

- Brief van de CEO aan de stakeholders

Het netwerk van Nederland

Nederland is wereldwijd een van de koplopers op het gebied van digitalisering. Telecommunicatiebedrijven spelen een belangrijke rol bij de voortdurende technologische transformatie en digitalisering, en bij het bouwen van de infrastructuur voor de volgende generaties - een belangrijke basis voor het toekomstige succes van de Nederlandse samenleving. Door de hoge penetratiegraad van snelle vaste en mobiele netwerken, in combinatie met een hoge beschikbaarheid, staat de kwaliteit van Nederlandse netwerken hoog aangeschreven in vergelijking met andere landen in Europa. Nederlandse aanbieders worden hier zeer om gewaardeerd. Tegelijkertijd is de Nederlandse telecommunicatiesector zeer concurrerend, met drie sterke spelers in de markt. Binnen dit speelveld speelt KPN een zeer belangrijke rol.

Binnen deze context nam ik eind september 2019 het roer over van Maximo Ibarra, die terugtrad als CEO. Ik vind het een grote eer dat mij deze verantwoordelijkheid is toevertrouwd. Samen met het nieuwe team van de Raad van Bestuur, zie ik het als onze verantwoordelijkheid om de belangen te dienen van alle stakeholders van KPN: onze klanten, onze aandeelhouders, onze medewerkers, onze handelspartners en de Nederlandse samenleving als geheel.

KPN levert connectiviteit en aanverwante diensten voor de consumenten-, zakelijke en wholesalemarkt via ons KPN-netwerk, hét netwerk van Nederland. Onze klanten waarderen KPN om de kwaliteit en betrouwbaarheid van onze netwerken

en diensten, onze hoge beveiligingsnormen en de duurzame manier waarop we ons bedrijf leiden. Deze waardering komt tot uitdrukking in de hoogste Net Promoter Scores ooit voor zowel onze vaste als mobiele dienstverlening aan consumenten. De uitstekende reputatie van KPN is een van de redenen waarom we in 2019 zijn begonnen met de implementatie van de nieuwe merkstrategie.

Het leiderschapsteam en alle mensen binnen KPN zijn zich er volledig van bewust dat, mede gezien de snelheid waarmee de samenleving digitaliseert, stilstaan geen optie is. Daarom hebben we een duidelijke strategie ontwikkeld om organische, duurzame groei te realiseren. 2019 was het eerste volledige jaar waarin we onze drie-pijlerstrategie konden uitvoeren. Op basis van deze strategie willen we het beste netwerk ontwikkelen, winstgevend groei van de segmenten realiseren, en de vereenvoudiging en digitalisering van ons bedrijf versnellen.

In 2019 hebben we goede vooruitgang geboekt met het realiseren van deze strategie. De uitrol van glasvezel-verbindingen voor huishoudens is versneld, met als doel voor eind 2021 nog eens een miljoen huishoudens aan te sluiten. Dit komt bovenop de 2,3 miljoen huishoudens die eind 2018 al door KPN van een glasvezelverbinding waren voorzien. Glasvezel is de meest toekomstbestendige technologie, waarin we aanzienlijk investeren. Tegelijkertijd werken we aan de modernisering van ons mobiele netwerk, zodat deze klaar is voor de toekomst en voorbereid is op 5G. De uitrol van het



● Brief van de CEO aan de stakeholders

glasvezelnetwerk en 5G dragen bij aan de verdere digitalisering van de Nederlandse samenleving en zal vooral bedrijven ondersteunen bij de ontwikkeling van nieuwe toepassingen en het optimaliseren van hun bedrijfsprocessen. In onze Field Labs hebben we samen met onze handelspartners, zakelijke klanten en overheidsinstellingen verschillende toepassingen voor 5G ontwikkeld voor bijvoorbeeld de landbouw-, transport- en automobielsector, inclusief het testen van toepassingen in stedelijke gebieden.

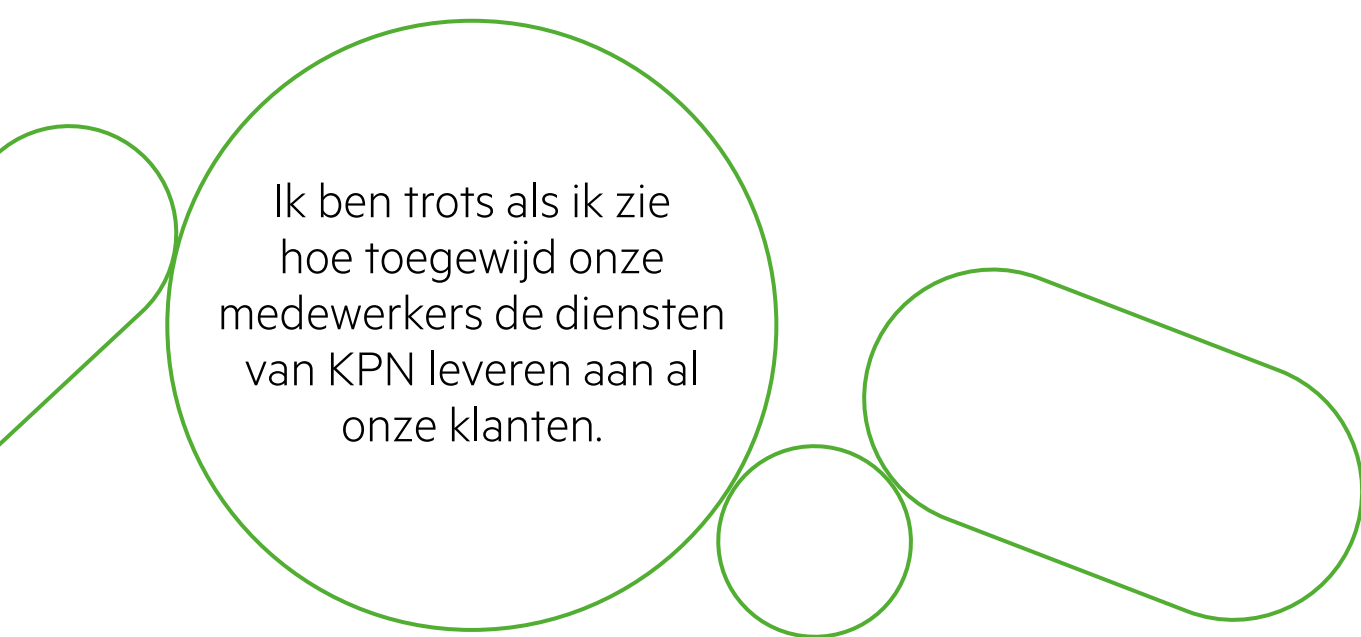
Met onze dienstverlening wil KPN consumenten en bedrijven de beste oplossingen bieden voor thuis, op kantoor en onderweg. De behoefte van onze klanten is gebaseerd op de vraag naar flexibiliteit, autonomie en gepersonaliseerde ervaringen, in combinatie met een dienstverlening waarin vast en mobiel samenkomen. Om aan deze behoefte te kunnen voldoen hebben we voor consumenten en kleinzakelijke klanten KPN Hussel geïntroduceerd. KPN Hussel is een product dat de consument de vrijheid geeft om diensten naar keuze te combineren en een abonnement samen te stellen dat bij zijn of haar situatie past, op elk gegeven moment. Voor onze zakelijke klanten werken we aan vereenvoudiging van ons productportfolio. We richten ons daarbij op een flexibel standaard productaanbod voor connectiviteit en IT-diensten zoals beveiliging, cloud en werkplekken. Zo realiseren we een one-stop-shop dienstverlening.

Wat betreft de transformatie van onze organisatie zorgt de snel veranderende wereld voor nieuwe uitdagingen en mogelijkheden. Het is cruciaal om het bedrijf en onze bedrijfsprocessen verder te vereenvoudigen en te digitaliseren. We hebben verschillende maatregelen genomen om een flexibelere organisatie te creëren

en om sneller nieuwe diensten op de markt te kunnen brengen. Daarnaast hebben we onze focus verbeterd door afstand te doen van de activiteiten die niet tot de kerntaken behoren.

We hebben voldaan aan onze financiële vooruitzichten voor 2019 met een lichte groei van de geschoonde EBITDA na lease (EBITDA AL), een Capex van EUR 1,1 miljard, een vrije kasstroom van meer dan EUR 700 miljoen en een progressief regulier dividend per aandeel. Onze sterke, gedisciplineerde kostenbeheersing zorgde in 2019 al voor aanzienlijke besparingen, waardoor we goed op weg zijn om ons kostenbesparingsprogramma 2019 - 2021 te realiseren. Onze merkstrategie en de aanhoudende concurrentie op de Nederlandse markt waren beide van invloed op onze prestaties op de consumentenmarkt. Aan de andere kant droegen solide prestaties in wholesale bij aan onze sterke positie in Nederland. In het zakelijke segment gaat bij KPN waarde boven volume, om in de komende jaren meer winstgevendende resultaten te realiseren. We werken aan de migratie van onze zakelijke klanten naar een nieuw, toekomstbestendig portfolio. 74% van onze klein- en middelgrootzakelijke klanten en 53% van onze grootzakelijke klanten zijn al gemigreerd.

Terugkijkend op 2019 ben ik trots als ik zie hoe toegewijd onze medewerkers de diensten van KPN leveren aan al onze klanten, hoe zij bijdragen aan de uitvoering van onze strategie en onze financiële doelstellingen waarmaken. Ik wil dan ook alle medewerkers bedanken voor hun bijdrage aan deze resultaten. Tegelijkertijd onderkent het leiderschapsteam dat de transformatie van KPN de nodige uitdagingen met zich meebrengt voor onze medewerkers. We zijn ervan overtuigd dat



Ik ben trots als ik zie hoe toegewijd onze medewerkers de diensten van KPN leveren aan al onze klanten.

“KPN is klaar voor de toekomst en vastbesloten de onbetwiste kwaliteitsleider in Nederland te worden.”

● Joost Farwerck, CEO

door het voortdurend ontwikkelen van en investeren in onze mensen, zij in staat zijn zich aan te passen aan de veranderende eisen en zij met meer veerkracht de toekomst tegemoet zullen treden, binnen of buiten KPN. Ook wil ik hier stil staan bij het feit dat onze merkstrategie niet gemakkelijk is geweest voor onze XS4ALL-medewerkers, vooral omdat zij zich zo sterk identificeren met XS4ALL en zeer toegewijd zijn aan hun klanten. Ik respecteer hun betrokkenheid en deskundigheid. Daarom zou ik ook graag zien dat alle XS4ALL-medewerkers bij KPN blijven werken.

De netwerken van KPN spelen een belangrijke rol bij de digitalisering van Nederland en in de toekomst ondersteunen we dit ook met onze strategie. Alles en iedereen wordt met elkaar verbonden en kunstmatige intelligentie levert waardevolle inzichten op. Nieuwe technologie zoals 5G en cloudificering zijn onontbeerlijk bij deze ontwikkelingen. Met zijn vaste en mobiele netwerken is KPN letterlijk diepgeworteld in Nederland. Televisiekijken, internetten, gebruikmaken van werkplekken op kantoor, wifi in de trein, thuis of in een winkel iets betalen zijn slechts een paar voorbeelden die laten zien dat iedereen verbonden is via het netwerk van KPN. In die context moeten we hier ook de storing op ons netwerk op 24 juni 2019 vermelden, die grote gevolgen heeft gehad voor de bereikbaarheid van het alarmnummer 112. Na dit zeer ongelukkige voorval zijn maatregelen genomen om de kracht van ons netwerk te verbeteren en de bereikbaarheid van 112 te waarborgen. Het spreekt vanzelf dat we dit in nauw overleg doen met de overheid en andere beheerders.

In de afgelopen jaren heeft KPN een sterke reputatie opgebouwd wat betreft onze duurzame manier van zakendoen. We zijn ervan overtuigd dat dit van cruciaal belang is om ons concurrentievoordeel te behouden en de belangen van al onze stakeholders op de lange termijn te waarborgen. We willen met onze dienstverlening ook bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke kwesties, zoals het verminderen van afval en het bevorderen van circulaire oplossingen. Sinds een aantal jaar hebben we een hoge notering, met een tweede plaats in 2019, in de Dow Jones Sustainability Index voor telecommunicatiediensten. Dit getuigt niet alleen van onze prestaties op het gebied van klimaat, maar bijvoorbeeld ook van onze prestaties op het gebied van veiligheid en alles wat wij doen via het KPN Mooiste Contact Fonds.

Tot slot: KPN verbindt al meer dan 100 jaar mensen in Nederland met elkaar en zal dit ook in de toekomst blijven doen, op een verantwoorde en duurzame manier. Mijn collega's in de Raad van Bestuur en ik blijven doorgaan op de ingeslagen weg en kijken uit naar 2020 en de jaren erna. Samen met onze medewerkers en handelspartners bouwen we aan een nog sterker KPN. Een KPN dat klaar is voor de toekomst en vastbesloten is om de onbetwiste kwaliteitsleider te worden voor onze klanten, aandeelhouders, medewerkers, handelspartners en de Nederlandse samenleving. Bedankt dat u het beheer van hét netwerk van Nederland aan ons toevertrouwt.

Joost Farwerck,
CEO en Voorzitter Raad van Bestuur KPN