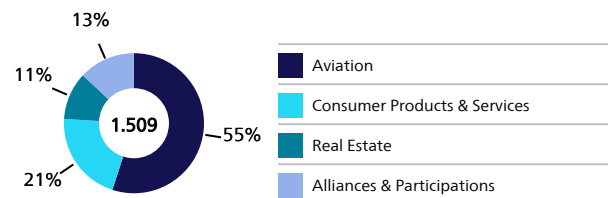


Services Portfolio

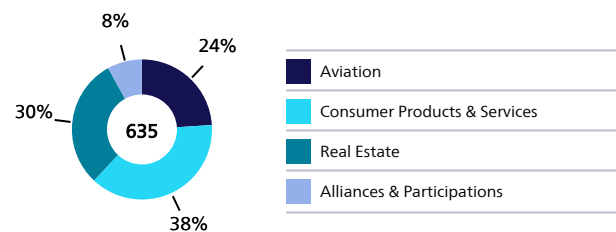
Onze services zijn een belangrijk en snelgroeiend onderdeel van onze kernactiviteiten. Ze zijn een bepalende factor voor de performance van de groep. Schiphol is vandaag de dag een bloeiende marktplaats voor een groeiende community van bedrijven en hun personeel. Het blijft voor Royal Schiphol Group dan ook een topprioriteit om klanten in de toekomst eersteklas retail-, vastgoed- en parkeervoorzieningen te bieden. Dit onderdeel van onze bedrijfsvoering sluit direct aan op onze strategische thema's Competitive Marketplace en Excellent Visit Value en omvat de activiteiten van twee belangrijke business areas: Consumer Products & Services en Schiphol Real Estate (SRE).

Ondanks de huidige discussie over de verdere groei van Schiphol zijn onze retail- en andere non-aviationservices een dynamisch en snelgroeiend deel van de groepsactiviteiten. Ze zijn ook een belangrijke bron van innovaties: in 2018 waren er diverse nieuwe ontwikkelingen in onze vastgoedportefeuille, en we hebben ook een aantal nieuwe digitale innovaties en parkeerproducten gelanceerd.

Netto-omzet
(EUR miljoen)



EBITDA
(EUR miljoen)





De Elephant Parade

Op 1 september 2018 brachten 34 leden van de Elephant Parade een bezoek aan Schiphol. De Elephant Parade is een rondreizende openluchttentoonstelling die fondsen werft voor Elephant Family, een ngo die zich inzet voor het behoud en de bescherming van de bedreigde Aziatische olifant. De olifanten zijn al sinds 2007 onderweg; op 12 oktober verlieten ze Schiphol op weg naar hun volgende bestemming, Rio de Janeiro.

Consumer Products & Services

Consumer Products & Services wil een luchthavenbeleving van wereldklasse bieden die de verwachtingen van onze gasten overtreft. Om dit te bereiken, spannen we ons tot het uiterste in om aan de behoeften van onze klanten te voldoen en een aantrekkelijk commercieel aanbod te creëren voor zowel passagiers en bezoekers als voor werknemers. Het aanbod ondersteunt altijd de bredere groepsdoelstellingen.

Gezien de snelle veranderingen in de markt is het cruciaal dat we onze manier van werken voortdurend verbeteren, in nauwe samenwerking met onze partners, en waar mogelijk nieuwe technologieën en ideeën aangrijpen. Met een mix van digitale en traditionele middelen onderhouden we op alle belangrijke contactpunten een nauwe relatie met onze klanten wanneer ze gebruikmaken van de winkels, horeca of andere voorzieningen in de terminal. Omdat we streven naar een excellente klanttevredenheid en een hoge NPS-score, leggen we de nadruk op klantcontacten die persoonlijk en direct relevant voor de betrokken klant zijn.

Tot de kernactiviteiten van Consumer Products & Services behoren retail, horeca, commerciële dienstverlening, parkeer- en mobiliteitsdiensten, media en premium services.

Retail en horeca

De omzet uit retail en horeca vormt een belangrijke bron van non-aviationinkomsten. De afgelopen jaren hebben de retailinkomsten aan luchtzijde echter geen gelijke tred gehouden met de groei in passagiers. Dit weerspiegelt een groeiende trend onder consumenten, die immers vaker kiezen voor online winkelen. In 2018 bedroeg de gemiddelde retailbesteding per passagier aan luchtzijde 13,13 euro, vergeleken met 13,35 euro in 2017. De gemiddelde horecabesteding per passagier aan luchtzijde steeg daarentegen met 2,7 procent naar 4,81 euro.

Bestedingen per vertrekkende passagier op Schiphol

(in EUR)

	2018	2017	Index
Retail airside	13,13	13,35	98,4%
Horeca airside	4,81	4,68	102,8%
Totaal	17,94	18,03	99,5%

Ondanks veranderende consumentenprofielen en -gedrag zijn we ervan overtuigd dat luchthavens uiterst aantrekkelijke platforms kunnen blijven voor retailers en mediacampagnes. Met meer aandacht voor nieuwe merken en partnerschappen, een open mentaliteit voor innovatie en meer flexibiliteit kunnen de aantrekkingskracht en het bereik van retail aan luchtzijde worden verbeterd. Services zijn een groeicategorie, nu klantervaring steeds centraler staat bij bestedingsbeslissingen.

In 2018 zijn er op Schiphol meer dan dertig nieuwe retailconcepten, winkels en merkwinkels geïntroduceerd, waaronder pop-up stores en tijdelijke winkels. Daarnaast lanceerden we bij wijze van proef twee services voor het bezorgen

van maaltijden samen met Deliveroo en Thuisbezorgd.nl: daarmee kunnen passagiers hun bestelling bij de gate laten bezorgen, en kantoorwerknemers kunnen dit laten doen op hun werkplek. Tegelijkertijd gaan we door met het bevorderen van de kruisbestuiving tussen media en retail, met innovatieve campagnes en concepten.

We zetten het ontwikkelen van gepersonaliseerde online marketing via de wifiservice van de luchthaven voort. In de toekomst gaan we beschikbare technologie, gegevens en inzichten beter benutten om nieuwe retail- en horecaconcepten te introduceren en een hoogwaardige, klantgerichte benadering verder te ontwikkelen.

Aantal outlets Schiphol

	Airside	Schiphol Plaza
Horeca	78	32
Retail	137	45
Services	14	7
Totaal	229	84

Parkeren

In 2018 bedroegen de parkeeropbrengsten in totaal 80,1 miljoen euro. De afname van de groei in parkeeropbrengsten was grotendeels te wijten aan een vermindering van onze totale parkeer capaciteit in de eerste helft van het jaar; dit is een gevolg van de sloop van parkeergarage P2 in het najaar van 2017 om ruimte te maken voor de aanleg van de nieuwe pier en terminal. Gelukkig konden we 99 procent van het beton van P2 hergebruiken voor renovatie van het Sierra-platform. Hierdoor viel het gebruik van grondstoffen 35.000 ton lager uit, waarmee er ook 900 vrachtwagenbewegingen minder nodig waren.

Daarnaast was langparkeergarage P3 in 2018 drie maanden gesloten voor grote uitbreidings- en renovatiewerkzaamheden. Deze capaciteitsbeperking werd gecompenseerd door ons nieuwe product P4 Basic Parking, geïntroduceerd in april 2018. Het P4-terrein biedt 2.500 parkeerplaatsen en levert zo voldoende parkeerruimte in drukke perioden. In september ging car2go van start, een nieuwe 'free-floating' carsharing service met elektrische auto's voor reizigers bij parkeergarage P1/WTC Schiphol Airport. In de loop van het jaar zijn er extra oplaadstations geïnstalleerd in al onze parkeervoorzieningen.

We zullen het aanbod van parkeerproducten in 2019 verder uitbreiden. In het voorjaar wordt de herontwikkeling van parkeergarage P3 afgerond, die 2.500 extra parkeerplaatsen biedt. De gerenoveerde parkeergarage heeft een nieuwe luifel en een nieuw dak (22.000 m²) waarop 6.072 zonnepanelen worden geïnstalleerd. Samen kunnen deze panelen 1,8 MWp aan energie opwekken, wat gelijkstaat aan het verbruik van zeshonderd huishoudens. Met deze voorziening, die we ontwikkelen samen met energiebedrijf Eneco, kan Schiphol Parking 20 procent van het totale energieverbruik van de parkeeraccommodaties op



's Werelds kleinste reclamebureau

Op 14 mei opende het team van Schiphol Media 'The Smallest Ad Agency in the World' op het Jan Dellaertplein. Zes creatieve teams van twee personen bemanden het bureau gedurende 24 uur, in een minuscuul kantoorje midden op het plein. Daar bedachten ze verfrissende campagne-ideeën voor bedrijven die interesse hebben om op Schiphol te adverteren. De adverteerders konden het creatieve team van briefings voorzien. In totaal kwamen er negentig briefings binnen, wat alle verwachtingen overtrof.

Aan het einde van de 24-uurs marathonzitting waren er negentien gloednieuwe campagneconcepten gecreëerd. Booking.com, het Van Gogh Museum en Tony's Chocolonely waren enkele van de tevreden adverteerders, naast jonge bedrijven als Ace & Tate en NIU, de Chinese fabrikant van elektrische scooters.

Ook diverse non-profitorganisaties en sociale ondernemingen maakten gebruik van de diensten van het team. Zo had de Stichting Melanoom behoefte aan een ontwerp voor voorlichting aan reizigers over het belang van een goede bescherming tegen de zon. MISCQ wilde meer bekendheid geven aan zijn innovatieve plasticvervanger, gemaakt van olifantsgraspapier. Schiphol werkt momenteel met diverse van deze organisaties samen om hun ideeën in praktijk te brengen.



In stilte bidden, mediteren en ontspannen

In april 2018 is het nieuwe Stiltecentrum, op de tweede verdieping van Lounge 2, officieel geopend. Dit is een unieke plek: geen enkele andere luchthaven ter wereld beschikt over een stilleruimte achter de veiligheidscontrole die openstaat voor alle religies en overtuigingen. Het centrum vormt ook de werkruimte voor het Luchthavenpastoraat en het bijbehorende team van vrijwilligers. Elk jaar komen hier ongeveer 60.000 mensen, veelal reizigers, om te bidden, te mediteren of voor geestelijke steun. Medewerkers die in de terminal werken kunnen het Stiltecentrum gebruiken als gebedsruimte.

Schiphol, inclusief het verbruik van de elektrische oplaadpunten, uit ter plaatse opgewekte zonne-energie betrekken.

Uitbreiding van de Privium- en VIP-diensten

Privium, het serviceprogramma van Schiphol voor zakenreizigers die regelmatig vliegen, is in 2018 verder gegroeid: het ledenaantal bedraagt inmiddels meer dan 65.000. Een tweede, tijdelijke Privium-lounge achter de veiligheidscontrole opende najaar 2017 zijn deuren en blijkt zeer geliefd bij de leden. Deze lounge zal worden uitgebreid en gerenoveerd. Eind 2018 zijn we ook begonnen met de renovatie en verruiming van de Privium security- en grensdoorgangen in de terminal. Hierdoor kunnen Privium Cardhouders zich binnenkort nog sneller en comfortabeler over de luchthaven verplaatsen. Een verdere recente verbetering van onze Privium-service is de introductie van een nieuwe centrale database voor opslag van biometrische gegevens van leden. Het nieuwe dataopslagsysteem, dat aan alle wettelijke privacyvoorschriften voldoet, maakt het voor Privium-leden makkelijker hun lidmaatschap te regelen en te wijzigen.

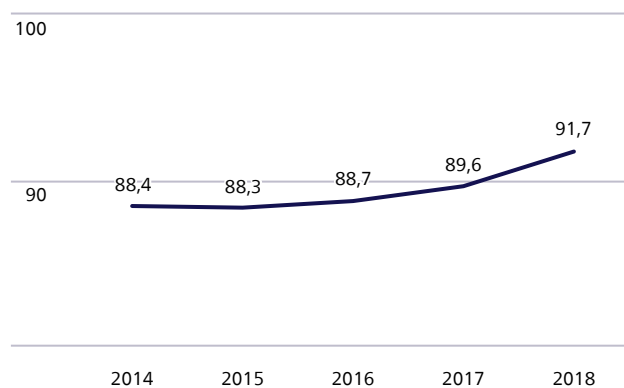
Ook de vernieuwde VIP-service van Schiphol, een belangrijk serviceconcept vooral bestemd voor premium zakenreizigers, blijkt zeer populair. In 2018 waren er meer dan 17.500 aankomende en vertrekkende VIP-passagiers. We zijn van plan het VIP Centre op korte termijn te vernieuwen en te vergroten om tegemoet te komen aan de toenemende vraag.

Vastgoed

Door het gunstige ondernemingsklimaat in Nederland blijft de vraag naar vastgoed op A-locaties in de hele metropoolregio Amsterdam toenemen. In 2018 steeg de totale gemiddelde bezettingsgraad van het commercieel en logistiek vastgoed van Schiphol tot 91,1 procent. Er was vooral veel vraag in het commerciële vastgoedsegment, waar de bezettingsgraad van de verhuurde kantoorruimtes 91,7 procent bedroeg. Met name in Schiphols Central Business District was de bezettingsgraad hoog. We mochten bovendien een aantal wereldwijde concerns als huurders verwelkomen, waaronder Honeywell en Heineken. De bezettingsgraad van onze vrachtgebouwen bedroeg 93,2 procent.

Gemiddelde bezettingsgraad commercieel vastgoed

(in %)

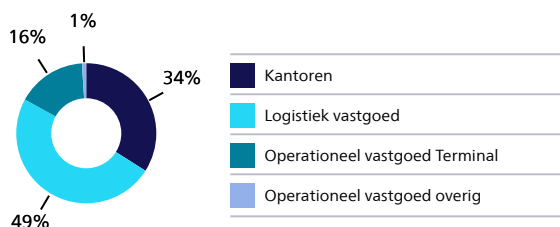


Onze commerciële vastgoedcapaciteit is in de loop van het jaar verder uitgebreid met diverse nieuwe projecten. In december 2018 opende Schiphol in samenwerking met Microsoft het gerenoveerde SMART 'Outlook'-gebouw. Intussen vordert de bouw van het nieuwe kantorencomplex met parkeeraccommodatie The Base D gestaag; naar verwachting is dit in het derde kwartaal van 2019 afgerond. Daarnaast wordt nog gewerkt aan drie andere projecten: kantoorgebouw Tristar 1, het nieuwe gebouw van Luchtverkeersleiding Nederland (LVNL) en de KLM Crown Lounge voor niet-Schengenpassagiers.

Diverse andere grote projecten zitten in de pijplijn voor 2019 en daarna. Binnen de herontwikkeling van Terminal 1 zal Schiphol Real Estate betrokken zijn bij de bouw van nieuwe kantoren, business class lounges en andere bedrijfsruimtes in de terminal. We zijn ook bezig met de ontwikkeling van een nieuw kantoorpand in het Central Business District.

Vastgoedportefeuille naar categorie

(in % van totale vastgoedportefeuille van 673.066 m²)



In de categorie Logistiek vastgoed was opnieuw sprake van een uitstekende bezettingsgraad van vrachtgebouwen in de eerste lijn. Dit onderstreept de solide marktvraag van lokale partijen, alsmede het unieke karakter van ons vrachtaanbod, inclusief de efficiëntie van onze operatie en de douaneafhandeling, de uitstekende verbindingen met de rest van Europa en het sterke netwerk van vrachtbedrijven op Schiphol. In 2018 zijn we begonnen met de voorbereidende werkzaamheden voor een nieuw eerste lijn vrachtgebouw op Schiphol-Zuidoost, dat een vervanging vormt voor veel van de logistieke ruimte op Schiphol-Zuid die moet worden gesloopt vanwege de uitbreiding van taxibaan Quebec. Het nieuwbouwproject omvat ook een parkeerruimte voor zware trucks, met een eet- en wasgelegenheid en een wachtruimte voor chauffeurs. Een innovatief omroepsysteem zal chauffeurs waarschuwen wanneer het tijd is om goederen te laden of te lossen, wat wachttijden terug zal brengen en de verkeersveiligheid verhoogt.

Flex en Connect

Het is ook belangrijk dat we ons vastgoedproduct blijven verbeteren met services die waarde toevoegen en die voldoen aan de huidige verwachtingen en behoeften van huurders. Met het oog hierop heeft SRE een flexibel commercieel huurconcept ontwikkeld onder de naam Flex, waarmee we huurders de mogelijkheid bieden hun huurcontract bij te stellen en op te schalen naar gelang de veranderende behoeften van hun bedrijf.

Daarnaast kunnen bedrijven dankzij nieuwe initiatieven zoals Spacemaker ruimtes gedurende korte tijd via een online marktplaats onderverhuren aan andere gebruikers voor vergaderingen en workshops. We zijn ook een proefproject gestart met technologiebedrijf Smart Parking: klanten kunnen hun parkeerplaatsen op ad-hocbasis aan andere huurders aanbieden.

De mogelijkheid om communities te vormen en te netwerken is een andere belangrijke factor om huurders tevreden te stellen en te binden. Via SPOT Schiphol Community, dat deel uitmaakt van het bredere 'Connect'-concept van SRE, hebben we een omgeving gecreëerd die is gericht op samenwerking; werknemers van de ruim vijfhonderd bedrijven op Schiphol kunnen elkaar online en offline treffen om te netwerken, ideeën uit te wisselen en deel te nemen aan discussies en evenementen. De SPOT-gemeenschap is in 2018 met 25 procent gegroeid, naar meer dan 3.500 individuele leden. In oktober 2018 hebben we ook een pilotversie van de Spot Schiphol Smart App gelanceerd. Leden kunnen deze app gebruiken om vergaderruimtes te reserveren, maar ook om zich in te schrijven voor gezamenlijke activiteiten, maaltijden te bestellen bij restaurants op Schiphol Plaza en hun lokale netwerk uit te breiden.

Duurzaam, gezond, slim

Bij het beheren en ontwikkelen van onze vastgoedportefeuille zijn we ons bewust van potentiële effecten op het milieu. We voelen ook de verantwoordelijkheid om rekening te houden met de gezondheid van de mensen die in deze gebouwen werken. Onze langetermijndoelstellingen voor het vastgoed sluiten hierom nauw aan bij de bredere gezondheids- en duurzaamheidsdoelstellingen van de groep, die beoogt om in 2030 een 'zero-waste' en 'zero-emissions'-organisatie te zijn. We onderzoeken ook manieren om ons vastgoed in de nabije toekomst energiepositief te maken. Op de korte termijn zullen we onze energiebesparende maatregelen opvoeren door ondergrondse systemen voor warmte-koudeopslag (WKO) te installeren bij WTC Schiphol 1 en The Base.

We blijven de BREEAM-beoordelingsmethode hanteren om de algemene duurzaamheidsprestaties van onze commerciële gebouwen te volgen. Geleidelijk aan introduceren we geavanceerde SMART-technologieën voor infrastructuur die ons in staat stellen onze gezondheids- en duurzaamheidsdoelstellingen te monitoren en te verbeteren, en om 'flexibiliteit, connectiviteit en efficiency' in onze vastgoedportefeuille te integreren. Onze Healthy Office-pilot levert al waardevolle inzichten op hoe we het welzijn van de huurders in de toekomst kunnen verbeteren.

Ons doel op de lange termijn is dat alle gebouwen op Schiphol 'sustainable by design' zijn en dat ze worden gebouwd met circulaire, milieuvriendelijke bouwmethoden. De verwezenlijking van deze doelstelling is een gezamenlijk proces waarbij diverse partners uit alle onderdelen van de waardeketen betrokken zijn.



'The Outlook': Het eerste SMART-gebouw van Schiphol

Op 1 december 2018 opende het gerenoveerde Outlook-gebouw zijn deuren. Het werd daarmee het eerste SMART-gebouw op de locatie Schiphol. Microsoft, dat het Nederlandse hoofdkantoor in het gebouw heeft gevestigd, heeft in samenwerking met Schiphol Real Estate The Outlook ingrijpend vernieuwd. Het gebouw maakt gebruik van SMART-technologie die inzicht biedt in de ervaringen van zowel de Microsoft-medewerkers als bezoekers, met het doel om deze te verbeteren. Ook heeft deze technologie een aantal belangrijke duurzaamheidsvoordelen.

The Outlook is uitgerust met een complex systeem van sensoren. Deze verzamelen informatie over de wijze waarop het gebouw feitelijk wordt gebruikt, meten het bezettingsniveau en energieverbruik, en ook belangrijke omgevingsfactoren als geluidsniveau, temperatuur, CO₂-niveau en licht. Dankzij een beter inzicht in deze processen kan Microsoft de werkkruimtes op een manier gebruiken die zowel gezonder als energie-efficiënter is. De informatie die het gebouw oplevert, zal Schiphol ook helpen het SMART-concept uit te breiden naar andere gebouwen op het luchthaventerrein.

In januari 2018 zijn we van start gegaan met het initiatief Sustainable Main Contracting: we willen ervoor zorgen dat alle aannemingscontracten met derden duidelijke richtlijnen bevatten om de energie-efficiëntie en het klimaatcomfort te maximaliseren. Zie voor meer informatie over het streven van Schiphol naar een circulaire transitie Grondstoffen & reststromen in het onderdeel Mens, milieu en omgeving.

Digital

Hoogwaardige digitale processen worden steeds belangrijker voor onze bedrijfsvoering. Data fungeren inmiddels als de zuurstof voor de dagelijkse werkzaamheden op de luchthaven. Dankzij de nauwe samenwerking met verschillende luchtvaartpartners hebben we in 2018 kunnen voortbouwen op het succes van het Digital Airport Programme (DAP) uit 2017 door technologie en data nog verder in te bedden in onze procesketen. Op deze manier kunnen we onze klanten een betere ervaring bieden en de operationele processen soepeler laten verlopen, zodat Schiphol een veilige en prettige omgeving blijft voor alle gebruikers van de luchthaven.

De digitale strategie van Schiphol geeft onze medewerkers en klanten een grotere rol, waardoor we gegevens en technologie beter kunnen benutten en nieuwe manieren van werken kunnen introduceren waarvan deze twee gebruikersgroepen direct kunnen profiteren. In 2018 hebben we stappen gezet om onze digitale organisatiestructuur te vereenvoudigen en de digitale waardestromen beter af te stemmen op onze strategische hoofddoelstellingen:

- een excellente klantervaring, die leidt tot een hogere NPS-score en passagiersopbrengsten;
- ondersteuning van een punctuele en veilige performance van luchthaven en airlines;
- slimme voorzieningen en gebouwen, met het oog op duurzaamheid en een optimale inzet van de bedrijfsmiddelen.

Onze digitale pijlers

Verdere digitalisering en digitale innovatie zijn in 2019 en daarna cruciaal als we waarde willen creëren en onze ambities willen waarmaken. We gaan verder met onze transitie naar een geheel toekomstbestendige digitale luchthaven. Dat doen we door onze gegevens beter te verzamelen, gebruiken en delen, en door nieuwe technologieën te blijven benutten en deze te integreren in de verschillende bedrijfsactiviteiten.

Onze medewerkers spelen een bepalende rol bij deze transformatie; het is daarom belangrijk dat we deze verandering allemaal onderschrijven en ons prettig voelen bij het gebruik van nieuwe hulpmiddelen en technologieën. Hiertoe heeft ons Digital Transformation-team met diverse bedrijfsonderdelen van de groep samengewerkt om hun digitale kennis en competenties

een impuls te geven. In oktober 2018 organiseerden de digitale teams van Schiphol de nieuwste editie van onze jaarlijkse Digital Week: een reeks workshops en evenementen om werknemers te informeren over de waarde van digitale oplossingen en nieuwe manieren van werken. Uiteindelijk willen we digitale oplossingen geheel vervlechten met onze bedrijfsprocessen, zodat elk team of elke afdeling eindverantwoordelijk wordt voor de eigen digitale processen.

De Chief Digital Officer van Schiphol is verantwoordelijk voor het ontwikkelen van een geheel duurzame, digitale organisatie en wordt daarbij direct ondersteund door het Data & Analytics-team, het Transformation-team en de Innovatiehub.

Een soepele passagierservaring

Zoals aangegeven is een van de kerndoelstellingen van ons digitaliseringsprogramma om de luchthavenbeleving van passagiers en andere gebruikers te verbeteren. Het Seamless Flow-project, waarvan de pilot in 2017 van start ging, helpt ons de 'customer journey' op Schiphol te stroomlijnen, vanaf het moment van aankomst tot en met het inchecken, de securitycontrole en het boarden. Seamless Flow maakt gebruik van biometrie waarmee passagiers worden herkend op basis van hun paspoort en een gezichtsscan. Zo kunnen passagiers snel de diverse 'touchpoints' in de luchthaventerminal passeren zonder elke keer hun paspoort en boardingpass te hoeven tonen.

In nauwe samenwerking met de airlines en de overheid, de douane en verschillende Schiphol-teams hebben we deze technologie verder uitgetest om meer inzicht te verkrijgen in de toepassing en de voordelen ervan. In 2019 zullen we de pilot uitbreiden met als doel uiteindelijk over te gaan tot de permanente, grootschalige toepassing van deze technologie. Een belangrijk aspect is dat bij het ontwerp van Seamless Flow al rekening is gehouden met de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG), waardoor de technologie voldoet aan de strengste normen inzake gegevensbescherming en privacy. In december 2018 bereikten Schiphol en de regering een principeakkoord; ze zullen alle kosten van het Seamless Flow-project voor gelijke delen dragen.

Ondertussen ondersteunen we de overstap van passagiers naar digitale platforms, waar ze reisinformatie kunnen krijgen, hun reis kunnen plannen en optimaal gebruik kunnen maken van de op Schiphol aangeboden diensten. In 2018 maakte 38 procent van de passagiers gebruik van de onlangs vernieuwde website Schiphol.nl en de Schiphol-app om belangrijke reisinformatie op te zoeken, terwijl 50 procent van de gebruikers van de parkeervoorzieningen hun plek online reserveerde. Als onderdeel van dit proces hebben we besloten en aantal fysieke informatiebalies in de Schipholterminal te sluiten en in plaats daarvan een meer gevarieerde benadering langs meerdere kanalen te volgen.



Uitrol van het nieuwe mobiele netwerk

In oktober 2018 zijn we begonnen met de uitrol op de luchthaven van een geheel dekkend inbandig multi-operator mobiel netwerk, in samenwerking met netwerkexploitanten KPN, T-Mobile en VodafoneZiggo. Dankzij een systeem met meer dan dertig antenne-installaties biedt het nieuwe netwerk uitstekende mobiele dekking in alle publieke en niet-publieke ruimtes op de luchthaven.

De installatie zal in 2019 gefaseerd plaatsvinden; de planning is dat het nieuwe netwerk in 2020 geheel operationeel zal zijn. Zodra dit rond is, zullen alle mobiele operators overal in de terminal en pieren van Schiphol hetzelfde mobiele netwerk gebruiken, wat gebruikers een betere dekking en kwaliteit biedt, maar ook ruimte en energie bespaart. Het netwerk ondersteunt de laatste generatie communicatiesystemen, zoals 5G, en zal worden geïntegreerd met het netwerk van de hulpdiensten en het radiosysteem dat op Schiphol wordt gebruikt.

Een omnichannel- benadering van reisinformatie

Met ingang van 2019 gebruikt Schiphol nieuwe communicatiekanalen om passagiers met vragen of problemen beter te kunnen bijstaan. Ons recente klantenonderzoek laat zien dat passagiers in de terminal graag meer gebruik zouden maken van online kanalen en chatmogelijkheden om informatie te krijgen, en met Schiphol willen kunnen communiceren ongeacht de locatie waar ze zich bevinden.

In de toekomst zullen passagiers 24 uur per dag Schiphol-medewerkers kunnen bereiken via een combinatie van telefoon, WhatsApp, chats en zestien fysieke zelfbedieningsterminals. Daarnaast kunnen mobiele assistenten passagiers die ingewikkelde vragen of problemen hebben, persoonlijk te woord staan. Nu passagiers steeds minder gebruikmaken van de zeven informatiebalies in de terminals, hebben we besloten deze service vanaf april 2019 geleidelijk af te bouwen. De taak van de balies zal in de loop van 2019 worden overgenomen door de nieuwe 24-uurs informatiediensten.

Schiphol als datahub

Data vormen nu voor ons het uitgangspunt om inzicht te krijgen in de verschillende processen op de luchthaven en deze beter aan te sturen. Nu we als organisatie in toenemende mate 'data-gestuurd' zijn, wordt de informatie die we door middel van onze dagelijkse activiteiten verzamelen op haar beurt een waardevolle factor voor onze luchtvaartpartners. Door informatie over vliegtuigbewegingen, passagiersstromen, wachttijden bij security en talloze andere aspecten effectief te verzamelen en op te slaan, is Schiphol zelf een datahub geworden die andere organisaties kunnen gebruiken om hun eigen processen vorm te geven en te verbeteren. Bijvoorbeeld, met software die is gebaseerd op 'application programming interfaces' (API) kunnen airlines realtime informatie verkrijgen over de bewegingen en tijdsplanning van vertrekkende passagiers ('SmartGate'-planning). In totaal zijn er in de loop van 2018 meer dan 1,5 miljard 'API calls' op onze gegevens gedaan door airlines, reisorganisaties en andere externe partijen.

In 2018 is ook Wilbur verder in onze planningsprocessen geïntegreerd. Wilbur is een maatwerkapplicatie die in-house op Schiphol is ontwikkeld en ons in staat stelt realtime, voorspellende informatie te vergaren waarmee we kunnen anticiperen op mogelijke wachtrijen of knelpunten in verschillende delen van de terminal. Deze inzichten bieden ons de mogelijkheid de benodigde personeelsinzet realtime en tot vier uur van tevoren aan te passen om de passagiersstromen beter te beheersen en opstoppingen te voorkomen. We hebben Wilbur permanent ingebed in onze procesketen en gaan bekijken hoe we het gebruik ervan in de komende maanden kunnen uitbreiden.

Onderhoud van voorzieningen en gebouwen

We maken steeds vaker gebruik van digitale oplossingen om problemen met de fysieke infrastructuur aan te pakken die zich dagelijks op de luchthaven voordoen. Een essentieel aspect van het digitaliseringsprogramma van Schiphol is het gebruik van slimme technologie waarmee we de staat van gebouwen en voorzieningen op het hele luchthaventerrein vaststellen. We hebben inmiddels 70.000 sensors op strategische plekken in de terminal aangebracht, waarmee we realtime informatie verzamelen over het functioneren van liften en rolpaden. Storingen worden onmiddellijk geconstateerd en opgelost, waardoor de gevolgen voor passagiers beperkt blijven. Ook kunnen we het onderhoud beter plannen door het functioneren van deze systemen over een langere periode te analyseren.

Ons Digital-team werkt nauw samen met de vastgoeddivisie en commerciële huurders bij het aanbrengen van slimme infrastructuur in de bebouwde omgeving op Schiphol.

Informatiebeveiliging en de AVG

In 2018 heeft Schiphol het AVG-implementatieproject voortgezet, conform de voorschriften van de Algemene verordening gegevensbescherming die op 25 mei 2018 in

werking is getreden. Dit project, dat uitgaat van het tienstappenplan van de Autoriteit Persoonsgegevens, schrijft een reeks maatregelen voor die Schiphol en onze regionale luchthavens moeten uitvoeren. Deze omvatten het opzetten van een communicatieprogramma om medewerkers meer bewust te maken, het maken van een overzicht van alle verwerkingsactiviteiten, het actualiseren van bestaande contractuele afspraken met externe partijen, het uitvoeren van risicobeoordelingen voor zowel nieuwe als bestaande processen, en het ontwikkelen van procedures in verband met de rechten van betrokkenen.

Er is ook een nieuw governance-model ingevoerd om de toekomstige naleving van de AVG door alle groepsonderdelen te waarborgen; meer dan 25 'privacy champions' zijn aan de verschillende bedrijfsonderdelen toegewezen. Daarnaast is er een functionaris gegevensbescherming aangesteld, die zal toezien op de laatste aspecten van de invoering van de AVG in 2019.



Klantwaardering

Schiphol wil een van de toonaangevende luchthavens in Europa blijven. Dit kunnen we echter alleen waarmaken als we kwaliteit, comfort en service blijven bieden. We volgen de waarderingsscores die passagiers ons geven over een langere periode aan de hand van de Belevingsmonitor Schiphol; Eindhoven Airport en Rotterdam The Hague Airport hebben eigen waarderingsonderzoeken. Schiphol neemt ook deel aan het Airport Service Quality-benchmarkonderzoek (ASQ), waarbij onze waarderingsscores worden vergeleken met die van veertien middelgrote tot grote hubluchthavens in Europa.

Amsterdam Airport Schiphol

Voor 2018 hadden we ons ten doel gesteld een Net Promoter Score (NPS) van ten minste 35 te halen (streefcijfer 2017: 34). De waardering van Amsterdam Airport Schiphol onder passagiers daalde in 2018: de NPS liep terug van 34 naar 32. Dit is hoofdzakelijk te wijten aan een daling van de waardering voor de aankomst- en overstapprocessen op Schiphol. In 2019 streven we naar een NPS van 34.

Meer specifiek viel de NPS voor de aankomstprocessen van de luchthaven terug van 31 tot 27. De voornaamste redenen die door de passagiers werden opgegeven waren de wachttijden bij de bagageband en bij de douane, maar ook wayfinding en de loopafstanden. De waardering voor de aankomstprocessen op Schiphol werd ook beïnvloed door de aanpassingen in ons parkeeraanbod na de sloop van parkeergarage P2. Hoewel onze klanten geleidelijk wennen aan het nieuwe parkeeraanbod, heeft de waardering nog niet het niveau bereikt van vóór de sluiting van P2. Ook het toegenomen gebruik van 'remote' afhandeling van vliegtuigen, waarbij passagiers per bus naar de terminal

worden gebracht, had een negatief effect op de beleving van aankomende passagiers.

We zagen ook een daling in de NPS van overstappende passagiers, van 38 naar 36. De voornaamste factoren die door reizigers werden genoemd, waren wayfinding, de sfeer in de terminal, de horeca en andere voorzieningen, de algehele hygiëne en het wachtcomfort, en het aantal beschikbare stoelen bij de gates. Ook werd de toegenomen drukte in de terminal genoemd.

De algehele waarderingsscore van vertrekkende (O&D) passagiers op Schiphol bleef stabiel ten opzichte van 2017. De NPS met betrekking tot de wachttijden bij de securitycontrole verbeterde aanzienlijk, van 61 tot 65. Daar staat tegenover dat de waardering van vertrekkende passagiers voor het parkeren nog niet terug is op het eerdere niveau.

De algehele daling in klantwaardering zien we ook terug in de ASQ-benchmark: Schiphol zakte in 2018 één plaats op de ranglijst naar de achtste plaats.

Meten van klanttevredenheid onder airlines

We hebben regelmatig contact met airlines en andere luchtvaartpartners over de dagelijkse bedrijfsvoering op Schiphol. Ook voeren we intensief overleg met onze partners op tactisch en strategisch niveau: door een combinatie van maandelijkse partnerbijeenkomsten en een-op-eensessies houden we de airlines op de hoogte van de belangrijkste ontwikkelingen, waaronder zaken die te maken hebben met capaciteitsbeperkingen. Deze contacten helpen ons om inzicht te krijgen in de behoeften en verwachtingen van de airlines die op Schiphol actief zijn, evenals die van de bredere luchtvaartcommunity.

Schiphol heeft een nieuw systeem ingevoerd om de waardering van airlines te peilen. Vanaf 2018 heeft elke maatschappij een eigen aanspreekpunt binnen Schiphol Group om dagelijkse operationele kwesties te bespreken. Eventuele vragen over netwerkontwikkeling worden daarnaast voorgelegd aan een tweede contactpersoon op de afdeling Aviation Marketing. Tot nu toe hebben we voornamelijk positieve scores van de airlines gekregen voor onze organisatie en de manier waarop we de luchthaven runnen.

Deze positieve scores werden bevestigd door een nieuwe kwantitatieve enquête die in oktober 2018 is afgerond, en die als nulmeting fungeert. Schiphol kreeg van de airlines een algehele tevredenheidsscore van 'goed' tot 'zeer goed', en een vergelijkbare score voor zijn rol als luchthavenexploitant.

Dankzij deze nieuwe meetmethode hebben we diverse belangrijke verbeterpunten kunnen vaststellen. Veel van onze klanten spraken met name hun bezorgdheid uit over het plafond voor het aantal vliegtuigbewegingen op Schiphol, inclusief de

mogelijke gevolgen daarvan voor de toekomstige groei van het vliegverkeer, en de kwaliteit van de remote afhandelactiviteiten van de luchthaven. De airlines wezen ook op de complexiteit van Royal Schiphol Group als organisatie; sommige maakten melding van een gebrek aan duidelijke en adequate reacties op incidenten en klachten. We zullen concrete maatregelen nemen om deze verbeterpunten in de loop van 2019 aan te pakken en onze relatie met de airlines verder te versterken.

inspanningen van Schiphol Real Estate (SRE) om in de veranderende klantbehoeften te blijven voorzien met innovatieve producten en oplossingen. Deze initiatieven worden beschreven in Services Portfolio.

Tevredenheid huurders vastgoed

De tevredenheid bij onze huurders is essentieel voor een sterke klantenbinding. De resultaten van de 2018 Schiphol Real Estate Resident-enquête laten zien dat 86 procent van de huurders hun kantoorgebouw kwalificeert als 'goed', 'zeer goed' of 'excellent'; een zelfde waardering als in 2017. De aanhoudend hoge huurderswaardering van Schiphol is vooral te danken aan de

Awards

In 2018 zijn Royal Schiphol Group en zijn luchthavens op verschillende manieren onderscheiden.

Royal Schiphol Group

- Air Transport Research Society (ATRS): meest efficiënte luchthavengroep in Europa
- International Airport Review Award: technologische oplossing van het jaar voor digitale infrastructuur
- Uitzendorganisatie Randstad: aantrekkelijkste werkgever
- AWVN-trofee: meest inclusieve organisatie
- Henri Sijthoffprijs: beste jaarverslag 2017 (categorie niet-beursgenoteerde ondernemingen)

Amsterdam Airport Schiphol

- SKYTRAX: Best Airport Staff Europe
- ACI Europe: Eco-Innovation Award
- Business Traveller UK: Best European Airport (29e achtereenvolgende jaar)
- Business Traveller the Netherlands: Best Airport
- Cargo News Asia: Best Airport Europe
- BTMF Business: Best Airport
- Global Traveler USA: Best Airport in Europe, Best Shopping Airport en Best Duty-Free Shopping in Europe
- TR Business: Travel Retail Award
- Frontier: Best F&B Partnership of the Year (met HMSHost en Portland Design voor Food Court in Lounge 1)
- Trazee Travel: Favorite Airport in Europe en Favorite Airport Shopping
- MSCI European Property Investments Awards: Best performing balanced fund in the Netherlands (voor Schiphol Real Estate)
- Hotel Investment Conference London: Single Asset Transaction of the Year (toegekend aan Schiphol Real Estate voor de Hilton-transactie)
- Canadian Travel Agents' Choice Awards: Favourite International Airport (14e achtereenvolgende jaar)
- ATRS: Most efficient European airport (categorie luchthavens met meer dan 40 miljoen passagiers)
- World Routes Airport Marketing Award: Highly Commended (3e achtereenvolgende jaar)
- TOP Award Raad van Kinderen: meest gelijkwaardige samenwerking
- Computable Award voor het Digital Airport Programme

Eindhoven Airport

- Iconic Award: Innovative Architecture (voor de nieuwe gates)

Mens, milieu en omgeving

Dit onderdeel van onze resultaten raakt direct een van onze belangrijkste strategische thema's: Sustainable & Safe Performance. Bij Royal Schiphol Group zijn we er ons van bewust dat het succes van onze onderneming in toenemende mate afhankelijk is van het welzijn van mensen in de wereld om ons heen. Veiligheid en duurzaamheid zijn dan ook cruciaal voor onze bedrijfsvoering ('licence to operate') en onze toekomstbestendigheid ('licence to grow'). Het zijn ook belangrijke indicatoren voor het beoordelen van ons succes en het meten van onze prestaties.

Het Klimaatakkoord van Parijs uit 2015 en het daaropvolgende verslag van de VN Intergouvernementele Werkgroep inzake Klimaatverandering (IPCC) van oktober 2018 benadrukken de noodzaak van dringende actie om de opwarming van de aarde te beperken tot een niveau dat geen onherstelbare schade aan de menselijke leefomgeving zou kunnen aanrichten. De luchtvaartsector speelt uiteraard een belangrijke rol bij het bereiken van deze doelstelling. Aangezien de samenleving de komende jaren nog sterker afhankelijk wordt van luchtvaart, is het van groot belang dat we op een verantwoordelijke manier reageren op de groeiende vraag.

Door verantwoord samen te werken, kunnen belangrijke marktspelers als Schiphol hun eigen prestaties en doelen in evenwicht brengen met de behoeften van lokale gemeenschappen en

de bredere omgeving. Een duidelijk praktijkvoorbeeld van deze samenwerking is het actieplan 'Slim en Duurzaam' dat de Nederlandse luchtvaartsector onlangs heeft vastgesteld (voor meer hierover, zie Ketenverantwoordelijkheid). Een belangrijke mijlpaal is dat we duurzaamheid hebben opgenomen in de toekomstige tariefstructuur voor havengelden: schonere en geluidarmere vliegtuigen worden gestimuleerd (ook hierover meer in Ketenverantwoordelijkheid).

Schiphol nam in 2018 deel aan een uitgebreide reeks initiatieven om de positieve impact van onze activiteiten te vergroten. Met andere luchthavens en ACI Europe wisselen we informatie uit en werken we samen om duurzame ontwikkeling te bespoedigen. We willen vooral de rol benadrukken die we in de mondiale luchtvaartsector vervullen bij het stimuleren van duurzaamheid en een betere toekomst realiseren voor mens en milieu.

Verduurzaming van luchthavens

Royal Schiphol Group loopt voorop in het creëren van een duurzame en verantwoorde (wereldwijde) omgeving waarin we Nederland verbinden. Het is onze ambitie de duurzaamste luchthavens ter wereld te exploiteren. Daarbij ligt onze strategische focus op vier kernthema's: duurzame luchtvaart, zero-emissions, zero-waste en welzijn.

