

**Werken  
aan je  
toekomst**



**Jaarverslag 2012**



**telenet**



# Inhoudstafel

## De groep



- 4 Kerncijfers
- 6 Voorwoord
- 14 Highlights
- 16 Bedrijfsprofiel
- 18 Missie
- 19 Strategie

## De klant



- 28 Bereikbaarheid
- 36 Transparante communicatie
- 42 Privacy & veiligheid

## Markt en activiteiten



- 50 Telefonie
- 56 Televisie
- 66 Internet
- 72 Netwerk
- 76 Toekomst
- 80 Telenet for Business

## Een duurzame wereld



- 88 Onze mensen
- 96 Telenet Foundation
- 102 Klimaat en milieu
- 112 Onze partners

## Kerncijfers



## Voorwoord



## Highlights



**De groep**

## Bedrijfsprofiel



## Missie



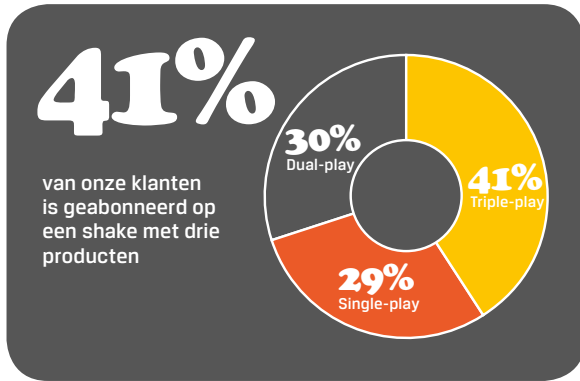
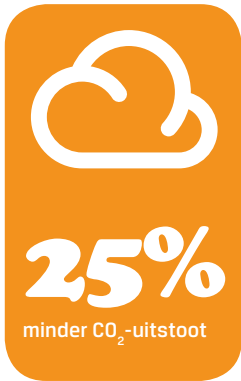
## Strategie



“2012 was opnieuw een boeiend jaar voor Telenet.”

# Kerncijfers 2012





# Voorwoord van de voorzitter en de CEO

## **Beste klant, beste aandeelhouder, beste partner,**

2012 was opnieuw een boeiend jaar voor Telenet. Toonaangevende en innovatieve producten aanbieden met een zeer klantgerichte focus, was ook in 2012 de doelstelling van iedere medewerker. Dankzij deze aanpak, realiseerden we een duurzame operationele en financiële groei.

Breedbandinternet, vaste en mobiele telefonie en digitale televisie behoren ondertussen tot onze dagelijkse levensstijl. Onze diensten behoren tot de dagelijkse basis behoeften. We zijn ons bewust van de belangrijke maatschappelijke rol die Telenet draagt. Duurzaamheid wordt in al zijn facetten hoog in het vaandel gedragen. Onze supersnelle breedbandverbindingen voor particulieren en bedrijven helpen we mee om de digitale economie te laten groeien. Het toegankelijk digitaal tv-platform van Telenet brengt content vanuit Vlaanderen en elke hoek van de wereld naar eender welk scherm thuis. We houden rekening met diegenen voor wie de digitale wereld minder toegankelijk is. Onze sociale tarieven bestaan voor al onze producten en de Telenet Foundation biedt structurele steun aan maatschappelijke projecten die de digitale kloof proberen te dichten. Sinds haar oprichting in 2006 heeft de Foundation al meer dan 100 projecten ondersteund. We blijven belangrijke initiatieven zoals de 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.

Dat ons duurzaamheidsprogramma vruchten afwerpt, werd bevestigd in september 2012 toen Telenet voor de tweede maal opgenomen werd in zowel de Dow Jones Sustainability Europe Index als de Dow Jones Sustainability World Index. Verder werd Telenet bekroond als 'Best-in-Class' voor de wereldwijde mediasector.

Ons doel is onze klanten de beste en meest betrouwbare technologie aan te bieden zodat ze zowel thuis als onderweg van hun digitale levensstijl kunnen genieten. We realiseren dit door hen innovatieve vaste en mobiele producten aan te bieden. Door de convergentietrend neemt de digitale consumptie steeds toe. De evolutie om tv te kijken op zowel vaste als mobiele schermen is goed ingezet. De kijker bepaalt voortaan zelf wanneer, naar wat en waar hij wil kijken – een idee waar we al sinds 2005 met de lancering van digitale TV achter staan. Met de Yelo-app pionierden we in 2010 door tv voor het eerst naar de tablet te brengen. Dit jaar brengen we de hele tv-ervaring nog een stap verder. Met YeloTV zullen klanten kunnen genieten van een volledig vernieuwde gebruikersinterface op het grote scherm, de laptop, smartphone en tablet. Daarnaast zorgen we ook voor een naadloze media-integratie met andere digitale apparaten. Ook bij deze realisatie stond duurzaamheid centraal: YeloTV is compatibel met de nieuwste generatie van onze settopboxen, die reeds door meer dan 50% van onze digitale-tv-abonnees worden gebruikt.





Al deze innovatieve diensten blijven slechts mogelijk dankzij onze bakermat: het netwerk. We zullen blijven investeren in ons hybride netwerk van glasvezel en coaxiale kabel om, met het beste netwerk, de voorkeur te genieten van de consument in Vlaanderen en Brussel. Vandaag kunnen we onze klanten downloadsnelheden tot 120 Mbps aanbieden. Daarmee bevestigen we onze status als snelste aanbieder van breedband internetdiensten in ons afzetgebied. Ons optisch netwerk, dat bestaat uit glasvezel, zullen we dichterbij de huizen brengen. Vandaag zijn gemiddeld 740 huizen verbonden per optisch knooppunt, in vergelijking met 1.400 huizen in 2010, en tegen 2015 zal het gemiddelde verder gedaald zijn tot 500. Tegen 2015 zullen we de beschikbare bandbreedte per gezin hebben verdrievoudigd. We gaan immers uit van een forse toenemende vraag naar snellere breedbandverbindingen, hogere datavolumes en de opkomst van andere digitale toestellen. Tegen 2020 verwacht men immers dat er 6 toestellen per individu verbonden zullen zijn met het internet.

We zijn vol vertrouwen dat de combinatie van een optimalisatie van onze netwerkbandbreedte en de invoering van EuroDOCSIS 3.1 er voor zal zorgen dat de kabelsector nog steeds het best geplaatst blijft om op middellange en op lange termijn supersnel breedband internet aan te bieden. We zullen nauwgezet onze bedrijfsinvesteringen opvolgen en ervoor zorgen dat deze investeringen de opbrengsten incrementeel doen stijgen.

2012 zal herinnerd worden als het jaar waarin mobiel een belangrijk onderdeel van onze langetermijnstrategie werd. Het is onze ambitie om onze klanten overal op een eenvoudige, geïntegreerde en aantrekkelijke manier toegang te geven tot hun mobiele toepassingen. Onze nieuwe positionering in de markt voor mobiele telefonie en de lancering van onze eenvoudige en transparante tariefplannen KING & KONG hebben een geheel nieuwe dynamiek gebracht in de markt voor mobiele telefonie. Het werd al snel duidelijk dat klanten onze competitieve tariefplannen op prijs stelden. We slaagden er immers in om meer mobiele abonnees toe te voegen in 2012 dan over de volledige periode tussen 2011 en 2006, het jaar waarin we met mobiel zijn gestart.

Mobiliteit betekent meer dan enkel een mobiel abonnement. Dankzij onze unieke positie in de markt streven we ernaar onze klanten supersnelle datatoegang aan te bieden, op welke locatie dan ook. Zo kan men gebruik maken van de meer dan 710.000 WiFi homespots en 1.200 publieke hotspots in Vlaanderen en Brussel om te surfen, e-mails te checken, video's te downloaden of zijn Facebook-status aan te passen. We zien daarnaast mooie groeiopportuniteiten voor de toekomst in mobiel, versterkt doordat er in de toekomst meer draadloze apparaten met het internet verbonden zullen zijn.

Intern hechten we eveneens veel aandacht aan duurzaamheid. We zorgen er steeds voor dat onze medewerkers alle opportuniteiten krijgen. Zij zijn



We zullen blijven investeren in ons netwerk.



immers onze grootste troeven. In 2012 werden 266 nieuwe medewerkers aangeworven en stelden we meer dan 2.000 mensen direct te werk. Bijna de helft van onze vacatures wordt intern ingevuld, en via diverse talentprogramma's en opleidingen werken we er hard aan om ons verworven talent te blijven stimuleren. De komende jaren zullen we stevig verder bouwen aan zowel klanten- als medewerkerstevredenheid.

Met z'n allen hebben we onze verhoogde doelstellingen voor 2012 behaald. Onze bedrijfsopbrengsten stegen in 2012 met 8% tot €1.489 miljoen. Onze Adjusted EBITDA steeg met 8% in 2012 tot €778 miljoen, wat overeenstemde met een marge van 52,2%. We investeerden ongeveer 24% van onze bedrijfsopbrengsten, waarvan het merendeel schaalbaar en direct gerelateerd was aan de groei van onze activiteiten. Deze groei was het gevolg van een sterke klantgroei en aanhoudende investeringen om onze glasvezel dichter bij onze klanten te brengen. Zoals verwacht bleef onze vrije kasstroom ondanks hogere interestkosten stabiel ten opzichte van het voorgaande jaar op €241 miljoen.

We blijven vastberaden om een stevige groei van onze activiteiten te realiseren in 2013 en in de

toekomst. Onze klantgerichte positionering zal ons toelaten om innovatieve en concurrerende producten aan te bieden, die de basis zullen leggen voor toekomstige groei.

Klanten die vandaag op één product geabonneerd zijn maken steeds vaker de overstap naar onze voordelige bundels en nemen er een mobiel abonnement bovenop. Onze bewezen langetermijnstrategie rond "multiple-play" overtuigt steeds meer klanten om meerdere diensten af te nemen. Voor het volledige jaar 2012 leidde dit tot een nettogroei van het aantal triple-playklanten met 77.300. De gemiddelde opbrengst per klantenrelatie steeg in 2012 met 9% j-o-j tot €45,9, uitgezonderd de opbrengsten uit mobiele telefonie.

Ook verwachten wij dat het merendeel van de resterende analoge televisieabonnees op termijn zal overschakelen naar ons veel uitgebreider digitaal platform. Daarnaast blijven we uitgaan van een verdere groei van de breedbandinternetpenetratie in Vlaanderen en Brussel. We verwachten dus bijkomende klanten aan te trekken door een combinatie van toonaangevende producten en klantenbeleving.

Onze succesvolle herpositionering in de markt voor mobiele telefonie zal in toenemende mate bijdragen



Ons doel is onze klanten de beste en meest betrouwbare technologie aan te bieden.

aan de groei van onze bedrijfsopbrengsten. Klanten waarderen onze eenvoudige, transparante en concurrerende tariefplannen voor mobiele telefonie, wat ons de mogelijkheid geeft om mobiele diensten door te verkopen aan onze aanzienlijke klantenbasis. Eind 2012 was slechts 11% van onze klanten eveneens geabonneerd op onze mobiele tariefplannen, wat meteen de aanzienlijke groeiopportunity aangeeft.

We blijven tevens enthousiast over onze groeiopportunity in de zakelijke markt. Onze bedrijfsdiensten richten zich voornamelijk op de segmenten en diensten waarvoor we, ondanks de hevige concurrentie in zowel 2013 als daarna, een hoger marktaandeel verwachten. Telenet for Business wil daarbij voortborduren op de investeringen van de voorgaande jaren en de markt benaderen met een geïntegreerde waaier van toonaangevende diensten en oplossingen op het vlak van connectiviteit, beveiliging en hosting met een sterke focus op onze coaxproducten.

In 2013 wensen we verder uit te blinken in de dienstverlening aan klanten en in klantentrouw. We zullen onze processen en platformen blijven optimaliseren en onze klanten centraal stellen.

Tot slot willen we ook nog Friso Van Oranje danken voor zijn talrijke bijdragen als onafhankelijk bestuurder. Friso heeft Telenet meer dan acht jaar gesteund met zijn kennis en overtuigingskracht. Hij staat bij ons bekend als een bescheiden, bedachtzame, intelligente en humorvolle collega. Wij wensen ook nu zijn familie veel sterkte in deze tijd.

**Duco Sickinghe,**

Gedelegeerd bestuurder

**Frank Donck,**

Voorzitter

Op 28 juni 2001 werd Duco Sickinghe benoemd tot CEO van Telenet. Onder zijn leiding groeide Telenet sterk. De strategie bleef onveranderd: het kruispunt vormen tussen televisie, internet en telefonie, met een onafgebroken focus op grotere klantentevredenheid en betere klantenbeleving.

# 12 jaar: een terugblik



## 2006

Telenet kan via een **Light MVNO (Mobile Virtual Network Operator)**-overeenkomst met Mobistar van start gaan met mobiele telefoniediensten onder de merknaam Telenet Mobile.

Als verantwoordelijke sociale partner wil Telenet helpen om de digitale kloof zowel in België als in het buitenland te verkleinen. Om deze doelstelling te structureren, richt Telenet de **Telenet Foundation** op.

In september viert Telenet zijn **tienjarig bestaan**. Ondertussen telt het bedrijf 1671 werknemers. Eerder dit jaar gingen werken van start om het Telenet-kantoor te Mechelen nogmaals uit te breiden.

## 2002

Telenet neemt het **kabeltelevisienet** over van de gemengde intercommunales

Met de oprichting van het **Telenet Contact Center** bundelt Telenet alle klantendiensten. Later dat jaar biedt het bedrijf als eerste do-it-yourself-installatie aan.

In 2002 leidde Duco Sickinghe Telenet door het oog van de naald. Hij zorgde ervoor dat het bedrijf vijf jaar na de opstart stevig op de kaart werd gezet.

## 2004

Telenet werkt verder aan de uitbouw van zijn Next Generation Network. Het nieuwe **ExpressNet**, gebaseerd op EuroDOCSIS 2.0, brengt internet, telefonie en televisie van hoge kwaliteit in de woonkamer en op het werk.

Telenet brengt als eerste een telefonieabonnement met een vaste prijs op de markt, **FreePhone**.

## 2001

Duco Sickinghe wordt CEO van Telenet

## 2003

De overname van het Vlaamse Sinfilo is een eerste stap in het aanbieden van publieke **wifi-hotspots**.

Telenet neemt de betaaltelevisiezender **Canal+Vlaanderen** over, later omgedoopt tot PRIME.

Telenet heeft met Suez een akkoord bereikt over de overname van **Codenet**. Het dienstenaanbod van Codenet moet dat van Telenet Business aanvullen. Door de acquisitie zal het businessaanbod van Telenet beschikbaar zijn in heel België.

## 2005

Telenet lanceert **interactieve digitale televisie**.

In oktober trekt Telenet **naar de beurs**.

**TELENET GAAT NAAR DE BEURS. VROEGE INTEKENPERIODE LOOPT VAN 25 TOT EN MET 30 SEPTEMBER 2005.**

**Invester mee in de digitale toekomst.**

Telenet gaat naar de beurs. Invester in de technologie en de ervaring van een team dat voortdurend is een voorloper te blijven spelen in de toekomst van internet, televisie en digitale televisie. De inschrijvingsperiode loopt van 25 september tot en met 7 oktober 2005. Beschouwen van een voorlopige afsluiting. Alle aanvragen die ten laatste op 30 september 15 uur worden ingediend, genieten van een bevoorrecht voorrecht op grond van een overeenkomst. Meer informatie vindt u op [www.telenet.be/belegging](http://www.telenet.be/belegging).

**telenet**



### 2008

Telenet neemt de kabelactiviteiten van **Interkabel**, de zuivere intercommunales, over. Door deze overname bereikt Telenet heel Vlaanderen en een deel van Brussel met de traditionele kabel.

### 2010

In februari lanceert Telenet **Fibernet**, een nieuwe generatie internet die snelheden tot 100 Mbps mogelijk maakt.

Telenet begint als eerste operator in België met tests om de nieuwe mogelijkheden van **4G** te bestuderen en te evalueren.

In december 2010 lanceert Telenet de **Yelo-applicatie**.

### 2012

In juli schudt Telenet met de lancering van **KING & KONG** de Belgische mobiele telecommarkt wakker.

Telenet werd voor de eerste keer bekroond als 'Best-in-Class' voor de wereldwijde mediasector in de Dow Jones Sustainability Index

**Duco Sickinghe wordt in januari verkozen tot Manager van het Jaar 2011. "Zijn 10 jaar aan het hoofd van Telenet werden steevast gekenmerkt door sterke innovatie en groei", motiveerde de jury.**

### 2007

Begin december lanceert Telenet **HDTV**, digitale televisie in hoge definitie

Telenet neemt Hostbasket over, de leidinggevende hosting provider voor de KMO-markt in België.

### 2009

Telenet zet de volgende stap in zijn mobiele activiteiten en evolueert naar een **Full MVNO**.

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

### 2011

**Duco Sickinghe staat 10 jaar aan het roer van Telenet. In juni werd hij door Thomson Reuters Extel uitgeroepen tot de beste CEO van beursgenoteerd België**

Telenet haalt na een biedprocedure een aantal exclusieve betaaltelevisierechten van de **Belgische voetbalcompetitie** voor de komende drie seizoenen binnen.

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.

### 2013

Telenet lanceert **Yelo TV**: de nieuwe tv-ervaring waarbij de klant zijn favoriete programma's, live of opgenomen, op elk scherm in huis kan bekijken.



## Woord van dank



Op 5 maart kondigde de raad van bestuur van Telenet aan dat Duco Sickinghe zijn functie als CEO en bestuurder zal neerleggen. Duco stond maar liefst bijna 12 jaar aan het roer van dit toonaangevende bedrijf. Dankzij zijn gedrevenheid, operationele en organisatorische vaardigheden, strategische visie en buitengewoon leiderschap is Telenet de afgelopen jaren geëvolueerd tot één van de snelst groeiende Europese kabelbedrijven. Door klantenervaring en innovatie steeds centraal te stellen en de nadruk te leggen op een cultuur van ondernemerschap, heeft het hele Telenet-team systematisch solide en duurzame resultaten neergezet.

Onder Duco's leiding heeft Telenet een voortrekkersrol gespeeld in de uitbouw van de informatiesnelweg in Vlaanderen die iedereen dichterbij elkaar brengt en voor de ontsluiting van Vlaanderen naar de wereld toe zorgt. De investeringen van Telenet waren cruciaal voor de uitbouw van een moderne telecominfrastructuur en de hoge breedbandpenetratie in onze regio.

Telenet draagt innovatie hoog in het vaandel. Duco en zijn team waren de drijvende kracht achter ExpressNet, een supersnelle internetervaring dat ook vandaag in Vlaanderen met zijn opvolger FiberNet de referentie is. In 2005 zag digitale TV het licht in Vlaanderen. Het platform werd van meet af aan zeer gebruiksvriendelijk, toegankelijk en volledig interactief. Telenet was ook de eerste kabeloperator die

geloofde in de toekomst van mobiel. In 2006 werd de eerste MVNO overeenkomst afgesloten, wat de basis vormde voor het gigantische succes dat vandaag met King & Kong wordt gerealiseerd. In 2010 speelde Telenet nog maar eens een pioniersrol met de lancering van Yelo, een applicatie waarmee live TV kon worden gekeken op tablet of smartphone.

Duco heeft het denken vanuit en voor de klant onderdeel gemaakt van het DNA van Telenet. Hij introduceerde de Customer Loyalty Score waarbij de klantentevredenheid maandelijks onafhankelijk werd onderzocht en bekeken op verbeteringen. De bonussen van de top 150 managers worden hieraan gekoppeld. Voor Duco moet een CEO ten allen tijde bereikbaar zijn voor zijn klanten.

Telenet heeft ook fors ingezet op duurzaamheid en de maatschappelijke rol die ze wil spelen. Als verantwoordelijke sociale partner heeft Telenet geholpen om de digitale kloof te verkleinen. Om deze doelstelling te structureren werd de Telenet Foundation opgericht, een stichting waaraan Duco vele jaren een groot deel van zijn bonus heeft geschonken. In september 2011 werd Telenet opgenomen in zowel de Dow Jones Sustainability Europe als World Index. Telenet was hiermee het enige Belgische bedrijf en de enige kabeloperator in deze gereputeerde indices.

Als voorzitter maar ook namens de raad van bestuur en de medewerkers, namens de aandeelhouders



*"Duco Sickinghe bijna ex CEO #telenet ziet door breedband, onze opleidingsinstituten en onze grijze massa meer Opportuniteiten dan problemen."*

*"Duco #Sickinghe verdient respect als CEO. Hij stortte zijn bonus door aan charities, smeedde een hecht team en hielp Telenet uit het dal."*

*"Met het vertrek van Duco verliest Belgische economie een CEO met groot talent en groot hart voor communicatie. Jammer."*

*"Fijn dat er competente ondernemers zijn met een heel menselijke, bescheiden kant. #Duco Sickinghe."*

en de stakeholders, wil ik Duco dan ook hartelijk bedanken voor zijn ontelbare en niet aflatende bijdragen. Duco's beslissing om af te treden brengt een einde aan een opmerkelijke carrière van bijna 12 jaar ten dienste van Telenet, haar medewerkers en haar aandeelhouders. Zoals het voor een groot leider past, zijn de waarden en de ondernemingscultuur die Duco bij Telenet heeft binnengebracht zo sterk ingebed en verankerd dat zij de unieke basis zullen blijven vormen voor verdere schitterende groei en ontwikkeling van de vennootschap ten gunste van alle stakeholders.

Op 5 maart heeft de raad van bestuur ook de benoeming aangekondigd van John Porter als nieuwe CEO. John Porter was, tot de verkoop aan Foxtel, CEO van Austar United Communication, een toonaangevende leverancier van TV-diensten en aanverwante producten in Australië.

Onder het leiderschap van John zal Telenet zijn verdere ambities realiseren om de beste leverancier bij uitstek te zijn van digitale televisie, breedband internet en vaste en mobiele telefonie, met verdere groei van omzet, winstgevendheid en kasstromen. Met een voortgezette focus op klantgerichtheid en innovatie zal het bedrijf kijken naar waardecreërende synergieën met de Liberty organisatie en dit in het belang van alle aandeelhouders. Telenet zal zijn voortrekkersrol blijven spelen in digitaal Vlaanderen.

Frank Donck

“Hartelijk bedankt voor de ontelbare en niet aflatende bijdragen.”

# Highlights

yeloTV



**Yelo TV** is de integratie van digitale televisie van Telenet en de Yelo-applicatie. Deze innovatie brengt de televisie-ervaring naadloos over naar het device naar keuze. Content wordt uitwisselbaar tussen alle schermen in huis: de kijker kan zowel live televisieprogramma's als opnames bekijken op zijn tablet, computer of smartphone. Omgekeerd kan hij ook foto's en filmpjes van bijvoorbeeld zijn laptop of smartphone probleemloos afspelen op zijn centrale televisietoestel.

Naar aanleiding van de nieuwe telecom-wet schrapte Telenet in het geheel de opzegtermijn voor al zijn abonnementen. Telenet-klanten zijn dus vrij om hun shake of abonnement op internet, vaste of mobiele telefonie of televisie eender wanneer, zonder opzevergoeding stop te zetten.



## Top! Employer

Telenet mag zich in 2013 een jaar lang Top Employer noemen. Dit is één van drie "keurmerken" voor werkgevers in België. Het is de enige die gebaseerd is op een externe audit van het HR beleid.





## ROBECOSAM Sustainability Award Sector Leader 2013

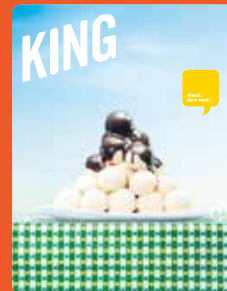
In september 2012 werd Telenet voor de tweede maal opgenomen in zowel de Dow Jones Sustainability Europe Index als de Dow Jones Sustainability World Index. Deze Indices identificeren de leidende bedrijven in elke sector op het vlak van economische, ecologische en sociale prestaties. Verder werd Telenet voor de eerste keer bekroond als 'Best-in-Class' voor de wereldwijde media-sector. Hiermee behoort Telenet tot de selecte groep van 19 Supersector leiders in de Dow Jones Sustainability Index



## De gele duim van Telenet

Begin 2013 reikte Telenet zijn eerste Gele Duim uit. Vanaf nu zullen we deze prijs jaarlijks uitreiken voor opmerkelijke initiatieven die een verschil willen maken in het veilig en verantwoord omgaan met en het toegankelijk maken van computer- en internetgebruik. Dit jaar duimden we voor het project van drie leerkrachten lager onderwijs die zich via hun website "**De Digitale Boekentas**" inzetten om ICT op school te promoten.

Eind juli 2012 lanceerde Telenet **KING & KONG**. De transparante en goedkope abonnementen bieden de klant veel of belachelijk veel data, belminuten en sms'en. Momenteel kent Telenet de hoogste verkoopcijfers van mobiele abonnementen als individueel product in zijn geschiedenis. Op een jaar tijd is het aantal mobiele klanten gestegen met 112%.



Surf hier gratis als  
Telenet-internetklant  
Info en voorwaarden op [telenet.be/wifree](http://telenet.be/wifree)

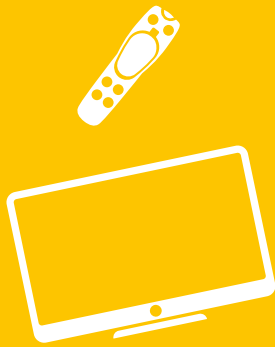


Het Telenet-hotspotnetwerk wordt sinds 2012 aangevuld met meer dan **700.000 homespots**. 51% van onze internetklanten heeft een homespot.



Eind oktober 2012 sloot Telenet een exclusieve deal met **HBO** voor drie jaar. PRIME-kijkers kunnen er van op aan alle nieuwe HBO-releases als eerste in België op televisie te zien.

# Bedrijfsprofiel



Telenet is **de grootste leverancier van kabeldiensten in België**. Telenet spitst zich toe op het leveren van breedband-internet, vaste en mobiele telefoniediensten en kabeltelevisie, aan gebruikers in Vlaanderen en Brussel via een performant HFC- (hybride fiber coax) netwerk.



Met **Yelo TV** zet Telenet een eerste stap in het aanbieden van convergente mobiele diensten. Telenet levert eveneens professionele communicatiediensten aan bedrijven in België en Luxemburg.



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.

**€1,48**  
miljard omzet

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.

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.



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.



De hoofdaandeelhouder van Telenet is **Liberty Global**. Eind 2012 bezat LGI **50,1%** van de aandelen van de Telenet.

Eind 2012 telt Telenet **2.133 medewerkers**, die samen een omzet realiseerden van **€1,48 miljard euro**. Telenet noteert op Euronext Brussels en is opgenomen in de Bel 20-index.

# Missie



Het executive team van Telenet vlnr: Vincent Bruyneel (Sr VP Strategy, IR & Corp Comm), Martine Tempels (Sr VP Telenet for Business), Luc Machtelinckx (eVP General Counsel), Inge Smidts (sr VP Residential Marketing), Ann Caluwaerts (Sr VP Public Affairs), Jan Vorstermans (COO), Renaat Berckmoes (CFO), Claudia Poels (Sr VP Human Resources), Patrick Vincent (CCO), Duco Sickinghe (CEO)

Telenet streeft ernaar om als telecommunicatiebedrijf een leidende rol te spelen op het **kruispunt** van televisie, internet en telefonie. We willen het dagelijks leven van onze klanten verrijken met duurzame en eenvoudige producten en diensten die een grote technologische performantie koppelen aan een hoge amusementswaarde.

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.

Telenet wil bijdragen tot een positieve **maatschappelijke ontwikkeling** van mensen en bedrijven. 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 eraan 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 **duurzame strategie** de beste manier is om blijvend succes te boeken en om waarde voor al onze stakeholders te creëren.

# Strategie



## In 't kort

Telenet wil dat zijn residentiële en professionele klanten thuis, op kantoor en onderweg volop van hun digitale levensstijl kunnen genieten aan de hand van de beste en meest betrouwbare technologie. Dit realiseren we door bij elke nieuwe ontwikkeling de beleving van **de klant centraal** te stellen.

Op die manier kunnen we **voortstrevende producten** aanbieden waarin zowel kwaliteit als een correcte prijs het uitgangspunt is. Onze focus blijft het aanbieden van de beste breedbandproducten, competitieve vaste telefoniediensten en een volledig interactief en voortstrevend digitaal tv-platform. We zullen daarom onophoudelijk investeren in ons



vast netwerk om onze voorsprong ten aanzien van andere platformen te blijven behouden.

Tot slot heeft ook **duurzaam ondernemen** zijn plaats gevonden in onze bedrijfsvoering. Duurzaamheid werd geïntegreerd in onze visie en wordt uitgedragen door alle departementen in de onderneming.

---

## Groeiopportunities

---

### In breedbandinternet en mobiel

In 2012 hebben we als kabelbedrijf onze mobiele diensten opnieuw gepositioneerd en volop op de kaart gezet. Door de enorme toename van smartphones en tablets wordt mobiel, en vooral mobiele data, voor Telenet een belangrijke groeipool de komende jaren. Concreet zullen we dan ook verder inzetten op meer breedband, meer mobiele diensten en een nieuwe vorm van tv kijken.

Vandaag bedraagt de penetratie van breedband internet in België 77% terwijl enkele landen vandaag al boven de 90% penetratie zitten. Doordat steeds meer vaste en mobiele apparaten gebruik zullen maken van het internet, denken wij dat een breedbandpenetratie van 95% tegen eind 2015 haalbaar is. Dit betekent dat er nog meer dan 20% groei te realiseren valt in het aantal internetverbindingen. In 2016 verwacht men immers wereldwijd de mijlpaal te bereiken van meer dan 3 geconnecteerde apparaten per individu.

Een vergelijkbare groei verwachten wij in mobiel. Vandaag bezit elke Belgische inwoner gemiddeld ongeveer 1,22 simkaarten terwijl de top vijf landen van de EU gemiddeld al 1,64 simkaarten per inwoner tellen. Als deze trend zich ook in België doorzet, zal de mobiele markt nog met minstens 34% toenemen. Koppelen we dit aan een verdere toename van smartphones, tablets en nog meer gebruik van mobiele applicaties zoals facebook, Instagram en Twitter, dan is het duidelijk dat mobiel een belangrijke plaats krijgt in onze strategie. Eind 2012 bedroeg ons marktaandeel in de mobiele markt slechts 7%, vergeleken met 38% in breedband internet. Als vooruitstrevende vaste operator met een waaier aan mobiele oplossingen via ons uitgebreid Wi-Free netwerk en via onze mobiele partner Mobistar op 3G en binnenkort 4G, zullen we een unieke positie kunnen innemen in de Belgische markt.

### De evolutie van televisie

Ook de manier waarop we tv kijken evolueert razend-snel. Het tijdperk van kijken naar wat je wilt en wanneer je dat wilt, lijkt nu definitief aangebroken. Kijkers stellen voortaan zelf hun tv-avond samen. Films, televisie- en sportprogramma's worden steeds meer opgevraagd uit de enorme catalogussen die zenders en filmstudio's ons ter beschikking stellen. En we doen dit steeds vaker op het zogenaamde "derde scherm": laptops, tablets en smartphones. De televisiebeleving blijft dan ook een cruciaal onderdeel van de toekomststrategie van Telenet. Onze pioniersrol in de ontwikkeling van een gebruiksvriendelijk en veelzijdig interactief digitaal tv-platform heeft ertoe geleid dat meer dan driekwart van onze tv-klanten vandaag digitaal kijkt. De komende jaren verwachten wij dat een verdere digitalisering zich zal doorzetten dankzij de ontelbare voordelen die digitale TV biedt, waaronder haarscherp beeld in hoge definitie, meer zenders en een oneindige bibliotheek aan content om maar een paar te noemen.

### De zakelijke markt

We blijven tevens enthousiast over onze groeiopportunities in de zakelijke markt. Onze bedrijfsdiensten richten zich voornamelijk op die segmenten en diensten waarvoor we, ondanks de hevige concurrentie, een hoger marktaandeel verwachten. Telenet for Business wil daarbij voortborduren op de investeringen van de voorgaande jaren en de markt benaderen met een geïntegreerde waaier van toonaangevende diensten en oplossingen op het vlak van connectiviteit, beveiliging en hosting met een sterke focus op onze coaxproducten.



We willen onze bestaande klanten danken voor hun jarenlange trouw.

## Onze langetermijnvisie

Op lange termijn wil Telenet nog verder groeien door in te zetten op vier strategische pijlers: de klant centraal, focus op innovatie en investeren in een supersnel, vooruitstrevend netwerk en in mobiele diensten.

### De klant staat centraal

De klant blijft de belangrijkste waardefactor van ons bedrijf. Daarom blijft een toonaangevende dienstverlening voor onze klanten een fundamenteel onderdeel van onze strategie. Tevreden klanten zijn immers loyale klanten en de beste ambassadeurs van ons merk. Zij vormen de basis voor verdere groei. Naast het aanbrengen van nieuwe klanten willen we ook onze bestaande klanten danken voor hun jarenlange trouw door hun proactief het beste tarief aan te bieden.

## Focus op innovatie

In de steeds sneller evoluerende digitale wereld wil Telenet een centrale rol blijven spelen. Daarom volgen we internationale technologische en consumententrends van heel nabij op. Dit stelt ons in staat om nieuwe producten en diensten te ontwikkelen die in lijn liggen met wat de consument verwacht. Telenet heeft sinds het ontstaan vele malen een pioniersrol gespeeld. Nadat we in 2005 één van de eerste kabelbedrijven waren die interactieve digitale televisie lanceerden, brachten we in 2010 de tv als eerde operator in België naar de tablet en smartphone. Met de introductie van YeloTV in 2013 volgt een nieuwe cruciale stap in de verdere evolutie van ons digitaal tv-platform dat voortaan een heuse "media-gateway" wordt. Een vooruitstrevende gebruikersinterface, de integratie van foto's en muziek op eender welke pc in huis en het bekijken van je opnames op je tablet zullen een geheel nieuwe dimensie geven aan de centrale rol die Telenet wil spelen in de digitale wereld, vandaag en in de toekomst.



Onze succesvolle herpositionering in de mobiele markt zal in toenemende mate bijdragen aan onze lange-termijngroei.

### Investeren in een supersnel en vooruitstrevend netwerk

Vandaag is ons netwerk in staat om downloadsnelheden tot 120 Mbps aan te bieden, waarmee we onze status als snelste aanbieder van breedbandinternetdiensten in ons afzetgebied nogmaals hebben bevestigd. De komende jaren blijven we investeren door ons optisch netwerk dat bestaat uit glasvezel dichterbij de consument te brengen. Vandaag zijn gemiddeld 740 huizen verbonden per optisch knooppunt, in vergelijking met 1.400 in 2010, en tegen 2015 zal het gemiddelde verder gedaald zijn tot 500. Als onderdeel van ons Pulsar Project zullen we tegen 2015 de beschikbare bandbreedte per gezin hebben verdrievoudigd. Dit programma draagt een totale investeringskost van €150 miljoen. Hiermee zal ons netwerk volledig klaar zijn om tegemoet te komen aan de verwachte stijging in dataverbruik. Uit studies blijkt immers dat het internetverkeer de komende vijf jaar zal verdrievoudigen, vooral omwille van meer video streaming. De combinatie van een verdere optimalisatie van onze netwerkbandbreedte en de invoering van EuroDCSIS 3.1 zal er voor zorgen dat Telenet ook op lange termijn het best geplaatst blijft om supersnel breedband aan te bieden.

### Inzetten op mobiele diensten

Onze succesvolle herpositionering in de mobiele markt zal in toenemende mate bijdragen aan onze lange-termijngroei. Klanten waarderen onze eenvoudige, transparante en concurrerende tariefplannen voor mobiele telefonie. Eind 2012 had slechts 11% van onze 2,2 miljoen klanten een mobiel abonnement van Telenet. Dit toont meteen de aanzienlijke groeiopportunity aan bovenop de verwachte verdere groei van smartphones en tablets die meer en meer mobiele data consumeren. Op korte termijn zullen onze klanten ook gebruik kunnen maken van het supersnelle LTE of 4G netwerk dat wij als virtuele mobiele operator kunnen gebruiken van onze partner Mobistar. Tegen 2015 verwacht Mobistar 80% nationale dekking te bereiken. Met LTE/4G zullen mobiele klanten kunnen surfen aan 50 Mbps.

Maar mobiel gaat verder dan enkel het mobiele netwerk. Dankzij ons WiFree netwerk, waarbij zowel internetklanten als mobiele klanten toegang krijgen tot meer dan 700.000 homespots en 1.200 hotspots in Vlaanderen en Brussel, staat Telenet garant voor de beste mobiele beleving. Onze klanten gebruiken WiFree steeds meer: in december 2012 gebeurde 83% van alle mobiel dataverbruik buitenshuis over onze WiFree-homespots. Studies gaan uit van 13 keer meer mobiel dataverbruik in 2017 vergeleken met 2012. Daarom gaan we de komende maanden ons WiFree netwerk verder uitbreiden naar meer dan 1 miljoen homespots zodat je overal naadloos kan surfen, TV kijken, foto's delen of Twitteren vanop eender welk toestel.



## We hebben Globe-Us ingezet op twee gebieden:

1. Bepalen van nieuwe doelstellingen voor onze Leap-duurzaamheidsstrategie
2. Training van senior managers op het gebied van duurzaamheid

## Samengevat zijn de 7 stappen in het 'Globe-Us'-proces:

1. **Omschrijving van het business model volgens het 'Business Model Canvas':**  
Hoe is onze business opgebouwd? Wie is/zijn onze klant(en)? Wie zijn onze gebruikers? Hoeveel van hen zijn er?
2. **Definitie van de issues met betrekking tot duurzaamheid in de sector:**  
Wie zijn onze stakeholders en welke issues zijn voor hen relevant?
3. **Selectie en prioritering van materiële issues volgens stakeholders en de organisatie:**  
Hoe materieel zijn de bovenstaande issues voor onze bedrijfsvoering?
4. **In kaart brengen van de concurrentieomgeving in een 'value curve':**  
Wat doet onze concurrentie op het gebied van duurzaamheid, en wat willen onze klanten?
5. **Bepalen van ambities en doelen voor toekomstige ontwikkeling:**  
Welke specifieke benchmarks kunnen we gebruiken om de effectiviteit van onze Leap duurzaamheidsstrategie te bewijzen?
6. **Aanwijzen van kansen op strategische gebieden:**  
Welke kansen liggen er op het gebied van eco-efficiency, innovatie en customer intimacy?
7. **Feedback naar het business model voor een potentieel herontwerp van het business model:**  
Hoe kunnen we het bestaande business model samen met onze klanten opnieuw ontwerpen?

©Between Us



## 'Let's leap': In 7 stappen naar een duurzame bedrijfsstrategie

Het programma 'Linking Environment and Profit' (LEAP) verankert het duurzaamheidsbeleid in de langetermijnstrategie en de overkoepelende bedrijfsvisie van Telenet.

### Leap is opgebouwd rond drie grote thema's:

**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. Onder andere door de inspanningen van de Telenet Foundation probeert Telenet de digitale kloof te dichten.

**Care:** Telenet draagt zorg voor de 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. Een concreet voorbeeld zijn de maandelijkse metingen die resulteren in de "Customer Loyalty Score. Uit deze metingen leren we waardevolle lessen over hoe we klantentevredenheid kunnen stimuleren, zoals hoe we best omgaan met productlanceringen of wijzigingen aan onze dienstverlening.

**Cascade:** als referentie in Corporate Responsibility wil Telenet succesvol bijdragen tot de integratie van duurzaamheid in het dagelijks leven van zijn

voornaamste stakeholders. Een concreet voorbeeld hiervan is het installeren van wifi-hotspots in meer dan 70 laadpalen voor elektrische wagens, verspreid over Vlaanderen.

### Ambitieuze doelstellingen voor 2015

De principes van Care, Connect en Cascade zijn omgezet in concrete actieplannen rond drie focusgebieden: connected customers, healthy planet en engaged employees. De resultaten van deze actieplannen worden getoetst aan exact gedefinieerde streefcijfers.

In 2012 behaalden we al twee van de drie streefcijfers die we onszelf voor 2015 hadden opgelegd. Ten eerste scoorden we in het bovenste kwartiel van het sociale luik van de Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Dit luik legt nadruk op omgang met stakeholders en meer specifiek met de werknemers. Aspecten als talent attraction en workplace worden hier beoordeeld. Ten tweede bereikten we 20% verbetering in onze citizenship score ten opzichte van 2009. Deze citizenship score beoordeelt hoe Telenet in de maatschappij staat, hoe we ons inzetten voor bijvoorbeeld sociaal zwakkeren, en wat onze inspanningen zijn met betrekking tot klimaat en milieu.

We hebben onze doelstellingen eind 2012 dan ook verder aangescherpt in een ambitieuze duurzaamheidsvisie. We gebruiken daarvoor het 'Globe-Us'-proces: dat biedt een begrijpelijke aanpak voor de bedrijfsspecifieke elementen op het gebied van people, planet en profit.

## Onze visie op duurzaam ondernemen

In 2015 wil Telenet tot de **top 3** van de meest duurzame consumentenmerken in België behoren

### Verbonden klanten

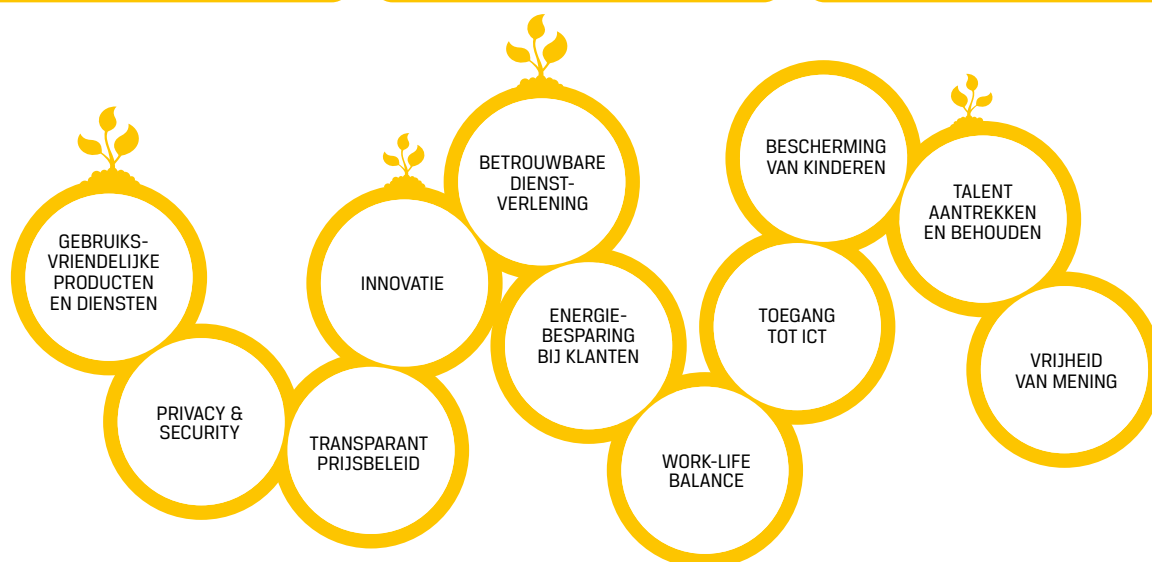
continue verbetering van de  
Citizenship score in RepTrack

### Gezonde planeet

CO<sub>2</sub> neutrale bedrijfsvoering

### Geëngageerde werknemers

Continue verbetering van de  
Workplace score in RepTrak



Voor een volledig overzicht van onze toepassing van het Globe-us proces verwijzen we naar de corporate website.

Concreet willen we in 2015 tot de top 3 van meest duurzame consumentenmerken in België behoren. Omdat we in 2012 al twee van onze drie streefcijfers voor 2015 hebben behaald, zullen we dit jaar nieuwe doelstellingen voor elk van de drie focusgebieden formuleren. De concrete invulling daarvan maken we later dit jaar bekend.

### 5 focuspunten voor klantentevredenheid

We willen onze nieuwe doelstellingen bereiken door te werken aan de aandachtspunten uit onze materialiteitsmatrix, die we begin 2012 voor de eerste keer opstelden. De matrix helpt ons om de meest relevante aandachtspunten voor een duurzame bedrijfsvoering te bepalen. Aan onze stakeholders stelden we de vraag op welke onderwerpen op het vlak van economie, maatschappij en milieu Telenet een impact moet hebben. In totaal gaven 1.524 zakelijke klanten en residentiële klanten, medewerkers, leveranciers en andere stakeholders aan welke

onderwerpen volgens hen prioriteit moeten hebben.

Daaruit distilleerden we een top vijf van focuspunten die alle stakeholders het belangrijkste vinden voor de klantentevredenheid:

1. Betrouwbare service
2. Privacy en veiligheid
3. Transparant prijsbeleid
4. Gebruiksvriendelijke producten en diensten
5. Energieverbruik bij de klant

Telenet geeft zelf het belang van de klantentevredenheid aan door de Customer Loyalty Score, een maandelijkse objectieve meting van de klantentevredenheid, tot veertig procent mee te rekenen in het bonussysteem van de kaderleden.

### Duurzaam beleid verankerd in het bedrijf

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

Gezien de toenemende impact van duurzaamheid op de activiteiten van Telenet heeft de raad van bestuur op 15 februari 2012 besloten om een 'Sustainability Committee' in het leven te roepen. De 5 leden zullen regelmatig alle onderwerpen die betrekking hebben op de ontwikkeling, implementering en monitoring van het Leap-programma bespreken. Dit comité wordt samengevoegd met het Strategic Committee tot het 'Strategy & Sustainability Committee'.

Binnen het Executive Team is begin 2013 de Leap Council opgericht. De council heeft een coördinerende rol en komt per kwartaal bijeen. Elk lid van het Executive Team is verantwoordelijk voor de respectievelijke materialiteitsthema's die binnen en buiten Telenet zichtbaar gemaakt moeten worden. Zij ontwikkelen plannen en zien toe op de uitvoering van de lopende activiteiten in verband met de materialiteiten. Sinds 2013 hebben Executive Team-leden waar relevant doelstellingen op materialiteitsthema's. Er is een dubbele verbinding aangebracht tussen de uitvoering van het duurzaamheidsbeleid en reputatiemanagement. De Leap council bestaat onder meer uit vertegenwoordigers van corporate communicatie en marketing communicatie. Daarnaast is de VP Sustainability lid van de Council Reputation, naast senior managers van HR, Marketing (zakelijke en residentiële klanten), klantenservice en Public Affairs.

De kaderleden beschouwen duurzaamheid als een stimulans voor waardecreatie en innovatie. Zij zien bijvoorbeeld mogelijkheden voor het verbeteren van de reputatie en het anticiperen op en voldoen aan vragen van de klant. De voornaamste focus ligt op een aantal snel ontwikkelende maatschappelijke thema's zoals klimaatverandering, vergrijzing en de digitale kloof.

### Niet onopgemerkt gebleven

Dat ons duurzaamheidsprogramma vruchten afwerpt, werd nogmaals bevestigd in september 2012 toen Telenet voor de tweede maal opgenomen werd in zowel de Dow Jones Sustainability Europe Index als de Dow Jones Sustainability World Index. Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) identificeren de leidende bedrijven in elke sector op het vlak van economische, ecologische en sociale prestaties. Verder werd Telenet voor de eerste keer bekroond als 'Best-in-Class' voor de wereldwijde mediasector. Hiermee behoort Telenet tot de selecte groep van 19 Supersector leiders in de Dow Jones Sustainability Index.

Naast deze tweede opname in de Dow Jones Sustainability Index, is Telenet sinds maart 2012 ook opgenomen in de FTSE4Good Index.

Dit zijn voor Telenet belangrijke graadmeters voor de verankering van duurzaamheid.

## De waarde van duurzaam ondernemen volgens onze kaderleden inzake:

### Marketing

Duurzaamheid draagt bij tot de reputatie (80%) en innovatiekracht (67%) van Telenet

Reputatie

80%

Innovatiekracht

67%

### Concurrentievermogen

Duurzaamheid helpt om te voldoen aan en te anticiperen op de wensen van de klant (75%)

Anticiperen

75%

### Financiële activiteiten

Duurzaamheid creëert meer efficiëntie in de bedrijfsactiviteiten en genereert kostenbesparing (69%)

Kostenbesparing

69%

### Personeelszaken

Duurzaamheid stimuleert het aantrekken van talent binnen Telenet (63%)

Talent

63%

## Bereikbaarheid



**De  
klant**



### Transparante communicatie

### Privacy & veiligheid



“We werken jaarlijks aan een transparant, eenvoudig productaanbod en een betrouwbare dienstverlening. Klantentevredenheid is onze topprioriteit.”



**Zeg het  
ons!**

“We polsen regelmatig op verschillende manieren naar de mening van onze klanten over Telenet.”



# Bereikbaarheid

We vinden het belangrijk dat klanten ons steeds op een vlotte manier kunnen bereiken. Via diverse acties proberen we de bereikbaarheid dan ook altijd te verbeteren. De resultaten worden samengevat in de Customer Loyalty Score.

Splitsing contacten per onderwerp

gesprekken  
over  
klantenbehoud

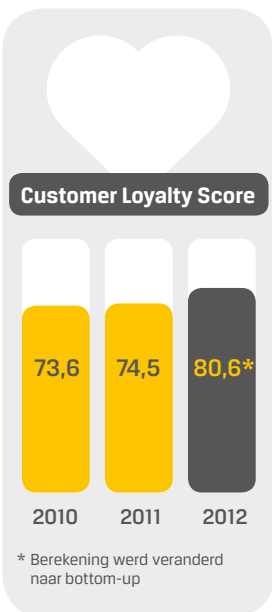
**informatie,  
administratieve  
en technische  
vragen**

commerciële  
gesprekken

**36.000 contacten per dag,**  
met een team van meer dan  
**1.500 medewerkers.**  
Da's 2 uitverkochte  
sportpaleizen per dag!



Door middel van transparante communicatie willen we klanten optimaal begeleiden.



## De Customer Loyalty Score

De belangrijkste maatstaf voor het peilen naar klantentevredenheid bij zowel residentiële als zakelijke klanten is de Customer Loyalty Score (CLS). We vragen maandelijks via enquêtes hoe klanten hun Telenet-producten percipiëren. Daarbij kijken we evenzeer naar de omringende diensten, zoals de installatie, bereikbaarheid en kwaliteit van het callcenter, facturatie en overige klantcommunicatie. Het eindresultaat is een maandelijks globaal cijfer waaruit we de klantperceptie kunnen monitoren.

Uit de metingen leren we waardevolle lessen zoals hoe we best omgaan met productlanceringen of wijzigingen aan onze dienstverlening. Gezien de markt aan verandering onderhevig is en ook klanten hun aankoopgedrag doorheen de jaren aanpassen, wordt de methodologie van de CLS-meting regelmatig geüpdate naar de nieuwe trends.

De CLS-score zat al sinds het derde kwartaal van 2011 in een stijgende trend. Deze zette zich onverminderd voort in 2012. De lancering van KING & KONG zorgde voor een stevige boost. Naar 2013 toe focussen we verder op internet, digitale televisie en onze mobiele producten. Door middel van transparante communicatie, specifiek op maat van de situatie van de klant, willen we klanten optimaal begeleiden bij het gebruik van hun producten en voor een vlotte gebruikservaring zorgen.

De Customer Loyalty Score wordt geïntegreerd als meetbare parameter in het bonussysteem. Tot 40% van het globale bedrag aan potentiële bonussen dat

door Telenet aan zijn kaderleden wordt uitgekeerd, is rechtstreeks afhankelijk van deze score.

## In de kijker

### Een verbeterde internetbeleving

Een van de pijlers in de CLS-score is de tevredenheid van ons internetproduct. Zowel de verwachtingen van de klant als de technologie zijn op dit gebied de laatste jaren enorm geëvolueerd. De draadloze internetmodem die we nu standaard installeren, is veel intelligenter dan de modems van een paar jaar geleden. Bovendien hebben de meeste klanten nu meer toestellen waarmee ze draadloos connectie maken. Om ervoor te zorgen dat al deze innovaties vlot werken, gingen we in 2012 van start met een verbeteringsprogramma gericht op de kwaliteitsbeleving van ons internetproduct. We voeren voortdurend kleine en structurele verbeteringen uit om de betrouwbaarheid naar een hoger niveau te tillen. We optimaliseren bijvoorbeeld de installatie door de modem en het wifi-signaal uitgebreid te testen. Als we bij monitoring zien dat bepaalde klanten een zwak modemsignaal hebben, bellen we hen proactief op. En via onze online klantenservice formuleren we zo veel mogelijk oplossingen die de klant zelf kan uitvoeren. Verder blijven we via onze helpdesk en social media een luisterend oor bieden aan de klanten. Zij kunnen immers het beste beeld geven van wat ze verwachten en wat er fout soms loopt.



# “Bij het eerste contact meteen juist antwoord.”

## Acties voor onze klanten

Een tweede focusprogramma uit de CLS groepeer allerlei bestaande en nieuwe initiatieven gericht op het versterken van de band van onze klanten met Telenet. Hieronder vallen onder meer leuke acties waarbij we iets weggeven of waarbij zowel bestaande als nieuwe klanten kans maken om iets te winnen. Vaak werken deze aanstekelijk en kennen ze een groot succes –zowel intern als extern het bedrijf! Zo organiseerden we in april onze eerste Telenet-lipdub, met verborgen geo-coaching wedstrijd waarbij klanten drie iPads konden winnen. In september zetten we naar aanleiding van de lancering van de iPhone5 in Gent de grootste gele stoelendans op poten. En in januari 2013 vlogen op amper 10 seconden 1.500 paar gele "Telebotten" voor op het WK veldrijden de deur uit! Maar we hebben niet altijd

een reden nodig voor een actie: we verwennen onze trouwe klanten ook graag zomaar. Dan ontvangen ze bijvoorbeeld een kijkbon om gratis een film uit de TV-theek op te vragen. De komende jaren zullen dergelijke acties in de kijker blijven staan.



Stoelendans - Caption?





## Ideeën van medewerkers

We peilen niet alleen naar het sentiment bij onze klanten, ook intern bij de medewerkers leven heel wat ideeën rond onze klantenservice en onze producten. Zij staan immers dagelijks in contact met de klant en kennen bepaalde verbeterpunten dus het beste – en vaak hebben ze ook ideeën te over om deze uit te werken. Daarom lanceerden we begin 2012 "Mijn Idee". Op dit platform posten medewerkers hun verbeteringsvoorstellen rond bepaalde thema's. De beste ideeën worden uitgevoerd. Op een jaar tijd werden bijna 900 voorstellen aangekaart. 20% daarvan is ondertussen gerealiseerd of zal binnenkort uitgevoerd worden. Een greep uit enkele top-ideeën:

1. Als een elektronische aanrekening terugkeert wegens verkeerd e-mailadres, wordt de klant proactief gebeld om zijn gegevens aan te passen in de database.
2. Alle KING-klanten krijgen de keuze of ze bij hun aanrekening al dan niet de gedetailleerde verbruiksbijslage per sms en gesprek willen ontvangen. Gezien klanten deze vaak overbodig vinden, sparen we zo veel papier uit.

77%  
2010

78%  
2011

80%  
2012

85%

doelstelling

Steeds meer opnames  
binnen 120 sec

### Bereikbaar via telefoon

Onder de Customer Loyalty Score vallen ook de klassieke cijfers over onze bereikbaarheid. We werken er ieder jaar hard aan om deze te verbeteren. Gebaseerd op tevredenheidsonderzoeken, het klantvriendelijkheidscharter van Radio 1-presentatoren Peeters en Pichal en eigen intern onderzoek vereenvoudigden we vanaf 1 juli het keuzemenu bij telefonische oproepen voor onze residentiële klanten. De meest gekozen opties, zoals facturatie en sales, staan nu vooraan in het menu. Zo komt de klant na maximaal 45 seconden al bij de juiste advisor terecht. Die advisor gebruikt vanaf maart een nieuwe gespreksstructuur. Gezien klanten vaak zelf goed op de hoogte zijn van de producten en diensten, focussen we er bij Telenet op dat alle helpdesk-medewerkers handelen met kennis van zaken en de klant een eenvoudig, consistent antwoord bieden. In

2012 behaalden we een "First Time Right" percentage van 73%. Ons streefdoel voor 2013 ligt op 75%. De advisor polst regelmatig doorheen het gesprek naar de kwaliteit van zijn antwoorden. Zo kan de oplossing bijgestuurd worden in functie van de noden van de klant, zodat hij van bij het eerste contact meteen optimaal geholpen wordt. Eenvoud staat hierbij altijd centraal. Onder andere dankzij dit initiatief steeg de klantentevredenheid over telefonische contacten met 10% ten opzichte van vorig jaar.

Een vijfde van het totale aantal klantencontacten gebeurt nog via de telefoon. Dit jaar konden we pieken door onverwacht groot succes van campagnes, zoals van KING & KONG, twee keer sneller opvangen dan vroeger. We hebben hiervoor onder meer gewerkt aan een betere samenwerking met onze callcenterpartners. Door volledige transparantie in de samenwerking kunnen we ons vanaf nu organiseren

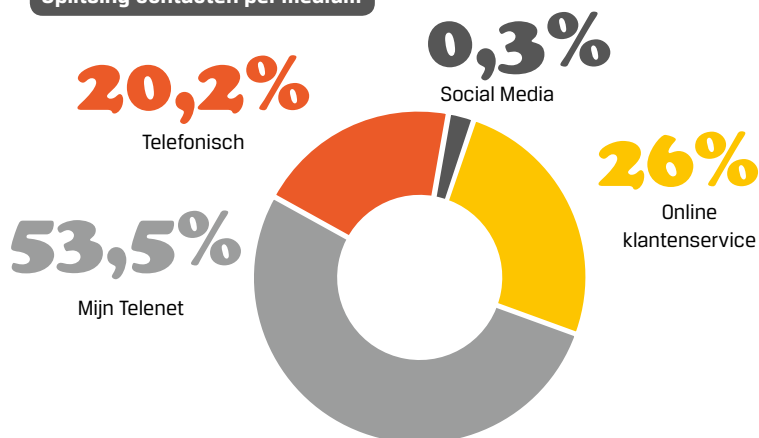


71% van de klanten die via mail contact opnamen met Telenet werden binnen twee dagen geholpen.

op effectieve cijfers in plaats van voorspellingen. Concreet houdt dit in dat we meteen op de hoogte zijn als een partner bijvoorbeeld minder medewerkers kan voorzien dan initieel gepland. We kunnen dan meteen andere mensen inschakelen via onze eigen helpdesk en andere partners. Voor klanten resulteert dit in duidelijk kortere wachttijden, ook op drukke momenten. We merken dan ook een grote stijging in klantentevredenheid over de callcenters.

In de perceptie van klantentevredenheid spelen telefonische antwoordtijden een grote rol. In 2012 werd 80% van de telefoontjes opgenomen binnen de twee minuten. We blijven er aan werken om ons streefdoel van 85% binnen de 120 seconden te behalen. Indien de klant langer moet wachten dan 150 seconden, heeft hij sinds vorig jaar de optie om op een later tijdstip naar keuze teruggebeld te worden.

#### Splitsing contacten per medium



#### Mails en brieven binnen de week beantwoord

##### Doelstellingen 2012

**80%** in **2** dagen

**100%** in **5** dagen

##### Realisaties 2012

**71%** in **2** dagen

**93%** in **4** dagen

##### Doelstellingen 2013

**80%** in **2** dagen

**100%** in **5** dagen



### Bereikbaar via internet

In 2012 verliep het merendeel van de technische ondersteuning aan klanten via het internet. Via de online klantenservice vindt de klant zijn weg naar specifieke stappenplannen met bijkomende informatie om in eerste instantie te proberen een probleem zelf op te lossen. Daarnaast kan de klant zijn producten en diensten beheren via Mijn Telenet. Hij krijgt hier een overzicht van de algemene instellingen, zoals zijn contactgegevens en zijn wachtwoord, en alle opties rond zijn producten. Ook de elektronische facturen zijn beschikbaar via dit platform.

Klanten die via mail (of per post) contact opnemen met Telenet werden voor 71% binnen twee dagen geholpen. Dat is bijna een vijfde meer dan in 2011. 93% kreeg antwoord binnen vier dagen.

### Bereikbaar via social media

Telenet staat ook klanten te woord via social media (Twitter, Facebook, de Telenet-blog, fora...). We beschouwen sociale media als een belangrijke manier om service te bieden aan de klant en om feedback over onze producten en diensten te verzamelen. Via sociale media kan de klant producten en diensten beschrijven, andere klanten helpen en nieuwe ideeën lanceren. Telenet haalde dit jaar 253.600 vermeldingen. Elke 2 minuten was er wel iemand aan het twitteren, bloggen, ... over Telenet. Het hotste topic van het jaar was de lancering van KING & KONG, met een live gestreamde persconferentie eind juli.

Begin 2013 werd bekend dat Telenet zich één jaar lang het beste webcare bedrijf van TalkToo.be gaf noemen. Het doel van TalkToo.be is om klanten en



**Elke 2 minuten**  
was er wel iemand aan het  
praten over Telenet



bedrijven op een eenvoudige manier dichterbij elkaar te brengen. Via de gespecialiseerde website komen er maandelijks een aanzienlijk aantal meldingen binnen over Telenet. Dat kunnen zowel problemen, complimenten, suggesties als vragen zijn. Telenet bood in 2012 voor zowat 86% van de meldingen een gepaste oplossing. Net door de combinatie van veel geposte ervaringen, snelle reacties en positieve feedback van hun klanten, kreeg Telenet de award voor beste webcare bedrijf.

## Vrijheid van meningsuiting

Prioriteit

Via sociale media laten klanten vaak hun mening over Telenet horen. Telenet tracht via deze kanalen zo veel mogelijk in dialoog te gaan. We vinden het belangrijk om een goed zicht te krijgen op wat er leeft bij onze klanten. Zo kunnen we onze producten en diensten optimaal bijschaven in functie van hun vragen.

“**Sociale media** zijn een belangrijke manier om service te bieden en om feedback te vragen over onze producten en diensten.”



**Da's  
helder!**

“Via de blog of onze facebook en Twitterpagina blijven klanten op de hoogte van het reilen en zeilen bij Telenet.”



# Transparante communicatie

Professionele en transparante communicatie verzekert het vertrouwen van de klant. Ons productaanbod en de omringende diensten als facturatie en website moeten dan ook altijd simpel en helder zijn. Daarnaast houden we klanten via nieuwsbrieven of onze blog graag op de hoogte van het reilen en zeilen bij Telenet. Zo worden ze optimaal betrokken.

## Simpele producten, snelle keuzes

2 mobiele producten

3 Internet producten

**KING**

150 minuten  
10.000 sms'jes  
1GB mobiel internet

**KONG**

200 minuten  
10.000 sms'jes  
2GB mobiel internet

**Basic  
Internet**

Het ideale product  
om het internet te  
ontdekken

**Fibernet**

Perfect als je met  
verschillende  
gebruikers tegelijker-  
tijd online wilt

**Fibernet  
XL**

Als snel voor jou niet  
snel genoeg gaat  
en enkel het beste  
goed genoeg is



We willen onze mobiele producten zo duidelijk mogelijk aanbieden.

We werken er aan om eenmalige kosten zo duidelijk mogelijk te communiceren en waar mogelijk, af te schaffen.



### Eenvoudige product line-up

De laatste twee jaar heeft Telenet de samenstelling van zijn productaanbod grondig herzien. Vooral op gebied van internet en mobiele telefonie werden wijzigingen doorgevoerd om de producten zo eenvoudig mogelijk aan te bieden.

Voor internet heeft de klant de keuze tussen drie producten: Basic Internet, Fibernet en Fibernet XL. Door het aanbod te beperken tot dit trio is het gemakkelijk om de verschillende producten met elkaar te vergelijken en kan de klant snel een evenwichtige keuze maken.

De grootste aanpassing in het productaanbod situeerde zich op gebied van mobiele telefonie. Met KING & KONG wilde Telenet een einde maken aan de jungle aan tarieven waar de consument met moeite zijn weg nog in kon vinden. Door de invoering van de twee simpele tariefplannen ziet de consument in één oogopslag wat hij krijgt voor zijn geld. De simulator op de Telenet-website waar klanten eenvoudig aan de hand van een vorige factuur hun voordeel konden berekenen, kende een enorm succes.

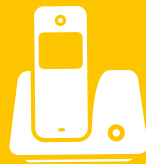


#### Aantal klanten met sociaal tarief eind 2012



**59.152**

TV



**19.977**

Telefoon



**266**

Mobiel



**7.273**

Internet

#### Eenduidig prijsbeleid

We willen niet alleen ons productaanbod vereenvoudigen, maar ook onze prijzen en andere kosten op de website, bij promoties of in advertenties transparant weergeven. We werken er bij Telenet aan om eenmalige kosten voor bijvoorbeeld activatie of installatie zo duidelijk mogelijk te communiceren en waar mogelijk, af te schaffen.

Telenet-klanten betalen sinds 2012 slechts eenmalig een activeringskost om hun eerste digitaal product te laten aansluiten op het Telenet-netwerk. Wie nadien nog een extra digitaal product bestelt of verhuist, wordt deze kost niet meer aangerekend. Ook installatiekosten worden alleen betaald wanneer de installateur daadwerkelijk langs moet komen. Het is altijd mogelijk om wijzigingen aan de hardware, bijvoorbeeld het installeren of wijzigen van een decoder of modem, uit te voeren via zelf "self-install". Hoewel de meeste klanten ervoor kiezen om een techniker te laten langskomen, merken we op dat de cijfers van self-install voor alle producten gestegen zijn ten opzichte van vorig jaar.

Wie van abonnementsformule wil veranderen, zowel naar een hogere als een lagere prijs categorie, hoeft geen bijkomende kosten te betalen. Een klant die graag zijn hardware wil ruilen voor het nieuwste type zonder een abonnementsaanpassing, zal wel een zekere omruilkost betalen. Voor trouwe klanten weegt Telenet in bepaalde gevallen het aanrekenen van deze kosten af tegen de loyaliteit van de klant. Op de website worden alle mogelijk eenmalige kosten overzichtelijk weergegeven.

Daarnaast past Telenet ook een sociaal tarief toe op al zijn producten. Eind 2012 waren er 21.673 klanten die op een of meerdere producten van een sociaal tarief gebruik konden maken. Telenet is overigens de enige operator die een sociaal tarief toepast op zijn internetproduct. Als internetoperator wil Telenet immers de digitale kloof zo veel mogelijk dichten. Internet moet in deze 21e eeuw voor iedereen beschikbaar zijn.

#### Transparant prijsbeleid

Op gebied van transparantie heeft Telenet de afgelopen jaren diverse acties ondernomen. De aanpassingen gaan zowel over het vereenvoudigen van het productaanbod als over het verbeteren van de facturatie, wegwerken van eenmalige kosten, schrappen van de contractduur en meer proactief communiceren. Op basis van een transparant beleid willen we het vertrouwen van de klant verzekeren.

**Prioriteit**

# “Kijk eens binnen bij Telenet en laat van je horen.”

## KING & KONG

Vanaf 1 okt is overstappen belachelijk gemakkelijk.

### Een duidelijke aanrekening

Een transparante aanrekening waar alle details duidelijk op vermeld staan, draagt bij tot de betrouwbaarheid van het bedrijf. Telenet streeft ernaar zowel de aanrekening op zich als de manier waarop de klant deze kan raadplegen zo gemakkelijk mogelijk te maken. Wie beslist om zijn aanrekeningen elektronisch te ontvangen, krijgt automatisch een e-mail wanneer een nieuwe aanrekening in "Mijn Telenet" geplaatst wordt. De aanrekeningen worden daar tot 14 maanden bewaard.

Om de stap van papieren naar elektronische aanrekening in de toekomst te vergemakkelijken, stapte Telenet in juli in de coöperatieve vennootschap "Doccle", samen met HR-dienstengroep Acerta en de Christelijke Mutualiteit. Met Doccle kunnen gebruikers op termijn via een nieuw digitaal platform allerlei documenten centraal bewaren en beheren. De

bedoeling is dat op termijn andere partijen ook zullen deelnemen aan het initiatief en de klant zo in één centrale online "archiefkast" al zijn aanrekeningen kan terugvinden.

### Geen opzegtermijn

Op 1 oktober 2012 werd de nieuwe telecomwet van kracht. De voornaamste bepaling van deze wet is dat de contractduur voor alle telecomdiensten beperkt wordt tot zes maanden.

Daarnaast is het sinds oktober 2012 ook gemakkelijker om diensten op te zeggen. Klanten kunnen hun abonnement beëindigen via verschillende kanalen: per brief, telefonisch, via de online contactformulieren of via het specifieke opzegformulier op de Telenet-website. Al deze mogelijke opzegmanieren werden breed gecommuniceerd naar klanten.



## Klanten zijn vrij

Bij Telenet gaan we zelfs nog een stap verder en schrappen we in het geheel de opzegtermijn voor alle abonnementen. Telenet-klanten zijn dus vrij om hun shake of abonnement op internet, vaste of mobiele telefonie of televisie eender wanneer, zonder opzegvergoeding stop te zetten. Uitzondering op deze regel zijn de betalende zenderpakketten zoals PRIME, Sporting Telenet en het TV Plus-pakket: hiervoor geldt wel nog de wettelijke contractduur van 6 maanden. Klanten die een gsm-abonnement met toestel afsloten, moeten de restwaarde van het toestel betalen bij eventuele opzeg.

De gastblogs geven meer inzicht in het reilen en zeilen bij Telenet.

### Proactieve klantencommunicatie

Als Telenet wijzigingen doorvoert aan zijn producten of diensten, horen klanten dat graag op voorhand. Bij wijzigingen die veel impact kunnen hebben op de klanten, wordt een mail met de informatie verstuurd, of ontvangen de klanten de nodige uitleg bij hun aanrekening. In totaal stuurde Telenet in 2012 meer dan 50 dergelijke informatieve mailings. Momenteel werkt Telenet met het project "warpnet" aan een verbeterd monitoringsysteem. Concreet zal Telenet software installeren die het mogelijk maakt om instant het effect van een productupdate te monitoren. Klanten waarbij zich een probleem voordoet, worden dan meteen gecontacteerd. Om ervoor te zorgen dat de monitoring optimaal verloopt, controleren en herstellen we momenteel proactief verschillende klanteninstallaties en bepaalde delen van het netwerk. Vanaf eind 2013 zou de nieuwe monitoring van start gaan.

Trouwe klanten die al jaren een bepaald product afnemen bij Telenet, rekenen er bovendien op dat hun operator een seintje zal geven als hun product niet langer het meest competitieve is en ze beter naar een nieuwere generatie zouden overstappen. Dat is immers optimale transparantie. Telenet belt dan ook proactief klanten op wanneer het voor hen voordeliger is of beter aansluit bij hun productgebruik om over te stappen naar een andere

productformule. In sommige gevallen worden klanten ook automatisch gemigreerd. De nieuwe mobiele tariefplannen KING & KONG waren hier een mooi voorbeeld van.

Een specifiek doelpubliek zijn de senioren. Vaak is het voor hen niet al te gemakkelijk om te wennen aan de digitale trend en hebben ze behoefte aan tekst en uitleg bij hun nieuwe product. Toen in het voorjaar van 2012 een aantal analoge kanalen niet langer werd uitgezonden, nam Telenet dan ook alle tijd om deze doelgroep met raad en daad bij te staan indien zij wilden overschakelen naar digitale televisie. Een specifiek TV-team was aanwezig op verschillende markten en zomerevents om uitleg te geven. Het was ook mogelijk om iemand van dit TV-team thuis te laten langskomen voor een uurtje uitleg en informatie over digitale televisie.

Klanten kunnen ook inschrijven op verschillende commerciële nieuwsbrieven om op de hoogte te blijven van het productaanbod van Telenet. Op de Telenet-blog krijgen klanten een blik achter de schermen van Telenet. Belangrijke persconferenties worden hier live gestreamd en zijn achteraf integraal te herbekijken. De gastblogs die dit jaar geïntroduceerd werden, geven meer inzicht in hoe Telenet bijvoorbeeld films en series voor PRIME aankoopt, of tonen aan hoe het bedrijf via studiereizen op zoek gaat naar nieuwe ontwikkelingen in de televisiemarkt.



**Safety  
First**

“Telenet werkt actief aan een veiliger internet voor kinderen.”



# Privacy & veiligheid

De verdere ontwikkeling van het internet hangt onder meer af van de mate waarin consumenten, bedrijven en overheden het netwerk vertrouwen met gevoelige informatie en diensten. Er ligt dus een grote uitdaging voor overheden en voor bedrijven als Telenet in het verschiet om ervoor te zorgen dat er voldoende vertrouwen is om dit nieuwe waardesysteem in stand te houden en te laten werken.

Vanaf 2013 reikt Telenet jaarlijks een "Gele Duim" voor opmerkelijke initiatieven die een verschil willen maken in het veilig en verantwoord omgaan met en het toegankelijk maken van computer- en internetgebruik.





### Information Security Roadmap

Alle medewerkers van Telenet, zowel in vast dienstverband als interims, worden tijdens de verplichte introductiedag geïnformeerd over de vertrouwelijkheid van bepaalde informatie. Elke medewerker is persoonlijk verantwoordelijk voor de beveiliging van zijn data en moet weten hoe correct om te gaan met vertrouwelijke informatie. Zowel het belang van de Belgische en Europese wetgeving en richtlijnen over het verzamelen en verwerken van privacygevoelige gegevens, als de regels omtrent mededingingsrecht werden het afgelopen jaar nogmaals in de verf gezet. Op het intranet zijn meer informatie, templates en trainingsmateriaal rond security terug te vinden.

Hoofdaandeelhouder Liberty Global sponsorde de studie 'The Value of Our Digital Identity' (november 2012) van de Boston Consulting Group, waarvoor 3.000 Europese consumenten werden ondervraagd. Het rapport berekende voor de eerste keer de huidige en potentiële economische waarde van de 'digitale identiteit' van een persoon: de som van alle digitaal beschikbare informatie over iemand, van de dingen die ze over zichzelf vertellen op sociale media tot data van online transacties en andere bronnen.

Uit de studie blijkt dat consumenten bereid zijn om hun persoonlijke gegevens te delen als ze voldoende verzekerd zijn van de bescherming daarvan en als ze er voldoende voordeel van ondervinden. Er ligt dus een grote uitdaging voor overheden en voor bedrijven als Telenet in het verschiet om ervoor te zorgen dat er voldoende vertrouwen is om dit nieuwe waardesysteem in stand te houden en te laten werken. Want digitale gegevens zijn een bron van economische groei en innovatie, die de Europese economie een boost kunnen geven.

### Uw persoonlijke gegevens zijn veilig

Als nutsbedrijf beschikt Telenet over confidentiële informatie van zijn klanten. Telenet gaat zorgvuldig

om met deze persoonsgegevens. In de Information Security Roadmap staan de prioritaire projecten beschreven die de algemene veiligheidsdoelstellingen ondersteunen. Een correcte toepassing van de Roadmap zorgt ervoor dat op een verantwoorde manier wordt omgegaan met de mogelijke risico's en bedreigingen die uit een kwaadwillig of foutief gebruik van informatie en data kunnen voortvloeien. De roadmap wordt jaarlijks herzien in functie van de strategische aanbevelingen van het Security Steering Committee, waarin de relevante departementen uit de organisatie vertegenwoordigd zijn. Dit alles kadert in het "plan-do-check-act" principe zoals voorgeschreven door de ISO 27001 security norm, die we gebruiken om ons Information Security Management System (ISMS) uit te bouwen. Onze security policies, vereisten, en beheersstandaarden zijn trouwens volledig geënt op de ISO 27002 standaard. Hieronder bespreken we de belangrijkste punten uit de roadmap.

In 2012 werden doorheen de organisatie specifieke verantwoordelijken voor security toegekend en opgeleid. Zij helpen de Information Security afdeling om de juiste veiligheidsvereisten met betrekking tot bepaalde toepassingen op te stellen zodat er niet over- of onderbeveiligd wordt. Aan de opstart van

een nieuw project gaat sinds vorig jaar formeel een "security en privacy risico inschatting" vooraf. Via een standaard vragenlijst worden de risico's eerst op een consistente manier door de verantwoordelijken ingeschat en vervolgens gevalideerd door het Informatie Beveiliging- departement. Aan de hand van de beraamde risico's zullen de nodige beveiligingseisen vastgelegd worden.

Tot slot wordt jaarlijks ook een grootschalige infosessie georganiseerd over omkoping en corruptie. Zo'n 200-tal kaderleden moeten hier verplicht aan deelnemen. Telenet vindt het belangrijk dat zijn verantwoordelijken op de hoogte zijn van de bepalingen met betrekking tot private en openbare omkoping, gelet op de zware gevolgen die inbreuken hierop kunnen hebben.

Al deze opleidingen en sensibiliseringsacties worden aangevuld met de nodige beveiliging van hardware. 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 bij verlies of diefstal onmogelijk 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 klantgegevens.

## Uw producten zijn veilig

Veiligheid is een continu proces in de telecomindustrie. Bij elke nieuwe technologie bestaat immers een risico op inbreuken. Telenet besteedt hier voortdurend aandacht aan door zowel de software als de hardware van zijn producten steeds up to date te houden. Een aantal van deze updates is zichtbaar voor de klant, maar vaak gebeurt dit ook op de achtergrond.

Telenet voorziet ook veiligheidsinstellingen die klanten zelf kunnen beheren. Zo is er een beveiligingsmechanisme voorzien in de decoder, waardoor bepaalde inhoud van het digitale tv-platform enkel bekeken of besteld kan worden met behulp van een paswoord. En ook op de mailbox staat standaard

## Privacy en veiligheid

Telenet hecht veel belang aan privacy en veiligheid, zowel in het bedrijf als bij de klant thuis. We zorgen er via trainingen en infosessies voor dat de veiligheid van de persoonlijke gegevens waar het bedrijf over beschikt, altijd gewaarborgd is. Daarnaast voorzien we ook onze producten en diensten van de nodige veiligheidsinstellingen, met een focus op kinderen.

Prioriteit

een filter om spam en ongewenste berichten buiten te houden. Spammers worden echter steeds inventiever om persoonlijke gegevens te achterhalen. Om hun mails de nodige autoriteit mee te geven maken ze vaak gebruik van standaard tekst en het logo van bekende bedrijven. Telenet informeert zowel zijn klanten als zijn medewerkers regelmatig over het gevaar van dergelijke mails.

Via het Telenet Security Pack kunnen klanten een geavanceerde firewall installeren en hun computer beschermen tegen virussen en spyware. Daarnaast is het ook mogelijk om bepaalde sites te blokkeren per gebruiker of om te bepalen hoe lang de kinderen dagelijks kunnen surfen.



Bepaalde inhoud van het digitale tv-platform kan enkel bekeken of besteld worden met een paswoord.



Telenet ziet er nauw op toe dat zijn producten en diensten steeds kindvriendelijk zijn en over de nodige veiligheidsinstellingen beschikken.



Telenet ondertekende het "E-Safety Charter" van Child Focus.

### Ook kinderen surfen veilig

Om de veiligheid van vooral kinderen en jongeren te vergroten, zijn gerichte maatregelen nodig. Met de hierboven beschreven functies uit het Telenet Security Pack komen we hier al enigszins aan tegemoet. Daarnaast ondertekende Telenet ook samen met alle Belgische industriepartners het "E-Safety Charter" van Child Focus. Het Charter pleit voor meer sensibilisering en voor meer controlemogelijkheden voor een veilig internet.

In december 2012 nam Telenet via Telenet Foundation ook deel aan het forum naar aanleiding van de 'Richtlijnen voor Kinderrechten en het bedrijfsleven'. Deze richtlijnen voor bedrijven zijn opgesteld door UNICEF, het VN Global Compact en Save the Children. De bedoeling is om de bedrijfswereld inzicht te geven in acties die ze kunnen ondernemen op het gebied van werkomstandigheden, de markt en gemeenschap met respect voor de rechten van het kind. Telenet ondersteunt deze richtlijnen en volgt ze actief op. Onze producten en diensten zijn afgestemd op de 10 richtlijnen voor Kinderrechten en het bedrijfsleven.

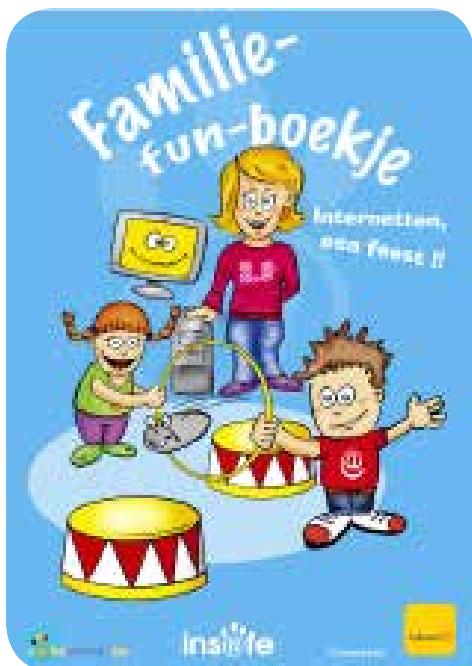
Daarnaast werkt Telenet actief samen (direct of indirect via ISPA Belgium, de Internet Service Providers Association) met de Belgische overheid en

de Federale Computer Crime Unit om maatregelen uit te werken en door te voeren tegen websites met schadelijke inhoud. In het verleden heeft Telenet meerdere websites geblokkeerd die illegale of kinderpornografische inhoud verspreidden. Telenet is zelf een vooraanstaand lid van de ISPA en volgt hun gedragscode waarin onder andere voorzieningen zijn opgenomen voor de samenwerking met Child Focus om misbruik van kinderen via chat-toepassingen en -websites te voorkomen en te bestrijden.

Samen met wetenschappers, overheidsmedewerkers en andere telecom/IT-operatoren is Telenet eveneens lid van het begeleidingscomité voor het BESIC III project – Belgian Safer Internet Centre. Dit centrum, onder leiding van Child Focus, verenigt de drie aspecten van noodnummer, hulplijn en sensibiliseringskanaal. Het begeleidingscomité staat het centrum bij met advies, zoals over de ontwikkeling van een tool over cyberpesten voor ouders.

Telenet blijft voortdurend op de hoogte van de EU-campagnes voor een veiliger internet en werkt actief mee aan de jaarlijkse Safer Internet campagne. Met de steun van hoofdaandeelhouder LGI is Telenet Gold Partner van de Safer Internet Day. Ter gelegenheid van deze dag verschenen twee doe-boekjes. Zo is er 'Spelend leren: Online zijn', bestemd voor 4- tot 8-jarigen, en de 'e-Safety Kit' voor jongeren van 6 tot





Telenet werkt actief mee aan de jaarlijkse Safer internet campagne. Ouders kunnen twee doe-boekjes downloaden op de website.

12 jaar. Met deze brochures, die verspreid worden via de scholen, leren kinderen op een speelse manier over veiligheid op het internet. In 2013 introduceerde European Schoolnet, samen met LGI, het educatief filmpje "De digitale wereld van uw kinderen». Deze interactieve video geeft tips voor ouders over hoe je kinderen veilig kunnen surfen op het internet. Op het einde van het filmpje is het mogelijk om een aantal pdf's downloaden over privacy, online gaming, online friends etc.

Naar aanleiding van de Safer Internet Day 2012 vroeg Telenet drie leraressen lager onderwijs om een les voor te bereiden over veilig internet. De les kadert in een breder pakket over ICT op school. Via de website [dedigitaleboekentas.weebly.com](http://dedigitaleboekentas.weebly.com) kunnen andere leraren dit pakket downloaden. Daarnaast vinden ze op de site ook kant en klare lessen terug die aangeven hoe ze computer, smartphones en tablets optimaal in hun lessen kunnen betrekken. Het digitale boekentas-project van deze "digijuffen" won de allereerste Gele Duim van Telenet. Vanaf nu zullen we deze prijs jaarlijks uitreiken voor opmerkelijke initiatieven die een verschil willen maken in het veilig en verantwoord omgaan met en het toegankelijk maken van computer- en internetgebruik.

## Bescherming van kinderen

**Prioriteit**

Telenet ziet er nauw op toe dat zijn producten en diensten steeds kindvriendelijk zijn en over de nodige veiligheidsinstellingen beschikken. Via diverse partnerships of deelnames aan studiedagen zet Telenet zich actief in voor veilig internet voor kinderen.

## Telefonie



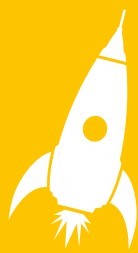
## Televisie



## Internet



# Markt en activiteiten



## Netwerk



**Klaar voor de toekomst**

72

## Toekomst



**The internet of things**

76

## Telenet for Business



**Het gaat vooruit!**

80

“Bij Telenet bouwen we elke dag aan de toekomst. We willen onze klanten steeds blijven verrassen met innovatieve producten. Hun ervaring staat altijd centraal.”



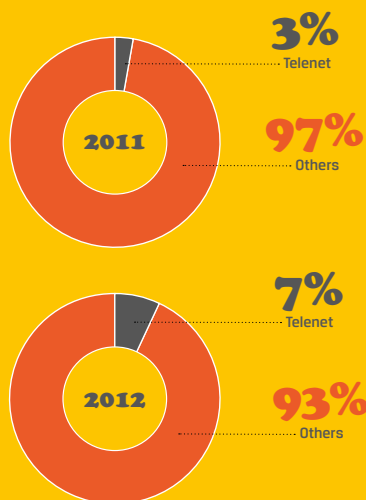
Tijd voor 'n  
**babbel**

“ 2012 zal herinnerd worden als het jaar dat mobiliteit een belangrijk onderdeel van onze langetermijnstrategie werd.”

# Telefonie

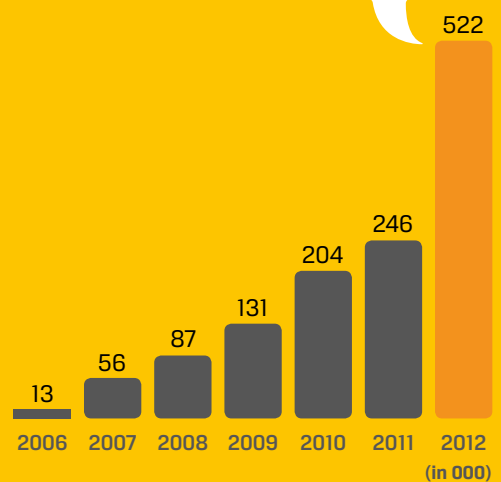
Onze nieuwe positionering in de markt voor mobiele telefonie en de lancering van onze eenvoudige en transparante tariefplannen KING & KONG hebben een geheel nieuwe dynamiek gebracht in de markt voor mobiele telefonie.

Marktaandeel in simkaarten:  
nog veel potentieel



Aantal mobiele telefonieklienten

+112%



Vaste lijn = bellen na de piekuren

**1.000 min**

gratis naar mobiele nummers in België

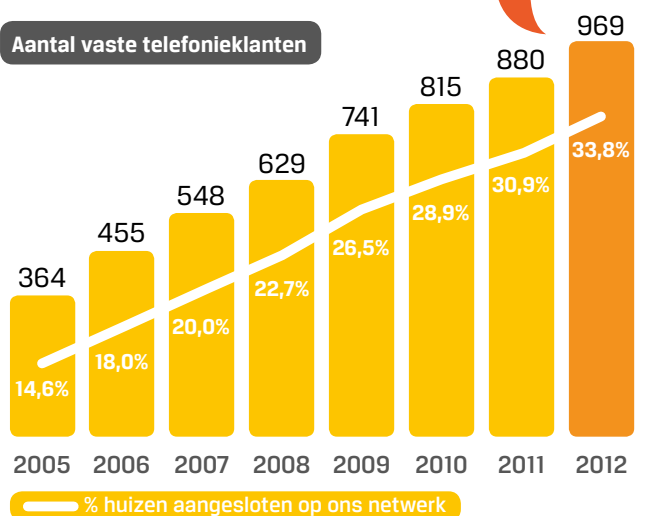
**2.000 min**

gratis naar vaste lijn in EU + Turkije en Marokko

**Ongelimiteerd**

naar vaste lijnen in België

Aantal vaste telefonieklienten



## TRENDS IN DE MARKT

3G-netwerken zorgen ervoor dat telefonie tegenwoordig een veel breder begrip is dan louter belminuten. Via zijn smartphone heeft de consument toegang tot internet, e-mail en allerlei handige applicaties voor radio en televisie streaming, GPS of video calls. Daarnaast gebruikt hij ook vaak apps zoals Skype, WhatsApp en Viber als een alternatief voor sms en belminuten. De toename aan dergelijke over the top (OTT)- applicaties betekent twee zaken voor operatoren wereldwijd.

Gezien het dataverbruik exponentieel stijgt, moeten ze almaar meer investeren om netwerkcongestie te vermijden. De volgende generatie van de mobiele netwerken, 4G of LTE, moet tegemoet komen aan deze vraag naar meer netwerkcapaciteit.

De tweede trend is dat operatoren hun mobiele tariefplannen aanpassen om de nieuwe, vaak gratis applicaties het hoofd te bieden. Het gevolg is dat de consument tegenwoordig vaak onbeperkt kan bellen en sms'en tegen een vaste kost. En in de meeste mobiele abonnementen zit nu ook standaard mobiel internet inbegrepen.

## En wat met vaste telefonie?

Met betrekking tot vaste telefonie luidt de voorspelling volgens een rapport van de OESO dat deze bij veel operatoren niet langer zal opereren als stand alone product maar geïntegreerd zal worden met mobiele telefonie in een breder pakket. Door deze integratie hopen operatoren dat mobiele telefonie, net zoals bellen via de vaste lijn, meer gezien zal worden als een gezinsproduct. Dit zou het quadruple play aanbod verstevigen. De consument zou dan immers sneller geneigd zijn het mobiele abonnement af te nemen bij de operator waar hij ook televisie, internet en vaste telefoniediensten bestelt.

## MEANWHILE, @TELENET

In 2012 merkte Telenet een markante groei op voor zijn vaste telefonieproduct. Dit was voornamelijk te wijten aan de aantrekkelijke onbeperkte tariefplannen en een succesvolle multiple play strategie. Sinds eind 2011 bellen vaste telefonieklienten van Telenet tijdens de daluren gedurende 1000 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.

“Er is nog veel groei mogelijk voor mobiele telefonie.”



Als virtuele mobiele operator kan Telenet zich succesvol ontplooiën in mobiele telefonie zonder een eigen netwerk uit te rollen en te onderhouden.

In 2006 kon Telenet mobiele telefonie aanbieden als virtuele operator door een light MVNO-overeenkomst af te sluiten met Mobistar. Vier jaar later ging de overeenkomst over tot een full MVNO, en in mei 2012 werd deze samenwerking voor vijf jaar verlengd. Als virtuele mobiele operator kan Telenet zich succesvol ontplooiën in mobiele telefonie zonder een eigen netwerk uit te rollen en te onderhouden. Het eerder vermelde effect op het netwerk door almaar meer gebruik van mobiele data zal dus weinig effect hebben op Telenets investeringen. Mobistar kondigde aan dat ze begin 2013 starten met hun 4G-netwerk. Vanaf dan zal dit ook beschikbaar zijn voor Telenet-klanten.

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. Met de forse toename in mobiel dataverkeer, de gerealiseerde groei en de vooropgestelde klantenevolutie wil Telenet zijn toekomst in mobiel verder op de kaart zetten. De komende maanden zal Telenet haar mobiele licentie activeren. Daarbij zal gekeken worden om bestaande mobiele infrastructuur optimaal te benutten om zo zijn mobiele netwerk economisch en ecologisch te kunnen uitbouwen.

## KING & KONG

Eind juli 2012 lanceerde Telenet zijn nieuwe mobiele tarieven KING & KONG. De simpele, transparante en goedkope abonnementen bieden de klant de flexibiliteit om data, belminuten en sms naar believen te gebruiken. Naast uitstekende binnenlandse tarieven heeft Telenet bovendien ook bij de goedkoopste roamingtarieven. Door Telenet-klanten met een vaste telefonie-, internet- of televisieabonnement een maandelijkse korting toe te kennen op KING of KONG, geeft Telenet het quadruple play aanbod, waarbij de vier telecomproducten bij één operator afgenomen worden, een duwtje in de rug. Door in te tekenen op deze innovatieve tariefplannen kon 85% van de Telenet-klanten besparen op zijn mobiele aanrekening. Het aanbod, gebaseerd op grondig marktonderzoek, zorgde dan ook voor de nodige dynamiek in de markt. Het onafhankelijke consumentenmagazine Test Aankoop beval op zijn website onze nieuwe mobiele producten aan.



Volgens het jaarlijkse rapport van de informatie- en telecommunicatiemaatschappij, maakte begin 2012 amper één Belg op vijf gebruik van mobiel internet. Dit lag sterk onder het Europees gemiddelde van 43%. Naast het beperkte gebruik van smartphones in België was de inertie op vlak van mobiele data een verklarende factor voor deze lage mobiele breedbandpenetratie. Sinds de lancering van KING & KONG in combinatie met de Telecomwet die in oktober werd ingevoerd, is er een duidelijke versnelling van de markttrend.

Door in te tekenen op deze innovatieve tariefplannen kon 85% van de Telenet-klanten besparen op zijn mobiele aanrekening.







Sinds eind 2011 bellen vaste telefoniekanten tijdens de daluren gedurende 1.000 minuten gratis naar mobiele nummers in België.

In november stelden we vast dat 46% van onze mobiele klanten actief gebruik maakt van mobiel internet. Dit houdt in dat sinds de lancering van KING & KONG het mobiel internetgebruik van Telenet-klanten is toegenomen met 10%. Om deze trend te stimuleren, verdubbelden we amper drie maanden na de lancering van de nieuwe producten het aantal megabytes inbegrepen in beide formules.

### Sterke cijfers

Momenteel kent Telenet de hoogste verkoopcijfers van mobiele abonnementen als individueel product in zijn geschiedenis. Onder andere de Telenet-winkels drijven de verkoop aan. Op een jaar tijd is het aantal mobiele klanten gestegen met 112% tot een totaal van 521.600. Naast het succes van KING & KONG zijn deze cijfers toe te kennen aan enerzijds de gesubsidieerde formule waarbij een smartphone aan voordelig tarief verkregen kan worden en anderzijds aan de introductie van de nieuwe telecomwet die de maximum contractduur beperkt tot zes maanden.

En er is nog veel groei mogelijk voor mobiele telefonie, onder andere door de verwachte verdere groei van smartphones en tablets die meer en meer mobiele data consumeren. Daarnaast is er potentieel om onze mobiele producten te integreren in onze bestaande klantenbasis. Eind 2012 had slechts 11% van onze 2,2 miljoen klanten een mobiel abonnement van Telenet. Tot slot is er de mogelijkheid om meer klanten te laten overstappen van de "prijs volgens verbruik" tariefplannen naar KING & KONG.

**+112%**  
aantal mobiele klanten op één jaar



Out of the  
**box**

“De consument wil kijken naar wat hij wil, waar en wanneer hij dat wil. Bij Telenet maken we dat met Yelo TV mogelijk.”



# Televisie

Het audiovisuele landschap is de laatste jaren sterk veranderd door de onstuitbare opkomst van mobiel internet en nieuwe dragers zoals tablets en smartphones. Het traditionele (lineaire) tv kijken maakt plaats voor nieuwe vormen van tv-consumptie zoals over-the-top, second screen, uitgesteld kijken, video on demand.

## Meerdere schermen in Vlaamse huishoudens

**3**  **88%**  
schermen  
TV, mobiele telefoon en minstens 1 desktop/laptop

**4**  **49%**  
schermen  
TV, desktop, laptop en mobiele telefoon

**4**  **19%**  
schermen  
TV, desktop, laptop, mobiele telefoon en tablet

bron: [www.digimeter.be](http://www.digimeter.be)



---

## TRENDS IN DE MARKT

---

### Smart tv's en OTT

---

Internettelevisie is een trend die in de hele sector met argusogen gevolgd wordt. In 2011 kon ongeveer 25% van de wereldwijd verkochte televisies connecteren met het internet. Naar schatting zal dit aantal smart tv's in 2015 oplopen tot 80%. Volgens Test Aankoop gebruikt voorlopig echter slechts 1 op 5 Belgen met een smart tv deze internetfunctie op hun televisietoestel. België is hiermee geen uitzondering: In heel West-Europa maakt slechts een deel van de consumenten met een smart tv effectief gebruik van OTT-televisie. Van zodra er meer content beschikbaar is en deze op een makkelijke manier ontsloten kan worden, wordt hier echter een keerpunt in verwacht. De next generation televisiediensten zullen lineaire televisie, VOD en internetdiensten combineren. Wereldwijd hebben operatoren verschillende contentstrategieën toegepast naar aanleiding van de opkomst van OTT-televisie, gaande van louter "netwerkpijp" tot het aanbieden van exclusieve zenderpakketten waar ze rechthouder of zelfs eigenaar van zijn.

---

### Multiscreen

---

Welke strategie de operatoren ook kiezen, het is niet langer voldoende om de content slechts op 1 scherm te ontsluiten. OTT-aanbieders zoals YouTube, Hulu of Netflix duwen de traditionele telecomoperatoren naar een "tv everywhere" model. Opnames en programma's moeten op termijn te bekijken zijn op het scherm en de locatie naar keuze. Maar ook lokaal beweegt de markt. Zo legde de Vlaamse Openbare Omroep in augustus 2012 de plannen voor een catch-up TV pilot waarbij de grootste Vlaamse zenders betrokken zijn, op tafel. En eind december lanceerde Weepee TV als eerste Vlaamse distributeur van internettelevisie een aanbod van 15 kanalen.

Toch zijn er nog vele hindernissen met betrekking tot multiscreen, onder andere rond copyrights, geografische beperkingen, netwerkbeperkingen en compatibele toestellen. De overdraagbaarheid van content van het ene naar het andere device is momenteel nog erg gelimiteerd. De industrie werkt er echter hard aan om nieuwe modellen te ontwikkelen die toestaan om op elk moment, op het gewenste device de content naar keuze te ontsluiten.

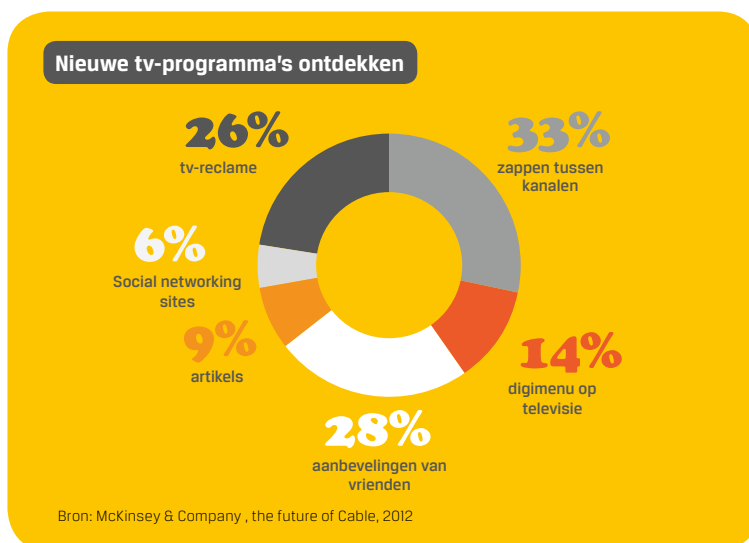
### Wie online zoekt, die vindt

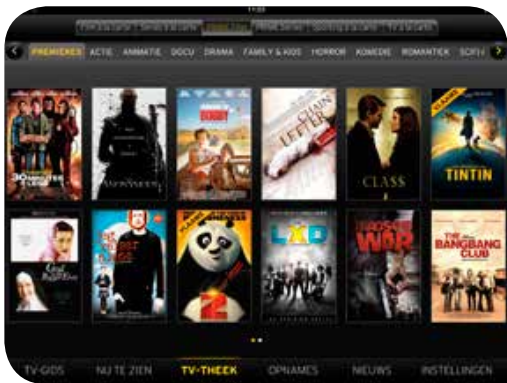
Niet alleen verandert de manier waarop de consument naar televisie kijkt, ook de wijze waarop hij op zoek gaat naar nieuwe programma's of series is niet meer dezelfde als vroeger. De consument van vandaag kiest zijn programma's niet meer via het tv-blad maar in de elektronische programmagids, en die van morgen gaat op zoek naar aanbevelingen die hij terugvindt via Google of Facebook. En ook tijdens het televisiekijken worden bepaalde randactiviteiten die vaak verlopen via social media belangrijker. Er wordt dan ook volop geëxperimenteerd met tv-twitteren, aanbevelingen, polls...



### Het belang van de decoder

Het voornaamste doel van de decoder is om alle content overzichtelijk aan te bieden op de verschillende devices die de consument gebruikt om televisie te kijken. Het toestel moet hierbij zijn meerwaarde bewijzen in de toestroom aan alternatieven als spelconsoles, smart tv's, blue rayspelers en toepassingen als Boxee. De box zal dan ook niet alleen uitgerust worden met een elektronische programmagids en een videocatalogus. Extra features zoals een gebruiksvriendelijke interface, zoek- en suggestiefuncties op maat, populaire apps, games, een handzame afstandsbediening, HD beeldkwaliteit, 3D-functionaliteiten, opslagcapaciteit en toegang tot cloud moeten van de decoder hét centrale toestel maken om entertainmentdiensten in huis te ontsluiten.





## MEANWHILE, @TELENET

Telenet is volop bezig het uitbouwen van de vele technologische mogelijkheden van zijn digitale televisieplatform, waaronder het optimaliseren van een gebruiksvriendelijk second screen model. Daarnaast ligt de focus op het aanbieden van premium content via eigen zenderpakketten. In het kader van deze strategie ziet Telenet OTT niet zozeer als een bedreiging voor zijn televisiediensten maar eerder als een opportuniteit voor de breedbandpenetratie en de toekomstige groei van kabel. Kabel is immers de technologie bij uitstek voor het transport van video.

## Yelo TV

In 2010 lanceerde Telenet als eerste operator in België een applicatie om televisie te bekijken op het device naar keuze: laptop, tablet of smartphone. Hiermee drukte Telenet duidelijk zijn stempel op innovatie in de televisiewereld. Het platform werd de voorbije jaren uitgebreid en verbeterd. In maart 2012 kwam de versie voor Android uit. Tegelijkertijd werden 14 extra zenders toegevoegd aan het aanbod. Ook werd een twitterbalk geïntegreerd, waardoor kijkers op hun tablet tegelijkertijd kunnen tv kijken en twitteren over de uitzending. Eind 2012 telde Yelo meer dan 200.000 actieve gebruikers. De applicatie werd in januari 2013 bekroond met een tweede plaats voor "apps van eigen bodem" op de uitreiking "Site van het Jaar" georganiseerd door het vakblad Clickx.

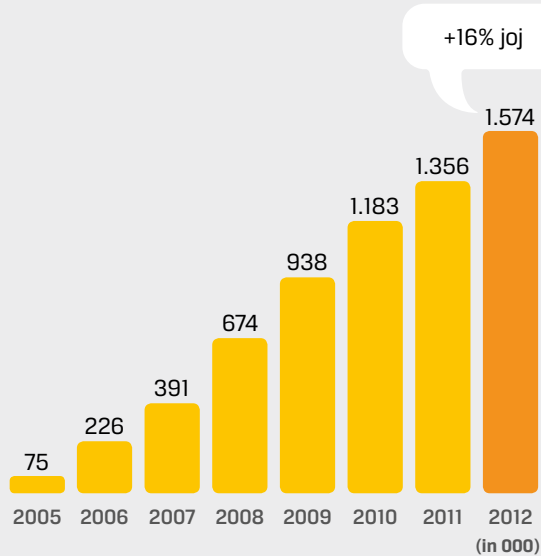
In oktober kondigde Telenet zijn plannen aan om zijn digitale televisieproduct en de Yelo-applicatie te integreren. Het nieuwe product, Yelo TV, biedt een geheel nieuwe kijkbeleving. Bij Yelo TV kan de televisie-ervaring naadloos overgebracht worden naar het device naar keuze. Content wordt uitwisselbaar tussen alle schermen in huis: de kijker kan zowel live televisieprogramma's als opnames bekijken zijn tablet, computer of smartphone. Omgekeerd kan hij ook foto's en filmpjes van bijvoorbeeld zijn laptop of smartphone probleemloos afspelen op zijn centrale televisietoestel. Bovendien kan hij van op afstand zijn opnames programmeren en wissen. Yelo TV krijgt een innovatieve en aantrekkelijke interface, die op iedere drager terugkeert.

**Prioriteit**

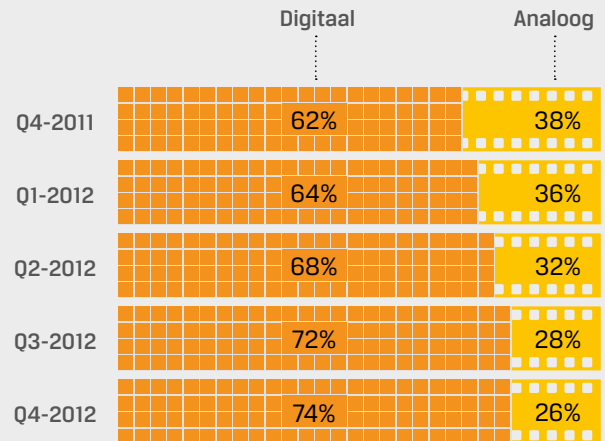
## Innovatie

In de steeds sneller evoluerende digitale wereld wil Telenet een centrale rol blijven spelen. Door internationale technologische en consumententrends van nabij op te volgen, kunnen we steeds nieuwe producten en diensten ontwikkelen die in lijn liggen met wat de consument verwacht. Telenet heeft sinds zijn ontstaan vele malen een pioniersrol gespeeld. In 2005 lanceerden we als één van de eerste kabelbedrijven interactieve digitale televisie. Vijf jaar later brachten we de tv als eerste operator in België naar de tablet en smartphone. Met de introductie van Yelo TV in 2013 volgt een nieuwe cruciale stap in de verdere evolutie van ons digitaal tv-platform dat voortaan een heuse "media-gateway" wordt.

### Aantal digitale televisieabonnees



### Digitalisatiegraad



### De decoder als centrale toestel

Yelo TV kan uitgerold worden op het merendeel van de bestaande settopboxen van Telenet. Een groot deel van de klantenbasis zal dus instant genieten van de nieuwe functionaliteiten. Telenet evalueert voortdurend alle mogelijke opties om interactieve digitale televisie op de meest kostenefficiënte manier bij haar klanten te brengen met respect voor de rechten van programma-aanbieders. Tot nog toe zijn de eigen settopboxen de beste manier gebleken om de diensten op een uniforme en op de meest goedkope manier naar de klanten te brengen.

Telenet besteedt ook de nodige aandacht aan de gebruiksvriendelijkheid, het design en het energieverbruik van zijn decoder. Zowel de opnamefuncties als het opslagvermogen van de harde schijf zijn best in class, vergeleken met andere aanbieders in België. Daarnaast krijgt de kijker ook persoonlijke suggesties voor films en programma's. In april kreeg het menu van de Digibox en Digidorder een make-over. Het opgefriste design in HD-resolutie zorgt voor betere beeldkwaliteit en meer leesbaarheid. Daarnaast is het nieuwe menu gebruiksvriendelijker door het toevoegen van opnamemappen. Alle opnames van eenzelfde serie zitten niet langer chronologisch verspreid tussen andere programma's, maar worden netjes gebundeld in een map. Tot slot profiteerden klanten ook van een verbeterde zappalk en snelgids.

### Teletenne

Telenet wil zijn klanten ook bedienen in regio's waar aansluiting op het kabelnetwerk moeilijk of onmogelijk is. Daarom lanceerden we op 2 juli een nieuw televisieproduct, Teletenne. Met een antenne en een speciale decoder kunnen klanten in Vlaanderen en Brussel televisie kijken via de zendmasten van Norkring. Teletenne is ideaal voor op de camping, op de zolderkamer of in het tuinhuis. Maar ook voor op kot of in woningen die buiten het kabelgebied liggen, kan het nieuwe product een oplossing zijn. Concreet ontvangt de klant 13 zenders, waaronder Eén, Canvas, Ketnet/Op12, Vijf TV, VT4 en Acht in digitale beeld- en geluidskwaliteit. De elektronische programmagids (EPG) kijkt twee dagen vooruit.

Yelo TV kan uitgerold worden op het merendeel van de bestaande settopboxen van Telenet.



## Basis en premium content

Naast het uitbouwen van de multi-screen mogelijkheden op zijn digitale televisieplatform, hanteert Telenet een focus op premium content. Met de betaalpakketten die klanten kunnen bestellen als optie bovenop het ruime basisaanbod komen we tegemoet aan specifieke interesses en bieden we programma's aan die soms elders moeilijk te vinden zijn. De bekendste pakketten zijn PRIME voor series en films en Sporting Telenet voor het sport- en voetbalaanbod. Deze twee zijn ook beschikbaar via de Yelo-app. De premium content wordt enerzijds lineair uitgezonden op een aantal specifieke kanalen. Anderzijds vinden abonnees in de TV-theek via PRIME en Sporting à la Carte ook nog de catalogus terug met films en series of de uitzendingen van de afgelopen speeldagen.

Daarnaast kunnen klanten nog kiezen uit een viertal andere pakketten met focus op kinderen, entertainment, lifestyle of sport & adult. Zo kunnen zij een aanbod op maat samenstellen zonder online te zoeken naar programma's die aansluiten bij hun interessesfeer.

Deze premium content is een aanvulling op het basispakket dat bestaat uit meer dan 75 tv-zenders en 36 radio- en muziekzenders. Waar mogelijk biedt Telenet zijn klanten ook zenders in HD aan. In totaal kunnen klanten via hun HD decoder nu een 12-tal kanalen in HD bekijken, waaronder de grootste commerciële en publieke zenders. Daarnaast biedt Telenet sinds vorig jaar ook een nieuwe 3D-zender aan, HIGH TV 3D. Dit is de enige internationale zender



die al zijn programma's volledig in 3D uitzendt. Telenet houdt zo veel mogelijk rekening met demografische nichegroepen in het basispakket. Het afgelopen jaar werden daarom zenders als "The Israeli Network" of "Radio Judaica" toegevoegd.

## TV-theek

Via de TV-theek is een groot aanbod van series, films en programma's steeds opvraagbaar. Alle digitale televisieklanten kunnen via Film en Series à la Carte een aflevering of een film naar keuze bestellen. Series à la Carte is nieuw sinds 2012 en biedt de klanten een grotere gebruiksvriendelijkheid. Hier vinden ze de afleveringen van series gemakkelijker terug.

Het stokpaardje van de TV-theek blijft echter ook in 2012 het ruime en gevarieerde filmaanbod. Lokale content domineerde de top 3 van meest bestelde films. Zowel Code 37 als Hasta la Vista vielen erg in de smaak. Maar ook de blockbusters doen het uiteraard goed. Om het sterke aanbod ook de komende jaren te blijven garanderen werden de deals met Walt Disney en Warner Bros vernieuwd. Daarnaast vindt ook het nichepubliek haar gading in de TV-theek. Zo lanceerde Telenet in april voor



Tijdens de reclameblokken van het populaire programma 'De Slimste Mens ter Wereld' lanceerden VIER en Telenet een leuke nieuwigheid. Kijkers konden via de gratis applicatie voor smartphone en tablet 'De Snelste Quiz ter Wereld' tijdens de reclameblokken hun kennis en snelheid meten met de rest van Vlaanderen door deel te nemen aan een korte quiz.



# PRIME

de documentairieliefhebbers de rubriek Docu à la carte. Een exclusieve samenwerking met DOCVILLE, het internationaal documentairefestival, zorgt voor een mooie selectie films die moeilijk elders te bekijken zijn.

Om de Telenet-klanten nog beter op de hoogte te houden van de nieuwe films en series in de TV-theek, werd in de zomer van 2012 'TV-theek Première' opgestart. In dit ludieke programma lichten 2 jonge presentatoren wekelijks de nieuwigheden in de TV-theek uit. Ook via de tweewekelijkse nieuwsbrief en social media informeert Telenet de klant nog beter over hun favoriete content.

## PRIME: de beste series en films

Een PRIME-abonnee kan terecht op zeven kanalen waar continu een selectie films en series wordt uitgezonden. Daarnaast heeft hij gratis toegang tot een uitgebreid aanbod in de TV-theek onder PRIME à la Carte. PRIME biedt de garantie om elke avond van het jaar een nieuwe aflevering van een tv-serie te tonen. In 2012 zijn er 630 films en zo'n 400 episodes van een serie in première gegaan op PRIME.

De premium content voor PRIME wordt gekocht via verscheidene contracten met grote mediamaatschappijen waaronder Universal Studios, MGM, Twentieth Century Fox, Paramount, Sony, Disney en Warner Brothers. Eind oktober sloot Telenet een exclusieve deal met HBO voor drie jaar. PRIME-kijkers kunnen er dus van op aan alle nieuwe HBO-releases als eerste in België op televisie te zien.

Telenet vindt het belangrijk om niet alleen de grote Amerikaanse blockbusters en populaire series te tonen, maar ook om films van eigen bodem uit te zenden. In dat kader verwerft PRIME ook uitzendrechten voor nieuwe Vlaamse films of series. In april konden PRIME-kijkers zo als eersten 'Quiz me Quick', de populaire serie van Bart de Pauw, zien. PRIME biedt naast films en series ook leuke extra's die op geen enkele andere Vlaamse zender te zien zijn. Hieronder zitten bijvoorbeeld de integrale uitzendingen van de vele Awardsshow's zoals de Oscars, de Golden Globes, Screen Actors Guild Awards en de Spirit Awards.

**Goe plan, Jan!**

**TV-THEEKSCHE DOEN?**

**KIJK MEE HOE JAN VAN LOOVEREN KIJKT.**

De beste films & series van deze maand

**WIN** het TV-theekpakket van Jan (zie p. 12)

telenet

Via de tweewekelijkse e-nieuwsbrief en social media informeert Telenet de klant nog beter over zijn favoriete content.

## Sporting Telenet

Ook wat betreft sportaanbod zitten de kijkers goed bij Telenet. Met het verwerven van het zogenaamde Lot 3 konden voetbalfans vanaf seizoen 2012-2013 terecht bij Sporting Telenet voor alle wedstrijden van de Jupiler Pro League. Naast het Belgisch voetbal kreeg ook de portfolio van buitenlands voetbal enkele aanvullingen. Zo werden de Russische, Braziliaanse en Amerikaanse competities toegevoegd aan het bestaande aanbod van de Engelse, Duitse, Franse, Italiaanse en Nederlandse competitie. Daarnaast hebben we ons aanbod verder uitgediept met het verwerven van de rechten voor de Spaanse, Italiaanse, Franse en Duitse bekercompetities die de Nederlandse en Engelse bekercompetities vervolledigen. Het verlies van de Champions League werd gecompenseerd met het binnenhalen van de Europa League. In januari 2013 verlengde Telenet nog het contract met de Barclays Premier League uit Engeland met drie jaar verlengd voor de seizoenen 2013/14 – 2015/16. Door middel van eigen omkaderingsprogramma's met zorgvuldig gekozen experts creëert Sporting Telenet een definitieve meerwaarde ten opzichte van andere zenders.

## Bijhorende websites

Deze premium kanalen worden online aangevuld met twee sterke websites en bijhorende social media-activiteiten. Met dergelijke initiatieven wil Telenet zijn kijkers een totaalproduct bieden, zodat zij de gewenste randinformatie zoals match-samenvattingen of trailers van films niet op andere sites hoeven te zoeken.

Op de site van PRIME vinden filmfanaten onder de nieuwsrubriek recensies, heet-van-de-naald-filmnieuws en allerhande redactionele faits divers terug. Daarnaast zijn ook de trailers te bekijken van alle films en series die op de zender lopen, en uiteraard is er ook een tab voorzien met de volledige PRIME-programmatie.

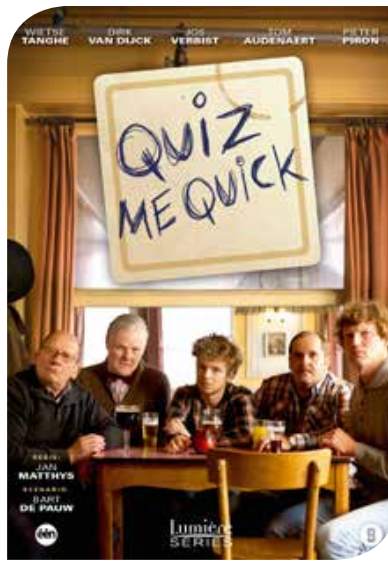
De website van Sporting Telenet bestaat uit 4 grote onderdelen: TV-gids, nieuwsberichten, videozone en een matchcenter. In dat matchcenter kunnen alle wedstrijden uit de competities die uitgezonden worden, live gevolgd worden via een ticker. In het kielzog van de nieuwe website werd een nagelnieuw Sporting Telenet YouTube-kanaal gelanceerd. Daarop kunnen fans samenvattingen van diverse competities, reportages uit het Sporting Nieuws en tal van ander highlights bekijken. De sociale media van Sporting Telenet blijven verder groeien. In augustus meldde de 35.000<sup>ste</sup> facebook fan zich aan. En ook de Twitter account kent ondertussen meer dan 6.500 volgers.



Stijgingen in 2012

**+10%**

Eind december 2012 waren ongeveer **195.400 klanten** geabonneerd op onze betalende sportzenders, wat neerkomt op een stijging van 10% ten opzichte van 2011.



## Werken aan een model voor Vlaanderen

In samenwerking met de lokale omroepen heeft Telenet in de TV-theek met onder andere Net/Ooit Gemist, Iwatch en C-More een omvangrijke op aanvraag catalogus samengesteld, die het grootste gedeelte van zowel vertoonde content als previews van lokale series bevat. In 2012 bestelden de kijkers vooral Vlaamse content, met fictiereeksen zoals Zone Stad, Clan en Quiz me Quick.

Hiernaast werkt Telenet ook samen met de Vlaamse spelers (auteurs, producenten, zenders en distributeurs) om een stabiele langetermijnvisie op het audiovisuele beleid uit te stippelen. Uit een recent debat tussen de verschillende actoren kwam naar voren dat er gezamenlijk een antwoord moet gevonden worden op de dreiging van de buitenlandse initiatieven en nieuwe (internationale) spelers in het audiovisuele landschap. Een toekomstgericht overheidsbeleid, aangevuld met middelen vanuit de private sector en een focus op internationale marketing en distributie moeten ervoor zorgen dat Vlaamse content zijn plaats vindt in het nieuwe televisie-ecosysteem.

Telenet levert zijn bijdrage aan de ontwikkeling van Vlaamse content door enerzijds het innen van auteursrechten en deze integraal door te storten aan zowel Vlaamse als buitenlandse zenders en de beheersvennootschappen. Anderzijds steunt Telenet vanaf 1 januari 2013 Vlaamse contentcreatie door middel van S.T.A.P., een investeringsprogramma waarbij we de volgende 4 jaar in totaal €30 miljoen

zullen inbrengen in Vlaamse televisieproducties en Vlaamse films. Op die manier hopen we de Vlaamse televisiewereld een stevige financiële boost te geven en producenten en zenders alle kansen te geven om ook in de toekomst kwaliteitsfilms, topseries, animatie en ijzersterke docu's te produceren.

Tot slot stapte Telenet begin 2012 in het project FilmAngel.TV, een innovatief platform dat het mogelijk maakt voor jonge cineasten om hun projecten (kortfilm, documentaire, TV-project en andere videoproducties) voor te stellen aan een breed publiek, steun te zoeken via social media en hun fans hun project mee te laten financieren ("crowdfunding"). Telenet zal de projecten deels financieel mee ondersteunen. Een afgevaardigde van Telenet zetelt bovendien in de jury van het project, samen met Peter Bouckaert (Managing Director Eyeworks), Michael Roskam (Regisseur van oa. Rundskop), Dominique De Ruddere (Regisseur van oa. Iedereen Beroemd), Bart Becks en Maurice Engelen (oprichters van FilmAngel).

Stijgingen in 2012

**+11,3%**

In 2012 bestelden digitale televisieklianten in totaal meer dan **75 miljoen** films, series of programma's uit de hele TV-theek. Ten opzichte van 2011 is dat een stijging van 11,3%.



**Snel,  
sneller!**

“We vinden het belangrijk dat internetklanten altijd overal snel en vlot kunnen surfen.”



# Internet

Zowel de mobiele netwerken als internet via de vaste lijn zijn onderhevig aan dezelfde trend: het moet almaar sneller gaan. Dit heeft twee oorzaken. Er zijn steeds meer connected devices per huishouden. En via deze toestellen bekijkt de consument almaar meer content en verstuurt hij steeds meer data. Er wordt dan ook hard gewerkt aan de uitbreiding van connectiviteit.

Gemiddelde snelheid per internetklant

**25**  
Mbps

**31**  
Mbps

**41**  
Mbps

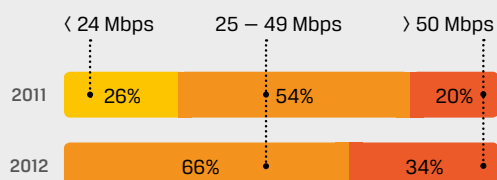
+32% joj

2010

2011

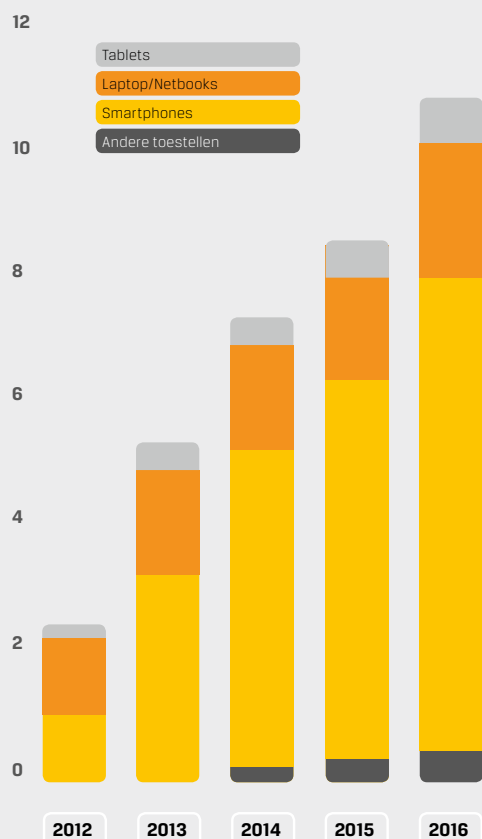
2012

### Hoe snel surfen onze klanten?



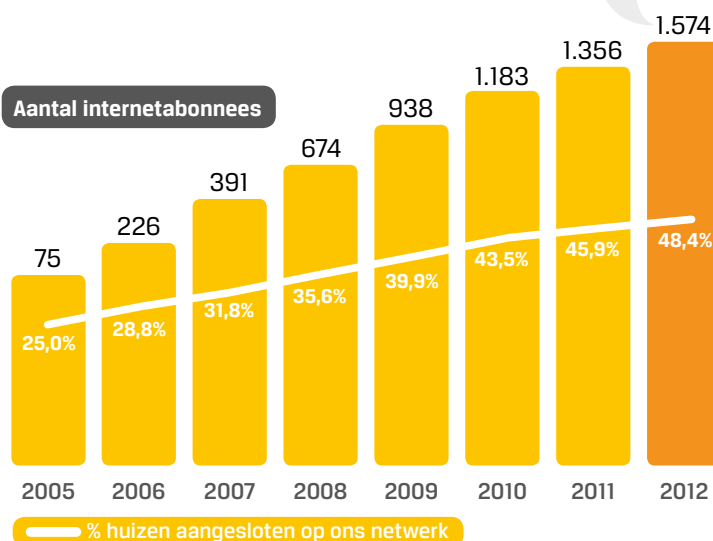
### Significante groei in mobiele data

Exabytes per maand 2011-2016



vereenvoudigde versie. Niet op schaal.  
Bron: Cisco VNI Mobile Forecast, feb 2012

### Aantal internetabonnees



+6% joj

## TRENDS IN DE MARKT

### Vraag naar snellere netwerken

De Digitale Agenda ambieert om iedereen in Europa tegen 2020 te laten surfen aan snelheden van minstens 30 Mbps. 50% zou zelfs geabonneerd moeten zijn op een product met snelheden tot 100 Mbps. In dit opzicht roept Neelie Kroes, Commissaris voor de Digitale Agenda, de historische operatoren al sinds 2011 op meer te investeren in fiber to the home (FTTH) om zich voor te bereiden om de vraag naar meer snelheid en capaciteit. Een alternatief om bandbreedte vrij te maken, is het reduceren van analoge kanalen. Een analoge kanaal neemt immers even veel bandbreedte in als gemiddeld acht digitale kanalen. Operatoren als Comcast, Ziggo en UPC Cablecom gingen al van start met aanpassingen aan het analoge aanbod om meer bandbreedte vrij te maken voor digitale diensten zoals HD-kanalen. Virgin Media voerde zelfs al een volledige switch-off door.

### Sneller mobiel netwerk: 4G en wifi

Het mobiele dataverkeer zal volgens Cisco VNI mobile forecast wereldwijd van 2011 tot 2016 jaarlijks 78% groeien. 4G of LTE wordt verwacht hier een belangrijke rol in te spelen.

Studies wijzen uit dat een aanzienlijk deel van het mobiele dataverkeer thuis gegenereerd wordt. Deze verbindingen kunnen dus ook verlopen via de vaste lijn of het wifi-netwerk. Zowel thuis als op publieke



hotspots kan de wifi-technologie gebruikt worden om verzadiging van het 3G-netwerk tegen te gaan. De consument is bovendien snel geneigd te kiezen voor deze technologie, gezien wifi hogere snelheden toelaat en vaak gratis toegevoegd wordt aan zijn abonnement.

---

## MEANWHILE, @TELENET

---

Telenet zorgt ervoor dat al zijn abonnees steeds genieten van snel internet. We zorgen regelmatig voor updates van de productspecificaties en beheren het netwerk zo efficiënt mogelijk. Daarnaast bouwen we al enkele jaren aan de uitbreiding van het wifi-netwerk.

### Fibernet en EuroDOCSIS 3.0

Dankzij de EuroDOCSIS 3.0 technologie kan Telenet bijna 100% van zijn verzorgingsgebied bereiken met snelheden tot 100 Mbps. Per 31 december 2012 surfte bijna 100% van de Telenet-internetklanten al aan snelheden van 30 Mbps en meer. Telenet vervult daarmee vandaag al de doelstellingen van de Digitale Agenda 2020. Telenet-klanten surfen dan ook erg snel in vergelijking met andere landen. Dat wordt bevestigd in een studie van Akamai, waarbij België een zevende plaats bekleedt in de ranking van gemiddelde pieksnelheid. De gemiddelde pieksnelheid van Telenet is 38 Mbps. Als je deze vergelijkt met de andere toplanden, zouden we op een mooie vijfde plaats terechtkomen. Telenet is dan ook een onmisbare schakel om de competitiviteit in de Belgische breedbandmarkt te verzekeren.

De prijs per Mbit/sec is de laatste jaren overigens drastisch gedaald: een paar jaar terug betaalden klanten meer voor lagere snelheden. Nu biedt Basic Internet, het instaproduct van Telenet, een onklopbare prijs-kwaliteit bij producten van 15 tot 30 MB/sec.

Bovendien verbetert Telenet regelmatig de specificaties en eigenschappen van zijn breedbandproducten zodat ook de legacy producten steeds up to date zijn. In juli verhoogden we de snelheden van de Fibernet-producten en verlaagden we de maandelijkse prijs van FiberNet XL met €5. Al deze producten beschikken over vrij downloaden. Enkel als hun verbruik buitensporig hoog is en het internetverkeer van andere klanten dreigt te verstoren, kan Telenet hierop ingrijpen. Dit is echter zelden het geval, gezien het voorziene volume voor bijna alle klanten meer dan voldoende is. Eind november pasten we ook van onze legacy producten BasicNet XL, ComfortNet (XL), ExpressNet (XL) of TurboNet (XL) de uploadsnelheid en het volume aan.

Om ervoor te zorgen dat iedereen ook in de toekomst altijd van voldoende snelheid geniet, moet het Telenet-netwerk zo efficiënt mogelijk beheerd worden. We houdende klok rond zoveel mogelijk ongewenste spam en virussen tegen. Daarnaast minimaliseren we de effecten van abnormaal gebruik van het Telenet-netwerk. In 2011 en 2012 werden actief tests uitgevoerd waarbij we grondig hebben gekeken hoe we ervoor kunnen zorgen dat iedereen altijd kan genieten van snel internet. Die tests werden in september 2012 afgesloten met de introductie van de Telenet-netwerkbeheerspolicy. Deze is te consulteren op onze website.



De EVA-laadpalen werden in de kijker gezet met een elektrische wagen die Telenet van Toyota ter beschikking kreeg.



project werden een 70-tal laadpalen voor elektrische wagens uitgerust met een hotspot. Deze laadpalen werden in de kijker gezet met een testproject van Toyota, waarbij Telenet gedurende 10 weken een elektrische wagen ter beschikking kreeg. Via vouchers kunnen ook niet-Telenet klanten toegang krijgen tot deze hotspots.

Het hotspotnetwerk wordt sinds 2012 aangevuld met meer dan 700.000 homespots. Het hotspotnetwerk bestaat uit publieke wifi-signalen die de draadloze Telenet-modem van de klant thuis uitzendt. Klanten kiezen zelf of ze dit signaal al dan niet willen aanschakelen. Deze nieuwe mogelijkheid zorgde voor een aanzienlijke vermeerdering van het aantal publieke wifi-locaties. Sinds september is toegang tot het hotspot-netwerk ook beschikbaar voor internetklanten die niet over het nieuwste type modem beschikken.

Om de voetafdruk van homespots te kunnen vergroten sloot Telenet een overeenkomst met de Waalse kabeloperator VOO. Vanaf eind 2013 zouden Telenet-internetklanten ook kunnen aanmelden met hun logingegevens op VOO-homespots. Omgekeerd zullen VOO-klanten dan op hun beurt ook draadloos kunnen internetten op de homespots van Telenet. Dankzij deze samenwerking zou het aantal homespots oplopen tot meer dan 1 miljoen.

### Wifree, de publieke wifi-service van Telenet

"Volg de klant, niet de kabel" is voor Telenet een belangrijk motto. De kabel is slechts een van de vele manieren om onze diensten tot bij de klant te brengen. Al in 2003 investeerde Telenet in een draadloze strategie door de overname van het Vlaamse Sinfilo en zijn 120 hotspots. Door de jaren heen breidde Telenet dit wifi-netwerk, dat de merknaam Wifree draagt, sterk uit. Zowel internetklanten als mobiele klanten krijgen gratis toegang tot dit netwerk.

Momenteel zijn er 1.200 publieke Telenet Hotspots, verspreid op strategische locaties over België en Luxemburg zoals luchthavens, cafés of stations. Telenet voegt jaarlijks extra locaties toe. In 2012 werden onder andere een dertigtal extra Belgische treinstations voorzien van access points, en in het kader van het EVA- (Elektrische voertuigen in actie)



#### Elk huis een homespot

 **51%**

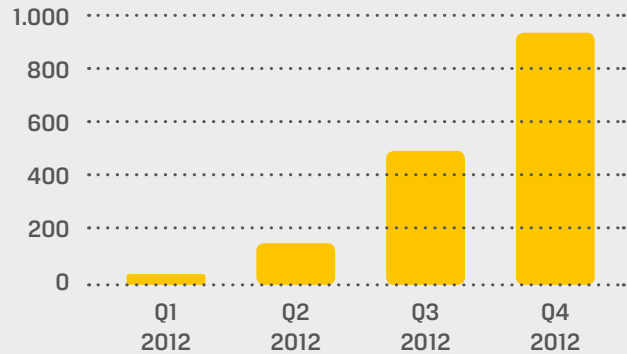
van onze internetklanten heeft een homespot.

**713.000**

Eind 2012 hadden we 713.000 actieve WiFi homespots.

#### Het gebruikte volume via homespots en hotspots neemt toe

Totaal volume (TB)



#### Toename in gebruik

Zowel door de steeds talrijkere aanwezigheid van hotspots als door de integratie van smartphones en tablets neemt het hotspotgebruik aanzienlijk toe. In 2012 checkten maandelijks meer dan 95.000 unieke gebruikers in op het Telenet-hotspotnetwerk. Dat is dubbel zo veel als het jaar daarvoor. Daarnaast hebben in 2012 meer dan 350.000 unieke huishoudens gebruik gemaakt van het homespot-netwerk. In december 2012 gebeurde 83% van alle mobiel dataverbruik van onze klanten buitenshuis over onze WiFree-homespots.

#### Surfen via 3G

Telenet-klanten die willen surfen via 3G, kunnen terecht bij een mobiel KING- of KONG- abonnement. Met deze tariefplannen beschikken klanten, naast een grote hoeveelheid belminuten en sms'en, over respectievelijk 1 of 2 GB mobiele data. Dat is voldoende voor de dagelijkse handelingen op een smartphone zoals sociale netwerken bekijken of mails lezen. Voor wie een data-simkaart met enkel 3G wenst, bestaat er ook KING Surf en KONG Surf. Voor deze diensten maakt Telenet als virtuele mobiele netwerkoperator gebruik van het netwerk van Mobistar. Op korte termijn zullen onze klanten ook gebruik kunnen maken van het supersnelle LTE of 4G netwerk via onze partner Mobistar. Met 4G zullen mobiele klanten kunnen surfen aan 50 Mbps.



Maandelijks **95.000 unieke gebruikers** op ons hotspotnetwerk. **2X zo veel als vorig jaar**



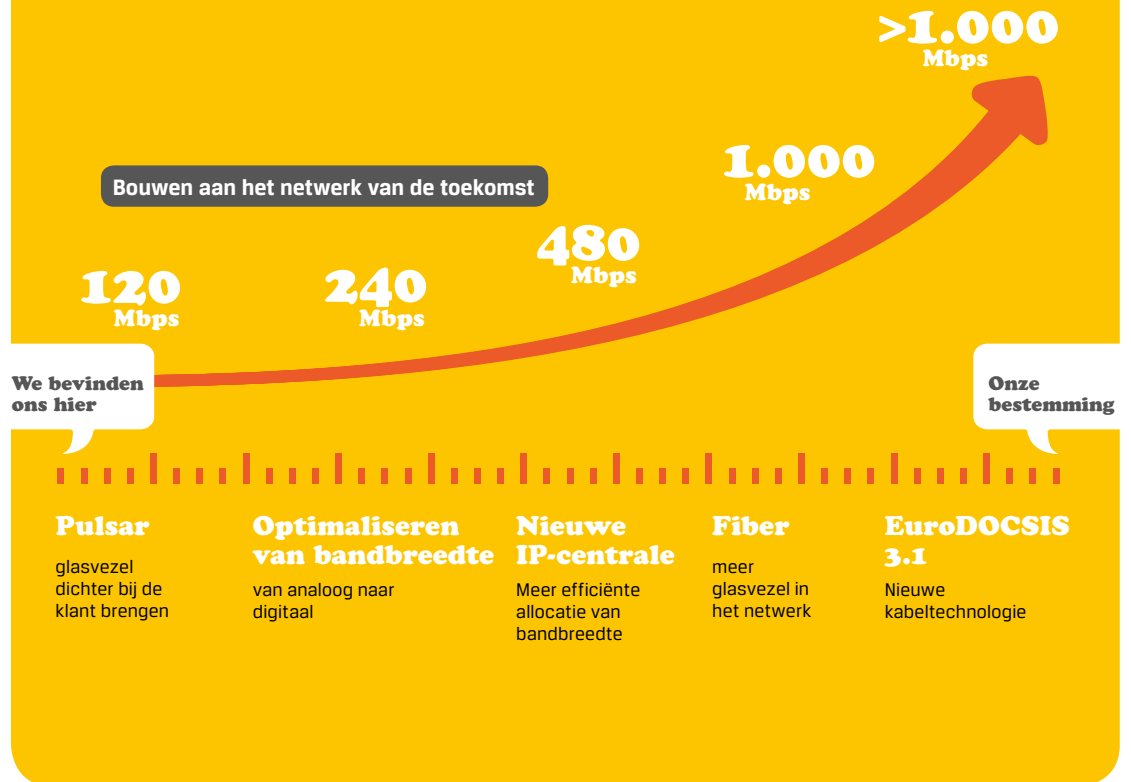
**Klaar  
voor de  
Toekomst**

“Door continue investeringen in het netwerk kunnen we de stijgende vraag naar meer bandbreedte beantwoorden.”



# Netwerk

Een verdere optimalisatie van onze netwerkbandbreedte, gecombineerd met de invoering van EuroDOCSIS 3.1 zal er voor zal zorgen dat Telenet ook op lange termijn het best geplaatst blijft om supersnel breedband aan te bieden in Vlaanderen en Brussel.





Via het investeringsprogramma "Pulsar", zullen we de bandbreedte per huishouden verdrievoudigen tegen 2015.

### Het netwerk: de bakermat van onze activiteiten

Het vaste netwerk is één van de belangrijkste componenten dat bijdraagt tot het succes van Telenet gisteren, vandaag en morgen. Om supersnel internet en digitale diensten bij de klant thuis te brengen, wordt gebruik gemaakt van een hybride netwerk dat bestaat uit glasvezel en coax. Ons netwerk kan meer dan 95% van de huizen in Vlaanderen aansluiten, en ongeveer 1/3<sup>e</sup> van de huizen in Brussel. De ruggengraat van het netwerk omvat maar liefst 12.000 km glasvezel. Via optische nodes wordt deze gekoppeld aan de coaxkabel in de straat en bij de klant thuis.

### Glasvezel dichterbij de klant brengen

Telenet wil elke klant de bandbreedte bieden die hij nodig heeft om supersnel te surfen, video te streamen, online te gamen, foto's op te laden en veel meer. Gezien het dataverbruik elk jaar gemiddeld met 40 tot 50% toeneemt is investeren in het vaste netwerk een topprioriteit. In 2009 werd de bandbreedte van ons netwerk verhoogd van 450 MHz naar 600 MHz. In 2010 werd de kabelstandaard EuroDOCSIS 3.0 geïntroduceerd. Dit stelde ons in staat de maximumsnelheid van onze internetproducten te verviervoudigen van 30 Mbps naar 120 Mbps.

In 2010 gingen we ook van start met "Digital Wave", een investeringsplan van €150 miljoen voor een

versnelde upgrade van ons breedbandnetwerk. Een onderdeel hiervan is "Pulsar", een programma dat de bandbreedte per huishouden zal verdrievoudigen tegen 2015. Concreet zal Telenet het aantal optische knooppunten die de glasvezel met de coax verbindt fors uitbreiden. Op vijf jaar tijd zal het aantal huizen per optische node verminderen van gemiddeld 1.400 naar 500. Door deze toename in het aantal optische nodes over heel het afzetgebied brengen we glasvezel dichterbij de klant, en dan vooral in dichtbevolkte gebieden. Eind 2012 hebben we de beschikbare capaciteit op het netwerk al verdubbeld. Hierdoor zijn er momenteel gemiddeld 740 huizen aangesloten op de glasvezel, wat neerkomt op gemiddeld 350 actieve breedbandklanten per optisch knooppunt.

### Optimaliseren van de bandbreedte

Naast het verdrievoudigen van de optische knooppunten zijn er nog een aantal investeringen gepland die ons netwerk proactief klaar maken voor de verwachte groei in dataverbruik, voornamelijk gedreven door toename aan video en het feit dat steeds meer toestellen verbonden worden met het internet. Uit studies blijkt immers dat het internetverkeer de komende vijf jaar zal verdrievoudigen en dat in 2016 elke persoon gemiddeld 3 toestellen zal hebben met een internetverbinding. De volgende jaren zal ons netwerk uit nog meer glasvezel bestaan



dan vandaag. Bovendien zullen we belangrijke componenten zoals de IP-centrale (Cable Modem Termination Systems of CMTS) vernieuwen door gebruik te maken van Converged Cable Access Platform (CCAP), via "channel bonding" een meer efficiënte allocatie van de spectrumkanalen bekomen. Door de toename van fiber en het gebruik van CCAP zal zowel de capaciteit van ons netwerk als de snelheid van onze breedbandproducten fors verhogen. Ook het migreren van onze analoge TV kanalen naar digitale TV kanalen zal de beschikbare bandbreedte voor digitale diensten doen toenemen. Eind december 2012 keken nog slechts 36% van de Telenet-televisieklienten analoog. Begin 2005 was dat nog 100%.

### EuroDOCSIS 3.1 technologie

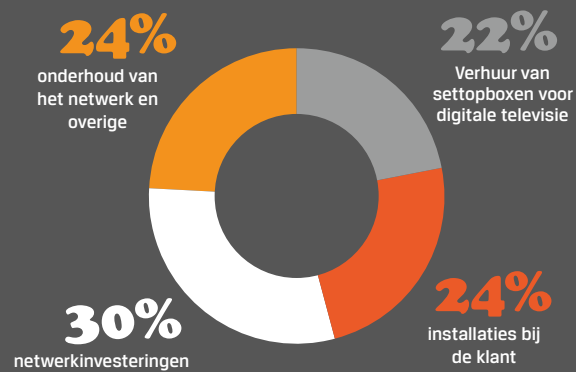
De EuroDOCSIS technologie die Telenet en vele andere kabeloperatoren toepassen, maakt dat kabel het meest optimale en snelste netwerk is, vergeleken met de traditionele DSL-netwerken. EuroDOCSIS is een Europese variant van de DOCSIS standaard die werd ontwikkeld door CableLabs in de Verenigde Staten en supersnel internet mogelijk maakt over de coaxkabel. Dankzij de huidige versie kunnen wij vandaag internet aanbieden met snelheden tot 120 Mbps. CableLabs werkt volop aan de ontwikkeling van de volgende

## Betrouwbare Service

Prioriteit

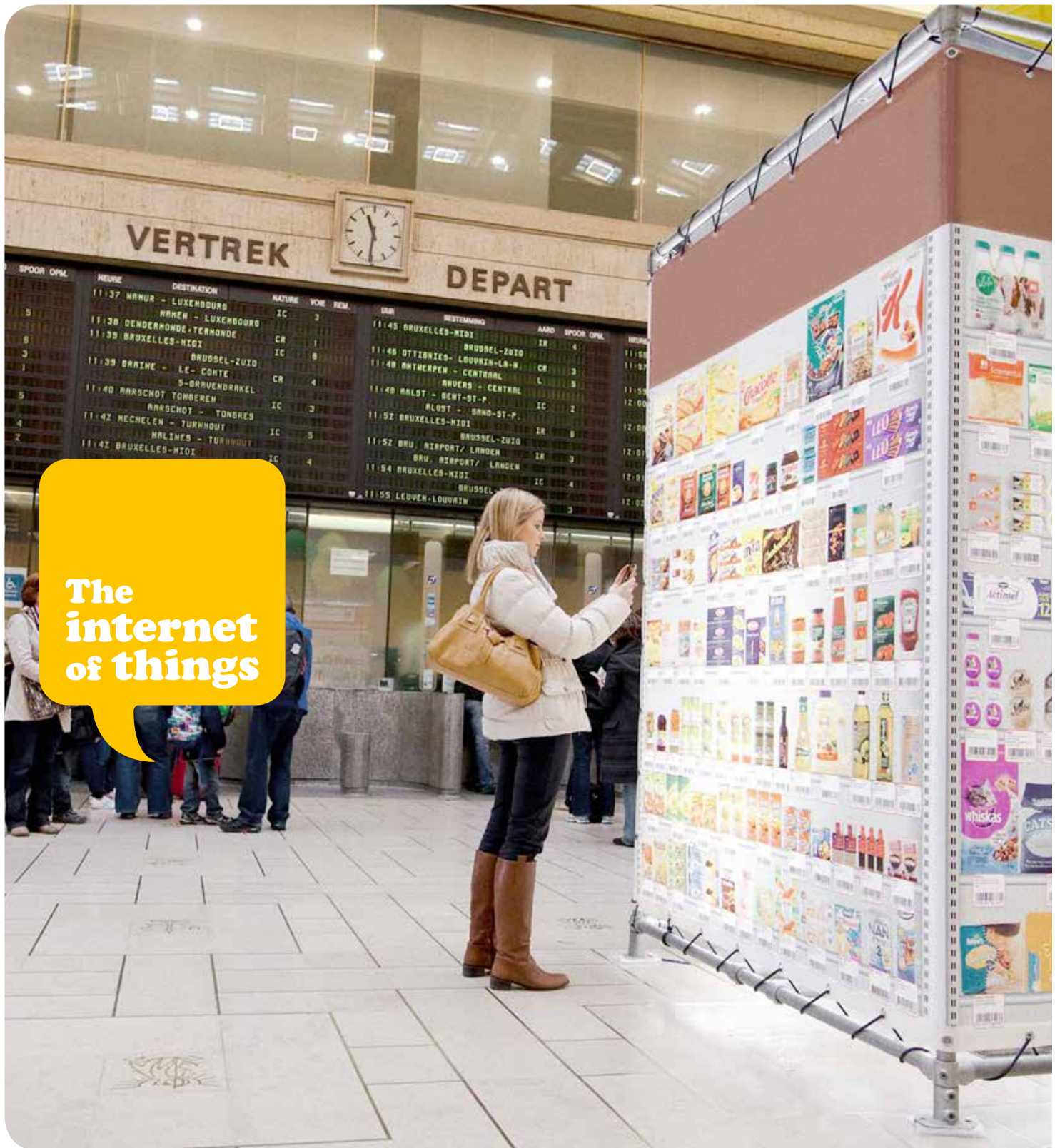
Betrouwbare service staat voor onze klanten met stip op 1. Telenet herinvesteert jaarlijks een aanzienlijk deel van zijn winst om ervoor te zorgen dat klanten altijd beschikken over producten en diensten die competitief in de markt staan. In 2012 investeerden we €353,2 miljoen, wat overeenstemt met 24% van de bedrijfsopbrengsten.

Het grootste deel werd besteed aan de uitbreiding en de verbetering van het netwerk, waaronder het Pulsar programma voor het splitsen van de nodes in ons netwerk. Een overige grote bulk ging naar installaties bij de klant en investeringen met betrekking tot de settopboxen voor verhuur. Deze uitgaven waren vooral het gevolg van klanten die overstapten naar onze Fibernet-breedbandproducten, waarvoor we bij de klant een draadloze EuroDOCSIS 3.0-modem installeren, en de sterke toename van nieuwe digitale tv-abonnees. Het resterende gedeelte ging onder andere naar reparaties en vervangingen van netwerkapparatuur, kosten voor de aankoop van sportrechten en investeringen in IT-systemen.



versie, DOCSIS 3.1, die op termijn realistische internet-snelheden zal toelaten van 1 Gbps om te downloaden en 100 Mbps om te uploaden.

De combinatie van een verdere optimalisatie van onze netwerkbandbreedte en de invoering van EuroDOCSIS 3.1 zal er voor zorgen dat Telenet ook op lange termijn het best geplaatst blijft om supersnel breedband aan te bieden in Vlaanderen en Brussel.



The  
internet  
of things



# Toekomst

Momenteel staan we aan de vooravond van een trend die we **the internet of things of machine2machine** noemen. We verbinden steeds meer apparaten aan het internet. We denken dan aan auto's, huishoudtoestellen als de wasmachine of de ijskast, of aan verlichting en verwarming. Deze trend zal voor een explosieve toename zorgen van het aantal toestellen dat online geconnecteerd is. Het gevolg is dat er binnenkort meer simkaarten dan mensen zullen zijn. Ericsson schat dat tegen 2020 wereldwijd maar liefst 50 miljard draadloze devices aangesloten zullen zijn op het internet.





Dankzij dit IPv6 kan het internet groeien en is verdere innovatie mogelijk.

## IPv6

Om te communiceren op het net, hebben al deze miljarden toestellen een Internet Protocol (IP) adres nodig. Om ervoor te zorgen dat het toenemend aantal abonnees, apparaten en diensten met het internet verbonden kan blijven, maken internetoperatoren wereldwijd stilaan de overgang van het huidige protocol, IPv4, naar de nieuwe versie, IPv6. Dankzij dit nieuwe internet protocol kan het internet groeien en is verdere innovatie mogelijk. Telenet zal rond 2013 - 2015 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.

## Praktische toepassingen: R&D

The internet of things kan voor significante maatschappelijke veranderingen zorgen met onder andere betrekking tot gezondheid, energie en veiligheid. Ook bij Telenet kijken we steeds hoe we onze kennis optimaal kunnen inzetten samen met andere partners.

Op gebied van energie participeert Telenet met initiatiefnemer Voka en de KULeuven 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 terug gestuurd worden. 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. 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.

Een ander 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





Beeldbellen kan een oplossing zijn voor de isolatieproblematiek.

veiligheidsbedrijven 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.

Tot slot is het gezondheidsaspect 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 .... 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.

Door connectiviteit te leveren, kan Telenet een link zijn tussen de verschillende spelers uit de medische wereld.





**Het gaat vooruit!**

“Almaar meer bedrijven zijn vragende partij om naast de vaste lijn ook een beveiligde, al dan niet publieke hotspot te installeren.”



# Telenet for Business

De manier waarop bedrijven en instellingen het internet gebruiken, evolueert evenzeer als bij residentiële klanten. Ook hier wordt het verbruik verdeeld tussen vaste lijn en mobiel internet. Deze trend zorgt voor meer flexibiliteit en mobiliteit van de werknemers. Een tweede belangrijke pijler is de opmars van Cloud Computing.

## Enkele kerncijfers

**91,8 Miljoen** €  
Opbrengsten 2012



meer dan  
**5.000**

Grote en Middelgrote Bedrijven

meer dan  
**200.000**

Small Office Home Office





Draadloos internet impliceert ook dat er almaar meer mobiele toestellen hun intrede doen in een bedrijf. Hiervoor lanceert Telenet diensten zoals Mobile Device Management.

---

## TRENDS IN DE MARKT

---

### Mobiel internet in bedrijven

Ondernemingen waren de "early adopters" van het internet, onder andere omdat deze technologie hen toestond efficiënter te werken. En eind vorig jaar waren zo goed als alle Europese bedrijven aangesloten op het wereldwijde web.

Niet alleen private bedrijven, maar ook de gezondheidsector, overheden en scholen zien de efficiëntievoordelen van het internet steeds meer in. Met oog op de vergrijzing kunnen nieuwe technologieën de levenskwaliteit van ouderen verbeteren, gezonder leven stimuleren en langer zelfstandigheid garanderen. Daarnaast kan ICT ook het werk in de witte sector aantrekkelijker maken. Voor overheden is het dan weer belangrijk dat publieke diensten snel en gemakkelijk toegankelijk zijn voor de burger. En ook voor scholen en onderwijsinstellingen tot slot is internet anno 2012 onontbeerlijk.

De manier waarop al deze bedrijven en instellingen het internet gebruiken, evolueert evenzeer als bij residentiële klanten. Ook hier wordt het verbruik verdeeld tussen vaste lijn en mobiel internet. Deze trend zorgt bij bedrijven voor meer flexibiliteit en mobiliteit van de werknemers. Ongeveer een derde van de Europese bedrijven had al tegen 2010 een intern draadloos netwerk. Een gevolg hiervan is dat "bring your own device" steeds populairder wordt.

---

### Cloud computing in bedrijven

---

Cloud computing betekent voor vele bedrijven een manier om te kunnen besparen. Waar vroeger een eigen ICT-infrastructuur aangeschaft moest worden, evolueren we naar een nieuw model waarbij IT-middelen als een dienst worden aangeboden. Cloud computing is in deze zin vooral aantrekkelijk voor kleinere bedrijven, gezien zij kunnen besparen op investeringskosten en toch genieten van vooruitstrevende en steeds up to date technologie. Ook de elasticiteit maakt het product erg interessant. De cloud is snel en eenvoudig aanpasbaar aan het aantal gebruikers en hun behoeften.

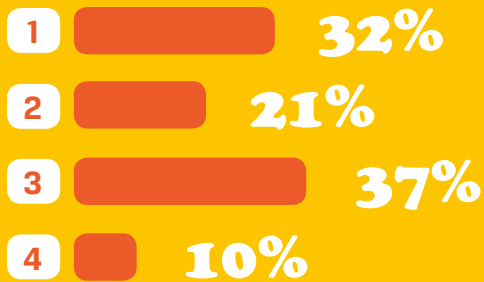
---

### MEANWHILE, @ TELENET FOR BUSINESS

---

De zakelijke klanten van Telenet zijn voornamelijk kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's) met een werknemersbestand tot honderd werknemers. Maar ook grotere bedrijven uit de overheid, gezondheidssector, onderwijsinstellingen en carriëerklanten zoals internationale aanbieders van spraak-, data- en internetdiensten kunnen bij de operator terecht. Door middel van een combinatie van coax, DSL en glasvezel beschikt Telenet over de flexibiliteit om zakelijke klanten over heel België en delen van Luxemburg te bedienen, onafhankelijk van de voetafdruk van het Telenet-coaxnetwerk. De grootste differentiator met de concurrentie is zowel de kwaliteit van de service als de coaxverbindingen. Voor kmo's

#### Verdeling single tot quadplay



Zakelijke klanten beschikken over een snelle en persoonlijke helpdesk.

zit het voordeel van coax in de hogere bandbreedte, voor grotere bedrijven in de redundantie door de unieke combinatie van coax en DSL of glasvezel. In 2012 kreeg Telenet for Business voor het actief positioneren van coax in de bedrijvenmarkt de Cable Europe Innovation Award. Daarnaast bekroonden ook de lezers van de vakmagazines IT Professional en Datanews de zakelijke divisie met respectievelijk de prijs voor "Beste B2B fixed operator" en "Beste Telecomoperator".

#### Snel breedbandinternet en draadloos internet

Snel breedbandinternet is in de zakelijke markt de norm. De beschikbaarheid van EuroDOCSIS 3.0 betekent een belangrijke ontwikkeling voor de positionering van Telenet in de zakelijke markt. Gezien de hogere downloadsnelheden en betere productspecificaties ten opzichte van concurrentiële technologieën is Telenet goed geplaatst om marktaandeel te winnen in de zakelijke markt zowel op het vlak van selectieve kleinere segmenten alsook de grotere bedrijven. Een van de aspecten die zorgt voor uitmuntende service is het feit dat klanten die aangesloten zijn op bepaalde services voor bedrijven, zoals Corporate Fibernet, kunnen rekenen op gegarandeerde bandbreedte, verzekerd met de nodige SLA's. Door het reserveren van een deel van het spectrum en de ontubbing van de zogenaamde CMTS, het element in het netwerk dat de brug legt tussen de glasvezel- en de coaxkabel, surfen deze zakelijke klanten op een "virtueel" netwerk, en is de bandbreedte van deze klanten gescheiden van het residentiële verkeer.

Almaar meer bedrijven zijn vragende partij om naast de vaste lijn ook een beveiligde, al dan niet publieke hotspot te installeren. Onder andere het ING-hoofdkantoor werd in 2012 uitgerust met een interne hotspot. Hierdoor bestaat het netwerk uit twee delen: een strikt beveiligd office netwerk voor ING-medewerkers, en een publiek hotspotnetwerk voor onder andere klanten van ING. Binnenkort zullen

ook alle 800 filialen van ING voorzien worden van de nodige access points om draadloos te kunnen surfen. Een tweede voorbeeld is Stad Mechelen. In de hele stad werden het afgelopen jaar verschillende hotspots gecreëerd.

Draadloos internet impliceert ook dat er almaar meer mobiele toestellen hun intrede doen in een bedrijf. Hiervoor lanceert Telenet diensten zoals Mobile Device Management. Met deze software beheert de klant op een gecentraliseerde manier alle mobiele toestellen, apps en documenten. Zo kan de werkgever bepalen welke applicaties een werknemer mag gebruiken en welke gegevens geëncrypteerd worden. In geval van verlies of diefstal kunnen apps en data selectief vanop afstand gewist worden. Mobile Device Management kadert in het brede security-aanbod van Telenet for Business. Dit aanbod wint almaar aan populariteit. Het wordt steeds op maat uitgewerkt en kan vooral grote bedrijven bekoren. Steeds meer connectiviteitsklanten kiezen voor een security pakket op maat, en vice versa zijn klanten die geabonneerd zijn op het beveiligingspakket sterk geneigd om ook internetdiensten bij Telenet af te nemen.





De lancering van de business shakes ging gepaard met een ludieke actie waarbij de klant zijn eigen lokale radiospot mocht inspreken.

### Shakes voor kleine bedrijven en zelfstandigen

Het grootste deel van de Telenet For Business-klienten bestaat uit kleine bedrijven en zelfstandigen. Eind 2012 lanceerde Telenet voor deze doelgroep nieuwe productbundels, de zogenaamde "business shakes" waar voor het eerst ook digitale televisie inbegrepen zit. De klant kan nu, net als residentiële klanten, kiezen uit de combinatie televisie + telefonie + internet of televisie + internet. De meerwaarde van zo'n business shake zit vooral in de bijkomende service. Zakelijke klanten beschikken over een snelle en persoonlijke helpdesk waarbij ze hun eigen contactpersoon kunnen kiezen. De lancering van het nieuwe product ging gepaard met een ludieke actie waarbij de klant zijn eigen lokale radiospot mocht inspreken.

Bij deze markt is ook het nieuwe mobiele aanbod KING & KONG zeer succesvol. Deze nieuwe tariefplannen vervangen de vroegere Walk&Work abonnementen.

Ook vaste telefonie kende in 2012 een innovatie. ISDN-BA is telefonie via het coaxnetwerk van Telenet. Deze oplossing, die werkt met elke PBX-centrale, biedt de klant naar keuze twee tot acht digitale aansluitingen met gegarandeerde spraakwaliteit. Per aansluiting zijn meerdere nummers en meerdere simultane gesprekken mogelijk.

### Cloud Computing

De leidende positie van Telenet voor connectiviteitsdiensten wordt aangevuld met een aanbod

van hosting en cloud computing. Telenet biedt twee vormen van Cloud Computing (Infrastructure As A Service en Software As A Service) aan.

Met CloudOffice kunnen klanten bij Telenet terecht voor een set van tools waaronder een eigen domeinnaam, een bouw pakket om een website te ontwerpen, een professionele Microsoft Exchange mailbox en een fileservers om eenvoudig online bestanden te delen. De klant koopt met dit software-as-a-service pakket alleen de IT-diensten aan die hij echt nodig heeft. Hosting en onderhoud van het product blijft de verantwoordelijkheid van Telenet. Om de hosting-activiteiten te ondersteunen gebruikt Telenet o.m. Windows Server 2012 Beta, het meest recente besturingssysteem van Microsoft. Met deze cloud-diensten krijgt de klant een flexibel en veilig product waarbij lokale support centraal staat. Hiermee beantwoordt Telenet de vraag van kleine zelfstandigen en KMO's die verschillende business tools willen centraliseren of van ondernemers die hun softwarekosten willen beperken. Een andere doelgroep situeert zich op het gebied van Het Nieuwe Werken. Thuiswerkers die dezelfde functionaliteit willen als op kantoor, of commerciële medewerkers die onderweg toegang moeten hebben tot actuele informatie kunnen via cloud computing perfect bediend worden.

Telenet stapte onlangs met zijn cloud-portfolio in het iMade innovatieproject van Agentschap Ondernemen. Met dit project gaan verschillende partners na hoe de mogelijkheden van 3D-printing in combinatie met cloud-technologie een stimulans kan betekenen voor (nieuwe) bedrijven.



Begin februari 2012 riep het vakmagazine Datanews, Martine Tempels, sr Vice-President van Telenet for Business, uit tot ICT Woman of the Year. Ze nam een ambassadeursrol op, waarbij ze vooral vrouwen wilde stimuleren om te kiezen voor een carrière in de ICT-sector. Ze vulde haar rol in met verschillende acties. In de Karel de Grote Hogeschool gaf ze een masterclass aan studenten informatica, en media & communicatie over de rol van vrouwen en ICT. Vervolgens werkten deze studenten een marktonderzoek uit naar de rol van de maatschappij om meer jongeren geïnteresseerd te krijgen in ICT. De belangrijkste les die naar voor kwam uit het onderzoek was dat jongeren zo vroeg mogelijk, idealiter vanaf de lagere school, warm gemaakt moeten worden voor ICT.

Hier sluit ook een tweede belangrijk wapenfeit van Martines parcours bij aan. Ze zorgde ervoor dat CoderDojo, een non-profitbeweging die wereldwijd gratis bijeenkomsten organiseert voor jongeren van 7 tot 18 jaar om in clubverband te leren programmeren, voet aan de grond kreeg in België.

Ook na haar jaar als ICT woman of the year zal Martine zich blijven inzetten om bij jongeren en vooral bij meisjes een passie voor ICT te stimuleren.

### Vernieuwingen met betrekking tot digitale televisie

Met een focus op het digitaliseren van de zakelijke markt, zoals ziekenhuizen of hotels, lanceerde Telenet onder zijn "TV for Business" campagne in 2012 enkele nieuwe producten. Met "DTV Broadcast Center" bieden we nu via de coaxkabel ook een passende en toekomstgerichte digitale oplossing voor bedrijven en organisaties die meer dan 50 tv-toestellen willen aansluiten. Een soortgelijke dienst werd eerder al gelanceerd op het glasvezelnetwerk waardoor geavanceerde toepassingen mogelijk worden. Begin 2012 werd in de Ziekenhuizen Campus Sint-Augustinus in Wilrijk en Sint-Vincentius in Antwerpen onder de naam "Packet-TV" geïnstalleerd. Packet TV biedt het ziekenhuis de mogelijkheid om zelf informatiekkanalen samen te stellen bovenop het digitale basisaanbod. Deze kanalen kunnen op maat verspreid worden bij een specifieke patiëntengroep op een welbepaalde afdeling. Zo kunnen moeders op de kraamafdeling een programma zien over borstvoeding of babyzorg, of kunnen diabetici een informatieprogramma volgen over gezonde voeding of inspuiten van insuline.

Een ander voordeel van Packet TV is de mogelijkheid om lokale interactieve toepassingen te gebruiken. Zo wordt het in de toekomst mogelijk dat de patiënt met behulp van de afstandsbediening en een toegangscode, bepaalde publieke gegevens kan opvragen, de maaltijdkeuzes kan meedelen of video on demand binnen het aanbod van de instelling kan bestellen.



## Onze mensen

Je kunt  
meer!



88

## Telenet Foundation

Iedereen  
online!



96

Een  
duur-  
zame  
wereld





## Klimaat en milieu



## Onze partners



“In zijn duurzaamheidsbeleid focust Telenet op een aantal snel ontwikkelende maatschappelijke thema's, zoals betrouwbaarheid, transparantie, ecologische voetafdruk en de digitale kloof.”



“95% van de medewerkers is trots om bij Telenet te werken! Telenet kreeg dan ook dit jaar het label van “Top Employer” toegekend.”

**Je kunt  
meer**



## Vacatures



**48%**  
Intern ingevuld

## Cijfers interne doorstroom

2009

30%

2010

34%

2011

43%

2012

48%

Op de Young Grad Recruitment day, konden de deelnemers hun eigen parcours uitstippelen op een heuse indoor klimmuur.



## Rekrutering

Als grote en dynamische groep heeft Telenet steeds een divers aanbod aan vacatures. We gaan op zoek naar kandidaten die sterk scoren op de vijf kerncompetenties: ownership, communicatie, oplossingsgerichtheid, verbeteringsgerichtheid en klantgerichtheid.

Het doel van Telenet is om mensen van alle achtergronden aan te trekken, om zodoende een veelzijdig team samen te stellen waarin alle competenties en de meest getalenteerde professionals aanwezig zijn. Telenet is ervan overtuigd dat een divers personeelsbestand bijdraagt tot een creatief denkproces dat het bedrijf helpt om zijn klanten beter te bedienen. Telenet groeit door een gezonde mix van jeugdig enthousiasme en ervaren vakkundigheid. Daarnaast geven verschillende beschouwingen en overtuigingen kleur aan de ontwikkeling van nieuwe ideeën en producten. Diverse meningen en inzichten vanuit een verschillende achtergrond of afkomst leiden immers tot meer creativiteit.

Om de vacatures in te vullen, maakt Telenet tijdens de zoektocht naar nieuw talent niet alleen gebruik van de klassieke rekruteringskanalen maar doet het bedrijf ook een beroep op alternatieve bronnen zoals sociale media (LinkedIn, Facebook) of one-day

## Het klantenbrevet

Telenet startte in 2009 een programma om al zijn medewerkers te overtuigen van 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 een halve dag per jaar kennis met een bedrijfsfunctie die een rechtstreeks contact met de klant vereist, zoals medewerker van het contactcenter, shop assistent of installatie-inspecteur. In 2012 behaalden 1.479 medewerkers hun Klantenbrevet.



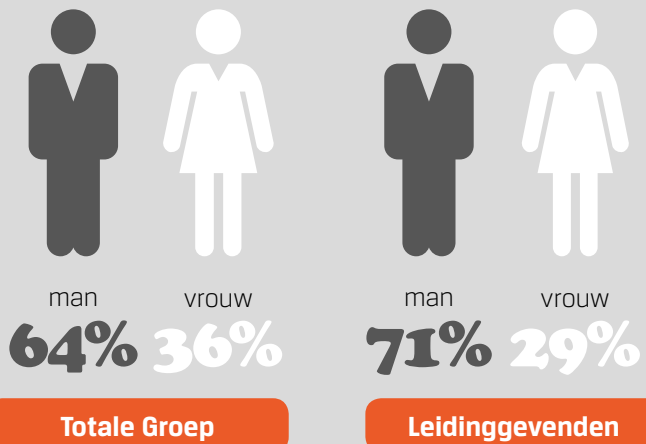
recruitment events, waarbij de volledige selectieprocedure in één dag wordt doorlopen. Al van bij de recruiteringevents willen we duidelijk maken het bruist bij Telenet!

Een voorbeeld hiervan is de rekruteringscampagne voor nieuwe advisors mobiele telefonie naar aanleiding van het succes van KING & KONG. De campagne droeg de toepasselijke naam DING en DONG en werd eind vorig jaar voornamelijk online gevoerd via jobsites, nieuwssites en sociale media. Om de zoektocht naar kandidaten een extra boost te geven, organiseerde het recruitment team tot twee maal toe een one-day recruitment event. Maar liefst 70 mensen kwamen langs, en 12 daarvan hadden tegen de avond hun contract op zak.

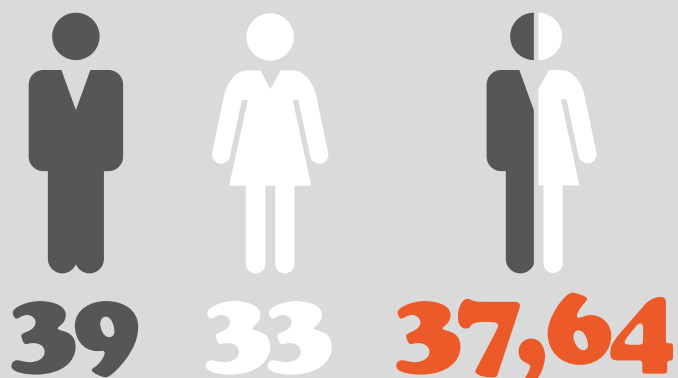
Daarnaast doet Telenet met het "Refer a friend" programma ook beroep op zijn eigen medewerkers om nieuwe collega's aan te bevelen.

Tot slot is ook het interne rotatiesysteem een belangrijke manier om vacatures in te vullen. Deze interne doorstroom is de laatste drie jaar in opmars. In 2012 werd bijna de helft van alle vacatures intern ingevuld, een record!

### Opsplitsing personeel per geslacht



### Gemiddelde leeftijd in jaren





Aan de hand van een meerdaagse opleiding, werd geleerd hoe innovatieve ideeën omgezet worden in concrete projecten en resultaten.

### Talentontwikkelingsprogramma's

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. In 2012 werden enkele nieuwe talentprogramma's gelanceerd.

Het Young Grad programma is een 2-jarig opleidingsprogramma voor jonge professionals. In totaal zijn 25 kandidaten geselecteerd, evenredig verdeeld over alle afdelingen van Telenet. Een groot deel van de kandidaten werd geselecteerd op de Young Grad Recruitment day, waar naast deelname aan informatieve workshops de deelnemers hun eigen parcours konden uitstippelen op een heuse indoor klimmuur in de hoofdzetel te Mechelen. Gedurende 2 jaar draaien

ze als volwaardig lid mee op een bepaalde afdeling. Ze krijgen elke maand een aantal opleidingen aangeboden, steeds met betrekking tot de Telenet kerncompetenties. Ook in 2013 zal een nieuw Young Grad Programma opgestart worden.

Een tweede programma, Talent 4 Growth, is gericht op 21 Telenet managers van middle-management-niveau. Ook dit programma is modulair opgebouwd met focus op de Telenet kerncompetenties. Zo werd aan de hand van een meerdaagse opleiding, workshops, een heuse bootcamp én een pitch voor het Executive Team, geleerd hoe innovatieve ideeën met betrekking tot product en service innovaties, klantcommunicatie enzovoort omgezet worden in concrete projecten en resultaten.

In 2012 werden ook voor de eerste keer de "Talent Days" georganiseerd: tijdens deze opleidingsdagen geven senior managers van Telenet opleiding aan een 200-tal medewerkers over een actueel onderwerp in hun businessdomein. Naast opleiding en ontwikkeling staat op deze dag ook netwerking centraal om de samenwerking over de departementsgrenzen heen te bevorderen. Ook in 2013 zullen de Talent Days georganiseerd worden. De deelnemers worden gekozen op basis van hun performance, potentieel en engagement.

Naast dergelijke gerichte programma's hecht Telenet veel belang aan algemene training en directe coaching. De medewerkers stellen samen met hun manager een ontwikkelingsplan op. Eind 2012 waren er al meer dan 1.500 persoonlijke ontwikkelingsplannen geregistreerd. Het is de bedoeling dat alle medewerkers op termijn over een dergelijk plan beschikken. Daarnaast bestaat ook het reguliere opleidingsprogramma van Telenet, wat een ruime



selectie 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 bedrijfstheater, rollenspelen en individuele coaching sessies. Voor het eerst werden op een jaar tijd meer dan 10.000 opleidingsdagen georganiseerd.

### **Meten van medewerkerstevredenheid**

Telenet meet regelmatig de medewerkerstevredenheid aan de hand van twee verschillende enquêtes. Sinds 2011 bevragen we onze medewerkers halfjaarlijks via het "Employee Compass". In deze vragenlijst peilen we naar het algemeen welzijn van de Telenet-medewerker. Uit de resultaten van 2012 blijkt dat maar liefst 95% van de medewerkers trots is om bij Telenet te werken en dat 90% vertrouwen ervaart tussen de collega's.

De tweede, ook halfjaarlijkse enquête is het "Coaching Compass". Deze bestaat sinds 2009 en focust op de jobtevredenheid van onze medewerkers en de coachingkwaliteiten van hun directe leidinggevendenden. Deze meting is dan ook de basis voor leidinggevendenden om hun coachingvaardigheden verder te ontwikkelen. Uit de resultaten blijkt dat drie op vier medewerkers van Telenet een positieve jobtevredenheid beleven. 75% van de respondenten geeft aan voldoende erkenning te krijgen vanwege hun leidinggevende. Het coaching compass is sinds 2009 zeven keer georganiseerd. Voor de vijf clusters van vragen (aansturen van medewerkers, ontwikkelen van medewerkers, coaching vaardigheden,

## **Talent aantrekken en behouden**

Vandaag telt Telenet meer dan 2.000 medewerkers. Met de zoektocht naar het juiste talent willen we onze competitieve marktpositie behouden. De telecomwereld staat immers nooit stil en om deze voortdurende evolutie bij te benen zoekt Telenet steeds dynamische en enthousiaste medewerkers. We hechten veel belang aan de persoonlijke ontwikkeling van onze verworven talenten. Daarom organiseren we naast de algemene trainingen jaarlijks voor specifieke doelgroepen diverse talentprogramma's, om deze medewerkers extra te motiveren en de can do mentaliteit binnen Telenet te stimuleren.

**Prioriteit**

erkenning en klantgerichtheid) is er sindsdien een opmerkelijke vooruitgang in de resultaten.

De Employee Satisfaction wordt afgeleid uit deze Coaching Compass en Employee Compass metingen en is de verzameling van alle scores op de vragen rond jobtevredenheid, erkenning, trots op het bedrijf, aanbevelingsintentie en vertrouwen tussen collega's. In 2012 ging deze score er ten opzichte van 2011 mooi op vooruit.

In maart 2012 ontving Telenet vanwege Stimulearning, een organisatie van training & development professionals, de publieksprijs voor het dossier "Bestemming: Topcoach". In dit dossier werden alle inspanningen omschreven die Telenet onderneemt om de coachingvaardigheden bij de leidinggevendenden verder te ontwikkelen.



Uit de resultaten van 2012 blijkt dat 90% van de medewerkers vertrouwen ervaart tussen de collega's.

### Midyear gesprek en eindbeoordeling

Voor de opvolging van de dagelijkse prestaties worden ieder jaar twee belangrijke momenten ingelast. 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 doorgroei-intentie.

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 tot 40% door, waarmee Telenet het belang van de klanttevredenheid nog extra in de verf zet.

### Communicatie met en tussen de medewerkers

Een deel van de communicatie naar de werknemers toe verloopt via het intranet, via regelmatige updates per mail, of via training- en ontwikkelingsprogramma's. Onder andere met het oog op telewerken voerde Telenet in 2012 diverse nieuwe communicatietools in. Medewerkers vinden via de Lync-applicatie op hun computer met een klik op de knop meerdere communicatievormen terug zoals een chatbox, audio en video conferencing of de mogelijkheid om hun scherm te delen met collega's.

Begin oktober werd ook het intern sociaal netwerk "De Gele Draad" gelanceerd. Telenet stimuleert zijn medewerkers om via dit platform ideeën uit te wisselen zonder meetings in te plannen of lange e-mailkettingen te versturen. Door het aanmaken van private of publieke groepen verloopt bepaalde communicatie sneller en meer efficiënt. Op twee



maanden tijd waren er al 1700 actieve gebruikers van het platform, waaronder ook een heel aantal leidinggevend en leden van het executive team. Om alle Telenet-medewerkers te leren omgaan met deze nieuwe interne communicatievormen en met gekende externe sociale mediaplatformen als Facebook, Twitter, LinkedIn of YouTube, werden verschillende infosessies georganiseerd.

### Het Nieuwe Werken

Anderhalf jaar geleden tekenden acht partnerorganisaties een samenwerkingsakkoord rond "The New World of Work". De stichtende leden zijn Microsoft, Federale Overheidsdienst Sociale Zaken, OutofOffice, SDWorx, Flanders 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 medewerkers.

De voordelen van "Het Nieuwe Werken" zijn samen te vatten in drie pijlers, namelijk "people", "profit", en "planet". De medewerkers (people) kunnen hun werk beter organiseren, wat leidt 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.

### Telenet ambassadeur voor Het Nieuwe Werken

Vanuit een verkennende aanpak heeft Telenet een pilootproject met een vijftigtal Telewerk ambassadeurs uit diverse afdelingen van de organisatie achter de rug. 'Telenet 2.0' wil de verschillende uitdagingen blootleggen van Het Nieuwe Werken. Met de introductie van de hierboven beschreven nieuwe communicatietools is telewerken weer een stap toegankelijker geworden. Toch zijn er nog vele

## Werk-privé balans

Met de introductie van Het Nieuwe Werken faciliteren we als bedrijf een bijkomende vorm van arbeidsorganisatie die tegemoet komt aan de veranderde noden van onze medewerkers. Zij ervaren ook reeds de positieve impact hiervan op hun werk-privé balans en weten dit sterk te waarderen.

En omdat de boog niet altijd gespannen kan staan stimuleren we iedereen om regelmatig aan sport en ontspanning te doen. Het mindfulness programma wordt eveneens zeer gesmaakt. Dit alles reiken we aan via ons Telefit Plus programma waarbij we ook een gezonde levensstijl aanmoedigen.

vragen die beantwoord moeten worden alvorens we Het Nieuwe Werken breed in de organisatie kunnen uitrollen. 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 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 een duurzaam beleid creëren rond Het Nieuwe Werken. Dit vraagt een degelijke voorbereiding. In 2013 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".

In het hoofdkantoor in Mechelen zijn de werkplekken uitgerust als 'flexible desks'. De ambitie is om tegen 2014 een bezettingsgraad te hebben van 85%.

Prioriteit



Iedereen  
online!

“Telenet Foundation ondersteunt momenteel zo'n 105 projecten in België. We bereikten al meer dan 111.000 mensen.”



# Telenet Foundation

Telenet Foundation heeft als doel de digitale kloof te helpen dichten bij maatschappelijk kwetsbare groepen. Via een duurzame samenwerking met non-profitorganisaties helpt de Foundation voornamelijk jongeren die om socio-economische of medische redenen die digitale evolutie minder gemakkelijk kunnen volgen, op weg in de hedendaagse informatie- en communicatietechnologie.



**minstens**  
**150.000**  
**kansarme jongeren**

krijgen toegang tot digitale technologie,  
PC en internet tegen 2015



### Dichten van de digitale kloof

Telenet Foundation werd opgericht in 2006 met als doel de digitale kloof te helpen dichten. Wie niet mee kan met de technologische ontwikkeling loopt immers meestal snel een achterstand op in de maatschappij. De laatste jaren heeft dit minder te maken met de effectieve toegang tot het internet, dan wel met het correct omgaan met ICT. Voor de Telenet Foundation ligt de focus in de eerste plaats dan ook niet op de computer zelf, maar op de digitale snelweg als kenniskanaal. Het is belangrijk deze doelgroep te leren hoe ze bijvoorbeeld hun huiswerk kunnen maken op de computer, maar ook werk en huisvesting zoeken, uit de eenzaamheid treden of contacten met de overheid leggen.

### Prioriteit

## Toegang tot ICT

Telenet wil dat iedereen de kans krijgt om gebruik te maken van de informatie- en communicatietechnologie. Zowel toegang tot als kennis van de digitale wereld is immers onontbeerlijk in deze 21<sup>e</sup> eeuw. Onder andere door de inspanningen van de Telenet Foundation probeert Telenet de digitale kloof te dichten. Daarnaast past Telenet ook een sociaal tarief toe op al zijn producten. Op deze manier wil Telenet ook maatschappelijk zwakkeren toegang geven tot zijn producten en diensten.

### Externe projectoproep

Telenet Foundation steunt elk jaar initiatieven van non-profitorganisaties die de digitale kloof op duurzame wijze aanpakken. De projecten lopen zowel in eigen land als in het buitenland. 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.

In 2012 werden 4 externe laureaten bekroond. Daarnaast werden ook 3 projecten van Telenet-medewerkers genomineerd. Samen ontvingen ze €280.489 voor hun projecten.

Sinds haar oprichting kreeg de Telenet Foundation ongeveer 1.275 projectaanvragen die werden ingediend n.a.v. de jaarlijkse projectoproep. Zo'n 105 projecten in België worden momenteel actief ondersteund en er werden reeds 111.000 mensen bereikt door de Foundation met een budget van ruim €2 miljoen. Het doel van de Telenet Foundation is tegen 2015 minstens 150.000 mensen in contact te brengen met digitale technologie, PC en internet.



Medewerkers kunnen de jaarlijkse teambuildingactiviteit invullen met vrijwilligerswerk.

### Maak tijd voor anderen!

Een tweede pijler van de Foundation is het personeelsprogramma 'Maak tijd voor anderen!'. Dit programma ging van start op 21 juni 2011 en biedt Telenet-medewerkers de kans om onafhankelijk van de interne projectoproep, ondersteuning te vragen voor organisaties waarin zijzelf als vrijwilliger actief zijn. Een andere optie is om de jaarlijkse teambuildingactiviteit in te vullen met vrijwilligerswerk. Tot slot is het voor de medewerkers ook mogelijk om deel te nemen aan acties die de Foundation intern

opzet voor maatschappelijk relevante thema's is, zoals de 1.000 km van Kom op tegen Kanker of de voorbereiding van het Winterplan voor de Brusselse daklozen van Samusocial. Elk jaar wil Telenet de bijdrage van zijn medewerkers vergroten, zowel in aantal personen, als in het totaal aantal uren. In 2012 hebben 166 medewerkers 1.825 uur bijgedragen aan de initiatieven van de Telenet Foundation. Het doel is om in 2015, 200 actief betrokken medewerkers in te zetten, die in totaal 3.000 uur besteden.

#### Het doel van de Telenet Foundation





In totaal is My Zone momenteel aanwezig in 11 ziekenhuizen verspreid over heel Vlaanderen en Bussel.

### Samenwerking met Telenet

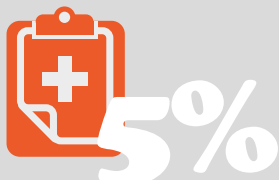
Verder zoekt Telenet Foundation, samen met de verschillende afdelingen binnen Telenet, naar structurele oplossingen om de werking van sociale projecten te ondersteunen.

Samen met Telenet for Business voorziet de Foundation met het My Zone-project langdurig zieke kinderen in ziekenhuizen van laptops en internetverbinding. Jongeren die langere tijd in het ziekenhuis verblijven, voelen zich immers vaak geïsoleerd van de buitenwereld. Via het internet kunnen zij toch contact houden met familie en vrienden en deelnemen aan het sociale leven. De allerkleinsten kunnen via webcam chatten met de Cliniclowns. In totaal

is My Zone momenteel aanwezig in 11 ziekenhuizen verspreid over heel Vlaanderen en Bussel.

Daarnaast steunt Telenet Foundation jaarlijks diverse sms-acties waarvan de opbrengst volledig naar het goede doel gaat. In de winter van 2012 nam de Foundation deel aan de campagne "4466, een SMS voor een dakloze". Wie deze winter de daklozen in België op een structurele manier wilde steunen, kon dat doen via een sms. Elke verstuurde sms betekent 1 euro steun. Telenet vulde deze campagne nog verder aan met zijn kerstkaartenactie "Zend 'n cent". Alle medewerkers konden via het intranet een leuke elektronische kaart met wensen versturen. Voor elke verzonden kaart ging er een halve euro naar Samusocial.

#### Bijdragen per thema in 2012



Medisch



Social welfare



Opvoeding en jongeren



In 2012 werden 4 externe laureaten bekroond.

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 kregen. Het project werd in oktober 2012 afgerond. De resultaten zijn na te lezen op de blog van Telenet Foundation.

### De projecten van 2012

Playing for Success richt zich op jongeren die door omstandigheden moeilijk mee kunnen op school. Het project brengt deze leerlingen in een inspirerende plek, zoals een sportstadion. Daar krijgen ze op een uitdagende manier les en worden ze intensief begeleid, waardoor ze hun motivatie en zelfvertrouwen terugvinden.

De vzw Jong wil kinderen uit kansengroepen in contact brengen met ICT. Zij installeren computers zodat kinderen kennis kunnen maken met de digitale media.

Groep Intro vzw geeft vorming aan mensen met een maatschappelijk kwetsbare achtergrond. Hun project "Spoor T" is bedoeld om de computerruimte te actualiseren en uit te breiden, zodat ook kinderen en jongeren in hun vrije tijd er gebruik van kunnen maken.

De organisatie Link in de Kabel ontwikkelt met Vang. Net een online tool waarmee jongeren met een mentale beperking het internet op een verantwoorde wijze kunnen gebruiken. Daardoor krijgen deze jongeren op een aangepast niveau maximale digitale kansen.

€ 2%

Economic development

5%

Other

“We willen op een transparante manier communiceren over ons milieubeleid. We formuleren duidelijke doelstellingen en brengen de vooruitgang continu in kaart.”

Samen voor  
minder  
CO<sub>2</sub>







# Klimaat en milieu

Onze doelstelling is om in 2015 klimaatneutraal te zijn ten opzichte van de uitstoot in 2007. Onafgebroken bewustmakingscampagnes binnen het bedrijf hebben geleid tot een opmerkelijke hoeveelheid concrete initiatieven die gebundeld werden rond verschillende thema's zoals elektriciteitsverbruik, energie-efficiëntie, mobiliteit en afvalreductie en -verwerking.

Om de resterende kloof tussen de actuele CO<sub>2</sub>-prestaties en de ambitieuze doelstelling Telenet klimaatneutraal definitief te dichten, planten we bij wijze van compensatie nieuwe bossen, in Vlaanderen, Senegal en Ecuador.

Hergebruik van materiaal




**besparing**  
**712**  
ton afval

Mobiliteit



**-5%**  
gemiddelde CO<sub>2</sub> (tov 2011)

Totale energie-efficiëntie



**+7,1%**  
(t.o.v. 2011)



Telenet plant nieuwe bossen voor CO<sub>2</sub>-compensatie in Vlaanderen, Senegal en Ecuador.

## INITIATIEVEN VOOR CO<sub>2</sub>-REDUCTIE

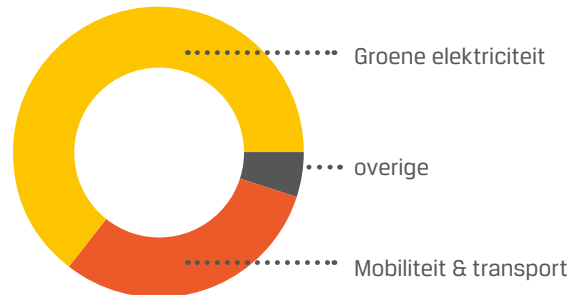
Het is onze doelstelling om Telenet te laten groeien en tegelijk de impact op het milieu te reduceren. In 2012 groeide onze omzet met 8%, terwijl onze CO<sub>2</sub>-uitstoot met 25% verminderde. Ten opzichte van 2007 reduceerden we de uitstoot met meer dan 60%. Daarmee zijn we goed op weg om in 2015 klimaat-neutraal te zijn. Om die doelstelling te bereiken blijven we in de eerste plaats focussen op maatregelen die de eigen CO<sub>2</sub>-uitstoot verder zullen verminderen. Dit doen we onder andere door te focussen op door-gedreven efficiënt energieverbruik.

Hieronder geven we de belangrijkste actiepunten en hun resultaten weer. Voor een volledig overzicht van de evolutie van de CO<sub>2</sub>-uitstoot verwijzen wij graag verder naar de corporate website.

### Elektriciteitsverbruik en energie-efficiëntie

Telenet gebruikt sinds midden 2008 groene stroom, Hostbasket sinds 1 januari 2010, Belcompany sinds september 2010 en Interkabel sinds 2012. Deze gecertificeerde AlpeEnergie van Electrabel is afkomstig van waterkrachtcentrales en dus voor 100% hernieuwbaar. Voor 2012 is dat een besparing van meer dan 18.000 ton CO<sub>2</sub>eq. Aanvullend heeft Telenet aanzienlijke inspanningen geleverd om zelf hernieuwbare energiebronnen in gebruik te nemen en om ze te promoten bij zijn stakeholders. Op het hoofdkantoor van Telenet in Mechelen werden eerder al zonnepanelen geïnstalleerd.

### Telenet verdeling energiebronnen



Het elektriciteitsverbruik van Telenet neemt elk jaar toe, vooral als gevolg van de stijgende vraag naar dataverwerking en het toenemende aanbod van digitale diensten. We werken er hard aan om de efficiëntie van het gebruik jaar na jaar te verbeteren. Hiervoor hebben we nadrukkelijk geïnvesteerd in monitoringssystemen. Zo wordt het duidelijk waar nieuwe investeringen nodig zijn voor efficiënte en effectieve energiebesparing, bijvoorbeeld door de bijsturing van de koeling of verwarming van de gebouwen. De energie-efficiëntie wordt bovendien effectief gemeten en uitgedrukt in Power Usage Efficiency (PUE). Door deze metingen kan het energieverbruik onmiddellijk weergegeven worden. Dit biedt de mogelijkheid om de systemen en processen te optimaliseren en meer efficiënt te maken.

Hieronder bespreken we in detail de efficiëntie van het netwerk, de datacenters en de kantoorgebouwen.

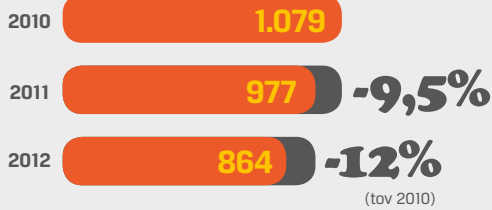
### Energie-efficiëntie van het netwerk

Investeringen in het netwerk en de vervanging van oudere apparatuur door nieuwere, meer efficiënte toestellen leveren voortdurend besparingen op. Het meten van de PUE van 53 technische stations in real-time, met de mogelijkheid om dagelijkse of maandelijkse gemiddelden per type gebouw of over de totaliteit te berekenen, zorgt ervoor dat we het energieverbruik onmiddellijk zien en de systemen en processen kunnen optimaliseren.

Het elektriciteitsverbruik per gigabyte daalde met 12% ten opzichte van 2011.

### Elektriciteitsverbruik per gigabyte

Jaarlijks gemiddelde in Gwh



### Energie-efficiëntie van datacenters

Onze datacenters nemen het tweede grootste deel van het totale elektriciteitsverbruik voor hun rekening. Door een hele reeks acties slaagden we er opnieuw in de PUE van de datacenters te verbeteren en energie te reduceren, zoals invoering van turbocompressors voor de koelgroepen, invoering van LED-technologie, invoering van alternerende pulsie voor de klimaatkasten, vervanging van oude koelapparatuur door freecooling airconditioners ... De grootste winst in efficiëntie is waarschijnlijk de verhoging van het gebruik van de serverfarm: hoe beter gevuld, hoe efficiënter alles wordt gebruikt.

Dit alles leidde tot een verbetering in de energie-efficiëntie van 2,7% tot een PUE van 1,6.

Telenet onderschrijft de Europese gedragscode voor datacenters, uitgebracht door de Europese Commissie om de energie-efficiency datacenters te verbeteren, door zich te houden aan een aantal best practices.

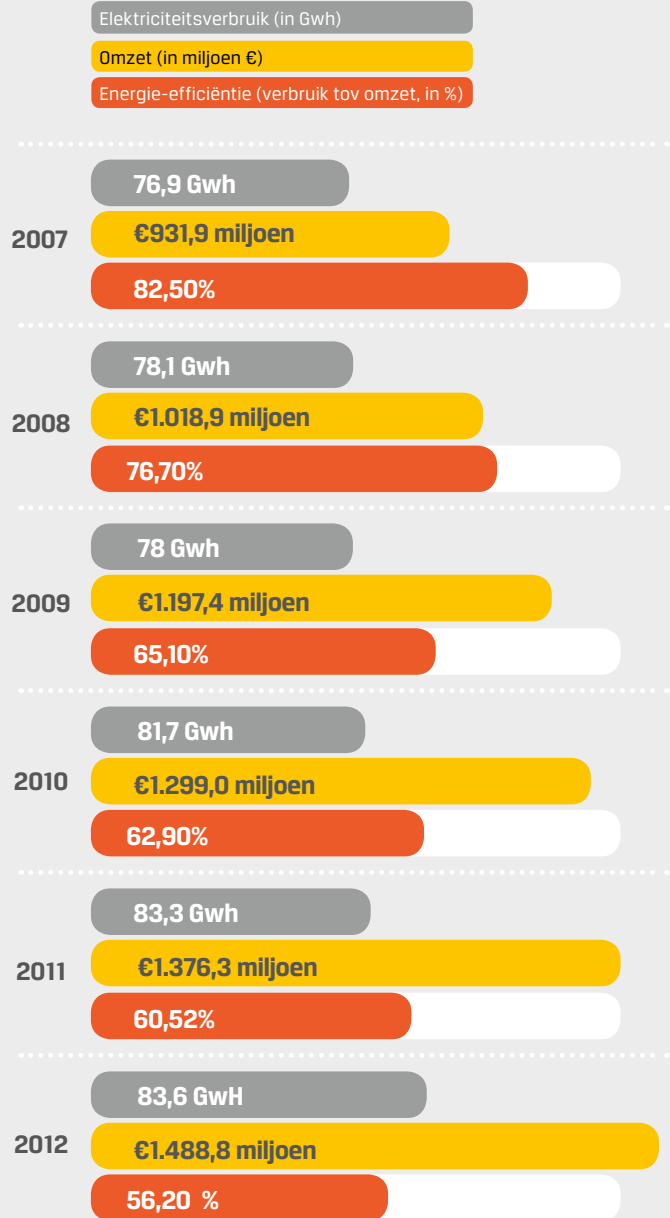
### Energie-efficiëntie van de kantoorgebouwen

Het elektriciteitsverbruik in het hoofdgebouw in Mechelen behoort tot de laagste waarden voor kantoorgebouwen met een verbruik van 108 kWh/m<sup>2</sup>/jaar in 2012. Telenet was een van de winnaars van de GreenLight Annual Award 2012, een prijs voor de interessantste projecten in termen van energiebesparing en technologische innovatie van het Joint Research Center van de Europese Commissie in het kader van het GreenLight Programme.

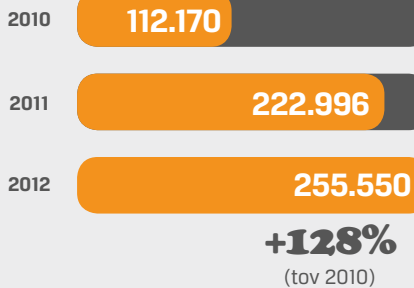
### Totaaloverzicht

De totale energie-efficiëntie van Telenet is verbeterd met 7,1% ten opzichte van 2011 en met meer dan 30% ten opzichte van 2007. Gerekend aan huidige elektriciteitsprijzen is dat goed voor een cumulatieve besparing van bijna €4,5 miljoen, of bijna 10.400 ton CO<sub>2</sub>eq.

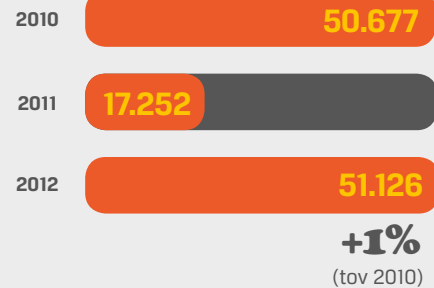
### Totaaloverzicht energie-efficiëntie



#### Aantal hergebruikte settopboxen



#### Aantal hergebruikte modems



### Mobiliteit en transport

De meer dan 2.100 medewerkers verplaatsen zich van en naar het werk. Tegelijk zijn tal van leveranciers in opdracht van Telenet voortdurend onderweg. Op het vlak van mobiliteit en transport betekent dat tal van mogelijkheden en uitdagingen om een reductie van de CO<sub>2</sub>-uitstoot te realiseren. Er lopen dan ook diverse initiatieven voor een vermindering van het autogebruik.

In de car policy van 2012 werden de maximale CO<sub>2</sub>-waarden opnieuw verlaagd ten opzichte van 2011. De gemiddelde CO<sub>2</sub> van alle personenwagens in 2012 bedroeg 130 g/km. Dat is 14% procent beter dan in 2009 (151 g/km) en 5% beter dan in 2011 (138 g/km). De gemiddelde CO<sub>2</sub> van de nieuwe ingezette personenwagens in 2012 bedroeg 114 g/km. Dat is 9% beter dan vorig jaar (126 g/km).

Er werd ook een reeks mobiliteitsalternatieven voor bedrijfswagens uitgewerkt, die vanaf 1 januari 2013 beschikbaar zijn. Medewerkers kunnen hun bedrijfswagen combineren met een treinabonnement of hun leasewagen met een Railease-formule van de NMBS. Het is eveneens mogelijk om een kleinere leasewagen met een lagere CO<sub>2</sub>-uitstoot te kiezen en een vergoeding te ontvangen voor het niet-opgebruikte budget. Tot slot kunnen de Telenet-medewerkers ook helemaal afzien van een bedrijfswagen in ruil voor een vergoeding.

Onder de noemer Train-bike@Work heeft Telenet huurfietsen van de sociale werkplaats 't Atelier ter beschikking gesteld van treinpendelaars.

Personeelsleden kunnen daardoor het traject tussen het treinstation van Mechelen Centraal en de kantoren van Telenet per fiets afleggen. 't Atelier zorgt voor het onderhoud van de fietsen. Daarnaast onderzoekt Telenet de mogelijkheid voor werknemers om e-bikes aan te kopen aan extra gunstige voorwaarden. En ook medewerkers zelf lanceren allerlei initiatieven om het autogebruik samen terug te dringen. Zo slaagt het departement Finance er al enkele jaren in om respectievelijk 10% minder autoriteiten naar het werk te maken.

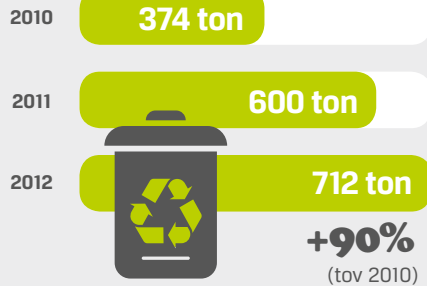
### Hergebruik van materiaal

#### Decoders en modems

Bijna alle decoders en modems worden hergebruikt; de resterende exemplaren worden gerecycleerd door een erkende verwerker. Het doorgedreven hergebruik verminderde de hoeveelheid afval met 712 ton in 2012 ten opzichte van 600 ton in 2011 en 374 ton in 2010. Daardoor werd 18,5 miljoen euro bespaard op de aankoopkosten ten opzichte van €12,7 miljoen in 2010. In 2011 werden minder modems gerecycleerd tgezien de overstap werd gemaakt naar een nieuwer model.

Alle ingeleverde modems en settopboxen gaan naar de beschermde werkplaats Imsir in Boom, waar de verwerking van de toestellen werk verschaft aan 40 enthousiaste medewerkers. Op 8 december 2011 kregen Telenet en Imsir voor hun samenwerking de publieksprijs van de Supply Chain Awards. Bovendien werd Telenet door de sector uitgeroepen tot ambassadeur van de beschutte tewerkstelling van het jaar 2012.

### Vermindering hoeveelheid afval



### Gsm's en smartphones

In 2012 leverden 5,81% van de klanten die een nieuw gsm-toestel kochten hun oude toestel in bij een verkooppunt van Telenet Mobile. De toestellen gaan naar de gespecialiseerde verwerker Ecowave. Oude gsm's kunnen bijvoorbeeld ook naar het containerpark gebracht worden. Voor de correcte verwerking van alle afval die bij de klant zelf tot stand komt, is Telenet aangesloten bij diverse door de overheid erkende organisaties.

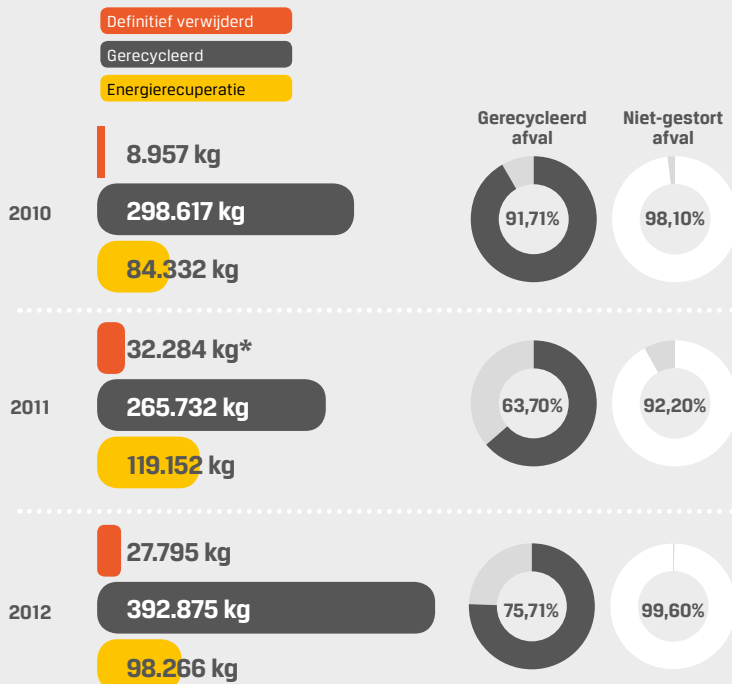
### Computers

Oude pc's krijgen een tweede leven via de Telenet Foundation. In het kader van het partnership met PC Solidarity, het Belgische luik van de ngo Close The Gap, schonk Telenet dit jaar 1.315 kwaliteitsvolle, gebruikte desktopcomputers, monitors en notebooks aan deze sociale instantie.

Telenet is ambassadeur van de beschermde werkplaatsen in Vlaanderen.

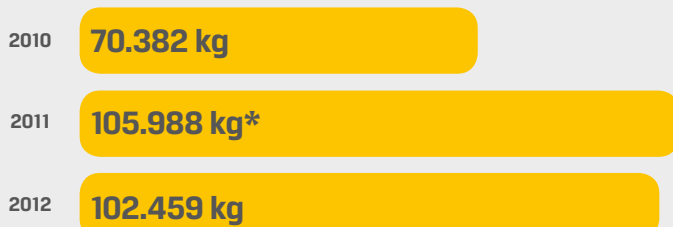


### Verwerking van gevaarlijk afval (Telenet hoofdkantoor)



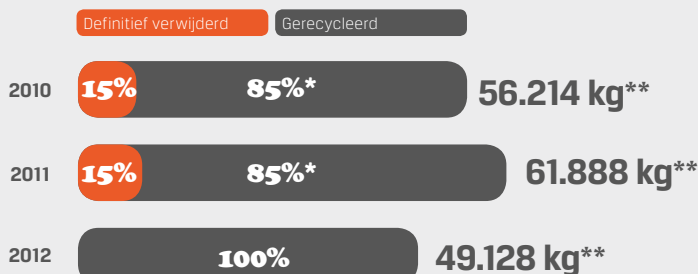
\*In 2011 vond een grote opruimactie van de magazijnen plaats

### Verwerking van restafval



\* De stijging is deels te wijten aan het feit dat 'moloks' (afvalcontainers) van keukenafval nu ook in onze data worden opgenomen. Op een like-for-like basis zou de hoeveelheid restafval zijn afgenomen tot 67.560 kg.

### Verwerking van papier en karton (Telenet hoofdkantoor)



\* Estimatie - wetgeving minimumverplichting  
 \*\* Telenet gebruikt 100% FSC-papier

### Afvalreductie en -verwerking

Voor Telenet zijn er twee afvalstromen belangrijk: de afvalstroom van Telenet zelf en de afvalstroom die bij de klant tot stand komt. Telenet betaalt een bijdrage voor de correcte verwerking van een aantal afvalfracties, maar wil met een reductie van de afvalstromen een stap verder zetten.

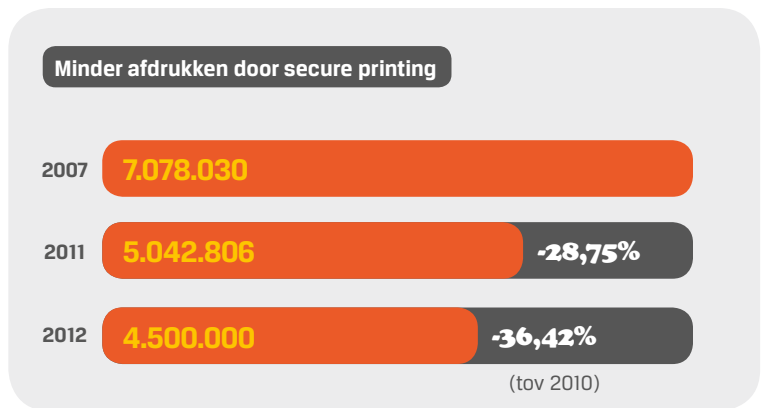
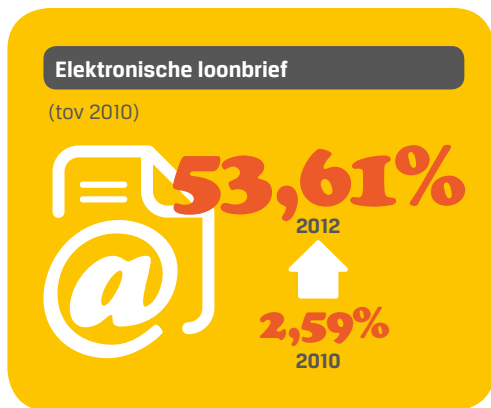
Jaarlijks verwerkt Telenet een grote hoeveelheid gevaarlijk afval. Hieronder vallen alle elektronische apparaten die Telenet op de markt brengt. Het grootste deel van de materialen gebruikt in deze apparatuur wordt gerecycleerd en terug als grondstof gebruikt. Een andere fractie wordt verbrand met energierecuperatie. De combinatie van deze twee verwerkingsmethoden omschrijven we als "niet-gestort afval". Slechts een zeer kleine fractie wordt definitief verwijderd door middel van verbranden of storten.

Naast de beperking van het afval uit oude modems en settopboxen, wil Telenet ook de hoeveelheid van de andere afvalfracties terugdringen. Standaard worden afvalstromen zoals batterijen, elektriciteitspanelen, blusapparaten, koelmachines, transformatoren, bekabeling, koelvloeistoffen, diesel en smeerolie professioneel gerecycleerd. Hiervoor werkt Telenet samen met verschillende ophalers die ofwel zelf voor de recyclage zorgen ofwel dit verder uitbesteden. Telenet werkt voor zijn afvalverwerking samen met twee grote partijen, namelijk SIMS Recycling Solutions en SITA. Tevens werkt Telenet intensief aan een betere registratie van de afvalstromen.

Voor de correcte verwerking van alle afval die bij de klant zelf tot stand komt, is Telenet aangesloten bij diverse door de overheid erkende organisaties. Bij elke aankoop van een Telenet-product gaat een bijdrage naar Recupel en Bebat. Zo wordt automatisch betaald voor een correcte verwerking van batterijen en de inzameling en recyclage van afgedankte elektroapparaten, en kan de klant dus bijvoorbeeld zijn oude toestellen probleemloos naar het containerpark brengen. Voor de overige afvalstromen, zijnde de verpakking en het reclamedrukwerk, betaalt Telenet jaarlijks een bijdrage aan FostPlus, Val-i-Pac en vzw Interventiefonds oud papier.

### Smart packaging

Sinds januari 2013 zit het laatste model van de HD digicorder in een nieuw jasje. De kartonnen doos is



kleiner, efficiënter en vooral ook milieuvriendelijker. We besparen maar liefst jaarlijks 179 ton papier en karton aan verpakkingsafval, en 600 ton CO<sub>2</sub>. Een handig handvat zorgt er bovendien voor dat klanten de doos gemakkelijk kunnen meenemen, zonder plastic zak. Wanneer dit hele traject is afgerond en alle decoders in deze nieuwe verpakking zitten, zal het leiden tot een besparing van €3 miljoen per jaar.

### Papier: steeds meer digitaal

Telenet ontwikkelt al meerdere jaren tal van initiatieven om het papierverbruik te beperken. Daarnaast spannen we ons in om ook stakeholders, zoals klanten en leveranciers, te betrekken in de rationalisering van het papierverbruik.

Secure printing of badge printing moet ervoor zorgen dat medewerkers vaker dubbelzijdig en in totaal minder printen. Dit project werd gestart in 2007. De effecten zijn sinds 2012 volledig zichtbaar en zullen nu min of meer stabiel blijven. Dit resulteert erin dat er bijna 11% minder geprint werd dan in 2011 en 36% minder dan in 2007.

De afdeling leveranciersboekhouding bespaart per jaar al veel papier door 30.000 facturen digitaal te verwerken. Momenteel loopt er een ambitieus en volledig intern ontworpen automatiseringsproject om ook de resterende 40.000 papieren facturen digitaal te ontvangen. Het doel is dat de leveranciersboekhouding 100% digitaal zal zijn in 2014. Een bijkomend voordeel van de digitalisatie is dat het team kan telewerken.

We hebben bovendien de ambitie om tegen 2020 al onze netwerkplannen voor 100% te digitaliseren, een investering van zo'n €5 miljoen. Het afdrucken van plannen bedraagt momenteel zo'n 100.000 m<sup>2</sup> papier per jaar, oftewel 15 voetbalvelden. De ambitie kadert in de Vlaamse plannen voor een platform waarop alle nutsbedrijven en aannemers de netwerkplannen digitaal kunnen uitwisselen. Daarnaast werken we aan de digitalisering van de planaanvragen door

aannemers. In plaats van de plannen te printen en met de post te versturen, bieden we de digitale plannen direct aan op een portaalsite. Dit biedt aannemers het voordeel dat zij direct kunnen beschikken over de plannen. Hierdoor is het aantal afdrucken nu teruggevallen op een kwart van het totale aantal aangevraagde plannen.

In 2012 kozen voor het eerst ook meer medewerkers voor een elektronische loonbrief. Op amper drie jaar tijd tekenden 25 keer zo veel medewerkers in op deze optie.

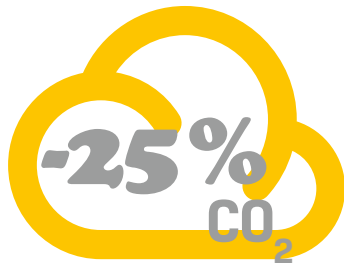
De papieren facturen aan residentiële en zakelijke klanten zijn al met een derde verminderd. Eind 2012 is ontvingen 666.290 residentiële klanten, goed voor meer dan 32% van de totale klantenbasis, hun aanrekening elektronisch. In 2009 was dat nog 399.000 en 14%. Telenet innoveert en investeert in Doccle, een start-up die een platform bouwt waarmee gebruikers documenten van verschillende leveranciers op een uniforme en herkenbare manier kunnen uitwisselen, afhandelen én archiveren.

Daarnaast sloot Telenet ook een samenwerking af met de organisatie WeForrest om klanten te stimuleren over te stappen naar elektronische facturatie. Voor elke klant die overschakelt naar de zogenaamde "e-bill", plant Telenet een boom. Met deze actie worden in Senegal maar liefst 100.000 bomen geplant.

Sinds mei 2010 is Telenet ook voor intern gebruik overgeschakeld op FSC-papier, afkomstig uit duurzaam beheerde bossen. Daarmee is Telenet 100% FSC. Uitgaande van het verbruik van 25 ton papier in 2009 levert dat een besparing op van 5 ton CO<sub>2</sub> per jaar.

Sinds juni 2012 ontvangen elke maand ruim 200.000 klanten van Telenet hun PRIME Gids en Digitale TV Magazine digitaal. De digitale gidsen zijn niet alleen gebruiksvriendelijker en interactiever voor de lezer, maar realiseren ook een reductie van bijna 261 ton CO<sub>2</sub>eq bij de druk en de distributie.

2011

Total CO<sub>2</sub>: 13.572 ton

Interkabel 100% groene energie

Business travel

Pendelen

Gasverbruik (verwarming)

Dieselverbruik (verwarming)

Dieselverbruik bedrijfswagens

Dieselverbruik bestelwagens

Koelgassen

Positief effect-3.902 ton CO<sub>2</sub>Negatief effect+ 475 ton CO<sub>2</sub>

2012

Total CO<sub>2</sub>: 10.146 ton

### Totaaloverzicht

Telenet catalogeert zijn CO<sub>2</sub> voetafdruk in drie hoofdcategorieën, in overeenstemming met het World Business Council for Sustainable Development Greenhouse Gas Protocol.

Categorie 1 of directe energiebronnen zoals brandstoffen (gas, diesel, stookolie, enz.).

Categorie 2 of indirecte energiebronnen zoals elektriciteit.

Categorie 3 of andere energiebronnen met name zakenreizen en woon-werkverkeer.

In 2012 reduceerde Telenet in categorie 1 en 2 zijn CO<sub>2</sub>-uitstoot tot 10.061 ton, een verbetering met 11% tov 2010. Met inbegrip van categorie 3 bedroeg de CO<sub>2</sub>-uitstoot 10.146 ton CO<sub>2</sub>eq, 25% beter dan in 2011. De totale CO<sub>2</sub>-uitstoot van Telenet daalde daarmee met bijna 60% in vergelijking met 2007. Een cumulatieve besparing van zo'n 55.000 ton CO<sub>2</sub> sinds 2007.

Voor de rapportage van zijn CO<sub>2</sub>-uitstoot volgt Telenet de richtlijnen van Carbon Disclosure Project. Dit is een onafhankelijke non-profit organisatie die werkt aan de vermindering van uitstoot van broeikasgassen en duurzaam watergebruik door organisaties en steden. Zij bieden een systeem voor duizenden bedrijven en steden om milieu-informatie te meten, openbaar te maken, te beheren en te delen.

### CO<sub>2</sub>-Compensatie

Om de resterende kloof tussen de actuele CO<sub>2</sub>-prestaties en de ambitieuze doelstelling definitief te dichten, zal het bedrijf bij wijze van compensatie overgaan tot de aanplant van nieuwe bossen. Bomen verminderen immers de CO<sub>2</sub> in de atmosfeer en dragen bij tot de strijd tegen de klimaatverandering. In Vlaanderen plantte Telenet in 2011 een flink bos van maar liefst 5 hectare in Moerbeke Waas. Dit ter ondersteuning van de campagne 1 Miljoen Bomen van Bos+.

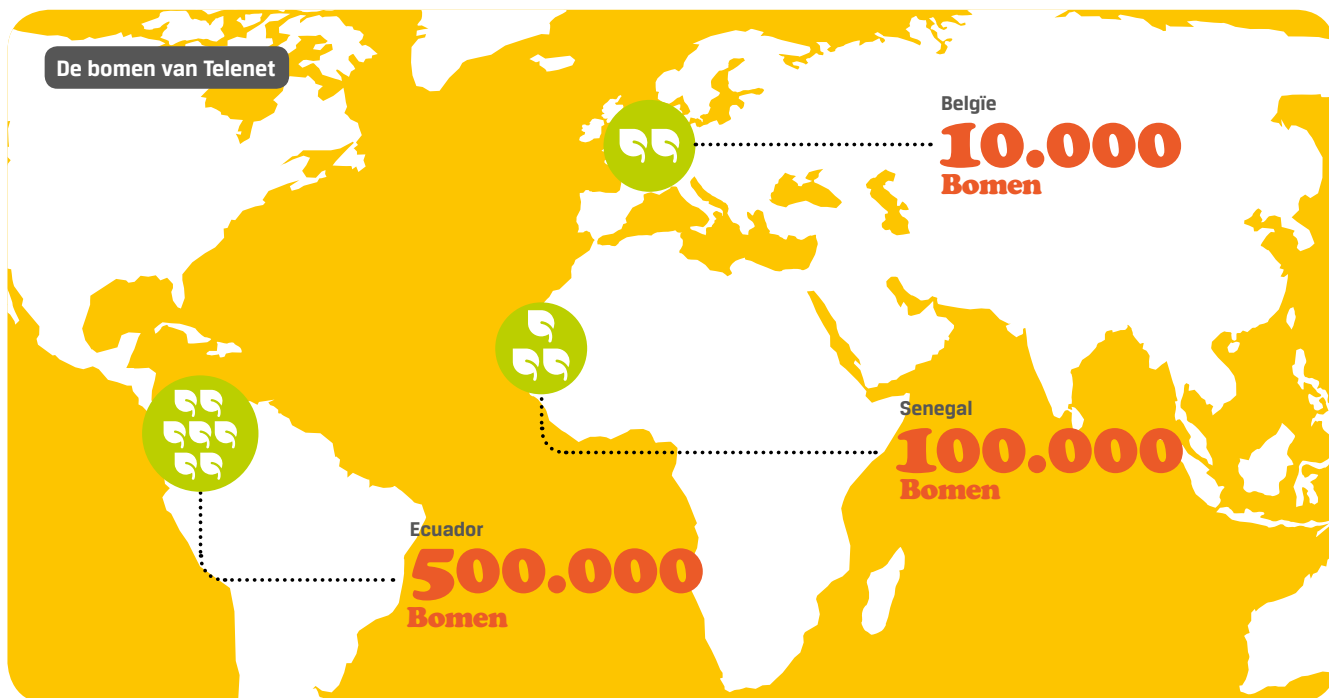
Daarenboven steunen we een project voor herbebossing in Ecuador. Het projectgebied aan weerszijden van de Rio Mira wil het bos herstellen dat daar sinds het midden van de eeuw voor een groot gedeelte is gekapt. Daarnaast biedt het project tal van positieve effecten voor de lokale bevolking. Het nieuwe bos stimuleert enerzijds een heropleving van lokale flora en fauna, anderzijds zorgt het voor hout, schaduw, zuivere lucht en allerlei voedsel. De bewoners krijgen kansen op lokale tewerkstelling. We

**Prioriteit**

## Energieverbruik bij onze klanten

Telenet spant zich in om het energieverbruik van zijn modems en decoders bij de klant thuis zo laag mogelijk te houden. Wanneer we een onderdeel van de boxen vervangen, bekijken we altijd hoe we het energieverbruik kunnen verminderen. De meest recente settopboxen zijn 20 keer energie-efficiënter dan de eerste generatie van deze toestellen die ooit door Telenet op de markt werden gebracht. En ook het feit dat steeds meer internetklanten beschikken over de nieuwe draadloze Telenet-modem zorgt voor een verbetering van de energie-efficiëntie van gemiddeld 4% ten opzichte van 2011.





werken hiervoor samen met de Vlaamse natuurorganisaties Bos+ en Bos+tropen, en met lokale ngo's.

### Concrete acties bij onze klanten

#### Settopboxen

Met een focus op het reduceren van energieverbruik bij klanten thuis investeert Telenet in verschillende initiatieven. Alle settopboxen met harde schijf schakelen automatisch uit wanneer ze langere tijd in stand-by blijven. Bovendien werd een speciale functie uitgerold voor nieuwere settopboxen waardoor de klant de "slimme energiestand" kan aanschakelen. Hierdoor verbruikt hun decoder in stand-by minder dan 1 watt. De meest recente settopboxen zijn inmiddels ook 20 keer energie-efficiënter dan de eerste generatie van deze toestellen die ooit door Telenet op de markt werden gebracht. Gezien steeds meer huishoudens over deze nieuwe box beschikken, werd onze klantenbasis in 2012 in totaal 4% meer energie-efficiënt, terwijl het aantal aangesloten klanten met 21% steeg. Gerekend per settopbox wisten we het CO<sub>2</sub> verbruik in 2012 met 6% te reduceren ten opzichte van 2011.

In 2010 trad een zogenaamde vrijwillige overeenkomst in werking om het gebruik van energie-efficiëntere settopboxen te versnellen. In feite gaat het om onderlinge afspraken binnen de industrie en de Europese Unie. Alle settopboxen die Telenet momenteel levert, voldoen aan deze vrijwillige

overeenkomst. Samen met de partners worden voortdurend technologische verbeteringen gezocht om de volgende generatie settopboxen nog efficiënter te maken.

#### Modems

In 2012 plaatsten we 9% meer modems bij klanten thuis. Onze nieuwste draadloze Telenet-modem "Homegateway 3.0" zorgde met zijn '3-in-1' (internet, telefonie en wifi) aanpak voor een verbetering van de gemiddelde energie-efficiëntie per modem van 4% ten opzichte van 2011.





Iedereen draagt 'n steentje bij

“ Samen met zijn diverse partners streeft Telenet naar een duurzaam ondernemerschap ”



# Onze partners

Werken aan de toekomst: dat doen we niet alleen. Dagelijks werken we samen met verschillende partners om ervoor te zorgen dat onze klanten genieten van de meest vooruitstrevende producten en diensten. We moeten dus niet alleen begrijpen wat onze klanten en medewerkers drijft en bezighoudt, maar ook de aandeelhouders, de leveranciers, de regulatoren en andere stakeholders in de leefgemeenschap.



---

## Leveranciers

---

Telenet betreft de leveranciers actief in het streven naar duurzaam ondernemerschap. De uitgestippelde krachtlijnen van het duurzaam leveranciersbeleid zijn opgesteld in samenwerking met hoofdaandeelhouder Liberty Global, Inc. Telenet neemt ethische, milieu- en sociale overwegingen mee in zijn aankoopbeslissingen. Die overwegingen hebben betrekking op de optimale prijs, kwaliteit en verkrijgbaarheid, maar ook op de ecologische en sociale aspecten van de herkomst van producten en diensten. De ecologische impact van de producten en diensten die we verkrijgen via onze leveranciers is immers even belangrijk als die van onze eigen producten en diensten.

Standaard wordt bij elke offerte naar dit leveranciersbeleid verwezen en wordt van de aanbieder verwacht dat zij de nodige informatie verstrekken, onder andere over de volgende aspecten:

sociale aspecten op hun eigen werkvloer;

respect voor de wetgeving en de regels inzake kinderarbeid

zoeken naar transportoptimalisaties;

groene aspecten van de bedrijfsvoering bij de leveranciers zelf.

Bij de selectie van leveranciers krijgen bovenstaande aspecten een relatief groot gewicht, naast de opgegeven prijs en kwaliteit voor de te leveren goederen of diensten.

Telenet heeft haar inkoop in 2012 verder in lijn gebracht met die van hoofdaandeelhouder Liberty Global. Door gebruik te maken van gedeelde leveranciers, wordt synergie bereikt op technologisch en financieel vlak. Telenet en Liberty Global maken gebruik van gedeelde leveranciers voor onder meer settopboxen. Hierdoor is Telenet in staat geweest in 2012 een besparing te realiseren.

Telenet is sinds maart 2013 lid van het Global e-Sustainability Initiative of kortweg "GeSI"-platform ([www.gesi.org](http://www.gesi.org)). GeSI is een toonaangevende bron van onpartijdige informatie, middelen en 'best practices' voor het bereiken van geïntegreerde sociale en ecologische duurzaamheid door ICT. In samenwerking

met leden van de belangrijkste ICT-bedrijven en -organisaties over de hele wereld, bevordert GeSI innovatieve benaderingen van duurzaamheid. Ze ondersteunen initiatieven in zowel ontwikkelde als ontwikkelingslanden om snel en effectief te reageren op kwesties als klimaatverandering, energie-efficiëntie, e-waste management en efficiënt gebruik van hulpbronnen, verantwoord ketenbeheer praktijken en mensenrechten.

Telenet participeert in verschillende werkgroepen rond het verbeteren van supply chains.

Een specifieke werkgroep is E-TASC (Electronics – Tool for Accountable Supply Chains). E-TASC werd gelanceerd in 2007 als een duurzame oplossing voor bedrijven om doeltreffend een gemeenschappelijke aanpak te implementeren voor het beoordelen en beheren van supply chain risico's, en wat zorgt voor prestatieverbetering.

Daarnaast zijn we ook actief in het verder uitbouwen van CSR-mogelijkheden in supply chains. Telenet neemt deel aan de ontwikkeling van opleidingsmodules en andere middelen voor ICT-bedrijven en hun leveranciers, om een groter bewustzijn te creëren rond sociale en ecologische kwesties en om veranderprogramma's te helpen implementeren.

Telenet werd in 2012 Ambassadeur voor Beschermde Werkplaatsen in Vlaanderen (VLAB), naar aanleiding van de samenwerking met IMSIR, de beschermde werkplaats in Boom.

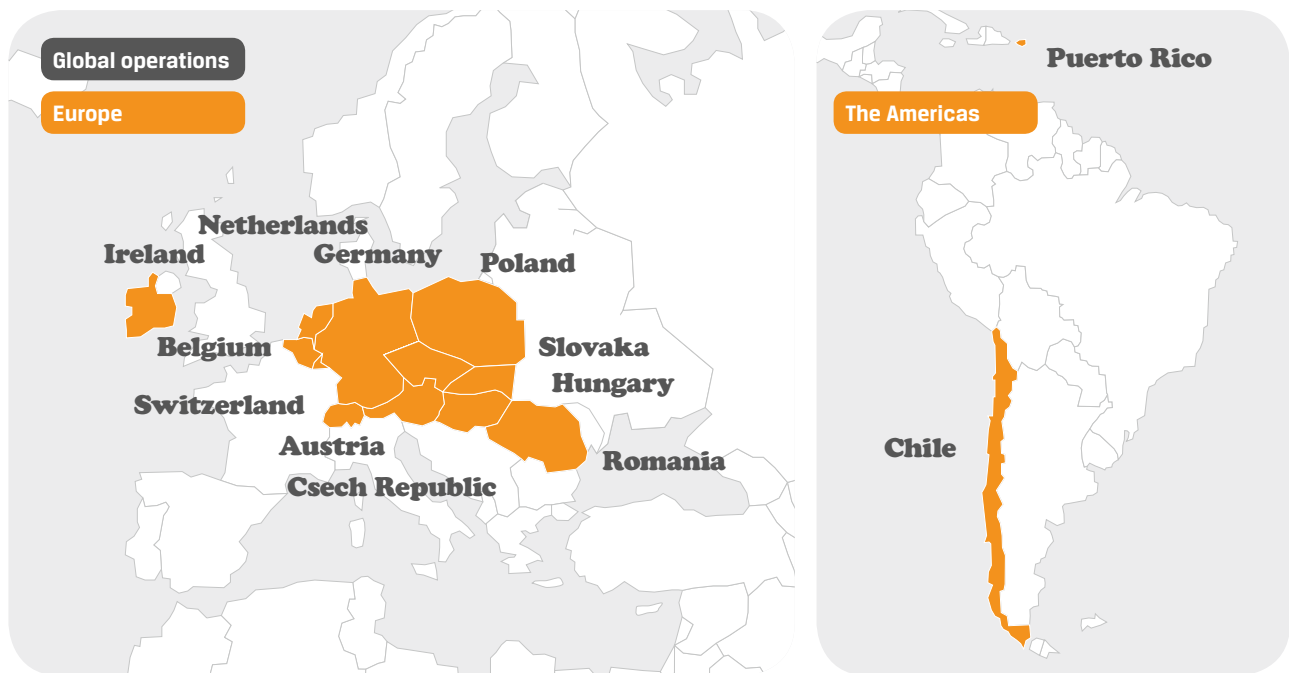
---

## 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.



Om de contacten te faciliteren, is Telenet lid van een aantal specifieke vakorganisaties, die vanuit verschillende perspectieven als spreekbuis optreden voor de sector in zijn geheel, of voor specifieke onderafdelingen ervan. Telenet participeert bijvoorbeeld actief in het overleg met sectorgenoten via platformen als ISPA, Cable Belgium, Cable Europe en het Platform Telecom Operatoren en Service Providers.

Met het oog op het stimuleren van een 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. Telenet steunt geen politieke partijen, in overeenstemming met de Belgische wetgeving. Er werd geen geld besteed aan politieke bijdragen.

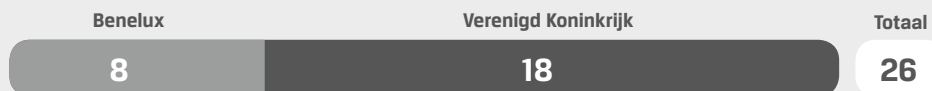
### Liberty Global

Liberty Global is een toonaangevende internationale kabelonderneming met vestigingen in 13 landen, waarvan 11 in Europa. In België is Liberty Global meerderheidsaandeelhouder in Telenet. Wereldwijd heeft Liberty Global een omzet van ruim 10 miljard dollar en telt het 22.000 medewerkers (2012). De onderneming geeft mensen toegang tot de digitale wereld en zorgt er voor dat zij de eindeloze mogelijkheden hiervan kunnen ontdekken en ervaren. Liberty Global's televisie, breedbandinternet en telefonie diensten worden - via haar toekomstvaste netwerken en innovatieve technologieplatforms - geleverd aan 20 miljoen klanten die 35 miljoen diensten afnemen. Liberty Global is actief met de consumentenmerken Telenet, UPC, Unitymedia Kabel BW en VTR. Haar activiteiten omvatten tevens Chellomedia, de content-divisie, UPC Business, de divisie voor B2B-diensten en het investeringsfonds Liberty Global Ventures.

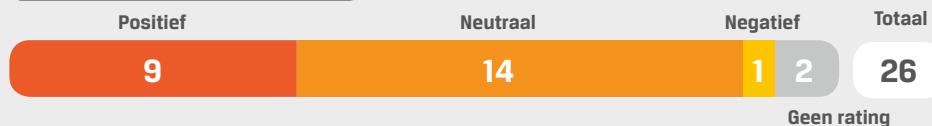
### Voordelen voor Telenet

De directe verbondenheid met Liberty Global biedt Telenet grote voordelen. Zo hebben we toegang tot het uitgebreide mondiale kennisnetwerk dat Liberty Global heeft opgebouwd. Deze brede internationale samenwerking werpt zijn vruchten af, bijvoorbeeld als het gaat om productinnovatie.

### Geografische spreiding analistenopvolging



### Overzicht analistenadviezen



## Investerders – het aandeel Telenet

### Investor Relations

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

In 2012 zette Telenet zijn regelmatige, open en intense dialoog met bestaande en potentiële aandeelhouders, institutionele en particuliere beleggers, andere kredietverschaffers en hun tussenpersonen, en financiële analisten die het aandeel op primaire (sell-side) of op secundaire (buy-side) basis opvolgen, verder. Per 31 december 2012 werd het aandeel Telenet actief opgevolgd door 26 sell-side analisten. Het leeuwendeel van deze opvolging gebeurt vanuit het Verenigd Koninkrijk, gevolgd door een lokale verankering van analisten die in de Benelux actief zijn. De dienst Investor Relations van Telenet positioneert zich hierin als een professionele bemiddelaar tussen de financiële gemeenschap en de Vennootschap en zorgt voor een coherente, transparante en diepgaande kennisoverdracht over de activiteiten van de Vennootschap en verzekert tevens een regelmatige toegang tot het topmanagement van de Vennootschap.

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

Naast de presentaties over de financiële resultaten op kwartaal-, halfjaarlijkse en jaarlijkse basis speelt de dienst Investor Relations van Telenet in op de vraag van beleggers naar ontmoetingen met het management door middel van regelmatige roadshows, bezoeken aan het Telenet hoofdkwartier en deelname aan de belangrijkste conferenties in de telecommunicatie- en kabelsector. De roadshows die Telenet organiseert en de conferenties die het bijwoont, hebben als doel om de belangrijkste financiële centra in zowel Europa als de Verenigde Staten af te dekken en ze bestaan zowel uit individuele vergaderingen of kleinere groepsessies. In 2012 organiseerde Telenet 12 roadshows voor institutionele beleggers en nam Telenet deel aan 19 conferenties met een toenemende focus op sectorconferenties en thematische conferenties, waardoor Telenet meteen gespecialiseerde beleggers en sectorex-perten kan aanspreken. Daarnaast zette Telenet de deuren van zijn hoofdkwartier in Mechelen open voor 9 zogenaamde reverse roadshows, waarbij beleggers en analisten diverse bedrijven rechtstreeks bezoeken. Tot slot nam Telenet in april 2012 deel aan de VFB Happening, wat het grootste evenement is voor particuliere beleggers in België. Dit alles zorgde ervoor dat Telenet meer dan 300 vergaderingen had met beleggers in 2012. Dit weerspiegelt de

### Steekkaart van het aandeel Telenet

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

### Roadshow per regio



### Type conferenties



toegenomen interesse van de financiële gemeenschap voor Telenets activiteiten alsook de soepele houding van Telenet ten aanzien van ontmoetingen met het management. Tot slot handelde de dienst Investor Relations van Telenet meer dan 110 telefonische vergaderingen met beleggers en analisten af, hetzij als voorbereiding op, hetzij als opvolging van ontmoetingen met het management.

De strategie van Telenet op het vlak van Investor Relations wordt gewaardeerd voor zijn toegankelijkheid, transparantie en snelheid bij het beantwoorden van vragen. Zo won Telenet in 2012 binnen de categorie 'België' voor de tweede keer op rij de Thomson Extel award voor financiële communicatie. Deze prestigieuze onderscheiding, die door nationale en internationale beleggers en analisten jaarlijks in juni wordt uitgereikt, onderstreept de erkenning voor Telenets inspanningen op het vlak van Investor Relations.

### Aandeelhoudersstructuur

De aandeelhoudersstructuur van de Vennootschap per 31 december 2012 op basis van het aandeelhoudersregister van de Vennootschap en alle transparantiemeldingen die de Vennootschap ontvangen had, wordt samengevat in onderstaande tabel. De aandeelhoudersstructuur van de Vennootschap per 31 december 2012 houdt geen rekening met de resultaten van het vrijwillig en voorwaardelijk overnamebod in contacten van Binan Investments B.V. op de resterende uitstaande aandelen van Telenet, waarvan de resultaten op 18 januari 2013 werden aangekondigd. Voor verdere toelichting over de aandeelhoudersstructuur van de Vennootschap verwijzen we naar Toelichting 8.3.3 Aandeelhouders in dit jaarverslag. De meest actuele aandeelhoudersstructuur kan ook bekomen worden via de investor relations website <http://investors.telenet.be>.

### Aandeelhoudersstructuur

Aandeelhouders	Aantal aandelen	Percentage	Warrants	Totaal (volledig verwaterd)	Percentage (volledig verwaterd)
Liberty Global Consortium <sup>(*)</sup>	56.844.400	50,12%		56.844.400	48,10%
BNP Paribas Investment Partners SA	5.592.018	4,93%		5.592.018	4,73%
Omega Advisors, Inc.	3.805.363	3,36%		3.805.363	3,22%
Norges Bank	3.577.683	3,15%		3.577.683	3,03%
Werknemers <sup>(**)</sup>	358.603	0,32%	4.781.009	5.139.612	4,35%
Eigen aandelen	220.352	0,19%		220.352	0,19%
Publiek <sup>(***)</sup>	43.010.117	37,92%		43.010.117	36,39%
<b>TOTAAL</b>	<b>113.408.536</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.781.009</b>	<b>118.189.545</b>	<b>100,00%</b>

(\*) Hierin zijn 94.827 Liquidatie Dispreferentie Aandelen inbegrepen

(\*\*) Het aantal warrants omvat 1.595.300 nog niet toegekende warrants.

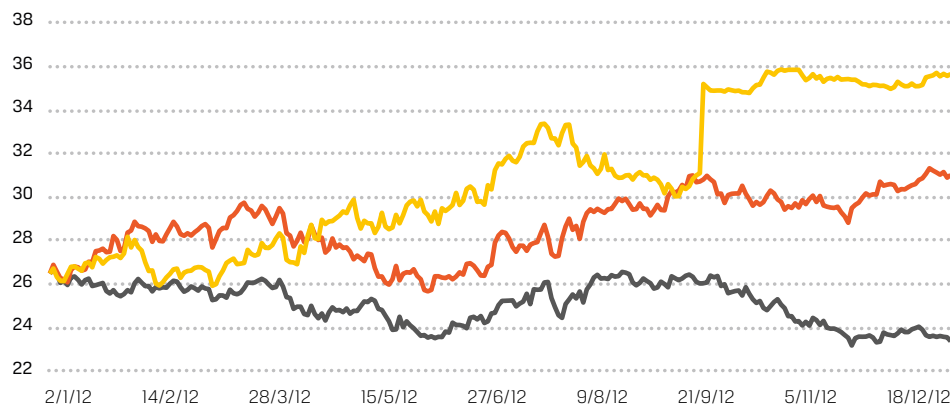
(\*\*\*) Hierin zijn 16 Liquidatie Dispreferentie Aandelen inbegrepen aangehouden door Interkabel Vlaanderen CVBA en 30 Gouden Aandelen aangehouden door de financieringsintercommunales

## Telenet vs main indices

Telenet (in €)

Bel20 index (rebased to TNET)

DJ Stoxx Telecom (rebased to TNET)



## Aandeelhoudersvergoeding

Op 13 augustus 2012 kondigde de Vennootschap de uitgifte van bijkomende schuldinstrumenten aan voor een totaalbedrag van €700,0 miljoen. De opbrengsten van deze schulduitgifte zouden worden aangewend voor de financiering van de voorgestelde inkoop van eigen aandelen in de vorm van een vrijwillig openbaar aanbod tot inkoop van eigen aandelen volgens de Wet van 1 april 2007 en het Koninklijk Besluit van 27 april 2007 ("het Koninklijk Besluit"). Deze transactie werd door de Vennootschap op dezelfde dag aangekondigd. De uitgifte van bijkomende schuldinstrumenten past in de strategie van de Vennootschap om de netto hefboomratio te verhogen tot ongeveer 4,5x. Als gevolg van het vrijwillig en voorwaardelijk bod door Binan Investments B.V., zoals aangekondigd op 6 november 2012 en afgesloten op 18 januari 2013 (het "Binan Bod"), werd het vrijwillig openbaar aanbod tot inkoop van eigen aandelen van de Vennootschap geannuleerd.

In de veronderstelling dat er zich geen overnames aandienen en/of dat het business model van de Vennootschap niet ingrijpend verandert, zal de Vennootschap het overschot aan geldmiddelen en kasequivalenten uitbetalen aan haar aandeelhouders. Per 31 december 2012 beschikte de Vennootschap over in totaal €1.064,3 miljoen aan kasmiddelen en geldequivalenten en de niet-gebruikte beschikbare capaciteit onder het wentelkrediet.

De Vennootschap bevestigt dat toekomstige aandeelhoudersvergoedingen voornamelijk zullen gebeuren door de inkoop van eigen aandelen. In de huidige

marktomstandigheden en rekening houdend met de beperkingen opgenomen in het Koninklijk Besluit heeft de Vennootschap echter geoordeeld dat deze strategie niet eenvoudig te implementeren is.

Vandaar dat de raad van bestuur voor 2013 aan de Algemene Vergadering van 24 april 2013 een totale aandeelhoudersvergoeding van €950,0 miljoen zal voorstellen. Deze aandeelhoudersvergoeding zal bestaan uit (i) een uitkering van €900 miljoen, wat overeenstemt met een uitkering van ongeveer €7,90 per aandeel<sup>2</sup>; en (ii) een aandeleninkoopprogramma van maximaal €50,0 miljoen. De voorgestelde uitkering is onderhevig aan roerende voorheffing. Indien deze uitkering op 24 april 2013 wordt goedgekeurd door de Algemene Vergadering, dan zal de raad van bestuur kortelings nadien de effectieve betalingsdatum aankondigen. Daarnaast heeft de raad van bestuur een programma tot inkoop van eigen aandelen goedgekeurd tot maximaal €50,0 miljoen bovenop de bovenvermelde aandeelhoudersuitkering.

## Koersevolutie

Telenet maakte in oktober 2005 zijn debuut op de beurstabellen van NYSE Euronext. Sinds de beursnotering heeft het aandeel Telenet een puik rendement van 359% behaald, met inbegrip van de kapitaalverminderingen die de Vennootschap in respectievelijk 2007, 2009, 2010, 2011 en 2012 uitkeerde aan zijn aandeelhouders. In maart 2009 trad Telenet toe tot de nationale Bel20 index en een jaar later werd het aandeel opgenomen in de toonaangevende Europese beursgraadmeter DJ Stoxx 600. In september 2011 werd Telenet als enig Belgisch bedrijf opgenomen in

<sup>1</sup> Artikel 45 van het Koninklijk Besluit bepaalt dat gedurende de periode van één jaar volgend op het afsluiten van het bod (dwz tot 18 januari 2014) geen aandelen, die het voorwerp uitmaakten van het bod, mogen gekocht worden door Binan Investments B.V. (of verbonden partijen, met inbegrip van de Vennootschap) tegen voorwaarden die gunstiger zouden zijn dan opgenomen in het Binan Bod. Anders zouden de gunstigere voorwaarden ook moeten aangeboden worden aan de aandeelhouders die hun aandelen hebben ingebracht in het Binan Bod.

<sup>2</sup> Overeenstemmend met een totaalbedrag van €900,0 miljoen, op basis van het totale aantal uitstaand aandelen op 11 februari 2013 (113.810.554).

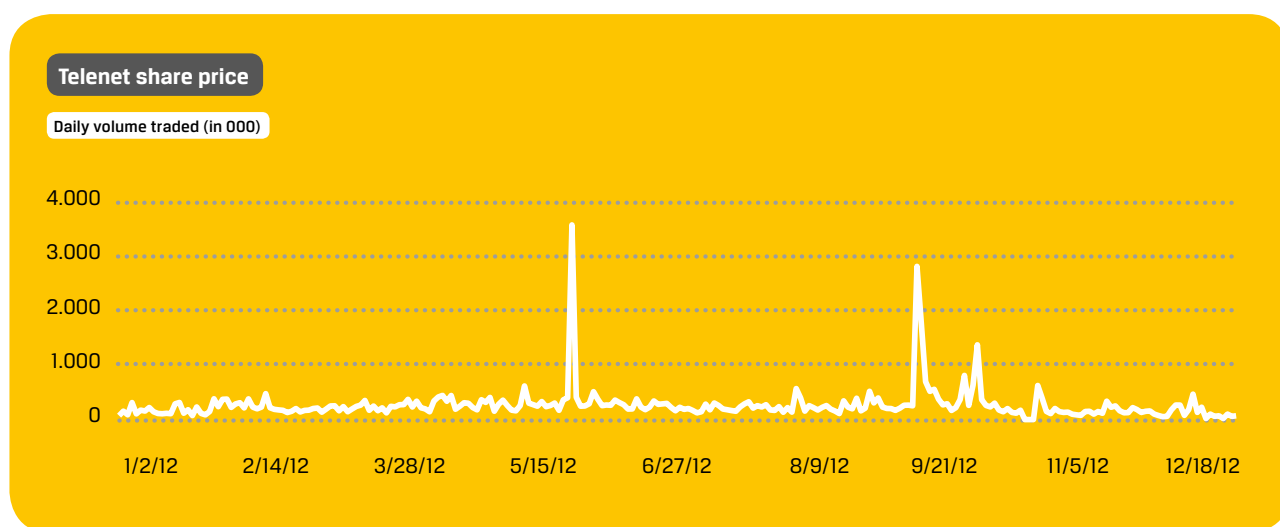


de Dow Jones Sustainability Europe en World indices, een toonaangevende benchmark op het vlak van duurzaamheid. Een jaar later werd Telenet door Dow Jones bekroond met de prestigieuze onderscheiding van wereldwijde sectorleider binnen media. In maart 2012 trad Telenet eveneens toe tot een andere sterindex op het vlak van duurzaamheid, namelijk de FTSE4Good index. Tot slot werd Telenet op 31 mei 2012 opgenomen in de MSCI België index.

ging het aandeel Telenet door op zijn positief elan en wist het jaar af te sluiten met een rendement van 34,6%, gesteund door de robuuste nettogroei van nieuwe klanten voor Telenets geavanceerde vaste kernproducten (digitale tv, breedbandinternet en vaste telefonie), de lancering van competitieve tariefplannen voor mobiele telefonie, solide organische groei van de bedrijfsresultaten alsook een actief beheer van de netto hefboomratio en de balans van de Vennootschap. Hiermee presteerde het aandeel beduidend beter dan de nationale Bel20 index die over dezelfde periode een rendement van 17,1% behaalde. Vooral ten opzichte van de Europese telecomsector presteerde het aandeel Telenet beduidend beter met een extra rendement van 46,3%. De Europese telecomsector gaat immers nog steeds

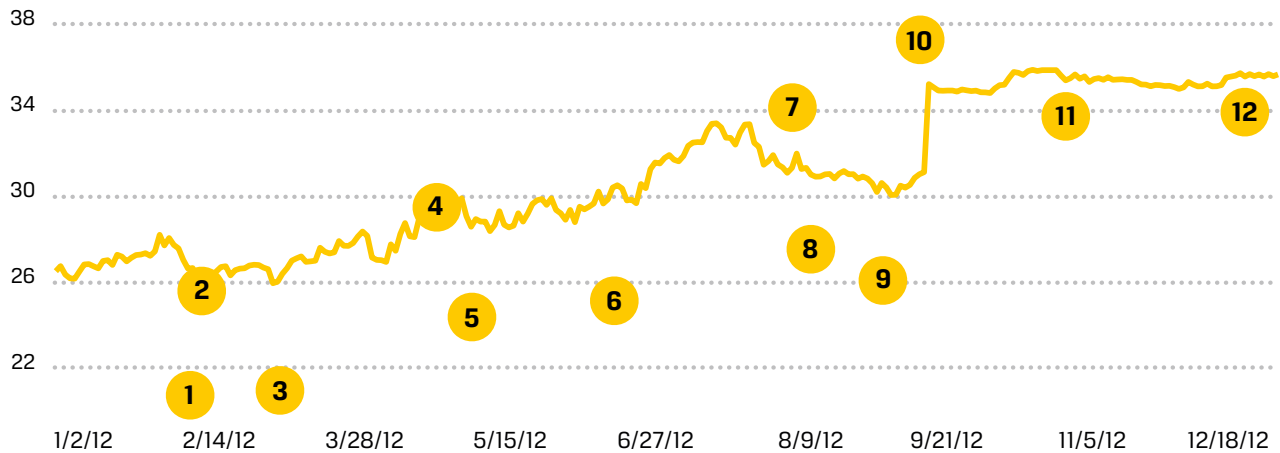
gebukt onder de negatieve impact van regulering, toenemende concurrentie van alternatieve aanbieders, waaronder kabeloperatoren, en toenemende investeringen in vaste en mobiele netwerken om het hoofd te kunnen bieden aan nieuwe technologieën. Hierdoor zagen tal van telecomoperatoren in de loop van 2012 zich genoodzaakt om hun riante dividenduitkeringen aan de aandeelhouders fors terug te schroeven. Kabeloperatoren, zoals Telenet, kennen daarentegen nog steeds een superieure groei gedreven door een verdere groei in het aandeel klanten met een abonnement op meervoudige producten, breedbandinternet, digitale -en betaaltelevisie alsook mobiele telefonie. Voornamelijk omwille van het meer performante kabelnetwerk, waardoor klanten genieten van een snellere breedbandinternetverbinding ten opzichte van (V)DSL-aanbieders, betere groeiperspectieven en een actief beheer van de schuldgraad en de balans, blijven analisten doorgaans positief ten aanzien van de kabelindustrie voor 2013.

De onderstaande grafiek toont de koersevolutie van het aandeel Telenet voor het jaar 2012, alsook de belangrijkste realisaties en hoogtepunten van het afgelopen jaar.



## Het jaar 2012 in 12 markante gebeurtenissen

Telenet (in €)



- |  |  |
|--|--|
| <p><b>1</b> Uitgifte van €175,0 miljoen bijkomende schuld onder de senior kredietfaciliteit</p> <p><b>2</b> Voorgestelde aandeelhoudersvergoeding van €4,25 per aandeel en Aandeleninkoopprogramma 2012 ten belope van €50,0 miljoen</p> <p><b>3</b> Verdere uitrol van WiFi Homespots en beschikbaaring analoge kanalen</p> <p><b>4</b> Goedkeuring van de voorgestelde aandeelhoudersvergoeding door de aandeelhoudersvergadering</p> <p><b>5</b> Telenet verlengt strategisch partnership met Mobistar tot 2017</p> <p><b>6</b> Alle wedstrijden van de Jupiler Pro League op Sporting Telenet en lancering van Teletenne</p> | <p><b>7</b> "Lancering van ""King"" en ""Kong"" tariefplannen voor mobiele telefonie"</p> <p><b>8</b> Aankondiging van vrijwillig bod tot inkoop eigen aandelen en uitgifte van €700,0 miljoen bijkomende schuld</p> <p><b>9</b> Negatieve uitspraak in kortgeding kabelregulering</p> <p><b>10</b> Vrijwillig en voorwaardelijk bod in contanten door Liberty Global op de aandelen van Telenet</p> <p><b>11</b> Bekendmaking van vooruitzichten voor het volledige jaar 2013</p> <p><b>12</b> Telenet rondt de kaap van 500.000 mobiele-telefonieklanten</p> |
|--|--|

## Financiële kalender

Algemene Vergadering van Aandeelhouders

Publicatie resultaten eerste kwartaal 2013 (5.45pm MET)

Publicatie resultaten eerste halfjaar 2013 (5.45pm MET)

Publicatie resultaten eerste negen maanden 2013 (5.45pm MET)



Deze data kunnen mogelijks nog veranderen.

# Verantwoording

---

## Scope

Dit geïntegreerde jaarverslag is een toelichting bij activiteiten en gegevens uit alle geledingen van het bedrijf Telenet over het gehele kalenderjaar 2012 en begin 2013. 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 economische, sociale en ethische activiteiten en de milieuprestaties die voor het bedrijf het meest relevant zijn. In dit jaarlijkse verslag schetst Telenet een overzicht van de huidige

stand van zaken en de gerealiseerde inspanningen en de nieuwe initiatieven die ontwikkeld worden om de doelstellingen van het bedrijf waar te maken. 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.

---

## GRI-richtlijnen

Telenet heeft dit rapport opgebouwd volgens de richtlijnen voor duurzaamheidsrapportering van de Global Reporting Initiative (GRI). Een GRI- en Communication on Progress (COP)-index met de precieze verwijzingen naar de overeenkomstige informatie vindt u vanaf juni op de corporate website [www.corporate.telenet.be/sustainability](http://www.corporate.telenet.be/sustainability). Dit verslag is in overeenstemming met GRI-niveau B.

Heeft u suggesties of commentaar op dit rapport? Laat het ons dan zeker weten via [isabelle.geeraerts@staff.telenet.be](mailto:isabelle.geeraerts@staff.telenet.be)



**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**

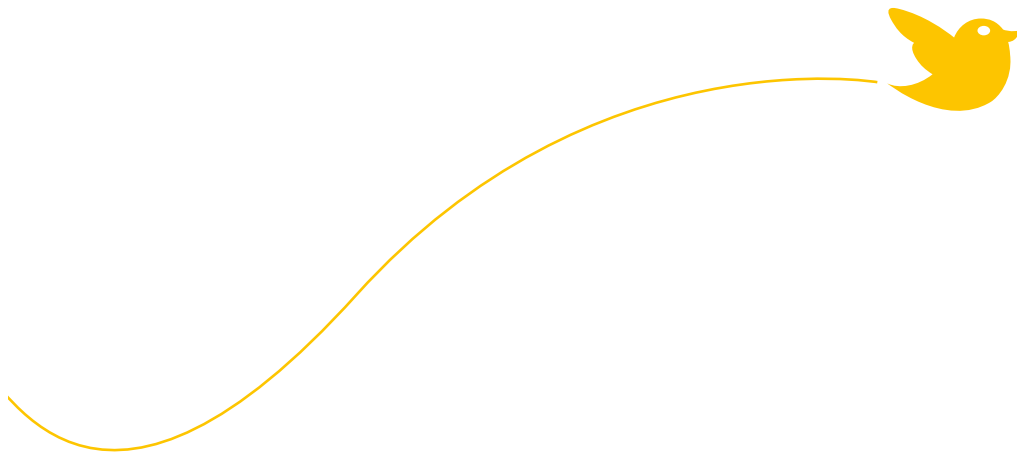
Romain Menke, Koen Van Buggenhout, ea.

**Concept & productie**

[www.concerto.be](http://www.concerto.be)

**Verantwoordelijke uitgever**

Vincent Bruyneel



Corporate Communications  
T. 015 33 30 00 - [www.telenet.be](http://www.telenet.be)

Responsible editor  
Telenet, Vincent Bruyneel  
Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen

