaal in zijn netwerk, jaarlijks ongeveer 23% van de omzet. Naast uitbreiding van de capaciteit door investeringen, behoudt Telenet de mogelijkheid om met behulp van technische maatregelen het aanwezige verkeer op de meest efficiënte manier af te handelen. Zo zorgen we ervoor dat de kwaliteit van het internet voor alle gebruikers optimaal blijft. Maar ook aanbieders zoals Google,

Facebook en Amazon spelen een belangrijke rol.

Zonder innovatieve diensten heeft het internet weinig zin en zonder netwerk kunnen de aanbieders hun diensten niet verzorgen en geen inkomsten genereren. Deze wederzijdse afhankelijkheid is een ideale voedingsbodem voor nieuwe zakelijke modellen waarbij ook dienstenaanbieders bijdragen aan het gebruik van het netwerk.

Investeren in de toekomst: Digital Wave 2015

Het volledige kabelnetwerk van Telenet is tweewegs, klaar voor de uitrol van Eurodocsis 3.0 en biedt een spectrumbandbreedte van 600MHz. Met ons ambitieuze investeringsprogramma Digital Wave 2015 zullen we ons netwerk en onze dienstverlening blijven verbeteren. Telenet investeert in verscheidene initiatieven en onderzoeksprojecten die het groene potentieel van zijn netwerk



‘t Kan allemaal



‘Internet moet vooral snel zijn. Foto’s uploaden naar Facebook of apps downloaden in de AppStore: het moet gewoon allemaal vlot gaan. Niets is zo vervelend als een YouTube-filmpje dat niet ingeladen geraakt.’

Rik, 17 jaar
Student

en know-how ten volle benutten, samen met en voor de klanten.

Een van deze projecten, genaamd **Pulsar**, vermindert het aantal huizen per optische node (het aansluitpunt in de wijk) van gemiddeld 1.400 vandaag naar gemiddeld 500. Door deze toename in het aantal optische nodes over heel het afzetgebied brengen we glasvezel dichterbij de klant en zal de capaciteit op het netwerk aanzienlijk toenemen.

(voor meer info, zie p.104)

Investeren in hardware opent de deur voor Eurodocsis 3.0 en IPv6

Vanaf 1 juli 2011 vereenvoudigde Telenet zijn internetaanbod voor particulieren naar drie producten. De klant kan kiezen tussen **Basic Internet, Fibernet en Fibernet XL**. Zo is het productaanbod met downloadsnelheden van 20 Mbps tot 100 Mbps niet alleen inhoudelijk klaar voor de toekomst, maar wordt het ook een stukje overzichtelijker.

Klanten die opteren voor een Fibernet-product krijgen een nieuwe modem met **Eurodocsis 3.0**-technologie in bruikleen. Sinds eind 2009 heeft Telenet

de nodige software en hardware geïnstalleerd voor de implementatie van deze technologie. Meer bepaald wordt met Eurodocsis 3.0 en de bijbehorende modem nu ook het allerlaatste stukje kabel – dat tussen het aansluitpunt in de wijk en het huis van de klant – geüpgraded.

Een van de voordelen is de mogelijkheid tot hogere datasnelheden: dankzij EuroDocsis 3.0 kan Telenet vandaag downloadsnelheden tot 100 Mbps aanbieden. De technologie biedt bovendien ondersteuning van **IPv6**, de nieuwe Internet Protocol versie. IPv6 is nodig als oplossing voor de IPv4 adressen die stilaan opgeraken. (voor meer info, zie p.61)

Facts & Figures: Internet

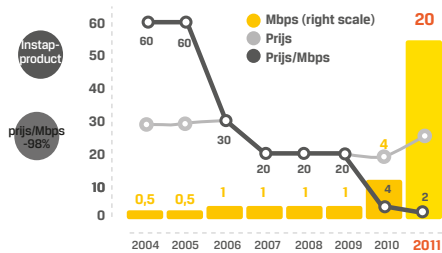
45,9% van het totale aantal huizen dat op ons netwerk kan worden aangesloten, was geabonneerd op een van onze internetproducten.

45,9%

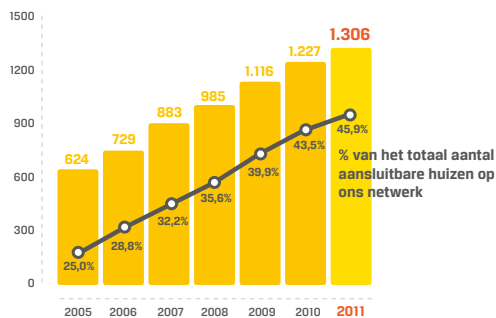
230.000

Op een jaar tijd zijn we geëvolueerd naar meer dan 230.000 klanten op onze Fibernet-producten. Zij surfen aan snelheden van 50 Mbps en meer.

Prijs per Mbps voor instapproduct daalde met 98% in de laatste 8 jaar



Breedbandinternet klanten (in '000)



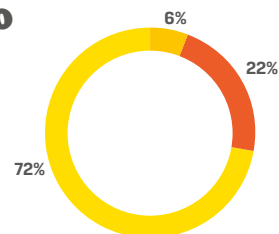
1.305.600

1.305.600 internetklanten, een stijging van 6% vergeleken met vorig jaar.

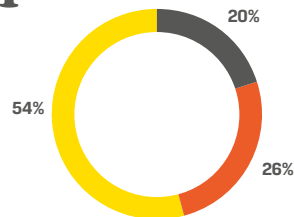
Per 31 december 2011 surfte 73% van de Telenet-internetklanten al aan snelheden van meer dan 30 Mbps.

73%

2010



2011



2010
GEMIDDELTE SNELHEID
25 Mbps

↓

2011
GEMIDDELTE SNELHEID
32 Mbps

- < 15 Mbps
- 15 - 24 Mbps
- 25 - 49 Mbps
- >= 50 Mbps

Vrij & mobiel

De consument van vandaag wil vrij zijn. Hij wil altijd en overal online kunnen. Deze vrijheid dringt niet alleen door in het privéleven van de klant maar komt ook op het werk tot uiting. De nieuwe communicatiemiddelen leiden immers tot het zogenaamde 'Nieuwe Werken', waar ook Telenet actief aan deelneemt.

Wi-Free: over homespots en hotspots

Telenet zette zijn eerste stap in het aanbieden van mobiel internet met de overname van het Vlaamse Sinfilo in 2003. Het gaf Telenet de mogelijkheid om op een netwerk van publieke hotspots draadloos verbinding te maken met het internet. Door de jaren heen bouwde Telenet dit netwerk verder uit. In mei 2011 lanceerden we Wi-Free. Wi-Free is de **gratis draadloze internetdienst** die Telenet al zijn internetklanten aanbiedt via het hot- en homespot WiFi-netwerk. Met Wi-Free reikt het internetabonnement van Telenet verder dan bij de klant thuis. Alle Telenet-internetklanten maken gratis gebruik van de 1.200 Telenet-hotspots in België en Luxemburg.

We zijn aanwezig op strategische publieke locaties zoals alle grote treinstations, de Nationale Luchthaven en de luchthaven van Charleroi, diverse hotels en cafés, etc. Tegen eind 2013 wil Telenet het aantal hotspots uitbreiden tot 2.000: zo is er altijd wel eentje in de buurt. In december 2011

kondigden we de homespots aan. We startten dit nieuwe WiFi-netwerk met een grootschalig testproject in Gent. Een software-update zorgt ervoor dat de modem van de klant **twee signalen** uitstuurt: een voor privé- en een voor publiek gebruik. Hierdoor kunnen klanten die beschikken over een draadloze internetmodem van Telenet met hun eigen logingegevens aanmelden op de homespot van bijvoorbeeld vrienden of familie thuis. Ook na de software-update voldoen alle Telenet-modems en hun instellingen aan de Europese normeringen inzake straling. Met de homespots ontstaan nog maar eens een **half miljoen nieuwe gratis WiFi-locaties** waar internetklanten gratis, snel en veilig kunnen surfen. Indien de klant zich niet in de buurt van een homespot of hotspot bevindt, kan hij mobiel surfen via 3G.

Overall surfen via 3G

Met een mobiele breedbandpenetratie van slechts 16% trekt België nog steeds het Europees gemiddelde sterk naar beneden (bron: European Commission, COCOM, 19 Dec. 2011). Dit lage





'Met mijn smartphone kan ik overal bellen, mijn mails checken of zelfs televisie kijken. Deze vrijheid zorgt voor een goede verstandhouding met mijn twee tienerdochters. Ik kan hen immers altijd bereiken en zij mij ook. Zo kan ik hen met een gerust hart loslaten.'

Rebecca, 46 jaar
Medewerkster bij een event-bureau



percentage is enerzijds te verklaren door het beperkt gebruik van smartphones, anderzijds door het gebrek aan intense concurrentie op vlak van mobiele data tussen de bestaande mobiele netwerkoperatoren. Er is dus nog **veel groei te verwachten in mobiel dataverkeer**. In mei 2011 deed

Telenet samen met de Waalse kabeloperator Tecteo een bod op de vierde 3G-licentie. Met dit mobiel spectrum willen we onze mobiele telefonieactiviteiten verder doen groeien en het potentieel in de mobiele datamarkt van België verder ontsluiten.

We zullen zo veel mogelijk gebruik maken van bestaande infrastructuur en zullen op zoek gaan naar een meer intense samenwerking met de bestaande Belgische mobiele netwerkoperatoren.

We verzekeren hierbij dat onze strategie voor mobiele telefonie ecologisch, sociaal en economisch verantwoord zal zijn.

Vrijheid door het Nieuwe Werken

Het Nieuwe Werken kan bijdragen aan een betere balans tussen werk- en privéleven. En het betekent tegelijk ook milieuwinst. Telewerken, videoconferencing en andere ICT-oplossingen helpen immers het mobiliteitsprobleem aan te pakken. Als je kunt kiezen op welke plek en op welk tijdstip je werkt, kun je files vermijden en moet je soms zelfs de deur niet meer uit. **Dat spaart inspanningen, reistijd en CO₂-uitstoot**. Het Nieuwe Werken richt zich concreet op drie onderling samenhangende domeinen. Ten eerste wordt een 'flexdesk', een nieuwe virtuele werkplek

zonder vaste, persoonlijke bureau gecreëerd. Ten tweede worden de nodige ICT-voorzieningen aan deze virtuele werkplek voorzien: bijvoorbeeld door het beschikbaar stellen van smartphones, conferencecall-nummers en laptops. Tot slot ontstaat een nieuwe manier van samenwerken en leidinggeven waarin medewerkers worden beoordeeld op resultaten in plaats van op aanwezigheid.

De voordelen blijven niet onopgemerkt. Verschillende bedrijven zien de nood in om hun organisatie aan te passen aan de behoeften van de 21^e

eeuw, gebaseerd op vertrouwen, samenwerken, zelfsturen en output. Wie over internetconnectiviteit en een laptop, tablet of smartphone beschikt, kan overal en altijd online.

Dit principe werd in juni 2011 nog geïllustreerd aan de hand van de ludieke actie 'Maak de brug!' van Telenet en Microsoft. Tijdens de zomermaanden veroorzaakte het afsluiten van het Viaduct van Vilvoorde, een belangrijke verkeersader, de nodige verkeerssellende. Telenet en Microsoft spoorden hun werknemers aan om op maandagochtend 20 juni tussen 7 en 10 uur te

werken via de Telenet-hotspots van de Autogrill-restaurants in de tankstations in Waarloos, Groot-Bijgaarden en Nijvel. Na het weekend konden de kantoorwerkers dus 'de brug maken' naar de nieuwe werkweek door meteen aan de slag te gaan, zonder de ochtendfile te trotseren. Maar het blijft niet bij ludieke acties. Er wordt concreet gewerkt aan 'Het Nieuwe Werken'. Eind november tekenden acht partnerorganisaties een samenwerkingsakkoord rond '**The New World of Work**'. De stichtende leden zijn Microsoft, Federale Overheidsdienst Sociale Zaken, OutofOffice, SDWorx, Flanders



**Joke,
23 jaar**



't Kan allemaal

“Als ik op café zit, kijk ik vaak of er een gratis draadloos netwerk is. Dan check ik even in op Foursquare of post ik foto's op Facebook.”





‘Telewerken biedt verschillende voordelen. Ik organiseer mijn werk- en privéleven op een meer flexibele manier. Zo kan ik perfect ’s middags mijn dochtertje van school halen en ’s avonds na haar bedtijd nog even verder werken. Deze flexibiliteit zorgt ervoor dat ik minder stress heb en zowel productiever als efficiënter ben.’

Rob Goyens
Manager Investor Relations

Synergy, USG People, Euro Green Innovation Center en Telenet. Deze coalitie voor 'The New World of Work' promoot actief Het Nieuwe Werken en wil een heuse mentaliteitsverandering teweegbrengen bij zijn werknemers.

De onderliggende principes van 'Het Nieuwe Werken' zijn 'people', 'profit' en 'planet'. De medewerkers (**people**) organiseren hun werk zoals het hen en hun collega's het best past. Zo kiezen

ze onder andere het tijdstip en de plaats van hun werk.

Deze verantwoordelijkheid en flexibiliteit leiden tot een betere werk-privé balans. De organisatie (**profit**) vaart hier wel bij: gemotiveerde en betrokken werknemers verzekeren immers betere bedrijfsresultaten. En ook het milieu (**planet**), tot slot, heeft baat bij de vermindering van het woon-werkverkeer.

De alliantie zal haar ervaringen regelmatig delen om zo de valkuilen en voordelen van Het Nieuwe Werken goed in te schatten. Ze zal het debat aangaan via workshops, rondetafeldiscussies houden met opinion leaders en opendeurdagen organiseren.

Hoe werkt dat bij Telenet?

Momenteel loopt bij Telenet een pilootproject met een vijftigtal Telewerk-ambassadeurs uit

Facts & Figures: Het Nieuwe Werken

1.373

In 2011 beschikten 1.373 personen, inclusief consultants, over de mogelijkheid om van op afstand te werken.

8 december

Telenet nam deel aan de Nationale Thuiswerkdag op 8 december.

flexibele desks

In het hoofdkantoor van Telenet te Mechelen zijn alle werkplekken uitgerust als 'flexible desks': iedereen kan op eender welke locatie plaatsnemen en werken. De bezettingsgraad van deze flexdesk bedroeg 96% in 2011.

96%

trend

Telenet speelt in op deze nieuwe trend en biedt gerichte oplossingen aan bedrijven voor mobiel werken, netwerken, cloud computing, video-conferencing, informatiebeveiliging, etc.

't Kan allemaal

diverse afdelingen van de organisatie. 'Telenet 2.0' wil de verschillende uitdagingen van Het Nieuwe Werken blootleggen. Hoe kan de organisatie mensen leren omgaan met zowel het gescheiden houden als het efficiënt mengen van privésfeer en werk? Hoe kanaliseren we het effect van altijd en overal bereikbaar te zijn en zorgen we ervoor dat medewerkers zich nog voldoende losmaken van hun werk? Welke

managementvaardigheden en bedrijfscultuur zijn nodig om Het Nieuwe Werken mogelijk te maken?

We willen bij Telenet antwoord bieden op deze vragen en een duurzaam beleid creëren rond Het Nieuwe Werken. Dit vraagt een degelijke voorbereiding. Op termijn zal het project op een structurele manier breder uitgerold worden in de organisatie en zal 'De Nieuwe

Manier van Werken' evolueren naar gewoonweg 'de manier waarop we werken'.

(voor meer info, zie p.107 en <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>)

Veilig & betrouwbaar

Voor het tweede jaar op rij riepen de lezers van Reader's Digest, Telenet uit tot de meest betrouwbare Belgische internetprovider. Zij deden dit naar aanleiding van het jaarlijkse European Trusted Brands-onderzoek, waarbij het magazine in zestien Europese landen polst naar de meest betrouwbare merken.

Betrouwbaarheid troef

Telenet wil niet alleen voor internet maar voor al zijn producten en diensten een zo hoog mogelijke betrouwbaarheid garanderen. We willen het Telenet-merk steeds verder versterken en de **klantentevredenheid** altijd verhogen.

Om deze ambitie concreet te meten en te realiseren, wordt maandelijks de Customer Loyalty Score berekend. De CLS-score geeft een objectief beeld van de perceptie van onze klanten: enerzijds over Telenet in het algemeen en anderzijds over onze producten en processen in het bijzonder. (voor meer info, zie p.68)

Een tweede mooie erkenning met betrekking tot klantentevredenheid kwam van het IT-magazine 'Smart Business Strategies', onderdeel van Minoc Business Press. Zij verkozen onze divisie tot Business Telecom van het Jaar. Uit hun 'Belgian IT Report', een online enquête afgenomen bij 410 IT-verantwoordelijken uit organisaties in Vlaanderen, Wallonië en Brussel, bleek immers dat de klantentevredenheid bij Telenet beduidend hoger ligt dan bij andere zakelijke telecomverdelers.

Een professioneel team van account managers, georganiseerd per sector, toetst de behoeften van de individuele bedrijven af, en zorgt voor een dienstenaanbod op maat.

Een persoonlijke aanpak

Bij Telenet for Business is een persoonlijke klantenservice de **onderscheidende factor**. De benadering van het bedrijvensegment verschilt van de aanpak van de residentiële markt. Waar Telenet zijn particuliere klanten vooral bereikt via gerichte marketingcampagnes, gesteund door productbundels of promoties, vergt de benadering van vooral grote bedrijven in de zakelijke markt een meer individuele aanpak.

Service managers en project managers volgen de contacten met de bedrijven persoonlijk op en detecteren de mogelijkheden voor verdere verbeteringen. De hoge doelstellingen die Telenet for



‘Deze persoonlijke aanpak werkt in twee richtingen: de klant leert ons beter kennen en heeft meer vertrouwen in zijn persoonlijke adviseur. We kunnen een professionele relatie opbouwen waar wederzijds vertrouwen erg belangrijk is.’

Tim
Business Adviseur bij de A-Desk

Business zichzelf oplegt, zijn voor deze afdeling ook een belangrijke troef naar de markt, die nog sterk gedomineerd wordt door de historische operator.

(meer info op <http://www.telenet.be/business>)

In het kader van deze gepersonaliseerde aanpak lanceerde Telenet in 2011 de A-desk.

De **A-desk, met de 'A' van Adviseur**, is een exclusieve en persoonlijke helpdesk voor zelfstandigen en kleine bedrijven.

Business Fibernet-klienten kunnen er online hun persoonlijke adviseur kiezen, voor een andere gaan die sneller beschikbaar is of gewoon vragen om zelf gebeld te worden.

‘t Kan allemaal



Meer over Telenet for Business.

Telenet Solutions Division werd recent herdoopt tot 'Telenet for Business'. Wat houdt deze naamsverandering precies in?

Vanaf 1 januari 2012 heet de bedrijfsdivisie van Telenet inderdaad 'Telenet for Business'.

Naast de naamsverandering, wijzigt ook de interne structuur. Zo benaderen we vanuit deze afdeling voortaan alle segmen-

ten van de bedrijvenmarkt. De focus van Telenet Solutions lag op grote bedrijven; nu komen daar ook zelfstandigen, vrije beroepen en kmo's bij.

'De klant kan kiezen tussen verschillende schaalbare opties en bepaalt dus zelf de service en de garanties die hij wenst.'

Wat staat er op de radar van Telenet for Business voor 2012? We willen eerst en vooral blijven bouwen aan sterke producten op ons performant coaxnetwerk. Speciaal voor bedrijven ontwikkelden we

Wat staat er op de radar van Telenet for Business voor 2012?

We willen eerst en vooral blijven bouwen aan sterke producten op ons performant coaxnetwerk. Speciaal voor bedrijven ontwikkelden we

in 2011 Business Fibernet en Corporate Fibernet, twee krachtige en kostenefficiënte internetoplossingen. De klant kan kiezen tussen verschillende schaalbare opties en bepaalt dus zelf de service en de garanties die hij wenst.

Wat betreft internet en data-connectiviteit wil Telenet een focus leggen op bedrijven die gebruik maken van VPN.

We geloven dat er nog veel groeipotentieel is in deze markt.

Ook onze activiteiten met betrekking tot multi-tv in ziekenhuizen, hotels, bejaardentehuizen enzovoort willen we verder blijven uitbreiden en digitaliseren. Voor kmo's zullen we onze voice-producten aanvullen met ISDN. Zo bedienen we ook deze middelgrote markt op gebied van vaste telefonie.

In 2011 werd de integratie van C-CURE en Hostbasket volledig afgerond. Hoe verloopt deze samenwerking concreet?

Dankzij deze samenwerking brengen we voortaan connectivity, security, hosting en cloud services samen naar de markt, met de nadruk op onze service. Security neemt alsmaar meer belangrijke plaats in bij de uitrol van internet- en data producten. Bedrijven willen immers dat hun netwerk en internetverbinding optimaal beveiligd zijn.

Concreet stuurt Telenet consultants ter plaatse om het netwerk en de verbinding van de klant te auditeren. Bij onze diverse partners gaan we vervolgens op zoek naar de juiste oplossing, die we tot slot ook implementeren.

Wat betreft hosting en cloud computing zullen we onze blik verruimen naar het hogere marktsegment met 'enterprise hosting' oplossingen.



‘Cloud computing is een belangrijk gegeven voor onze sector omdat dit het hele business model van bedrijven kan veranderen. Met de CloudOffice-oplossing van Telenet voor kmo’s, aangevuld met Business Fibernet en Wi-Free, kunnen klanten mobiel en flexibel werken.’

Martine Tempels
Sr VP Telenet for Business

Werken in ‘the cloud’ wordt voor bedrijven alsmaar belangrijker. Welke stappen onderneemt Telenet for Business om cloud computing naar bedrijven toe te promoten?

Cloud computing zorgt voor wereldwijde toegang tot alle documenten, back-ups, e-mails, agenda’s, adressenlijsten; op kantoor, thuis of onderweg.

Alle devices worden continu gesynchroniseerd en geven de klant en zijn collega’s de meest recente, betrouwbare informatie. Onze CloudOffice-oplossing is dynamisch en schaalbaar en evolueert steeds mee met de behoeften van de klant.

In juli lanceerden we overigens een succesvolle ludieke campagne met Frank Focketyn om de eigenschappen van cloud computing op een eenvoudige manier te duiden.

Wat zit er de komende jaren nog in de pijplijn van Telenet for Business?

Ook op lange termijn blijft cloud computing een aandachtspunt.

Via ons netwerk streven we ernaar verschillende oplossingen voor cloud computing te faciliteren. Uiteraard staan ook zaken als videoconferencing en het belang van mobiele data op onze radar.

Een laatste belangrijk onderwerp zijn onze B2B2C-modellen, waarbij we diensten leveren aan bedrijven die vervolgens naar de particuliere consument doorstromen.

Zo bereikten we deze zomer een akkoord met het Vlaams ministerie van Onderwijs voor de uitrol van SchoolNet, waardoor Telenet tegen gunsttarief supersnel en veilig internet tot bij de schoolgaande jongeren kan brengen.

‘Onze cloud-oplossing is dynamisch en schaalbaar en evolueert steeds mee met de behoeften van de klant.’

‘t Kan allemaal

Dit was Telenet for business in 2011

Telenet lanceert SIG, wat staat voor **Secured Internet Gateway**. Dit nieuw type firewall identificeert en blokkeert onveilige applicaties en pakt applicatiegerelateerde bedreigingen aan.



Telenet brengt **Business Fibernet en Corporate Fibernet** op de markt. Speciaal voor bedrijven heeft Telenet twee krachtige en kostenefficiënte internetoplossingen ontwikkeld. Bedrijven kunnen kiezen tussen verschillende schaalbare opties en bepalen zelf de service en de garanties die ze wensen.

In juni lanceert Telenet for Business zijn gratis elektronische nieuwsbrief '**Business Bytes**'

Elk kwartaal brengt deze relevant telecomnieuws en -advies voor kmo's, grote bedrijven en overheidsinstanties.

Telenet bereikt op 18 augustus een akkoord met Het Vlaams ministerie van Onderwijs en Vorming voor de uitrol van **SchoolNet**. Van 2011 tot 2014 zal Telenet aan alle Vlaamse scholen een set van flexibele internetoplossingen aanbieden tegen gunsttarief.



Telenet sluit een partnership met **Comeos**, de vertegenwoordiger van de handel en diensten in België. Via deze samenwerking wil Telenet zijn zichtbaarheid vergroten in deze branche en een betere kijk krijgen op wat ICT precies betekent voor retailhandelaars.



Telenet werkt nauw samen met **V-ICT-OR**; de Vlaamse ICT Organisatie waarin diverse steden en OCMW's vertegenwoordigd zijn. Ook hier wil Telenet bekijken wat het bedrijf kan betekenen voor de lokale besturen door te participeren aan workshops en seminars. Bovendien organiseerde Telenet in 2011 zelf diverse roadshows om de nieuwe wetgeving rond overheidscontracten met betrekking tot telecom toe te lichten.

Telenet behaalt als eerste Belgische telecom-bedrijf het **Microsoft Lync-certificaat voor SIP-Trunking**, zijn **VoIP**-oplossing voor spraak- en faxcommunicatie. Lync laat de klant toe naast de traditionele IT-oplossingen ook Unified Communication en Unified Collaboration te gebruiken in een hosted model.



Al tien jaar lang bekronen de **Channel Awards** toonaangevende fabrikanten, verdelers en verkopers uit de telecom- en ICT-sector. Telenet mocht dit jaar de award voor 'Beste Telecom Vendor 2011' mee naar Mechelen nemen.

2012

Begin februari 2012 brengt Telenet **Walk & Work** op de markt, een mobiel telefonieaanbod voor kleine ondernemingen en zelfstandigen

Begin februari 2012 roept het vakmagazine **Datanews, Martine Tempels uit tot ICT Woman of the Year**. Met het project 'ICT is cool' wil ze een ambassadeursrol opnemen en vooral vrouwen stimuleren om te kiezen voor een carrière in de ICT-sector.



Zo veilig als het maar kan

Spam, fishing, computervirussen: de groei van het internet gaat hand in hand met nieuwe risico's.

Bescherming van persoonlijke gegevens, privacy en beveiliging vereisen bijzondere aandacht in onze sector.

Let op! Vertrouwelijk

De doelstellingen die Telenet zich qua beveiliging van data en informatie heeft gesteld, worden bereikt door een correcte toepassing van de **Information Security Roadmap**. In deze roadmap staan de prioritaire projecten beschreven die de algemene veiligheidsdoelstellingen ondersteunen. De roadmap wordt jaarlijks herzien in functie van de strategische aanbevelingen van het Security Steering Committee, waarin alle departementen uit de organisatie vertegenwoordigd zijn. Alle medewerkers van Telenet, zowel in vast dienstverband als studenten en interims, worden geïnformeerd over de vertrouwelijkheid van bepaalde informatie.

In 2011 werd een intensieve interne informatiecampagne 'Information Security' opgestart om de medewerkers bewust te maken van de mogelijke valkuilen in verband met paswoorden, draagbare toestellen, communicatie, malware, etc. Elke medewerker bij Telenet is **persoonlijk verantwoordelijk** voor de beveiliging van zijn data en moet weten hoe correct om te

gaan met vertrouwelijke informatie. De maatregelen en procedures worden regelmatig geüpdatet. Met een adequate bescherming wil Telenet op een verantwoorde manier de mogelijke risico's en bedreigingen beheersen die uit een kwaadwillig of foutief gebruik van informatie en data kunnen voortvloeien.

Sinds begin 2012 worden alle nieuwe laptops en fieldterminals standaard uitgerust met harddisk encryptiesoftware. De software versleutelt automatisch de volledige inhoud van de harde schijf, zodat er bij verlies of diefstal geen gegevens gestolen kunnen worden. Alle applicaties en systemen zijn bovendien voorzien van de nodige beveiligingsmaatregelen om te voorkomen dat externen toegang kunnen verkrijgen tot confidentiële data zoals klantengegevens. Telenet-klanten moeten er immers op kunnen vertrouwen dat de **privacy** van hun gegevens en data altijd is **gewaarborgd**.

Help! Mijn kind is online

Maar veiligheid is niet alleen een zaak van interne medewerkers.



'Privacy en de bescherming van persoonlijke gegevens worden op de werkvloer hoog in het vaandel gedragen. We leren onze medewerkers dan ook de verschillende bedreigingen kennen, en vooral, wat ze er tegen kunnen doen.'

Luc Machtelinkx
Executive VP General Counsel

Telenet levert ook een belangrijke inspanning bij de online bescherming van zijn gebruikers. Om de veiligheid van vooral kinderen en jongeren te vergroten, zijn gerichte maatregelen nodig. Op initiatief van **Child Focus** verenigden alle Belgische industriepartners, waaronder Telenet, zich in een multistakeholderplatform. Zij ondertekenden op 23 juni 2011 het **E-safety Charter**.

Het Charter heeft als doel de online bescherming van kinderen te verbeteren. Alle industriepartners die dit document ondertekenen, spannen zich in om de voordelen van het internet voor kinderen en jongeren te maximaliseren door de

potentiële risico's zo klein mogelijk te maken. Zo heeft Telenet een beveiligingsmechanisme voorzien in de decoder. Bepaalde inhoud van het digitale tv-platform kan enkel bekeken of besteld worden met behulp van een paswoord.

Telenet is bovendien Gold partner van de **Safer Internet Day**, met de steun van hoofdaandeelhouder Liberty Global, Inc. Ter gelegenheid van deze dag verschenen twee brochures. Zo is er 'Spelend leren: Online zijn', een boekje bestemd voor 4- tot 8-jarigen, en de 'e-Safety Kit' voor jongeren van 6 tot 12 jaar. Met deze doeboekjes komen kinderen op een speelse manier in contact met

allerlei veiligheidsaspecten van het internetgebeuren, zoals privacy en gegevensbescherming, maar ook met andere topics zoals online pestgedrag.

(meer info op <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>)



Alles-in-1

Convergentie betekent voor de klant meer vrijheid. Hij wil zijn favoriete tv-programma's, documenten of websites overal, eender wanneer bekijken op het toestel naar keuze. Het is onze ambitie om de klant deze vrijheid te verschaffen.

Het komt allemaal samen in de shakes

Oorspronkelijk was Telenet een aanbieder van breedbandinternet en vaste telefoniediensten, maar na de overname van de kabeltelevisiediensten van de Gemengde Intercommunales (MICs) in 2002 werd het aanbieden van basiskabeltelevisie onze grootste activiteit.

Aangezien consumenten steeds vaker al hun media- en communicatiediensten willen afnemen bij één enkele aanbieder in de vorm van een **aantrekkelijk geprijsde bundel**, heeft Telenet zich meer en meer toegespitst op het aanbieden van breedbandinternet en vaste telefonie samen met basiskabeltelevisie in de vorm van 'shakes'. Voor de klant betekent dit een flink prijsvoordeel. Voor €10 extra per maand krijgt hij bovenop zijn internetverbinding, vaste telefonie en digitale televisie.

Het aanbod in deze productbundels evolueert voortdurend mee met de technologische ontwikkelingen. Fibernet, dat begin 2010 werd aangekondigd en dat hogere

snelheden en volumes toelaat voor internetgebruikers, maakt ondertussen van alle productbundels een vast ingrediënt uit. De shakeformules werden midden 2011 vereenvoudigd. De klant heeft nu keuze uit drie producten, gaande van een shake met instap-internet tot het vlaggenschipproduct Fibernet 100.

De convergentie van vast en mobiel

Klanten nemen niet alleen diverse producten bij één provider af, de verschillende technologieën van deze producten groeien ook naar elkaar toe. Waar er vroeger een duidelijk verschil bestond tussen de netwerken van bijvoorbeeld radio, televisie en internet, vindt de consument het niet meer dan normaal om vandaag de dag te internetten op zijn smartphone via Wi-Free of te bellen op zijn computer via Skype.

Het versmelten van de vaste en mobiele netwerken is ondertussen al ettelijke jaren aan de gang. Nieuw is dat nu ook de wereld van de televisie hieraan toegevoegd wordt. Tot enkele jaren geleden



'Met de uitbouw van de Wi-Free dienst, die niet alleen via hotspots maar ook via homespots werkt, spelen we optimaal in op de vrijheid, onafhankelijkheid en mobiliteit die de klant steeds meer eist van zijn operator.'

Herbert Vanhove
Sr VP Product Management

bekeek de consument films en tv-programma's louter via zijn televisietoestel. De zenders waren de enige contentproviders. Met de opkomst van onder andere YouTube kan om het even wie content verspreiden. Bovendien bekijken we deze filmpjes niet meer op ons televisietoestel maar op onze smartphone of pc.

Convergentie staat voor de klant echter niet gelijk aan welk netwerk voor een bepaalde dienst wordt gebruikt, maar aan de **vrijheid** die hij erdoor wint. Zijn foto's, video's en muziek zijn op een eenvoudige manier altijd beschikbaar via het toestel naar keuze: gsm, pc of tablet.

Yelo: een spraakmakend voorbeeld van convergentie

De lancering van Yelo is een significant voorbeeld van convergentie. Yelo stelt de kijker in staat om zijn programma's niet alleen op het vertrouwde tv-scherm te bekijken, maar ook op iPad, iPhone, laptop en Android smartphones, in en rond het huis en op Telenet hot- en homespots.

De applicatie biedt bovendien een reeks handige diensten zoals een elektronische programmagids, programmeren van de Digicorder van op afstand en films op aanvraag. Zo wordt de brug gelegd tussen het

digitale tv-aanbod van Telenet enerzijds en nieuwe draadloze multimedietoestellen waarmee de consument waar dan ook tv kan kijken anderzijds. Ook het groeiend belang van WiFi kan in deze context geplaatst worden.

(meer info op <http://www.yelo.be>)



**Dit was
Telenet
in 2011**



Begin 2012 kreeg onze **huisstijl een fikse update**. De kleur van het logo werd iets aangepast en de gebruikte lettertypes ogen gezelliger. Bovendien kiezen we vanaf nu resoluut voor vlotte spreektaal in al onze campagnes.

We spreken de klant aan op een jonge en dynamische manier die meteen zegt waar het op staat. Op deze manier willen we evolueren naar een merk dat geen producten maar belevenissen overbrengt. We leveren geen televisie, maar kijkplezier. We bieden geen internet aan, maar de mogelijkheid om altijd en overal Facebook en Twitter te checken.

Een **positieve klantenervaring is onze prioriteit**. We juichen al wat de klant doet met onze technologie, van harte toe. Om deze visie waar te maken, houdt het nieuwe Telenet-merk steeds vier kernwoorden in het achterhoofd. Eerst en vooral willen we **aanstekelijk** zijn. Daarnaast weten we van **aanpakken!** En in alles wat we doen, willen we zowel **helder** als **attent** zijn.



Studeert Master Bedrijfscommunicatie in Leuven.

Houdt van: pintjes drinken in het jeugdhuis met vrienden, films kijken en gitaar spelen.

Frederik, 21 jaar

“Ik kan gewoonweg alles doen wat ik wil. Krijgt een van mijn vrienden het in zijn hoofd om morgen naar Spanje te vertrekken? We boeken online een vlucht en hotel en we zijn weg. Maar ook als ik info nodig heb voor een vak of een paper, is alles gewoon online te vinden.”



2.000

2.000 Telenet-hotspots
tegen eind 2013

**vrij
zijn**



Dit was
Telenet
in 2011

Wees **aanstekelijk** en iedereen doet mee!

We trakteren je

We willen zo laaiend uit de hoek komen dat het werkt als een lopend vuurtje. Het hoogtepunt van deze ambitie was de **lancering van de iPhone 4S** in november 2011. Om dit nieuwe product in de kijker te zetten, kregen de eerste 50 klanten die van kop tot teen in 't geel gehuld in onze SmartSpot in Antwerpen binnen stapten, de iPhone 4S gratis mee naar huis. De actie bleek een gigantisch succes: meer dan honderd mensen haalden de spuitbussen met gele



verf, gele truien en pruiken boven en vatten een nachtje post voor de deuren van de winkel.

Maar Telenet houdt hele jaar door enthousiaste acties om op een leuke manier zijn producten in de kijker te zetten. Om onze klanten te inspireren en te amuseren. Bijvoorbeeld met onze **dare to share** campagne die onze mobiele telefonieproducten in de verf zette. Onder het motto 'Nu kan je echt álles delen!' moedigden we jongeren aan om leuke, absurde of genante Facebook-posts te plaatsten. 20 deelnemers maakten kans op een waardebon van €500.

We verwennen je

En ook onze bestaande klanten leggen we graag in de watten. Daar werd in 2011 hard aan gewerkt en ook in 2012 blijft dit een van onze aandachtspunten. Bij de lancering van Fibernet in februari 2011 startten we de ludieke campagne **'Telenet komt naar je toe'**, waarmee 1.000 van onze bestaande klanten kans maakten op één jaar gratis Fibernet. In de zomermaanden

verwendden we tijdens de **Telenet Verwenweken** willekeurige klanten die dit verdienden: omdat het hun verjaardag was, omdat ze net een geslaagd examen achter de rug hadden, maar ook omdat het regende en ze een baaldag hadden. Een speciaal team trok de straat op en deelde gratis filmvouchers uit. Met onze **'Telenet trakteert'** actie gaven we tijdens de eindejaarsperiode maar liefst 100.000 films weg voor digitale tv-klanten. Elke dag deelden we ook vijf leuke cadeaus uit. De willekeurig gekozen winnaars kregen dezelfde avond nog een verrassingsbezoek van het speciale Telenet Trakteert-team. Deze laatste twee acties kaderden in onze campagne 'Haal het beste uit je tv met de tv-theek van Telenet!'.

We betrekken je

We willen onze klanten ook betrekken bij onze nieuwe producten. Kort na de lancering van Yelo zetten we in samenwerking met marktonderzoeksbureau InSites Consulting, de Yelo-Community op. Via een online onderzoeksgemeenschap werd er gedurende drie weken



‘Aanstekelijk, helder en attent zijn: daar draait het allemaal om bij Telenet. Op de werkvloer, in onze campagnes, en bij de klant thuis: we weten van aanpakken en zorgen ervoor dat de klant het beste uit onze producten naar boven haalt.’

Inge Smidts
Sr VP Residential Marketing

nauw samengewerkt met 100 consumenten aan de **co-creatie** van Yelo. Deze gebruikers deelden meer dan 1.500 reacties met ons. Consumenten vertelden over hun alledaagse gebruik van Yelo, maar gaven ook hun mening over de verschillende functies. Bovendien inspireerden hun ideeën ons om onze toekomstplannen met Yelo verder vorm te geven. Zo suggereerden deelnemers onder andere: 'Opnamesuggesties zouden leuk zijn, bv. andere gebruikers programmeerden ook dit, zoals Amazon aanbiedt'. In december werd deze functie uitgerold op ons digitale televisieplatform. Een jaar na zijn eerste verjaardag kreeg Yelo bovendien een fikse update. De nieuwe versie garandeert betere

beeldkwaliteit en groter gebruiksgemak. Ook Android-gebruikers kunnen nu de applicatie met geheel vernieuwde look&feel downloaden in de Android Market. De tv-gids werd uitgebreid met 14 nieuwe zenders, waaronder VT4 en VijfTV. Dit brengt het totaal op 31 zenders, die live kunnen bekeken worden via Yelo.be of de Yelo app. (meer info op <http://www.yelo.be>)

Telenet for Life

Aanstekelijk zijn willen we niet alleen naar onze externe stakeholders toe, maar ook intern in de organisatie. De laatste editie van Music for Life was bijvoorbeeld een mooi moment waarop verschil-

lende Telenet-medewerkers en de Telenet Foundation drie dagen lang op een originele manier zo veel mogelijk geld voor het **goede doel** probeerde in te zamelen. Dankzij allerlei initiatieven slaagden we erin uit naam van alle Telenet-medewerkers mooie cheque van €50.000 aan Music for Life te overhandigen. (meer info op <http://www.telenetfoundation.be>)



We weten van aanpakken

Bij Telenet heerst een 'yes we can' mentaliteit. We investeren en duwen tegen de grenzen van de technologie om ervoor te zorgen dat onze klanten steeds sterkere producten in huis hebben. Alles kan beter, dus blijven we sleutelen. We weten van aanpakken. Omdat het deugd doet om onze klanten prettig te verrassen.

Over voetbal en sport

In mei 2011 verwierf Telenet de rechten om de komende drie seizoenen de drie belangrijkste wedstrijden van de **Belgische voetbalcompetitie** uit te zenden. Hierdoor kan Telenet een uniek sportaanbod tonen, met naast de toppers uit het Belgisch voetbal ook een ruim aanbod aan **Europees topvoetbal** met onder andere de beste wedstrijden uit de Spaanse, Italiaanse, Engelse, Duitse, Nederlandse en Franse competitie en de Champions League.

Dit aanbod wordt nog verder vervolledigd met het beste uit de **NBA basketbal, NFL American Football en de hoogtepunten uit de golfwereld**. Vanaf het voetbalseizoen 2012 – 2013 zal Telenet alle competitiewedstrijden uitzenden, inclusief de vijf resterende wedstrijden per speeldag uit de Belgische voetbalcompetitie.

Hiermee beantwoorden we aan de vraag van vele voetbalfans die het jammer vonden dat we niet alle rechten van het Belgische voetbal hadden binnengehaald.

Om dit nieuwe totaalpakket kracht bij te zetten, veranderde PRIME Sport in mei 2011 in **Sporting Telenet**. Sporting Telenet wil een sportzender zijn zoals een echte sportclub: door en voor alle fans en met heel veel enthousiasme. Abonnees van Sporting Telenet met een Telenet-internetabonnement kunnen deze zender ook mobiel bekijken via Yelo. In januari 2012 stelde Sporting Telenet zijn voorjaarsprogrammatie voor. We willen een groter zendergevoel creëren met meer uniformiteit en duidelijkheid. Sporting Telenet wil dé specialist middenin de actie worden. Eigen programma's als onder andere 'Sporting Nieuws', 'Sporting Live' en 'De Kleedkamer' moeten hiertoe bijdragen. Eind 2011 waren 177.200 klanten geabonneerd op Sporting Telenet. (meer info op <http://www.sportingtelenet.be>)

Over films en awards

Voor liefhebbers van films en series had Telenet in 2011 heel wat in petto. We vinden het onder andere belangrijk om onze klanten films en programma's van Belgische bodem aan te bieden en financieren dan ook diverse





‘Onze klanten genieten het hele jaar door van een ijzersterk sport- en filmaanbod. We vinden het belangrijk om niet alleen de grote Amerikaanse blockbusters en populaire series uit te zenden, maar tonen ook films van Vlaamse bodem. Zo ondersteunen we innovatie en lokaal filmtalent.’

Ann Caluwaerts
Sr VP Public Affairs & Media

projecten. Zo steunde Telenet het 'prijzenbeest' Rundskop via tax shelter. De film kan nog steeds opgevraagd worden in de Telenet tv-theek maar was na amper twee maanden al de meest succesvolle film van het jaar. Na **Rundskop** zal Telenet nu ook taxshelterpartner zijn van **Quiz**

me Quick, de nieuwe fictiereeks van Bart De Pauw. Deze zal exclusief te zien zijn op PRIME in het voorjaar van 2012. (meer info op <http://www.prime.be>)

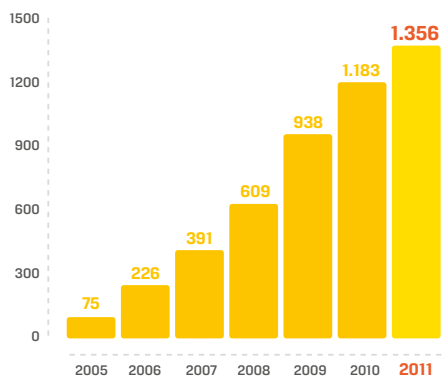
Maar niet alleen de grote namen kunnen rekenen op financiële steun. Voor jonge cineasten is het

immers niet altijd even gemakkelijk om de nodige financiering voor hun project te vergaren. Om ervoor te zorgen dat beginnend lokaal talent zijn projecten kan realiseren, startten Bart Becks en Maurice Engelen **FilmAngel.TV**. De cineasten stellen op het platform hun kortfilm,

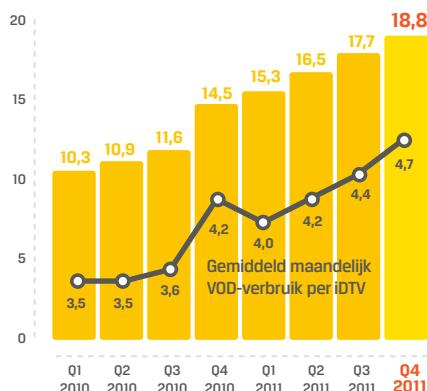


Facts & Figures: Digitale televisie

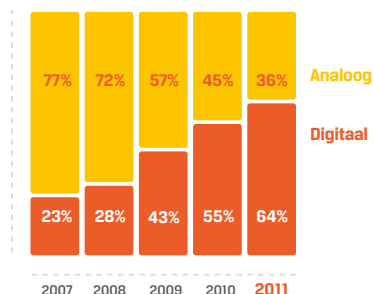
Aantal nieuwe digitale televisiekanten (in '000)



VOD opvragingen (in miljoen)



Digitalisatiegraad (in %)



1.409.500

1.409.500 digitale televisiekanten, een stijging van 13% ten opzichte van 2010.

+13%

64%

64% van alle televisieabonnees heeft digitale televisie.

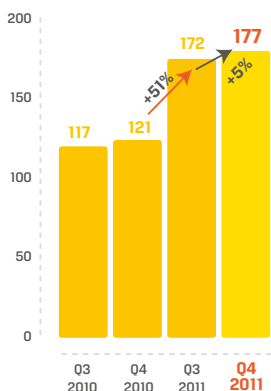
44%

Het totaal aantal transacties steeg met 44% ten opzichte van 2010 tot 68,2 miljoen. Deze grote toename is te wijten aan de verbeterde gebruikersinterface, het rijke aanbod in HD en het exclusieve aanbod aan topfilms en -series.

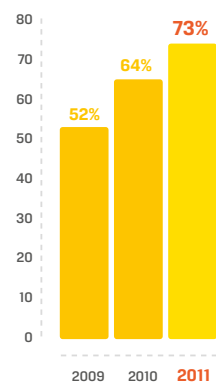
4,3 films

In 2011 bestelden digitale televisiekanten maandelijks 4,3 films of programma's via de Telenet tv-theek.

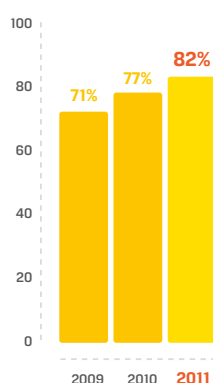
Sporting Telenet abonnees (in '000)



HD Decoders (% van het totaal aantal decoders)



Digicorders (% van het totaal aantal decoders)



documentaire, tv-project of andere videoproducties voor aan een breed publiek. Via sociale media verzamelen ze zo veel mogelijk steun. Het einddoel is dat de fans hun project mee financieren ('fanfunding'). Het team achter FilmAngel.TV zorgt vervolgens voor een professionele begeleiding bij de realisatie van het project. Telenet zal nauw samenwerken met FilmAngel.TV.

We ondersteunen het platform niet alleen financieel maar werken ook actief mee aan de selectie en begeleiding van de projecten. Via Yelo en ons digitaal televisieplatform zullen we binnenkort de

beste producties van de jonge cineasten vertonen. Zo maken al onze klanten kennis met nieuw talent en een stukje originele cultuur van Vlaamse bodem.

De komende jaren blijft PRIME garant voor een non-stop aanbod aan de beste films en series. PRIME zorgt in 2012 elke avond voor een nieuwe aflevering van een serie, 365 op 365.

Een aantal grote contracten werd succesvol verlengd, waaronder het contract met Paramount. Bovendien heeft PRIME zijn aanbod van Awardsshow's voor 2012 gevoelig uitgebreid. De kijker

kan dit jaar niet alleen afstemmen voor de **Oscars**, maar ook de **Golden Globes**, **Screen Actors Guild Awards** en de **Spirit Awards** worden uitgezonden.

Het nieuwe internet getest

8 juni 2011 was wereldtestdag voor **IPv6**. 24 uur lang draaiden de websites van grote contentdistributeurs als Google, Facebook en Yahoo! zowel op IPv4 als op IPv6. Zo wilden zij de compatibiliteit van hun websites en de bijhorende netwerktechnologieën met het nieuwe internetprotocol testen.



Facts & Figures: Vaste en Mobiele telefonie

880.100

880.100 klanten hebben vaste telefonie, een stijging van 8% ten opzichte van 2010.

30,9%

Eind 2011 had 30,9% van het aantal aansluitbare huizen op ons netwerk, een vaste lijn bij Telenet.

238.700

238.700 klanten hebben een mobiel telefonieproduct van Telenet.

1.000

1.000 minuten bellen naar mobiele nummers tijdens de daluren inbegrepen in FreePhone Mobile, het nieuwe tariefplan van vaste telefonie.

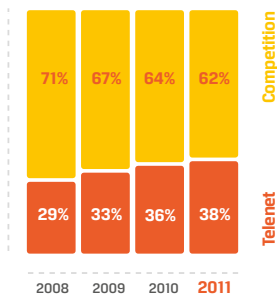
2.288.431

In de nieuwjaarsnacht stuurden mobiele telefonieklanten van Telenet tussen 20u00 en 8u00 in totaal maar liefst 2.288.431 sms'jes.

Walk & Connect

Eind 2011 herdoopten we onze mobiel tariefplannen 'Walk & Connect'. We benadrukken hierbij het belang van mobiel internet.

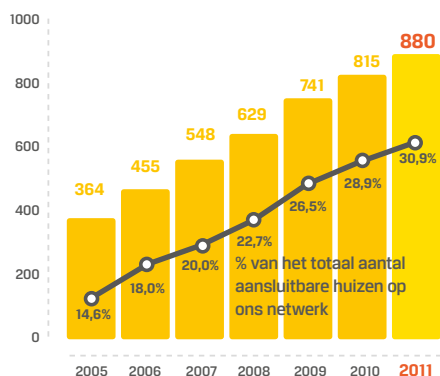
Marktaandeel vaste telefonie* (in %)



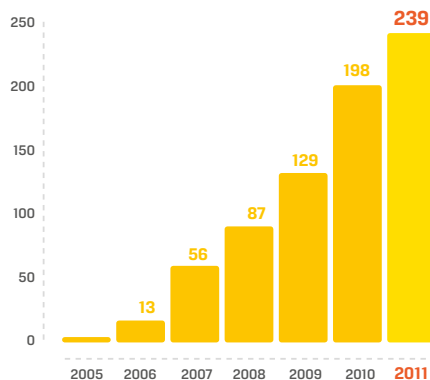
*cijfers voor Telenet-afzetgebied.
Bron: interne data, gebaseerd op eigen estimatie.



Aantal vaste telefonieklanten (in '000)



Aantal mobiele telefonieklanten (in '000)



Ook Telenet testte IPv6. De website <http://ipv6.telenet.be/> was gedurende 24 uur zowel op IPv4 als op IPv6 beschikbaar. Internetklanten van wie de computer en het netwerk klaar is voor IPv6, bekeken deze pagina via het nieuwe internetprotocol. Telenet biedt de garantie dat zijn klanten de volgende jaren nog IPv4 ondersteunde diensten kunnen gebruiken.

Rond 2013 - 2015 zal Telenet geleidelijk aan IPv6 uitrollen, naast het bestaande IPv4-protocol. Dit houdt in dat alle Telenet-internetklanten gedurende een periode zowel een IPv4 - als een IPv6-adres krijgen. Wanneer uiteindelijk iedereen een IPv6-adres heeft, zal het IPv4-internet stilaan uitdoven. Nu het resterende aanbod aan IPv4-adressen slinkt, is IPv6 van cruciaal belang. IPv6 zal nodig zijn om het toenemend aantal abonnees, apparaten en diensten met het internet te blijven verbinden.

Best even bellen

Ook het aanbod van vaste telefonie kreeg een update in 2011. Vanaf nu bellen Telenet

FreePhone Europe abonnees tijdens de daluren gedurende 1.000 minuten gratis naar mobiele nummers in België. Bovendien bellen ze in de daluren niet alleen onbeperkt gratis naar vaste lijnen in België maar ook gedurende 2.000 minuten naar alle Europese landen, Marokko en Turkije inbegrepen.

Full MVNO

In 2011 rondde Telenet de overgang van Light naar **Full MVNO** (mobiele virtuele netwerkoperator) af. Deze bredere overeenkomst met Mobistar die Telenet meer flexibiliteit verschaft op het vlak van productaanbod en die toelaat om convergente diensten tussen vaste en mobiele telefonie aan te bieden, werd ondertekend in februari 2009.

In het vierde kwartaal van 2010 gingen we van start met onze Full MVNO-activiteiten.

(meer info op p.34)

Eerder hadden we in dit verband al bepaalde onderdelen van een eigen mobiele netwerkinfrastructuur gebouwd, waaronder een

switch en een facturatieplatform. Nu zijn ook alle mobiele telefonieklanten van Telenet in het bezit van een nieuwe Telenet-simkaart.

Er zit meer in een smartphone dan je denkt

In de wereld van mobiele data wil Telenet een grotere rol spelen. Met de nieuwe mobiele tariefplannen **Walk & Connect** legt Telenet in zijn mobiele strategie de nadruk op mobiel internet en smartphones voor de gemiddelde consument.

Om klanten optimaal gebruik te laten maken van alle mobiele toepassingen waarmee hun smartphone is uitgerust, zit in deze tariefplannen standaard datavolume inbegrepen, gaande van 50 tot 300MB. Alle klanten hebben bovendien toegang tot het hotspot- en homespotnetwerk. Ook wordt het aantal belminuten en sms'en fors verhoogd.

De klant kan nu kiezen of hij al dan niet een gsm aan sterk gereduceerde prijzen wil. Kiest hij ervoor geen gsm te nemen, dan krijgt hij meer sms'en of meer belminuten in zijn bundel.

Alles klaar en helder

Bij Telenet willen we dat onze klanten genieten van superieure en toch eenvoudige producten. We streven ernaar om gebruiksvriendelijke diensten te leveren die kant-en-klaar te gebruiken zijn en die de klant nadien niet meer uit zijn leven zou willen wegdenken. Bovendien innoveren we regelmatig onze bestaande producten om de klant een nog betere gebruikservaring te verzekeren.

Wie ben ik?

In juli opende Telenet een geheel nieuw winkelconcept: de **SmartSpot**. De filosofie van deze high tech winkels bestaat er in de klant zorgvuldig te begeleiden bij de keuze van zijn smartphone, tablet of bijhorende mobiele diensten als Wi-Free en Yelo. Aan de hand van de zogenaamde 'Who'-wall ontdekt de klant door verschillende icoontjes op een touchscreen te volgen wat voor gebruiker hij is in termen van telefonie, muziek, fotografie, sociale netwerken, camera, WiFi, spelletjes, mail, etc.

Zo kiest de klant zeer bewust een toestel op maat. Gezien het succes van de pilootwinkel in Antwerpen, rolde Telenet vanaf november het concept verder uit op acht andere locaties, namelijk

in Turnhout, Aalst, Brugge, Mechelen, Kortrijk, Leuven, Oostende en Hasselt. Niet alleen de keuze van de smartphone maar ook de administratieve vragen worden op een high tech manier beantwoord. Via de Smart Care kunnen klanten via live videoconferentie terecht bij een gespecialiseerd team van adviseurs in de Telenet hoofdzetel te Mechelen. (meer info op <http://smartspotstore.be/>)

Ik moet mijn ding kunnen zien 's avonds!

In april zette Telenet een **digitaal tv-experiment** op. In de Antwerpse gemeente Balen haalde Telenet bij een honderdtal gezinnen een maand lang de digicorder weg, waardoor zij enkel nog het basiskabeltelevisieaanbod konden ontvangen. In het Limburgse Leut kregen een



'In de SmartSpot leggen we de nadruk op de mobiele toekomst. Er is behoefte aan een focus op mobiel internet en een goed omringende klantenservice.'

Patrick Vincent
Chief Commercial Officer



1 MAAND ZONDER DIGITALE TV

DE RESULTATEN
NA 1 MAAND

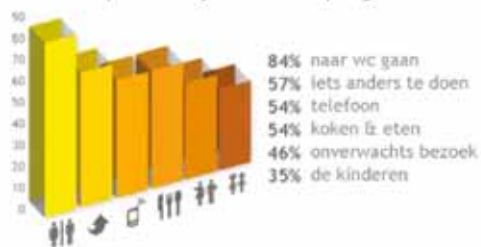
1 MAAND MÉT DIGITALE TV



BALEN LEUT



Waarom pauzeer je een live programma?





honderdtal gezinnen dan weer een gratis digicorder aangeboden om na te gaan in welke mate digitale televisie hun leven zou verrijken. Op de vorige pagina geven we de resultaten weer in een infografiek.

Ik wil een wolk zoals de Ronny

Bij Telenet leggen we moeilijke concepten zeer eenvoudig uit. Zo lanceerden we in juli onze **cloud-campagne**, waarbij Frank Focketyn in drie filmpjes uitlegt wat 'de cloud' precies is en wat de klant met zo'n wolk allemaal kan doen. Cloud computing is een

ander woord voor online werken waarbij je steeds minder op de harde schijf bewaart. Alles staat in 'de cloud' (lees: het internet) en die groeit of krimpt mee met de behoeften van de gebruiker. Zo zijn bestanden, programma's en toepassingen niet enkel veilig opgeslagen maar vooral ook steeds beschikbaar. Even online gaan en de klant haalt ze op zijn of haar scherm. De Fibernet producten voor zakelijke klanten zijn ideaal voor cloud computing.

Haal het meeste uit je decoder

Vanaf midden november bekijken

klanten de **opnames** van hun HD Digicorder op om het even welke andere HD Digibox of HD Digicorder in huis. Net als altijd kunnen ze de opnames pauzeren, versneld voor- en achteruit spoelen, extra info opvragen, taalkeuze veranderen, etc. Bovendien creëerde Telenet een nieuwe **aanbevelingsfunctie** voor digitale televisie.

Op basis van zijn kijkgedrag en beoordelingen van zichzelf en anderen ontvangt de klant via de tv-theek tips voor films of series die hij mogelijk leuk vindt. Zo vindt iedereen snel de programma's die hem of haar het meest interesseren.



FILM à la carte 20:30 ZATERDAG 10 DECEMBER

Green Lantern
Sci-fi/horrorfilm, 2011, USA
Duur: 104min

Bestellen HD
Bestellen
Favoriet ★
Trailer
Suggesties ★

Regisseur: Martin Campbell
Cast: Ryan Reynolds, Tim Robbins, Blake Lively, Mark Strong...

Duizelingwekkende actiescènes en verbluffende speciale effecten in een wervelende superheldenfilm, gebaseerd op de comics van DC Comics, van de

12
Prijs HD: € 5,95
Prijs: € 4,95

**Els,
Jeremy &
Christoffel**

“Ik koos ervoor om een dagje mee te draaien in de Telenet-shop in Mechelen en ik ontdekte uit eerste hand wat klantencontact écht betekent.”



Telenet in 2011

“Iedereen steekt wel iets op van het klantenbrevet. We vragen ook feedback aan de collega's: hoe zij de dingen zouden aanpakken in onze plaats.”



Attent voor alle klanten

Telenet wil een genereus en gastvrij merk zijn. We doen ons best om altijd attent en respectvol te zijn naar alle stakeholders toe. We luisteren graag, want van elke klant, medewerker, leverancier, investeerder, kortom van iedereen kunnen we bijleren.

Wat vindt u van Telenet?

Maandelijks voert Telenet metingen uit waarmee we de klantenperceptie en hun band met ons merk in kaart brengen. Deze waardering, de **Customer Loyalty Score (CLS)**, geeft een objectief beeld van de perceptie van onze klanten: enerzijds over Telenet in het algemeen en anderzijds over onze producten en processen in het bijzonder. Omdat de Customer Loyalty Score niet alleen de tevredenheid meet maar ook andere parameters van klantenperceptie, is het een eerlijke afspiegeling van hoe onze manier van werken in de breedste zin van het woord op onze klanten is overgekomen.

Dat de klantenervaring van zowel onze producten als van onze processen een belangrijke pijler is in de bedrijfscultuur 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 40 procent rechtstreeks afhankelijk van deze score.

Telenet heeft verscheidene programma's opgestart om de Customer Loyalty Score steeds verder te verbeteren en de beoogde doelstellingen aan te scherpen. We willen transparant zijn over de behaalde resultaten inzake klantenbinding en -loyaliteit. In 2011 is het CLS cijfer gestegen met 1,4 punten tot een totaal van 74,5. Onze target was echter 76 punten, wat we helaas niet gehaald hebben. De prijsverhoging voor internet in juli 2011 heeft de impact van andere verbeteringsinitiatieven afgevlakt. Naar 2012 toe focussen we verder op een grondige verbetering van de kwaliteitsbeleving van onze internet- en mobiele diensten.

We gaan heel gericht aan de slag met de inzichten die we gedurende 2011 verworven hebben betreffende de klantenervaring.

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|--------|--------|---------|---------|-------|
| Customer Loyalty Score (CLS) | 87,23% | 87,97% | 89,12%* | 73,63%* | 74,5% |
| * Meetmethode is gewijzigd in 2009 en 2010. | | | | | |

Reputatie onderzocht

Naast de klantenperceptie meten we ook regelmatig hoe al onze andere stakeholders naar het bedrijf kijken. Om een goed beeld van de algemene **corporate reputatie** te krijgen, voert Telenet jaarlijks een reputatieonderzoek uit met behulp van de RepTrak-methode. Deze polst consumenten op kwantitatieve en gestandaardiseerde wijze naar hun gevoel, waardering, bewondering en vertrouwen in Telenet. Door middel van dergelijk kwalitatief en kwantitatief onderzoek krijgen we een goed beeld van wat de stakeholders belangrijk vinden

en welke hun verwachtingen zijn. Telenet behaalde in 2011 een algemeen resultaat van 61,7%, de hoogste score in de Belgische telecomsector. In 2011 haalden de internationale telecom-bedrijven een score van 59,8%.

We staan klaar voor de klant

In 2011 legden we via verschillende projecten en initiatieven de nadruk op het **verbeteren van onze klantenservice**. We engageren ons immers om de manier waarop we met onze klanten communiceren, steeds te verbeteren en vernieuwen. We

zetten het GRACE-programma (Getting the Right Appreciated Calls Everytime), dat in 2010 werd opgestart, verder. GRACE verhoogt de klantentevredenheid uit telefonische oproepen, waarvan het merendeel toekomt via de call centers. Deze oproepen hebben zowel betrekking op technische aspecten, als op het inhoudelijke of commerciële aanbod.

Ook Spinnaker, een intern project dat eind 2010 werd gelanceerd en dat een verbetering van efficiëntie in alle mogelijke bedrijfsprocessen nastreeft, bleef in de kijker staan.





'De klantendienst van Telenet via Twitter werkt erg snel. Ik had een probleem met mijn modem en meldde dit via Twitter en het probleem werd snel en efficiënt opgelost. @Telenet bedankt voor de snelle service! #Telenet'

Jeroen, 45
Bankbediende

Verschillende Spinnaker-denkpistes leidden tot een optimalisatie van onze klantenservice. In het kader van dit project bekijken we bijvoorbeeld hoe we de werking van onze technische back office en klantendienst via mail kunnen verbeteren. Er is een project opgestart om de doorlooptijden te reduceren van gemiddeld 5 en 2 dagen respectievelijk naar 2 dagen en 1 dag.

Een ander project focust op de verdere uitbouw van het klachtenmanagement. Zo werd in 2011 voor onze klanten een interne ombudsdienst geopend. Het Spinnaker-traject om een meer lerende organisatie uit te bouwen, leidde tot de oprichting van het Customer Contact Quality Assurance Team. Zij staan in voor het auditen van de kwaliteit van

het klantencontact, in eerste instantie in onze contact centers. En in het vierde kwartaal werd de afdeling 'Improvements en Process Management' opgericht die instaat voor het continu verbeteren van onze dienstverlening en onze processen.

In het kader van de klantvriendelijkheid ondertekende Telenet op 15 juni 2011 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 Radiol-programma Peeters & Pichal en moet op termijn leiden tot **kortere wachttijden** bij callcenters en helpdesks.

Het charter omvat onder andere afspraken in verband met **transparantie** en **antwoordtermijnen** op schriftelijke klantenvragen. Naar aanleiding van het charter voor klantvriendelijkheid werden al een aantal concrete acties genomen, waaronder de meest belangrijke het invoeren van een terugbelmogelijkheid voor klanten die langer dan 150 seconden wachten om een helpdeskmedewerker te spreken. (meer info op <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>)

Het Klantenbrevet

Telenet startte in 2009 een programma om al zijn medewerkers te overtuigen het cruciale belang van klantenservice. 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. Concreet maken alle medewerkers minimum één dag per jaar kennis met een bedrijfsfunctie die een rechtstreeks **contact met de klant** vereist, zoals callcenter-medewerker, shop assistent of installateur.

In 2011 behaalden 1.155 medewerkers hun Klantenbrevet. Dat is 91% van de medewerkers die bij hun dagdagelijkse taken geen rechtstreeks klantencontact hebben.

Bel ons, mail ons, twitter, of doe-het-zelf

In 2011 verliep het merendeel van de technische ondersteuning aan klanten via het internet. Een volledige heropbouw van de **klantenservice-website**, waarin klanten oplossingen vinden via zoektermen, lag mee aan de basis van het groeiend aantal klantencontacten dat via het internet verloopt. Een vijfde van het totale aantal klantencontacten gebeurt nog via de telefoon.

We hadden als doel voor 2011 voorop gesteld om het totaal

aantal telefonische oproepen met 10% te doen dalen. Deze ambitieuze doelstelling hebben we niet gehaald. Wel zijn we er in geslaagd om het aantal oproepen per geleverde interactieve of mobiele dienst te laten dalen met 6%. De belangrijkste redenen voor het niet behalen van de algemene target zijn onder andere extra oproepen ten gevolge van de lancering van Fibernet in januari, lancering van Sporting Telenet in het voorjaar, een aantal kinderziektes met onze mobiele diensten naar aanleiding van onze eerste stappen in de full MVNO-overeenkomst en een



verhoogde instroom ten gevolge van de prijsverhoging.

In de perceptie van klanttevredenheid spelen telefonische antwoordtijden een grote rol. In 2011 werd 65% van de telefoontjes opgenomen binnen 30 seconden. 78% werd beantwoord binnen de twee minuten. We blijven er aan werken om ons streefdoel van 90% binnen de 120 seconden te behalen. Indien de klant langer moet wachten dan 150 seconden, heeft hij de optie om op een later tijdstip naar keuze teruggebeld te worden. Telenet heeft ook de samenwerking met haar outsourced call centers herzien. Dit leidde tot een veel stabielere dienstverlening, wat vooral in het

laatste kwartaal van 2011 duidelijk werd.

Telenet staat ook klanten te woord via **sociale media** (Twitter, Facebook, fora, etc). We beschouwen de sociale media als een belangrijke manier om service te bieden aan de klant enerzijds en om feedback over onze producten en diensten te verzamelen anderzijds. Via sociale media kan de klant producten en diensten beschrijven, andere klanten helpen, nieuwe ideeën lanceren en bijkomende informatie over voorzieningen en functies raadplegen. Telenet haalde dit jaar 70.996 vermeldingen, wat neerkomt op een gemiddelde van 5.916 vermeldingen per maand.



Elke 9 minuten was er wel iemand aan het praten over Telenet. Het hotste topic van het jaar was de lancering van Fibernet, met een live gestreamde persconferentie in januari. In februari 2012 startte het sociale media team de #goedomweten campagne. Hierbij worden minder gekende, minder gebruikte of leuke kenmerken van producten in de kijker gezet.



Facts & Figures: Klantenservice

52%

52% van de vragen via mail of post werd afgehandeld binnen de 2 dagen. 93% werd afgehandeld binnen de 4 dagen. We streven ernaar om 100% van de schriftelijke aanvragen te behandelen binnen de 5 dagen.

150 seconden

Indien de klant langer moet wachten dan 150 seconden, heeft hij de optie om een helpdeskmedewerker later te laten terugbellen op een tijdstip dat hem uitkomt.

78%

78% van alle inkomende oproepen werd beantwoord binnen de 2 minuten. 65% werd opgenomen binnen de 30 seconden.

SmartSpot

Klanten in de SmartSpot kunnen terecht via live videoconferentie bij een gespecialiseerde helpdeskmedewerker in Mechelen. Zo worden zij optimaal verder geholpen.

71,77%

In 2011 behaalden we een First Time Right percentage van 71,77%. Dit is een lichte stijging ten opzichte van 2010 (71,42%). Met dit principe streven we ernaar de klant een efficiënte oplossing te geven bij het eerste contact om zo wederkerende vragen te vermijden.

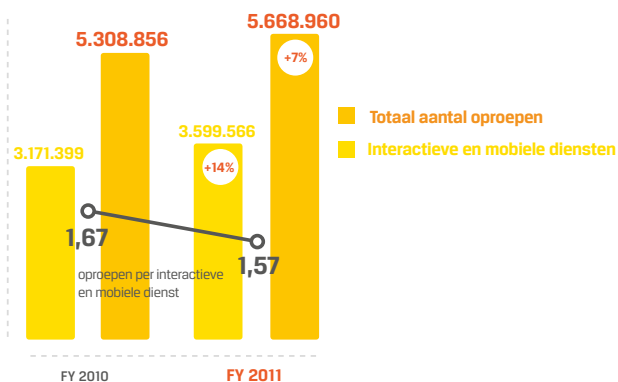
14%

Het totaal aantal oproepen, dat traditiegetrouw meegroeit met de onderneming en de klantenportfolio, is gestegen met 6,8%. Het totaal aantal geleverde interactieve en mobiele diensten steeg met 14%. Dit houdt in dat het aantal oproepen per geleverde interactieve of mobiele telefoniedienst daalde met 6%. Onze ambitie voor 2012 is om dit aantal oproepen te laten dalen met 8%.

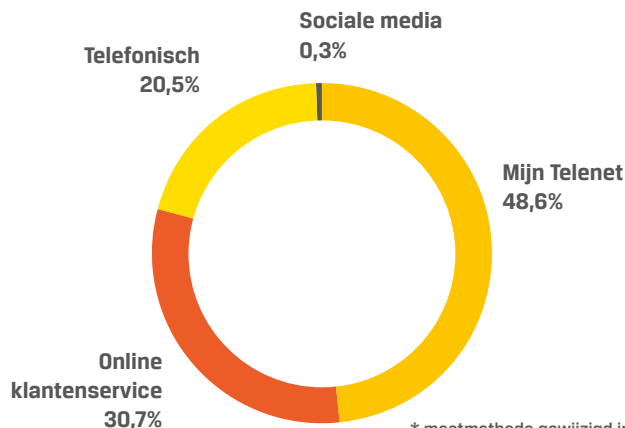
80%

Bijna 80% van de klantencontacten verloopt online: via Mijn Telenet, klantenservice of sociale media.

Evolutie van het aantal oproepen



Splitsing van het aantal contacten*



Onze medewerkers, met de M van motivatie

In een omgeving waar creativiteit en innovatie hoog in het vaandel gedragen worden, hecht Telenet veel belang aan talent. En talent zit overal!



De kandidaat is koning

Bij Telenet willen we niet alleen de klant maar ook onze eigen medewerkers centraal stellen. Begin 2012 lanceerde Telenet het **'Candidate Centricity'**-project, waarbij in de verschillende sollicitatiefases de kandidaat centraal gezet wordt. We gaan bij elke stap van het sollicitatieproces tot de eerste dagen na de aanwerving na of we de kandidaat op de meest klantvriendelijke manier benaderen. De eerste resultaten van dit project worden verwacht in de zomer van 2012.

Als grote en dynamische groep heeft Telenet steeds een onafgebroken aanbod aan vacatures op alle niveau's van de onderneming. De grootste stimulans voor de werkgelegenheid van de groep bestond in 2011 uit de uitbouw van de regionale call centers en de groei van onze zakelijke divisie.

Uniek is dat Telenet voor de aanwerving van nieuw talent niet alleen gebruik maakt van de klassieke rekruteringskanalen maar ook een beroep doet op alternatieve bronnen, zoals het **Refer a Friend**-programma, rekruteren via **Facebook** of **one-day recruitment** events, waarbij de volledige selectieprocedure in één dag wordt doorlopen.

(<http://corporate.telenet.be/jobs>)

Het doel van Telenet is om mensen van alle achtergronden aan te trekken. Zo stellen we een veelzijdig team samen waarin alle competenties en talenten aanwezig zijn.

Een andere manier om vacatures in te vullen, bestaat uit het **interne rotatiesysteem**. In vergelijking met de vorige jaren kende deze interne doorstroom een sterke opgang. In 2011 werd een recordaantal vacatures intern ingevuld, met name 43% van het totaal aantal vacatures.



| | 2009 | 2010 | 2011 |
|----------------------------|------|------|------|
| Cijfers interne doorstroom | 30% | 34% | 43% |

**Michel,
30 jaar**



“We zitten hier met veel jonge mensen bij elkaar en er heerst een toffe sfeer. Als we willen, kunnen we op de middag fitnessen of een spelletje pool spelen in de ontspanningsruimte.”





'De leuze bij onze vacatures is al enkele jaren 'je kunt méér' en dit willen we dan ook waarmaken. Iedereen krijgt verantwoordelijkheid!'

Claudia Poels
Sr VP Human Resources

Het compass wijst de weg naar tevredenheid en welzijn

Telenet meet niet alleen de klanten- maar ook de medewerkerstevredenheid. Sinds 2011 wordt twee maal per jaar het **'employee compass'** afgenomen. In deze vragenlijst peilen we naar het algemeen welzijn van de Telenet-medewerker. Uit de resultaten bleek dat maar liefst 94% van de medewerkers trots is om bij Telenet te werken en dat 87% voldoende vertrouwen ervaart tussen de collega's. Deze nieuwe compass-meting sluit aan bij het **'coaching compass'**, sinds 2009 eveneens een tweejaarlijkse meting die focust op de algemene jobtevredenheid en de coachingkwaliteiten van de directe leidinggevendenden. Deze meting is dan ook de basis

voor leidinggevendenden om hun coachingvaardigheden verder te ontwikkelen. Uit de resultaten blijkt dat de medewerkers van Telenet over het algemeen tevreden zijn met hun functie. Op de vraag 'Ervaart u voldoende tevredenheid over uw job?' scoorde Telenet zowel in 2010 als in 2011, 71%.

Het coaching compass is sinds 2009 vijf keer georganiseerd. Voor de vijf clusters van vragen (aansturen van medewerkers, ontwikkelen van medewerkers, coaching vaardigheden, erkenning en klantgerichtheid) is er een opmerkelijke vooruitgang in de resultaten.

We werken er hard aan om ons verworven talent te stimuleren via diverse talentprogramma's

en opleidingen. We ontwikkelen en schaven onze opleidingsplannen en meetmethodes dan ook regelmatig bij. Telenet hecht bovendien veel belang aan training en directe coaching. We optimaliseren voortdurend ons opleidingsaanbod zodat de medewerkers een steeds betere en professionelere dienstverlening bieden.

De medewerkers stellen samen met hun manager een ontwikkelingsplan op waarbij ze kiezen uit een brede waaier van **opleidingen**. Eind 2011 waren er al meer dan 1.300 persoonlijke ontwikkelingsplannen geregistreerd, bijna een verdriedubbeling van het jaar daarvoor. Het is de bedoeling dat alle medewerkers op termijn over een dergelijk plan beschikken. Daarnaast bestaat ook het

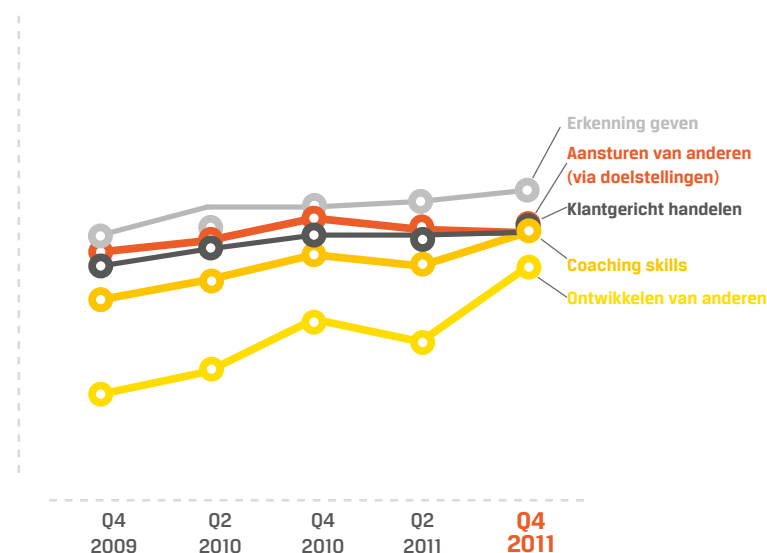


reguliere opleidingsprogramma van Telenet, wat een ruim aanbod aan interne en externe opleidingen omvat.

Het aanbod wordt regelmatig uitgebreid met sessies rond bijvoorbeeld mindfulness, people management skills, authentic leadership en business writing. Bovendien werd er gebruik gemaakt van alternatieve leervormen zoals bedrijftheater, rollenspelen en individuele coaching sessies.

Op 23 december 2011 viel de beslissing van de Vlaamse Regering om aan Telenet €1 miljoen strategische opleidingssteun toe te kennen. Zelf investeren we tot 2015 bijna €10,5 miljoen in opleidingsprojecten. De opleidingssteun werd toegekend op basis van een subsidiedossier dat in juli 2010 ingediend werd. Inhoudelijk steunt het dossier op een strategisch opleidingsplan dat drie doelstellingen bevat. Ten eerste zorgen we voor een decentralisatie en uitbreiding van de customer service afdeling met de oprichting van regionale contactcenters in Aalst, Sint-Truiden en

Employee compass



Herentals. Ten tweede vloeien uit de innovatie van het productassortiment via onder andere Digital Wave 2015 nieuwe (vooral technologische) opleidingsbehoeften voort. En tot slot zorgt de niet aflatende focus op Leap en duurzaam ondernemen voor nieuwe leiderschapstrainingen zoals 'authentiek leiderschap', die de duurzame ontwikkeling van Telenet ondersteunen.

Midyear gesprek en eindbeoordeling

Voor de opvolging van de dagelijkse prestaties worden ieder jaar twee belangrijke momenten vrijgemaakt. Enerzijds wordt er halverwege het jaar tijd gemaakt voor een reflectiemoment. Dit zogenaamde 'midyear gesprek' is in 2011 geëvolueerd

van een evaluatiemoment naar een ontwikkelingsgesprek, met aandacht voor het persoonlijke ontwikkelingsplan en een open gesprek over de potentiële interne mobiliteitsintentie. Anderzijds is er de **eindbeoordeling**, die dieper ingaat op de realisatie van de individuele objectieven over het gehele jaar. Het bonussysteem dat aan deze eindevaluatie is gekoppeld, wordt behalve door 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 klantentevredenheid nog extra in de verf zet.

(meer info op <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>)

Facts & Figures: Human Resources

314

In 2011 werden in totaal 314 nieuwe medewerkers aangeworven.

10,5 miljoen

We investeren tot 2015 bijna €10,5 miljoen in opleidingsprojecten.

2.050

Het globale personeelsbestand groeide aan tot 2.050 werknemers.

40%

van de bonus van de kaderleden is afhankelijk van de customer loyalty score.

4

In 2011 besteedde een medewerker gemiddeld vier dagen aan opleidingen.

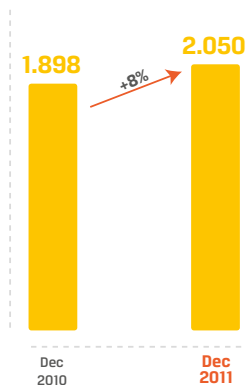
Employee compass

Resultaten uit het Employee compass toonden dat maar liefst 94% van de medewerkers trots is om bij Telenet te werken en dat 87% van de medewerkers voldoende vertrouwen ervaart tussen de collega's.

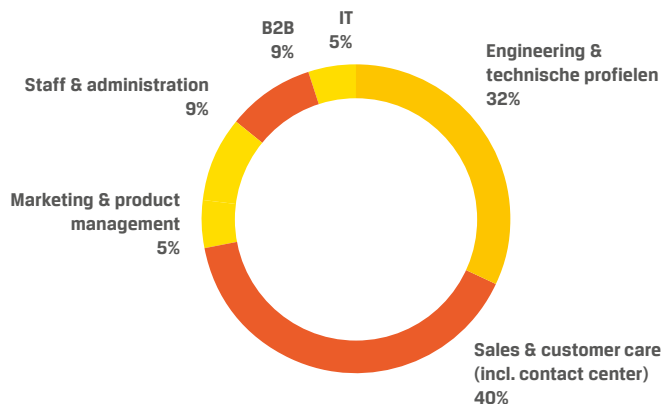
71%

71% van medewerkers vullen de driejaarlijkse welzijnsonquête in. De situatie is ten opzichte van 2008 op alle hoofdgebieden verbeterd of gelijk gebleven.

Aantal vaste medewerkers



Opsplitsing per competentiedomein



Evolutie personeelsbezetting

| Jaar | Personeelsleden |
|-------------|-----------------|
| 2007 | 1.687 |
| 2008 | 1.716 |
| 2009 | 1.817 |
| 2010 | 1.898 |
| 2011 | 2.050 |

Opsplitsing personeel per geslacht

| Groep | man | vrouw |
|-----------------|-------|-------|
| Totale groep | 64% | 36% |
| Leidinggevenden | 71,1% | 28,9% |

Gemiddelde leeftijd in jaren

| Leeftijd | man | vrouw |
|----------|-------|-------|
| algemeen | 37,64 | 35 |

De gemeenschap: alle jongeren op de digitale snelweg

De bijdrage van Telenet aan een duurzame maatschappij wordt versterkt door de Telenet Foundation. Als telecommunicatiebedrijf speelt Telenet een belangrijke rol in de ontwikkeling van de digitale samenleving.

Jaarlijkse projectoproep

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 kwetsbare 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 van non-profitorganisaties die de **digitale kloof** op duurzame wijze aanpakken. De werking van de Foundation is gekoppeld aan de 'connect'-pijler van de Leap-strategie.

De projecten lopen zowel in eigen land als in het buitenland, maar hebben allemaal tot doel om

vooral jongeren in de initiatieven van de Foundation te betrekken.

Sinds 2011 beheert en begeleidt de Koning Boudewijnstichting de externe projectoproep van de Telenet Foundation. Beide stichtingen vinden elkaar in de gezamenlijke doelstelling om op een duurzame manier bij te dragen tot meer rechtvaardigheid en respect voor diversiteit. Een greep uit de 12 externe laureaten van 2011, die samen €241.093 ontvingen voor hun project:



Vereniging voor spina bifida & hydrocephalus

Deze organisatie ijvert voor een betere integratie van personen met **spina bifida** in de maatschappij, met onder andere jongerenweken, familieweekends, studiedagen en de jaarlijkse zelfredzaamheidsweek voor kinderen van 6 tot 14. Digitale communicatie wordt steeds belangrijker in hun leven, maar ze hebben niet altijd de kans om ermee te leren omgaan. Daarom zal in 2012 een educatieve ICT-activiteit deel uitmaken van het programma.



Mario Sels

Imsir

Laureaat 2011 Imsir zal een laagdrempelig pc-lokaal bouwen en openstellen voor haar medewerkers met een mentale beperking, zodat zij vertrouwd raken met nieuwe media. Tijdens de werkuren kunnen de medewerkers een opleiding volgen, bv. een speciale training over veilig internetten voor mensen met kinderen. Het BUSO onderwijs zal het leslokaal gebruiken om, naast algemene pc-vaardigheden, werkvloergerelateerde pc-ondersteunde taken aan te leren aan de toekomstige medewerkers van de werkplaats.



Roger Lermينياux

Lejo - Gent

Jeugdwerkers van vzw **Lejo** en vrijwilligers van Jeugdwerknet krijgen vorming over het aanbieden van ICT-activiteiten aan maatschappelijk kwetsbare jongeren.

Dit project bouwt verder op het eerder gerealiseerde project Byte Me! van Jeugdwerknet, dat ook al gesteund werd door de Telenet Foundation: de getrainde vrijwilligers krijgen een vervolgtraject. De jongeren kunnen buiten de schooluren gebruikmaken van de infrastructuur en de begeleiding van Lejo. Vanaf 2011 kunnen ook Telenet-medewerkers overigens een projectaanvraag indienen voor sociale doelen waarin zij actief zijn. Drie projecten van medewerkers werden vorig jaar verkozen, zij ontvingen samen €29.000 voor de verdere uitwerking van hun project: 'Bonjour Afrique', 'ZitStil' en 'Vereniging voor spina bifida & hydrocephalus'.



Marieke Spittaels

ZitStil

De organisatie **ZitStil** werkt al ruim dertig jaar intensief rond ADHD en heeft zich ontwikkeld tot een kennis- en expertisecentrum. Het projectvoorstel is een gedeelte van een meerjarenproject onder de werktitel 'Serious gaming voor kinderen met ADHD'. Het pilootproject bij 100 kinderen onderzoekt of educatief gamen ervoor kan zorgen dat kinderen met ADHD hun minder of niet ontwikkelde vaardigheden oefenen.



Steven Van den Neucker

Bonjour Afrique

De vereniging **Bonjour Afrique** zamelt fondsen in voor schoolprojecten in Senegal.

De fondsen worden verworven via Velo Afrique: dat zijn 7 etappes, 11 dagen en 560km op de MTB door Senegal. Samen met Tom Meeusen, de peter van het project, namen 29 deelnemers van 2 tot 12 maart 2012 deze sportieve uitdaging op. Elk van deze avonturiers steunt Bonjour Afrique met hun deelname aan deze mountainbike tour. Het doel is dus niet alleen dat iedereen de eindstreep in Dakar haalt, maar dat voldoende fondsen verzameld worden voor een betere toekomst voor de kinderen uit Dakar. Momenteel wordt al een derde schooltje gebouwd. Daarnaast wil Bonjour Afrique in twee scholen een pc-klas installeren met gebruikte pc's van Telenet en een ICT-verantwoordelijke voor beide scholen aanstellen. Die pc-klassen komen niet alleen ten goede aan de leerlingen, maar ook aan de plaatselijke bewoners.



Jeroen Leen



'In de toekomst zou de Telenet Foundation gelijk moeten zijn aan iedere medewerker van Telenet. Dan hebben we geen 2, maar 2.000 mensen die zich dagelijks inzetten om de digitale kloof in de maatschappij te dichten.'

Marina De Moerlooze, gedelegeerd Bestuurder van de Telenet Foundation (rechts) en Ann Vangenechten, Communicatiemanager (links)

Maak tijd voor anderen!

Een tweede pijler van de Foundation is het interne personeelsprogramma 'Maak tijd voor anderen!'. Dit programma ging van start op 21 juni 2011 en biedt Telenet-medewerkers de kans om enerzijds onafhankelijk van de interne projectoproep, ondersteuning te vragen voor organisaties waarin zijzelf als vrijwilliger actief zijn of om anderzijds **vrijwilligerswerk** te doen als teambuildingactiviteit.

Elk jaar wil Telenet de bijdrage van zijn medewerkers vergroten, zowel in aantal personen, als in het totaal aantal uren. Het doel is om in 2015, 200 actief betrokken medewerkers in te zetten, die in totaal 3.000 uur besteden.

MyZone en andere projecten

Verder zoekt de Telenet Foundation, samen met de verschillende afdelingen binnen Telenet, naar structurele oplossingen om de werking van sociale projecten te ondersteunen. Zo voorziet de Foundation samen met Telenet for Business met het **My Zone**-project langdurig zieke kinderen in ziekenhuizen verspreid over heel Vlaanderen van laptops en internetverbinding. Jongeren die langere tijd in het ziekenhuis verblijven, kunnen dan via het internet contact houden met familie en vrienden.

Op 26 april 2011 lanceerde ambasadrice Yanina Wickmayer dit MyZone-project in het negende

deelnemende ziekenhuis in Menen. De Telenet Foundation verleent tot slot ook steun aan diverse projecten zoals **'Recup PC'**, een samenwerking met Digipolis Gent, OCMW Gent en Oikonde waarbij kansarme gezinnen 1 jaar lang gratis een computer en internet krijgen.

Onder de vleugels van moederbedrijf Liberty Global zet de Telenet Foundation zich mee in voor een veiliger digitale wereld via het **e-safety Label** en de deelname aan **Safer Internet Day**. De Foundation steunt samen met Telenet ook het **e-Safety Charter**, een initiatief van Child Focus. (meer info op <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability> en <http://www.telenetfoundation.be>)

Facts & Figures: Telenet Foundation

75%

75% van de projecten bestonden niet voor zij steun kregen van Telenet Foundation.

1.220

Sinds haar oprichting in 2006 kreeg de Foundation al bijna 1.220 projectaanvragen die werden ingediend naar aanleiding van de jaarlijkse projectoproep. Zo'n honderd projecten worden momenteel actief ondersteund in België met in totaal ongeveer €1,75 miljoen.

95%

95% van de projecten blijven actief nadat ze door Telenet Foundation werden gesteund.

65%

65% van de projecten kunnen nadien verder zonder steun van Telenet Foundation.

3.043

In 2011 hebben 115 medewerkers 3.043 uur bijgedragen aan de initiatieven van de Telenet Foundation. Elk jaar wil Telenet de bijdrage van zijn medewerkers vergroten. Zo staat het objectief voor 2015 op 200 actief betrokken medewerkers.



In 2011 vernieuwde de Telenet Foundation haar Raad van Bestuur (vlnr, vbno):

Erik Dralans
Voorzitter

Marina De Moerlooze
Gedelegeerd Bestuurder

Arthur Philips
Onafhankelijk Bestuurder

Ann Caluwaerts
Bestuurder

Inge Smidts
Bestuurder

Frank Donck
Bestuurder

Het klimaat: aandacht voor toekomstige generaties

Wanneer we bij Telenet spreken over 'duurzaamheid', kijken we voorbij de ecologische grenzen.

Duurzaamheid betekent voor ons een reeks initiatieven en acties die niet alleen het bedrijf, maar ook de maatschappij klaarstomen voor de toekomst.

Verankerd in de bedrijfs-cultuur

Duurzaamheid gaat verder dan CO₂-vermindering of het gebruik van groene energie: het is een manier van werken en omgaan met stakeholders die expliciet in de bedrijfscultuur verankerd zit.

Telenet wil ook inzicht krijgen in de meer indirecte impact van zijn activiteiten en werkt samen met leveranciers die het streven naar een groene aanpak delen.

In september ontving Telenet een zeer mooie erkenning voor zijn duurzaamheidsbeleid. Telenet werd opgenomen in zowel de **Dow Jones Sustainability Europe Index** als de **Dow Jones Sustainability World Index**, na amper een tweede deelname aan dit grootschalige onderzoek. Telenet is hiermee het enige Belgische bedrijf en de enige kabeloperator in deze gereputeerde indices.

In het duurzaamheidsonderzoek van 2011 behaalde Telenet een score van 75 punten (op een totaal van 100). Dit was 30 procentpunten beter dan het

sectorgemiddelde. Telenet realiseerde een evenwichtige score op alle drie de pijlers die door Sustainable Asset Management (SAM) werden geanalyseerd, meer bepaald economische, ecologische en sociale aspecten.

(meer info op <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability> - www.telenetfoundation.be)



Meer over duurzaamheid bij Telenet.

Telenet wil tegen 2015 klimaatneutraal zijn ten opzichte van de CO₂-uitstoot in 2007. Welke acties onderneemt Telenet om deze doelstelling waar te maken?

We blijven in de eerste plaats focussen op maatregelen die onze eigen CO₂-uitstoot verder verminderen. We schakelen waar dat kan ook over op alternatieve energie.

Ten derde beperken we zo veel mogelijk de CO₂-uitstoot van zowel het commercieel als het woon-werkverkeer. Intern promoten we diverse initiatieven voor een vermindering van het autogebruik zoals carpoolen, deelnemen aan Ik Kyoto, of Friday Bikeday.

We huren ook fietsen bij de sociale werkplaats 't Atelier voor de treinpendelaars. Zij kunnen nu het traject tussen

Er blijft uiteraard een kloof tussen deze actuele CO₂-prestaties en de doelstelling om klimaatneutraal te zijn. Wat doet Telenet om deze te dichten?

Bij wijze van compensatie gaan we over tot de aanplant van nieuwe bossen, in Vlaanderen zowel als in Ecuador. Bomen verminderen immers de CO₂ in de atmosfeer en dragen bij tot de strijd tegen de klimaatverandering. 2011 was trouwens het internationale jaar van het bos, want ontbossing is verantwoordelijk voor een vijfde van de wereldwijde CO₂-uitstoot.

In Vlaanderen plant Telenet een flink bos van maar liefst 5 hectare in Moerbeke Waas.

‘Zij kunnen nu het traject tussen het station van Mechelen en de kantoren van Telenet met de fiets afleggen.’

Sinds midden 2008 maakt Telenet al voor 100% gebruik van groene energie, Hostbasket sinds 1 januari 2010 en Belcomcompany sinds september 2010.

Op ons hoofdkantoor in Mechelen werden eerder al zonnepanelen geïnstalleerd. We promoten deze hernieuwbare energiebronnen ook bij onze stakeholders.

het station van Mechelen en de kantoren van Telenet met de fiets afleggen. En Telenet is één van de vier bedrijven in België die deelnemen aan een driejarig testprogramma van de Toyota Prius Plug-In, een hybride wagen die rijdt op elektriciteit.

Dit ter ondersteuning van de campagne 1 Miljoen Bomen van de Vereniging voor Bos in Vlaanderen. Daarenboven steunen we een project voor herbebossing in Ecuador. Het projectgebied aan weerszijden van de Rio Mira wil het bos herstellen dat daar sinds het midden van de eeuw voor een groot gedeelte is gekapt.



‘Telenet groeit jaar na jaar en wil dit doen op een milieuvriendelijke manier. De medewerkers spelen een cruciale rol in de ontwikkeling en uitvoering van groene initiatieven die de impact op het milieu beperken. Ze kijken kritisch naar de bedrijfsvoering en houden de vinger aan de pols om nieuwe ontwikkelingen en innovaties te lanceren waarmee Telenet, de klanten van Telenet en de samenleving groener kunnen kleuren.’

Jan Vorstermans
Chief Operating Officer Telenet

Naast deze algemene doelstellingen biedt het project tal van positieve effecten voor de lokale bevolking. De schrale en onbenutte graslanden worden immers niet alleen omgezet in een waardevolle habitat voor vogels en andere diersoorten, maar de bomen gaan ook erosie tegen, zorgen voor hout, schaduw, regenval, zuivere lucht en allerlei voedsel.

De bewoners krijgen kansen op lokale tewerkstelling, waardoor ze minder armoede lijden en niet worden gedwongen om het gebied te verlaten.

We werken hiervoor samen met de Vlaamse natuurorganisaties Vereniging voor Bos in Vlaanderen en Groenhart, en met lokale ngo's.

‘We werken hiervoor samen met de Vlaamse natuurorganisaties Vereniging voor Bos in Vlaanderen en Groenhart, en met lokale ngo's.’

Hoe waakt Telenet over het energie-verbruik van zijn klanten?

Telenet investeert continu in initiatieven om het energie-verbruik van zijn producten bij de klant zo laag mogelijk te houden. Zo werken we er steeds aan om de settopboxen energiezuiniger te maken. Er werd een speciale functie uitgerold voor de bestaande decoders zodat deze automatisch minder energie verbruiken.

De nieuwere settopboxen met harde schijf schakelen bovendien automatisch uit wanneer ze langere tijd in stand-by blijven. De meest recente settopboxen zijn inmiddels 20 keer energie-efficiënter dan de eerste generatie toestellen die ooit door Telenet op de markt werden gebracht.

Hoe verloopt het recyclageproces? Wat wordt er allemaal gerecycleerd?

Het hergebruik van onze settopboxen is in stijgende lijn. Bijna alle decoders en modems worden hergebruikt; de resterende exemplaren worden gerecycleerd door een erkende verwerker. Het doorgedreven hergebruik verminderde de hoeveelheid afval met 600 ton in 2011, in 2010 was dat nog 347 ton.

Het grootste deel van de ingeleverde modems en settopboxen gaan naar de beschermde werkplaats Imsir in Boom. In december werd deze structurele samenwerking onder de projectnaam 'Reverse Logistics with a social touch' bekroond met de publieksprijs van de Supply Chain Awards.

Ook de oude PC-toestellen krijgen een tweede leven via de Foundation. In het kader van het partnership met PC Solidarity, het Belgische luik van Close The Gap, schonk Telenet in 2011 150 kwaliteitsvolle, gebruikte pc's aan deze sociale instantie.



Bert De Somviele, directeur van de Vereniging voor Bos in Vlaanderen:

'We zijn blij met de steun van Telenet om dit initiatief op te starten. Het is ook een leuk gegeven dat Telenet juist in 2011, het Internationale Jaar van de Bossen, dit project opstartte. Het bedrijf vervult hiermee een pioniersrol, en we hopen natuurlijk dat nog heel wat bedrijven hun voorbeeld zullen volgen.'



Telenet genereert ook jaarlijks een aanzienlijke afvalstroom. Hoe zorgt het bedrijf ervoor dat dit allemaal op een gecontroleerde manier verwerkt wordt?

Voor Telenet zijn er twee afvalstromen belangrijk: de afvalstroom van Telenet zelf en de afvalstroom die bij de eindklant tot stand komt.

We betalen een bijdrage voor de correcte verwerking van een aantal afvalfracties. Per op de markt gebrachte settopbox, server of ander electr(on)isch apparaat betaalt Telenet een bijdrage aan Recupel.

Voor de batterijen die Telenet via de afstandsbedieningen en modems op de markt brengt, gaat er dan weer een bijdrage aan Bebat. En voor de verwerking van ons verpakkingsafval betalen we aan Fost Plus.

We streven er naar onze afvalstromen verder te reduceren. Naast beperking van het afval uit oude modems en settopboxen, willen we ook de hoeveelheid van de andere

afvalfracties terugdringen. Standaard worden afvalstromen zoals batterijen, elektriciteitspanelen, blusapparaten, koelmachines, transformatoren, bekabeling, koelvloeistoffen, diesel en smeerolie professioneel gerecycleerd of verwerkt.

Hoe zorgt Telenet voor een efficiënte afhandeling van zijn verpakking- en papierafval?

Telenet ontwikkelt al meerdere jaren tal van initiatieven om het interne papierverbruik te beperken. Sinds mei 2010 is Telenet voor intern gebruik overgeschakeld op FSC-papier, afkomstig uit duurzaam beheerde bossen. Daarmee is Telenet 100% FSC. Secure printing of badge printing zorgt ervoor dat mensen minder en dubbelzijdig printen. We hebben bovendien de ambitie om tegen 2020 al onze netwerkplannen voor 100% te digitaliseren, een investering van zo'n €5 miljoen. Vandaag worden jaarlijks nog steeds 200.000 netwerkplannen afgedrukt.

Door digitalisering zou dit aantal met 8.000 stuks per maand



teruggedrongen kunnen worden en naar de verschillende planaanvragers worden gemaïld in plaats van opgestuurd.

Meer recent zijn de doortastende inspanningen om ook stakeholders, zoals klanten en leveranciers, te betrekken in de rationalisering van het papierverbruik. Zo werd bij de nieuwe aanbesteding van drukwerk gekozen voor twee drukkers die rekening houden met de milieu-effecten van hun activiteiten, bijvoorbeeld bij de aankoop van nieuwe machines, het gebruik van groene stroom en de organisatie van efficiënter vervoer.

Het marketingdrukwerk en de PRIME-gids worden al sinds 2009 op FSC-papier gedrukt. Via doelcampagnes stimuleert Telenet de lezers overigens om het magazine elektronisch te ontvangen.

We sporen klanten er ook toe aan om over te stappen op e-billing. Eind 2009 ontving 14%, of 399.000 van de bijna 3 miljoen residentiële klanten een elektronische aanrekening, zowel rechtstreeks van Telenet als via Zoomit. Eind 2011 is dit aantal gestegen tot 36,6%, goed voor 631.000 klanten.

‘Eveneens via campagnes sporen we de klanten ertoe aan om over te stappen op e-billing, rechtstreeks via Telenet of via Zoomit.’

Facts & Figures: klimaat

13.591

In 2011 behaalde Telenet een CO₂ uitstoot van 13.591 ton CO₂eq. De totale CO₂-uitstoot daalde daarmee 46% in vergelijking met 2007.

20

De meest recente settopboxen zijn 20 keer energiezuiniger dan de eerste generatie toestellen die door Telenet op de markt werden gebracht.

28.860 MWh

Door de uitrol van een speciale functie die de settopboxen energiezuiniger maakt, bedraagt de totale besparing bij de klanten meer dan 28.860 MWh.

200 ton

Eind 2011 ontvingen 631.000 klanten hun aanrekening elektronisch. Hierdoor werd zo'n 200 ton papier bespaard.

-2%

In 2011 lag de gemiddelde CO₂ uitstoot voor de Telenet vloot op 138 g/km, een daling van ongeveer 2% ten opzichte van vorig jaar. De gemiddelde uitstoot van de auto's die in 2011 zijn aangeschaft, lag op 126 g/km.

200.000

In 2011 zijn er ongeveer 200.000 energiezuinige decoders van het meest recente type bijgekomen. Door de uitrol van deze nieuwe energiezuinige boxen werd 24.732 MWh bespaard.

1.000

Telenet plant elke dag 1000 bomen. Vanaf 2015 willen we door dit groene project jaarlijks gemiddeld 10.000 ton CO₂ besparen.

Sociaal tarief

Telenet voerde in de zomer van 2009 op vrijwillige basis een sociaal tarief in voor internet, net zoals het dat eerder al deed voor zijn andere diensten. Met deze maatregel wil Telenet ook de gezinnen met een laag inkomen toelaten om tegen een bescheiden maandelijkse bijdrage kennis te maken met breedbandinternet.

100%

Sinds midden 2008 maakt Telenet al voor 100% gebruik van groene energie, Hostbasket sinds 1 januari 2010 en BelCompany sinds september 2010. Deze gecertificeerde ALPEnergie van Electrabel is afkomstig van waterkrachtcentrales en dus voor 100% hernieuwbaar. Gebaseerd op een energieverbruik van zo'n 65 GWh per jaar in 2007 betekent dit een vermindering van 12.515 ton CO₂.

30%

Diverse maatregelen zoals secure printing of badge printing zorgen ervoor dat er jaarlijks substantieel minder wordt geprint. In 2011 werd maar liefst bijna 30% minder geprint dan vijf jaar geleden.

Aantal klanten met sociaal tarief

| | 2009 | 2010 | 2011 |
|----------|--------|--------|--------|
| Tv | 68.987 | 67.977 | 63.733 |
| Telefoon | 6.821 | 11.478 | 15.040 |
| Mobiel | 50 | 79 | 127 |
| Internet | 1.506 | 3.821 | 5.548 |

Onze beleidsmakers

Telenet hecht een groot belang aan zijn relaties met beleidsmakers, op alle niveaus. Om tot een duurzame uitwisseling van ideeën en kennis te komen, wordt er regelmatig overleg gepleegd met deze doelgroep. De dialoog met regelgevers en overheid heeft hoofdzakelijk betrekking op onderwerpen die voor het gehele vakgebied van belang zijn, zoals regelgeving en investeringsbeleid. Op basis van het debat met haar stakeholders brengt Telenet de belangrijkste issues in kaart. Deze worden geprioriseerd in functie

van strategie en het belang voor de stakeholders.

Met het oog op het stimuleren van deze open dialoog met de beleidsmaker produceerde Telenet een gids over investeren, innoveren, groeien, concurrentie, tewerkstelling, maatschappelijk engagement en mediapluralisme. De elektronische communicatiemarkt is belangrijk voor België en voor de Belgische economie. Dankzij jarenlang volgehouden investeringen en innovatie heeft Telenet zich kunnen positioneren

op deze markt. De uitdagingen blijven echter groot. Vandaar deze oproep naar beleidsmakers om een krachtig en visionair maar ook evenwichtig (tele-) communicatiebeleid te voeren dat innovatie en investeringen stimuleert. Telenet maakt geen gebruik van externe lobbyisten.

Onze Investeerders

In 2011 organiseerde Telenet:

- **11 roadshows**
- **19 conferenties** (met een toemennende focus op sector- en thematische conferenties)

- **375 vergaderingen** met beleggers waarvan 34% van deze vergaderingen met de 25 grootste aandeelhouders

en 44% met potentiële nieuwe aandeelhouders

- **Meer dan 100 telefonische vergaderingen** met beleggers

(meer info op <http://corporate.telenet.be/investors-relations>)



Onze leveranciers: een duurzame keuze

Telenet betreft de leveranciers actief in het streven naar duurzaam ondernemerschap. De uitgestippelde krachtlijnen van het duurzaam leveranciersbeleid, opgesteld in samenwerking met hoofdaandeelhouder Liberty Global, Inc. worden toegepast bij de top 500 van de naar schatting 3.500 leveranciers die Telenet telt.

Ook zij zijn groen

Elk jaar spendeert Telenet miljoenen euro's aan producten en diensten in opdracht van haar klanten. Telenet neemt

ethische, ecologische en sociale overwegingen mee in zijn aankoopbeslissingen. Immers, de ecologische impact van de producten en diensten die we verkrijgen via onze leveranciers is even belangrijk als die van onze eigen producten en diensten.

In 2011 maakt Telenet voor het eerst ook concreet werk van het meten van leverancierstevredenheid. We werkten daarvoor samen met MBA-studenten van de Universiteit Antwerpen.

De top 80 % leveranciers zijn ondervraagd op een aantal aandachtspunten, gaande van operationele tevredenheid, naar strategische samenwerking en langetermijnvisie. De resultaten van de studie waren positief.

Een brug tussen economie, milieu en mensen

Een partner die dit jaar in de kijker stond, was **BW Imsir**, de beschermde werkplaats in Boom. Telenet werkt al tien jaar samen met Imsir. Alle settopboxen en modems die klanten terugbrengen naar de Telenet-centers en die via onze technici terugkomen, belanden uiteindelijk hier.

De werknemers van Imsir testen of de toestellen nog functioneren. Ze poetsen ze op, geven ze een nieuwe cover en zorgen voor een nieuwe verpakking: zo worden de decoders en modems optimaal gerecycleerd. Sinds november is er een ISO 9001-certificaat dat de kwaliteit van het geleverde werk garandeert.

Door de samenwerking met BW Imsir kiest Telenet resoluut voor





‘We betrekken onze leveranciers actief in het streven naar duurzaam ondernemerschap. Bij de selectie van leveranciers krijgen aspecten als het zoeken naar transportoptimalisaties of groene initiatieven van de bedrijfsvoering een relatief groot gewicht.’

Renaat Berckmoes
Chief Financial Officer



een betrouwbare leverancier waarbij de maatschappelijke verantwoordelijkheid primeert. Deze samenwerking biedt immers verschillende voordelen. De kosten worden gereduceerd en de hoeveelheid afval wordt substantieel beperkt. Maar ook het sociale aspect is zeer belangrijk.

Door de samenwerking met de beschermde werkplaats geeft Telenet kansen aan mensen die elders in de maatschappij niet terecht kunnen.

Zo slaan we een brug tussen economie, milieu én mensen. In december werd deze structurele samenwerking tussen Telenet en Imsir bekroond met de publieksprijs van de **Supply Chain Awards**.

Telenet was het met project 'Reverse logistics with a social touch' finalist in de categorie 'Large companies', samen met onder andere Caterpillar, Nespresso en Delhaize.

(meer info op <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>)

15 jaar
Telenet



Op 23 september 2011 blies Telenet 15 kaarsjes uit.

In die vijftien jaar is er enorm veel veranderd. Onze klanten surfen tegen ongekende snelheden van 100Mbps. Ze kijken televisie op het toestel naar hun keuze. En via onze home- en hotspots checken ze gratis overal hun e-mails en Facebook. Vandaag zorgen **meer dan 2.000 vaste medewerkers** er dagelijks voor dat onze klanten genieten van innovatieve en vooruitstrevende producten. Maar de technologische innovaties die ontstaan bij Telenet zijn maar een kant van het verhaal. Het is immers bij de klant thuis dat onze producten en diensten tot leven komen.

Daar worden ze gebruikt, getest, gevoeld en beleefd. Deze interactie moedigen we al vijftien jaar lang aan. Op onze vijftiende verjaardag zetten we dan ook niet alleen even onszelf, maar ook onze klanten in de bloemetjes. Enkele Telenet-medewerkers trokken in hun vrije tijd de baan op om **100 van onze trouwste klanten over heel Vlaanderen persoonlijk te bedanken** en hen te verrassen met een speciale attentie. **Want als we jarig zijn, vieren jullie mee.**



Young professional. Is graag op de hoogte van het laatste nieuws en gaat 's ochtends nooit de deur uit zonder op zijn iPad de krant gelezen te hebben.

Stijn Avau, 24 jaar

“Ik heb duizend-en-een dingen te doen. Mijn werk kaapt het grootste deel van mijn dag weg. Snel zijn en overal op de hoogte blijven is dan ook nodig. Devices als smartphones of een iPad zorgen ervoor dat ik werk en vrije tijd optimaal kan combineren.”



40%

40% van alle
internetverkeer in 2011
was streaming

**snel
zijn**



15 jaar Telenet

1996

Op 23 september 1996 ondertekenen alle aandeelhouders (MediaOne, de Gimv, de intercommunales en een financieel consortium) de overeenkomst die de oprichting van **Telenet Holding nv** voltooit.

1997

Op 17 januari start Telenet met de bouw van zijn **kantoren** op de oude site van de kazerne aan de Liersesteenweg te Mechelen.

Telenet start in augustus met de commerciële lancering voor breedbandinternet via de kabel onder de merknaam **'Pandora'**.

1998

Telenet trekt met een grote gele tent door de Vlaamse gemeenten in het kader van de **'Telenet Thuis Tour'**. Dit evenement duidt de start van de verkoop van Telenet-producten aan in die bepaalde gemeenten.



2000

In 2000 wordt **gemiddeld 1 nieuwe werknemer per dag** aangenomen.

2001

Op 21 februari wordt **Callahan Associates** de nieuwe meerderheidsaandeelhouder.

Op 28 juni 2001 wordt **Duco Sickinghe** benoemd tot CEO van Telenet.

2002

Telenet neemt het **ICS (Informatie en Communicatie Signalen) -kabelnet van de gemengde intercommunales** over via bankkrediet. Hierdoor kan Telenet analoge televisie aanbieden en verschuift de grootste basisactiviteit van breedbandinternet en vaste telefonie naar kabeltelevisie.

In 2002 bracht Telenet de klantenzorg binnen het bedrijf samen in één geheel: het **Telenet Contact Center**.

In 2002 treedt ook Telenet Business voor de eerste keer naar buiten met een **eigen identiteit en logo**.

2003

In oktober 2003 start Telenet met een proefproject interactieve digitale televisie, kortweg **iDTV**, bij 300 gezinnen.



Telenet zet de eerste stap in het aanbieden van mobiel internet met de overname van het Vlaamse Sinfilo in oktober 2003. Door de overname wordt Telenet leidinggevend in de markt van **WiFi-hotspots**.

Dezelfde maand wordt ook **Codenet NV** overgenomen. Door de acquisitie verdubbelde de omvang van Telenet Business, qua klanten en qua omzet.

In november bereikt Telenet een akkoord over de overname van de betaaltelevisiezender **Canal+Vlaanderen**. Deze overname versterkt de fundamenteën van het interactieve digitale televisieproject.

In de kerstvakantie van 2003 wordt het eerste **Pctv-proefproject** opgestart. Hiermee bewijst Telenet dat televisie kijken via de computer mogelijk is.

2004

Op 25 oktober 2004 treedt Liberty Media International, later herdoopt in **Liberty Global**, toe tot het aandeelhouderschap van Telenet door Callahan gedeeltelijk uit te kopen.

In juli 2004 voltooit Telenet telefonie over het internetprotocol of **VoIP**.

Ook de ontwikkeling van het draadloos netwerk zet zich voort. Telenet internetklanten kunnen opteren voor een draadloos thuisnetwerk, **WiFi Home**.

2005

Op 3 september lanceert Telenet interactieve digitale televisie. Op één nacht werd het hele net van Telenet omgeschakeld van **analoog naar digitaal**.

Op 5 september zet de raad van bestuur van Telenet het licht op groen voor de beursgang van de onderneming. In oktober trekt Telenet naar de beurs van **Euronext**.

In september doopt Telenet zijn betaal-tv dienst (ex-CANAL+) om tot **PRIME**.



Telenet richt de **Telenet Foundation** op.

2006

In januari lanceert Telenet de **Digicorder**, die klanten de mogelijkheid geeft om programma's op te nemen (PVR) en live te pauzeren.

Op 14 februari kondigt Telenet zijn overeenkomst aan met Mobistar voor het oprichten van een nieuwe mobiele virtuele netwerkoperator. Telenet start zijn mobiele telefoniediensten in augustus 2006 onder de merknaam Telenet Mobile.

In november viert Telenet zijn tienjarig bestaan. Ondertussen telt het bedrijf **1.671 werknemers**.

Telenet neemt UPC Belgium over en kan daardoor zijn bereik uitbreiden tot de regio Brussel en in drie extra gemeenten in Vlaanderen.

2007

Begin december 2007 lanceert Telenet digitale televisie in **Hoge Definitie**.

In mei lanceert Telenet de Packs, productbundels met internet, telefonie en **interactieve digitale televisie** tegen een lagere kostprijs.

Telenet neemt **Hostbasket** over.

In november 2007 bereikt Telenet een principeakkoord met **Interkabel** (de zuivere intercommunales) voor de overdracht van hun tv-activiteiten.

Consumenten in de regio van de zuivere intercommunale kabeloperatoren krijgen toegang tot het volledig aanbod interactieve digitale televisie van Telenet, en tot de packs met internet, telefonie en televisie. De kabelinfrastructuur blijft wel eigendom van Interkabel.

2008

Telenet **verhoogt in 2008 de breedbandsnelheid** van al zijn producten en lanceert in augustus zijn nieuwe productbundels, de Shakes.

Om zijn dienstverlening nog te verbeteren, monitort Telenet proactief fora en blogs om te weten te komen wat klanten over het bedrijf vertellen. Om vragen te beantwoorden, te reageren op ideeën en om Telenet een 'stem' te geven, wordt de virtuele medewerkster **'Charlotte'** in het leven geroepen.

Telenet past zijn contract voor energielevering aan, zodat alle elektriciteit **100% groen** is.



2009

Telenet verlengt het strategisch partnership met Mobistar voor een periode van minimum drie jaar. De nieuwe samenwerking evolueert naar een **Full MVNO-overeenkomst (Mobile Virtual Network Operator)**.

In maart wordt het aandeel Telenet opgenomen in de **Bel 20-index**. Tegelijk gaat in Brussel de handel van start in opties op aandelen van de Telenet Group Holding nv.

Telenet neemt de winkels en de verkooppunten van **BelCompany** in België over.

Telenet voert op vrijwillige basis een **sociaal tarief** in voor internet, net zoals het dat eerder al deed voor zijn andere diensten.

Telenet lanceert **Walk & Talk**.

Telenet kondigt zijn programma **Digital Wave 2015** aan. De komende jaren zal de groep verder bouwen aan het meest performante netwerk, dat in de nabije toekomst nieuwe netwerktoepassingen moet mogelijk maken zoals hoogtechnologische video-toepassingen, 3D-televisie, medische ondersteuning van op afstand, etc.

2010

In februari lanceert Telenet Fibernet.

Telenet neemt **C-CURE** over, een internetbeveiligings-specialist uit Mechelen.

Telenet lanceert als eerste in Europa **Video-on-Demand** in 3D. De tv-theek bevat een zestal films en documentaires.

Telenet-klanten kunnen vanop afstand, via hun pc of smartphone, hun digicorder programmeren.

In december 2010 lanceert Telenet **Yelo**.



**Werken aan
de toekomst**



In de toekomst zullen almaar meer toestellen connecteren met het internet. We verwachten dat het huidige **dataverkeer zal verdrievoudigen tegen 2015**. Toegang tot breedbandinternet zal dan ook een basisbehoefte worden.

Voor de klant betekent dit concreet nog meer vrijheid om via het toestel naar keuze - desktop, laptop, smartphone of tablet, waar en wanneer ook toegang te hebben tot al zijn documenten, zijn favoriete websites en lievelingsprogramma's. Maar op lange termijn kijken we nog veel verder.

Beeldbellen, slimme meters die het energieverbruik bij de klant regelen, innovatieve oplossingen in ziekenhuizen of bij thuiszorg, elektrische wagens: we maken er allemaal werk van. **Want dit is uw toekomst.**



Managing Director en CFO Galaxy Studio's, samen met zijn broer Wilfried leidt hij een unieke 'one-stop shop' voor de muziek- en filmindustrie.

Guy Van Baelen, 46 jaar

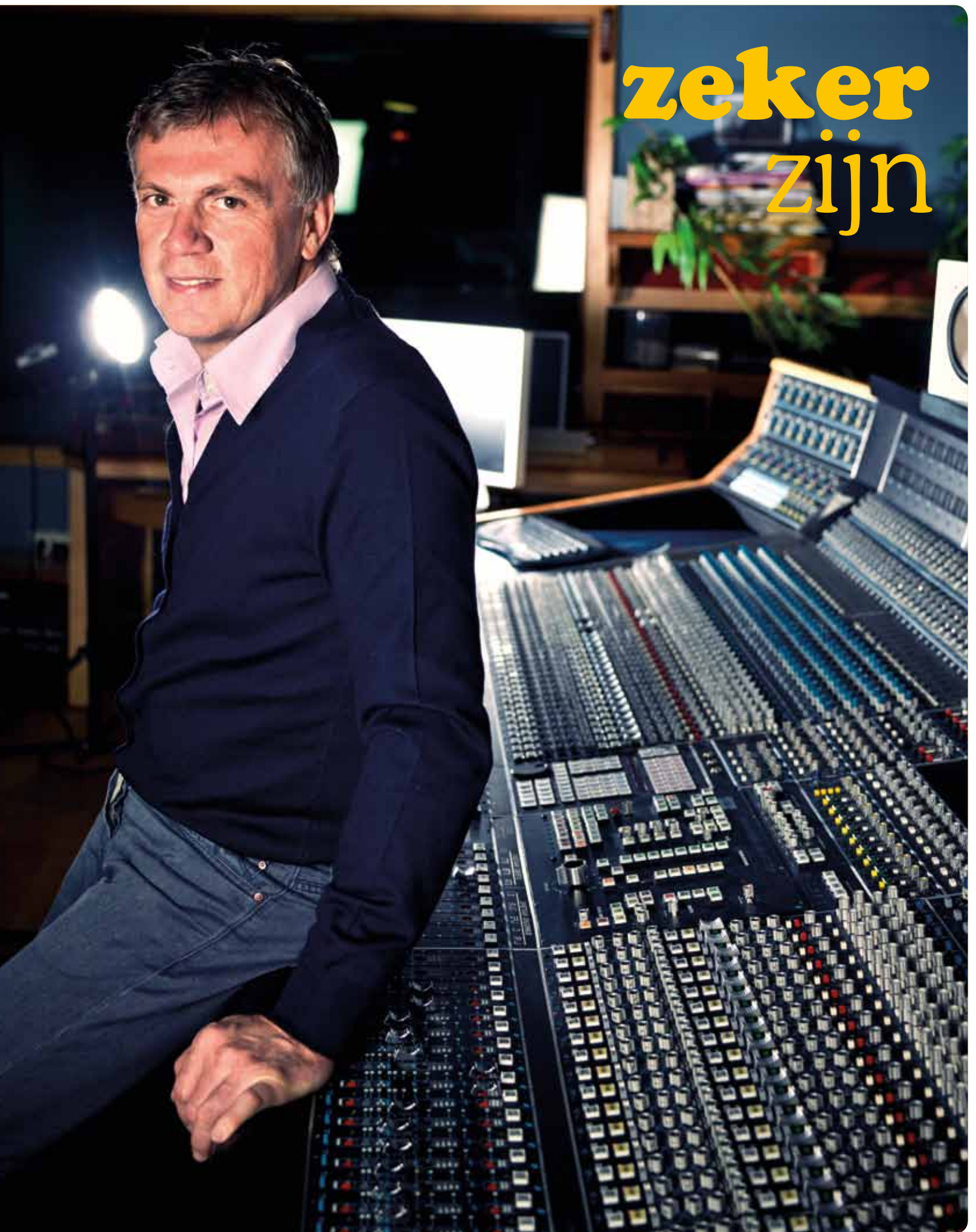
“De muzikwereld draait steeds op hogere toeren. Vele artiesten verplaatsen zich niet of nog weinig naar externe studio's. We hebben nood aan een betrouwbaar netwerk om data te versturen naar onze klanten.”



30 miljoen

Jaarlijks investeert Telenet 30 miljoen extra in zijn breedbandnetwerk om volledig up to date te zijn voor de nieuwste toepassingen.

zeker zijn



Investeren in het netwerk ...

Voor Telenet schuilt de toekomst in een hoge netwerkcapaciteit en de convergentie van vaste en mobiele telecommunicatie.

Digital Wave 2015

Om de onvermijdelijke en verregaande digitalisering van de maatschappij te faciliteren, heeft Telenet eerst en vooral besloten om met het ambitieuze investeringsprogramma Digital Wave 2015 zijn investeringen in de uitbouw van zijn netwerk te versnellen en de geplande aanpassingen te realiseren over een periode van vijf jaar, in plaats van de eerder vooropgestelde tien jaar. Deze **versnelde upgrade van het breedbandnetwerk** zal Vlaanderen één van de meest performante communicatienetwerken ter wereld bezorgen. Het netwerk zal volledig up-to-date zijn voor de nieuwste toepassingen, zoals

3D en mobiele televisie, digitale overheidsdiensten en medische diensten op afstand.

Om het Digital Wave 2015 programma te verwezenlijken, heeft de raad van bestuur van Telenet al in 2009 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 en 2011 werden al heel wat inspanningen geleverd om bovenstaande punten te verwezenlijken. In 2012 en de komende jaren zal deze modernisering onverminderd worden voortgezet. (meer info op p.34)

De modernisering van het netwerk 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 tegemoet te komen aan maatschappelijke noden

Belangrijk is 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. We willen ook zelf aangepaste oplossingen uitbouwen die de klant **meerwaardig opleveren in zijn dagelijks leven**. Het uiteindelijke doel van Digital Wave 2015 is immers niet het ultramodern netwerk op zich, maar de diverse innovatieve diensten die erop draaien en die tegemoet komen aan allerhande sociale noden.



Dat betekent niet dat Telenet voortdurend nieuwe technologieën ontwikkelt, wel dat we steeds kijken hoe we onze kennis optimaal kunnen inzetten samen met andere partners. De vijf grote inhoudelijke pijlers waarop Digital Wave steunt, zijn entertainment, energie, veiligheid, gezondheid en mobiliteit.

Entertainment

Telenet wil van het huis een rijkere, gedigitaliseerde omgeving maken. Concreet spreken we dan over televisie kijken op tablet of smartphone via Yelo. Maar even goed over **beeldbellen** met een optimale kwaliteit, of over gaming tegen een steeds hogere snelheid. In samenwerking met de KU Leuven startte Telenet een R&D-project dat de impact van **3D-televisiekijken** op de mens onderzoekt door middel van functionele beeldvorming.

Dit onderzoek moet Telenet in staat stellen om in samenwerking met zijn content-partners 3D diensten optimaal naar de kijker te brengen.

Energie

Ook op gebied van energie wil Telenet in de toekomst samen met diverse partners nieuwe applicaties ontwikkelen die het leven van de consument vergemakkelijken. Telenet participeert met initiatiefnemer Voka en de KU Leuven in het Vlaams platform Linear om het slimme netwerk of smart grid te testen. **Smart grids benutten optimaal de groene energie die gegenereerd wordt bij de klant thuis en zijn gebaseerd op tweerichtingsverkeer**. De beschikbare energie zal niet langer alleen van de elektriciteitscentrale naar de klant vloeien. De hernieuwbare energie gegenereerd bij de klant thuis door zonnepanelen, windkracht en warmtepompen, kan voor een gedeelte naar het netwerk terugvloeien. Slimme meters, een noodzakelijk onderdeel van smart grids, communiceren via het breedbandnetwerk van Telenet met de centrale computer van de elektriciteitscentrale over het verbruik van de klant. Bij een lage vraag naar energie valt de opbrengst van zelf-geproduceerde energie relatief laag uit.

Het is dan handig om deze stroom op dat moment niet aan het netwerk terug te geven maar zelf te verbruiken, bijvoorbeeld voor het opladen van de batterijen van de elektrische auto. Bij een hoge vraag is het dan weer beter om de groene energie te 'verkopen' aan het netwerk.

Het slimme netwerk zorgt er met andere woorden voor dat het energieverbruik via actieve vraagsturing afhangt van de beschikbaarheid van hernieuwbare energie enerzijds en de kostprijs

van elektriciteit anderzijds. Voor de klant betekent dit concreet dat hij in staat is om **groener en zuiniger** te leven. De smart grids zijn een essentieel onderdeel van de toekomstige groene economie.

Het Linear-programma test concreet de mogelijkheden van de smart grids. Tussen 2014 en 2018 zullen drie miljoen gebouwen in Vlaanderen uitgerust worden met een slimme elektriciteitsmeter. Telenet werkt samen met netwerkbeheerder Eandis aan een proefproject in de omgeving van

Mechelen, waarbij 3.000 huishoudens al eerder van slimme meters werden voorzien.

Veiligheid

Een derde maatschappelijk thema betreft veiligheid. We spreken dan niet alleen over beveiliging van data maar eveneens over het versterken van een algemeen veiligheidsgevoel, thuis en op straat. Er is een grote vraag om via netwerken op een eenvoudige manier de veiligheid op te krikken. Concreet betekent dit bijvoorbeeld samenwerking met veiligheids-



bedrijven om via **camera's** een welbepaalde omgeving te monitoren. Of het uitbouwen van **'panic buttons'** voor senioren, waarbij met een druk op de knop vooraf geprogrammeerde gegevens worden verzonden naar een willekeurig aantal vooraf ingestelde alarmnummers.

Gezondheid

Het gezondheidsaspect is een van de belangrijkste maatschappelijke prioriteiten naar de toekomst toe. In 2020 is de helft van de Belgische bevolking ouder dan 50 jaar. Met oog op deze vergrijzing zijn innovatieve oplossingen die senioren toelaten zo lang mogelijk **zelfstandig** te blijven onontbeerlijk. Door connectiviteit te leveren, kan

Telenet een link zijn tussen de verschillende spelers waaronder dokters, ziekenhuizen, patiënten, de overheid, etc.

Zo kunnen bejaarden via eenvoudige toepassingen hun bloeddruk, hartslag of gewicht correct meten en deze resultaten automatisch verzenden naar de arts of zorginstanties. Ook **beeldbellen** heeft hier een sterke toegevoegde waarde en kan een oplossing zijn voor de **isolatieproblematiek**. In de klinische wereld heeft Telenet in het AZ Sint-Blasius in Dendermonde een 500-tal bedside multimediamonitoren geplaatst. Patiënten kunnen via dit aanraakscherm, dat aan hun bed bevestigd is, digitale televisie

kijken of muziek van hun iPod spelen. Maar het ziekenhuispersoneel kan het eveneens gebruiken om patiëntengegevens op te slaan en weer op te roepen, de behandeling op te volgen, etc.

Mobiliteit

Mobiliteit blijft één van de sleutelwoorden van de Digital Wave. De beschikbaarheid en de convergentie van nieuwe en bestaande communicatiemiddelen zorgen voor een spectaculaire toename van het mobiele karakter van de telecom. **WiFi, 3G en de opvolger LTE** (Long Term Evolution, de vierde generatie van mobiele technologie) spelen een belangrijke rol, niet alleen met oog op vrijetijdsbesteding, maar ook als oplossing voor de mobiliteitsproblematiek. Door het uitbouwen van applicaties in de cloud en het stimuleren en optimaliseren van videoconferencing wordt bijvoorbeeld via performante WiFi- en 3G-netwerken Het Nieuwe Werken (cfr p.37) mogelijk gemaakt.

Een ander project betreft **Elektrische Voertuigen in Actie (EVA)**.

(meer info op p.37)



Bluecorner, Eandis en Telenet sloegen met dit EVA-project de handen in elkaar. Concreet wordt in het laadpunt voor elektrische wagens een Telenet-hotspot geïntegreerd. Zowel de laadpaal van Bluecorner, de slimme meter van Eandis als het elektrische voertuig communiceren met het internet.

Zo kan het laadproces vlot gebeuren én kan de bestuurder van de wagen zijn mails beantwoorden, Facebook checken of de krant online lezen tijdens het wachten. Een eerste prototype van een dergelijke Telenet-hotspot in een laadpaal werd tijdens de zomermaanden gerealiseerd in Blankenberge.

Ondertussen heeft de Vlaamse Regering formeel beslist om het EVA project te subsidiëren. In totaal zal Telenet dankzij EVA zo'n 70 hotspots uitrollen op strategische locaties over heel Vlaanderen. EVA draagt zo bij tot de ambitieuze uitrolplannen naar 2.000 Telenet-hotspots.

In het kader van duurzame innovatie nam Telenet in 2010 een eerste **elektrische auto** op in zijn wagenpark: een Toyota Prius waarvan de batterijen ook via het stopcontact opgeladen kunnen worden. Deze wagen maakt deel uit van een Europees onderzoeksproject van Toyota. Daarnaast richtte Telenet op zijn bezoekersparking ook zijn eerste

laadpunt in voor elektrische voertuigen. Bezoekers met elektrische voertuigen kunnen voortaan gratis hun batterijen opladen.

Call to action

Om de verdere digitalisering van Vlaanderen via deze Digital Wave 2015 te stimuleren rekent Telenet bovenal op een constructieve samenwerking met allerhande partijen die actief zijn in de **netwerkeconomie**: overheid, academische wereld, bedrijfsleven, omroepen, technologieaanbieders, ontwikkelaars en klanten.

Digital Wave is een 'call to action' naar Vlaamse acteurs om samen aan een sterke Vlaamse economie te bouwen. We kunnen de oplossingen immers niet allemaal zelf voorzien. Alle spelers moeten tot een constructief geheel komen waarin het idee van co-creation concreet gestalte krijgt.

Het B2B2C-principe komt hier boven, waarbij diverse bedrijven samenwerken om een innovatief eindproduct naar de klant te brengen.



Telenet neemt zijn rol en verantwoordelijkheid in deze evolutie alvast graag op. We zijn er ons van bewust dat alles wat we doen – al dan niet samen met onze leveranciers – een impact heeft op de wereld rondom ons. We onderzoeken voortdurend hoe we met ons breedbandnetwerk kunnen bijdragen tot slimme oplossingen die een positieve impact hebben op het milieu en de maatschappij.

Testen in de proeftuin

Alle bovenstaande projecten met betrekking tot de vijf pijlers van Digital Wave worden via diverse samenwerkingen en pilotprojecten uitgetest. Een van de grotere initiatieven is het Vlaams Proeftuin

Platform, een samenwerkingsverband tussen Alcatel-Lucent, Androme, Niko/Fifthplay, het Instituut voor Breedbandtechnologie en Telenet.

Via dit digitaal platform kunnen alle betrokken partijen hun ideeën uitwisselen, technologieën toetsen en nieuwe samenwerkingsvormen afspreken. Het **Vlaams Proeftuin Platform** legt zich momenteel toe op projecten in 3 domeinen: **Smart Cities** (ICT-oplossingen ter ondersteuning van de zelfredzaamheid van steden en hun burgers), **Smart Grids** (ICT-oplossingen ter ondersteuning van slimme energienetwerken, woningen en voertuigen) en

Smart Media (nieuwe media-ervaringen door toepassing van innovatieve technologie). In de proeftuin staan momenteel 2.000 families klaar om nieuwe technologieën uit te testen aan de hand van testinfrastructuur. Met deze initiatieven wil Telenet een concrete bijdrage leveren aan een innovatieve en groenere wereld.

(meer info op <http://vlaamsproeftuinplatform.be>)



Verantwoording

Manier van rapporteren

Het rapport biedt een uitgebreid overzicht van de duurzaamheidsprincipes en –doelstellingen die Telenet hanteert in zijn dagelijkse bedrijfsvoering. In dit jaarlijkse verslag schetst Telenet een overzicht van de huidige stand van zaken, de gerealiseerde inspanningen en de nieuwe initiatieven die ontwikkeld worden om de doelstellingen van het bedrijf inzake duurzaamheid waar te maken.

Scope

Dit geïntegreerde jaarverslag is een toelichting bij activiteiten en gegevens uit alle geledingen van het bedrijf Telenet over het gehele kalenderjaar 2011 en begin 2012. Wanneer in het verslag gesproken wordt over Telenet, we, wij, de onderneming, de vennootschap, de groep of het bedrijf wordt daarmee Telenet Group Holding NV bedoeld, inclusief zijn werkmaatschappijen en binnen de context van de Belgische markt engagement.

Engagement

Met dit document wil Telenet waarheidsgetrouw verslag uitbrengen over de socio-economische, ethische en milieuprestaties die voor het bedrijf het meest relevant zijn. Telenet streeft ernaar om zich inzake duurzaamheidsmanagement te houden aan de algemeen geldende principes van inclusiviteit, materialiteit en responsiviteit. Mits relevant heeft Telenet data laten verifiëren door een onafhankelijke auditor.

Selection of GRI indicators for communicating progress

Human Rights

- HR2** Percentage of significant suppliers, contractors, and other business partners that have undergone human rights screening, and actions taken; *Not available*
- HR10** Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments; *Not available*
- HR11** Number of grievances related to human rights filed, addressed and resolved through formal grievance mechanisms; *Not available*

Labour

- LA4** Percentage of employees covered by collective bargaining agreement; <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- HR4** Total number of incidents of discrimination and corrective actions taken; <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- HR5** Operations and significant suppliers identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be violated or at significant risk, and actions taken to support these rights; <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- HR6** Operations and significant suppliers identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labor; *Not available*
- HR7** Operations and significant suppliers identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor; *Not available*

Environment

Indicators on uses of materials and energy

- EN1** Materials used by weight or volume; *Not available*
- EN3** Direct energy consumption by primary energy source; <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- EN8** Total water withdrawal by source; *Not material*

Indicators on emissions, effluents, and waste

- EN16** Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight; *p88*, <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- EN19** Emissions of ozone-depleting substances by weight; *Not available*
- EN20** NO, SO, and other significant air emissions by type and weight; *Not available*

Indicators on the company's initiatives to promote greater environmental responsibility

- EN2** Percentage of materials used that are recycled input materials; *Not available*
- EN5** Energy saved due to conservation and efficiency improvements; *p 84, p85, p88*, <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- EN10** Percentage and total volume of water recycled and reused; *Not material*
- EN13** Habitats protected or restored; *p 84, p85, p86, p 88*, <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- EN18** Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved; *p 84, p88*, <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- EN27** Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category; <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>

Indicators on the development and diffusion of environmentally friendly technologies

- EN6** Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives; *p 84, p 85, p 88*, <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- EN26** Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation.; *p 84, p 85, p 88*, <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>

Anti-Corruption

- S02** Percentage and total number of business units analyzed for risks related to corruption; *Not available*
- S04** Actions taken in response to incidents of corruption; <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>
- S03** Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures; <http://corporate.telenet.be/corporate-sustainability>

Algemene informatie

Isabelle Geeraerts
+32 15 335 548
Isabelle.Geeraerts@staff.telenet.be

Financiële informatie

Rob Goyens
+32 15 333 054
rob.goyens@staff.telenet.be

CSR informatie

Jan De Grave
+32 15 333 465
jan.de.grave@staff.telenet.be

Jaarverslag

Dit jaar is ook beschikbaar in Frans en Engels.

Internet

Dit verslag kan gedownload & bekeken worden via de website: <http://jaarverslag2011.telenet.be>.

Redactie

Isabelle Geeraerts

Fotografie & beeld

Jelle Vermeersch, Koen Hooftman, The Rawbrains (fotoclub Telenet), en anderen

Concept & productie

Comfi (www.comfi.be)

Verantwoordelijke uitgever

Duco Sickinghe



Corporate Communications

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

Verantwoordelijke uitgever

Telenet, Duco Sickinghe
Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen