



# Uutta tekniikkaa – uutta liiketoimintaa

Tapio Kallioja  
toimitusjohtaja, SWelcom

CMD, 7.6.2004

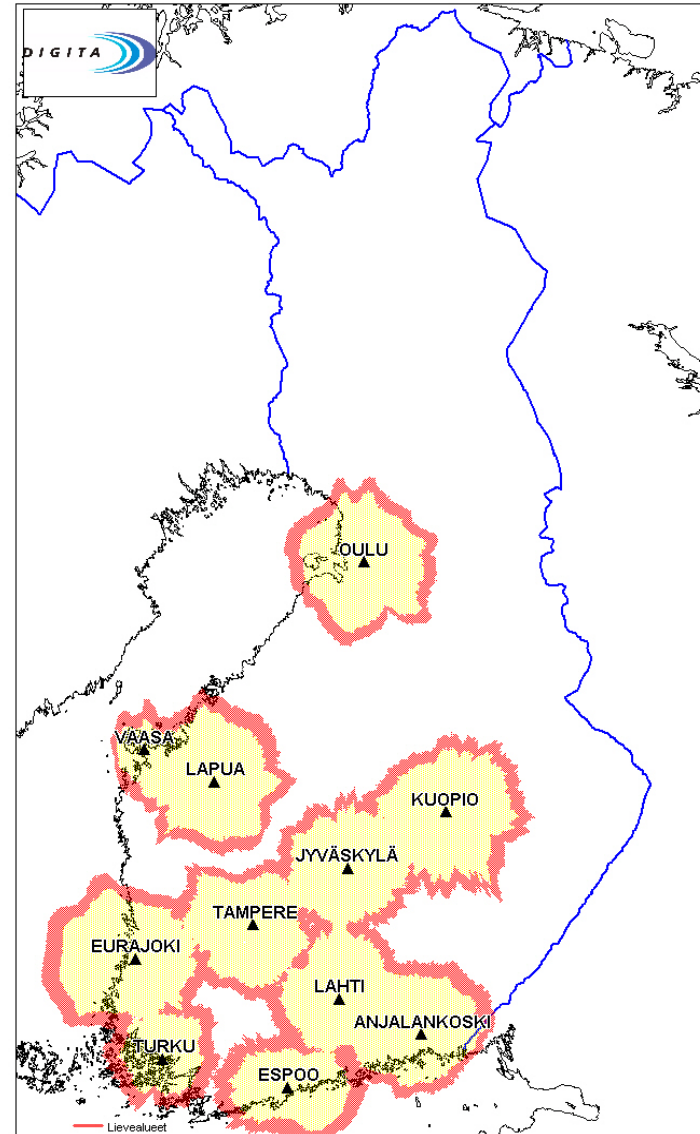


# Maanpäällinen digitaalinen televisio

Lisää myyntiä  
Kustannussäästöjä  
Uusia palveluja

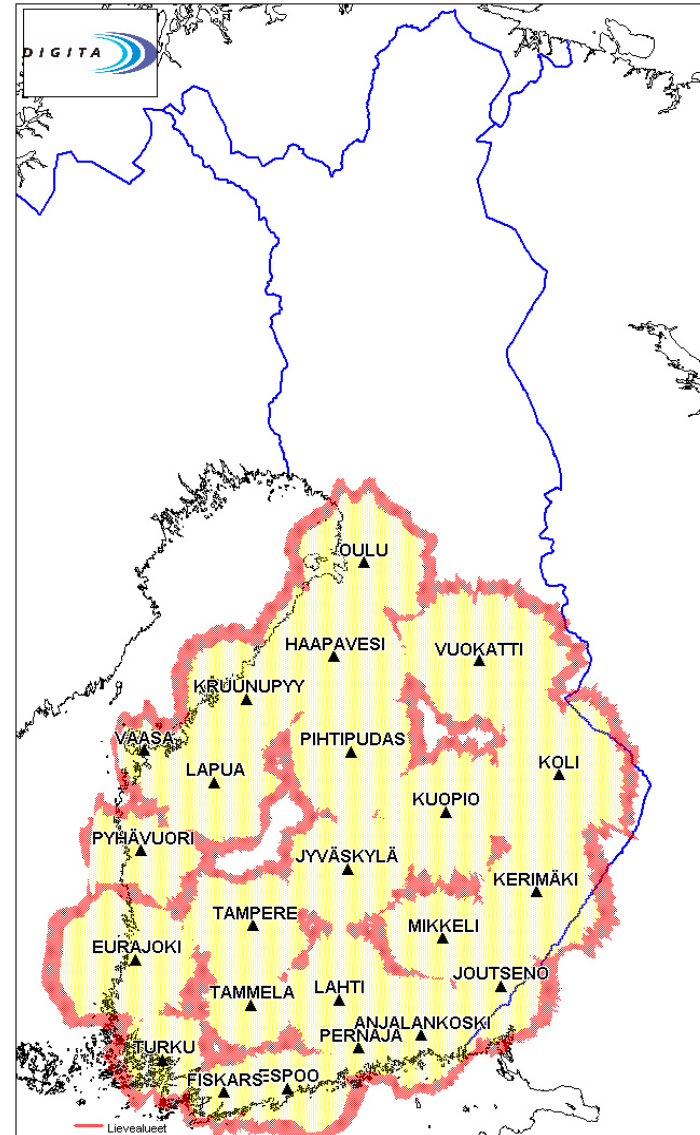
# Digitaalinen lähetyksverkko

- Vaihe 1
  - toiminnassa syksystä 2001
  - 11 lähetyksasemaa
  - 74 %:n väestöpeitto



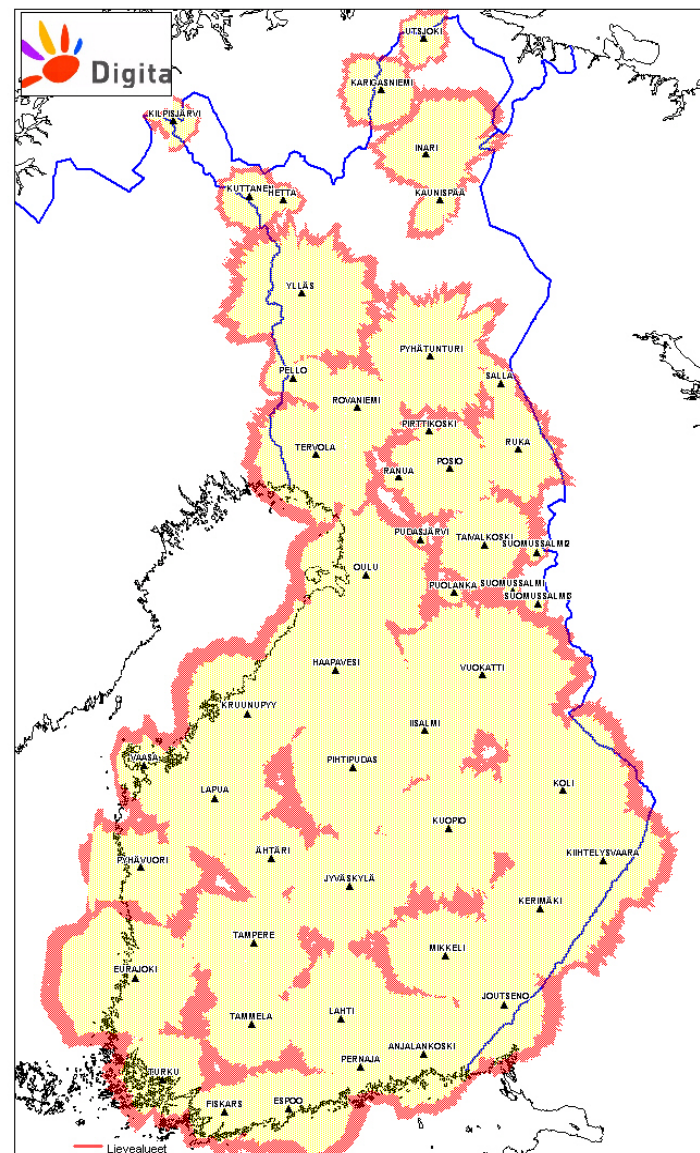
# Digitaalinen lähetysverkko

- Vaihe 1
  - toiminnassa syksystä 2001
  - 11 lähetyssasemaa
  - 74 %:n väestöpeitto
- Vaihe 2
  - toiminnassa elokuusta 2004
  - 23 lähetyssasemaa
  - 94 %:n väestöpeitto



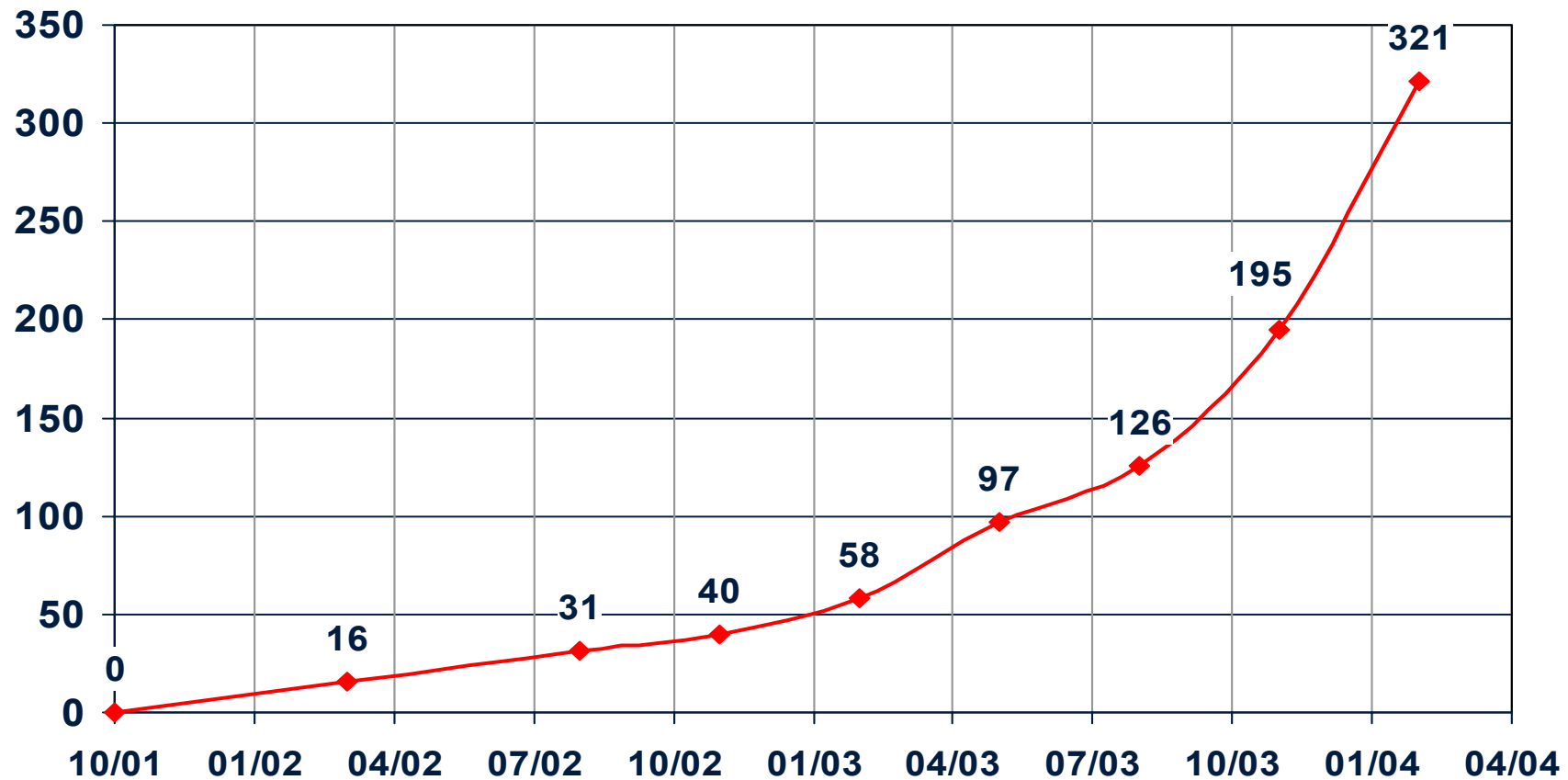
# Digitaalinen lähetysverkko

- Vaihe 1
  - toiminnassa syksystä 2001
  - 11 lähetyssasemaa
  - 74 %:n väestöpeitto
- Vaihe 2
  - toiminnassa elokuusta 2004
  - 23 lähetyssasemaa
  - 94 %:n väestöpeitto
- Vaihe 3
  - toiminnassa syksyllä 2005
  - 35 lähetyssasemaa
  - 99,9 %:n väestöpeitto



# Digitaali-tv-sovittimet

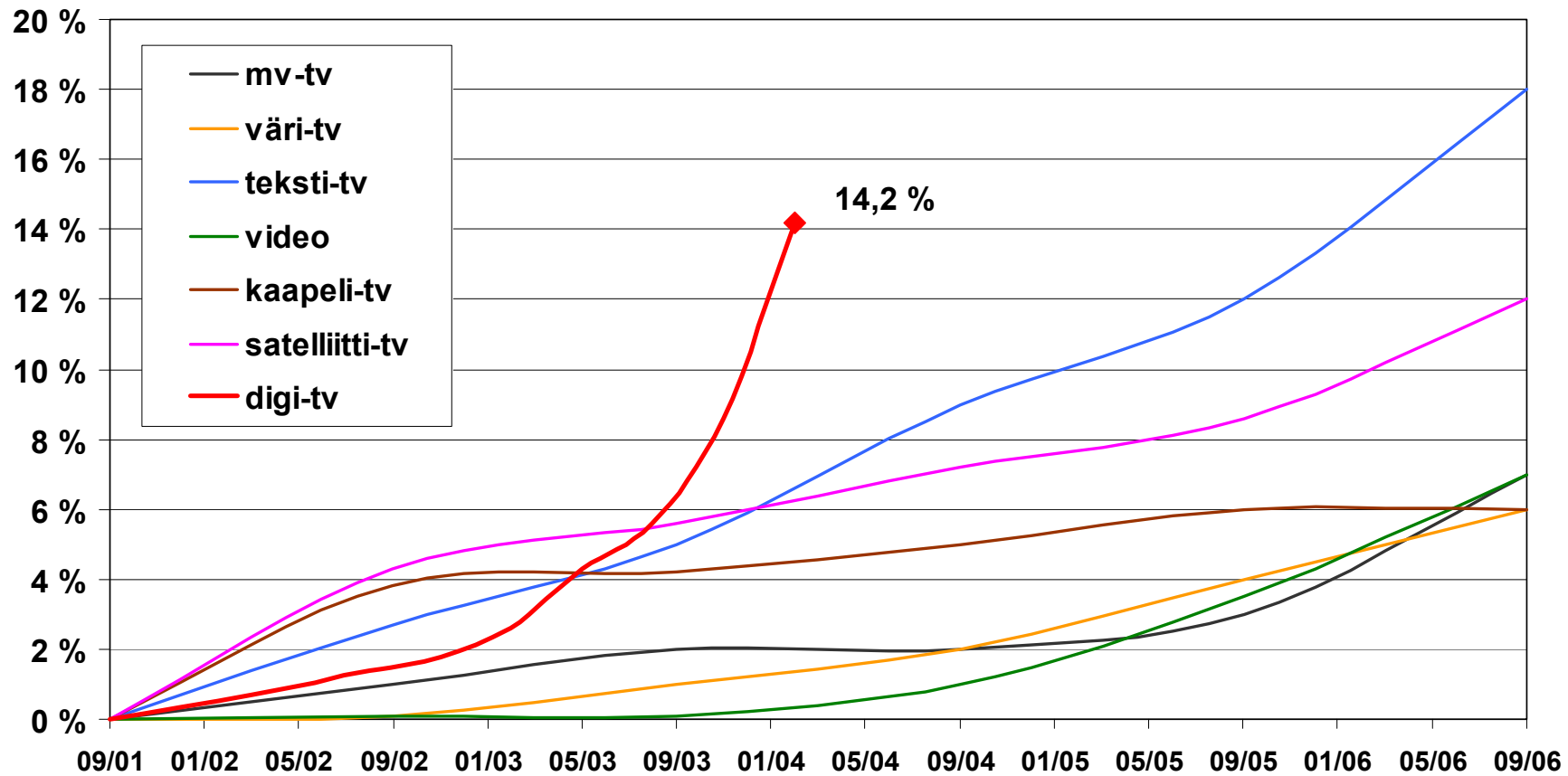
Antenni- ja kaapeli-tv-taloudet, 1000 laitetta



Lähde:  
Finnpanel

# Maanpäällinen digitaalitelevisio

## Penetraation kehitys



Lähteet:  
Yleisradio,  
Finnpanel

# Digitalisoinnin merkitys

## Täyden digitalisoinnin vaikutus Neloselle 1/2

- Nelosen väestöpeitto nousee nykyisestä 85 prosentista 99.9 prosenttiin
  - katsojien lisääntyminen 17,5 %:lla nostaa myyntituottoja
- Lähetykskapasiteettia on varattu kahdelle rinnakkaiselle signaalille: Nelonen ja Nelonen Plus
  - joustavuus esim. suorissa lähetyksissä lisää katselua
  - ohjelmien lisääminen tuo lisää mainosaikaa
- Väestöpeiton ja kapasiteetin kasvusta huolimatta lähetykskustannukset laskevat
  - säästöt yli 1,2 M€/vuosi analogisten lähetyksien loputtua



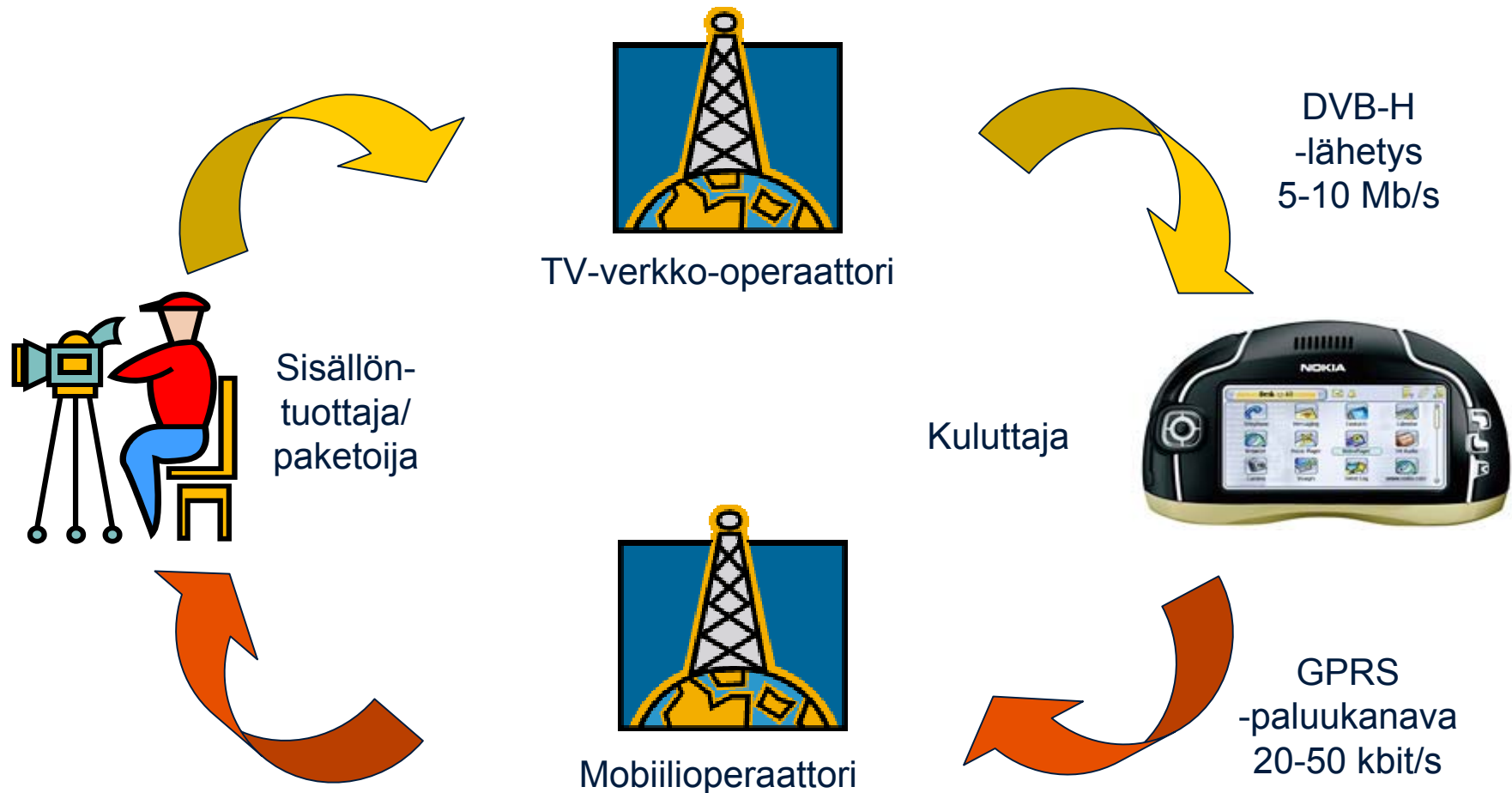
# Digitalisoinnin merkitys

## Täyden digitalisoinnin vaikutus Neloselle 2/2

- Nelosen toimilupamaksu pienenee vähitellen ja poistuu kokonaan analogisten lähetysten loputtua
  - **vuotuinen säättö n. 6 M€ vuoteen 2004 verrattuna**
- Nelosen käyttöön tulee täysimittainen aluemainonta-järjestelmä, jossa on 10 aluetta nykyisen 3:n sijaan
  - **alueellinen mainonta kasvattaa myyntituottoja**
- Uudet digitaaliset palvelut luovat mahdollisuuksia uusiin tulolähteisiin
  - **esim. mainonta ohjelmaoppaassa ja teksti-tv:ssä**

# IPDC (Internet Protocol DataCast)

Kannettaviin päätelaitteisiin tarkoitettu digi-tv



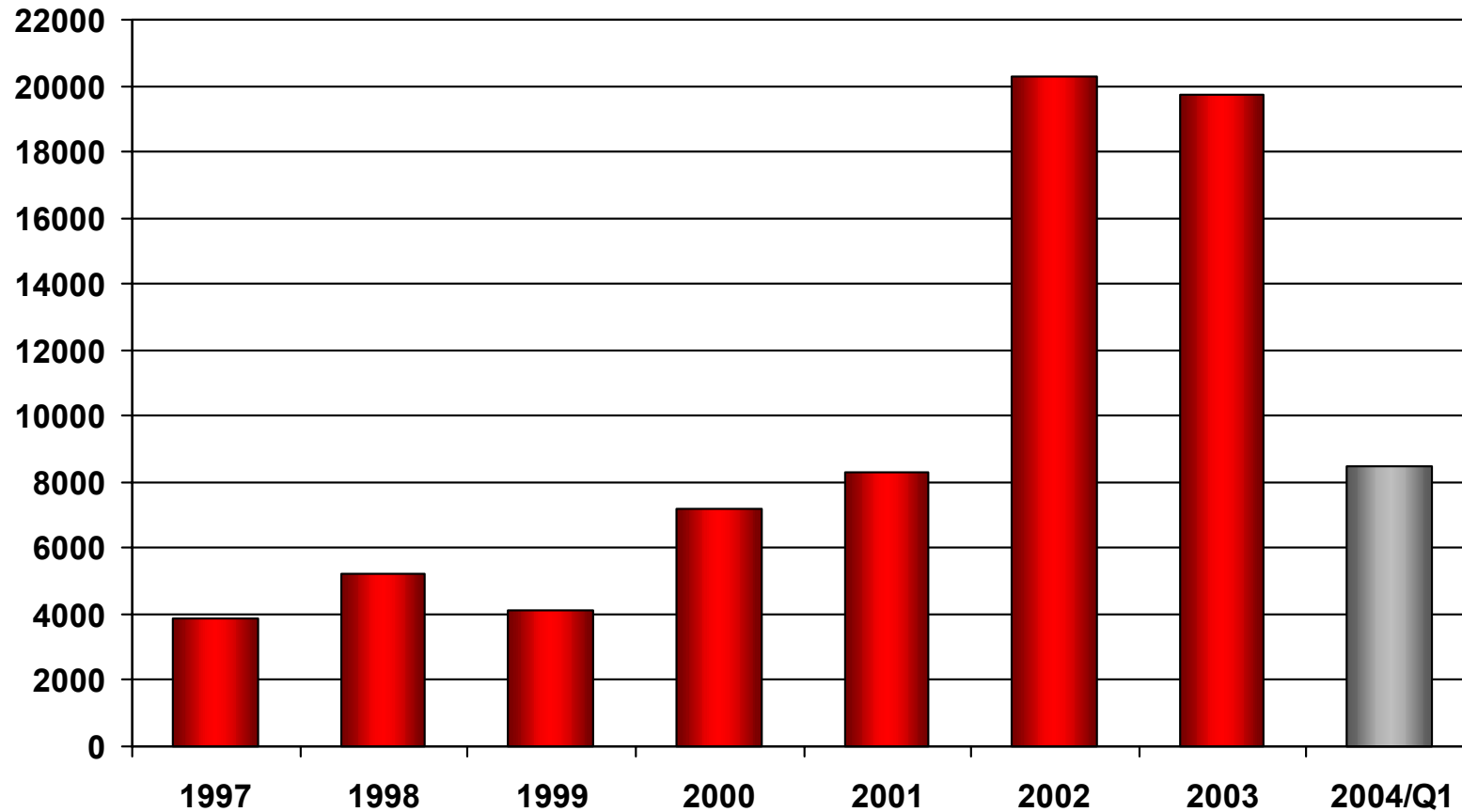


# Laajakaistaiset kaapeliverkot

Uusia liiketoimintoja  
Palveluiden paketointia  
Tilaajakohtaisten tuottojen kasvua

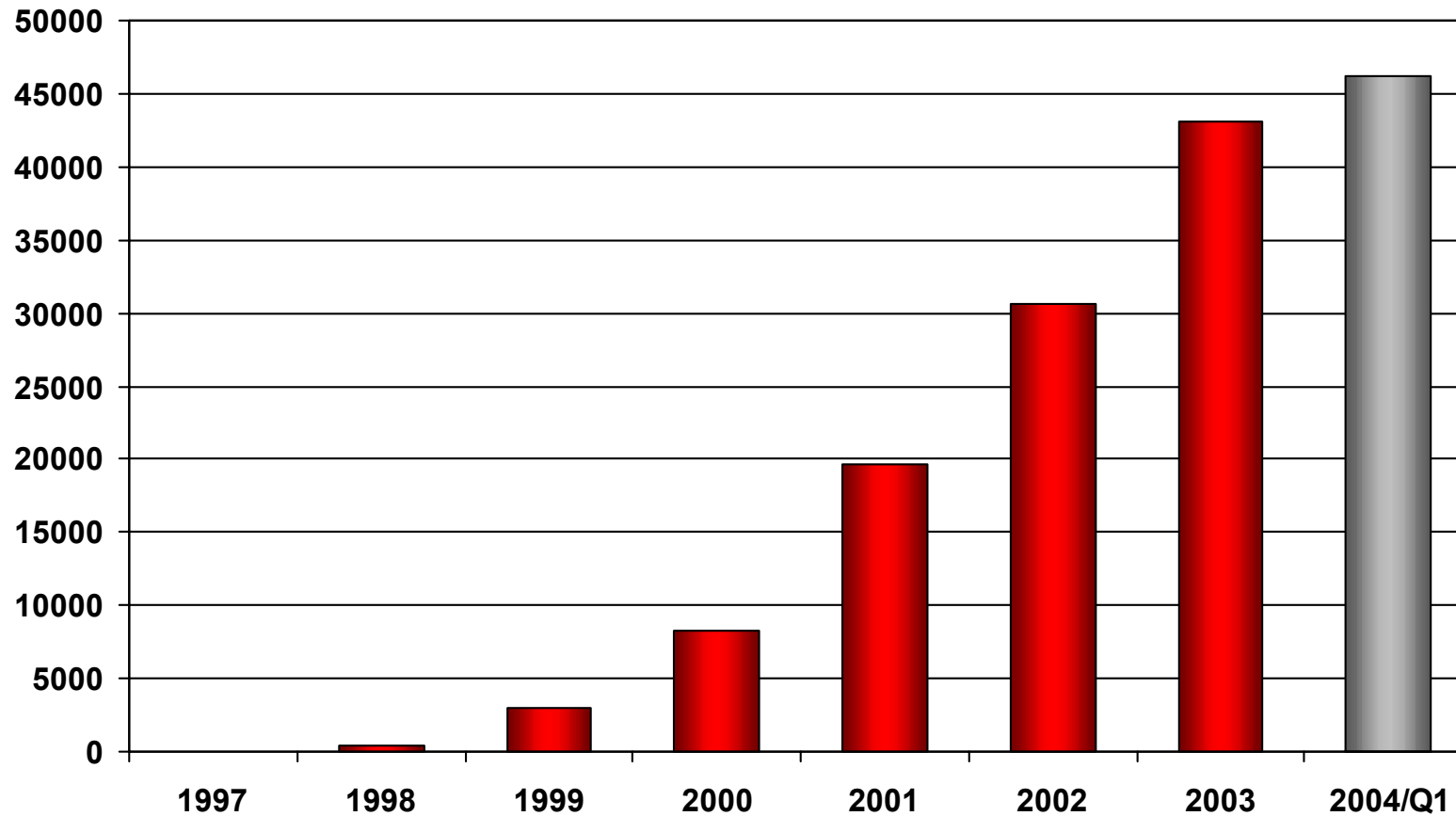
# Helsinki Televisio

## Kytkeyt uudet taloudet



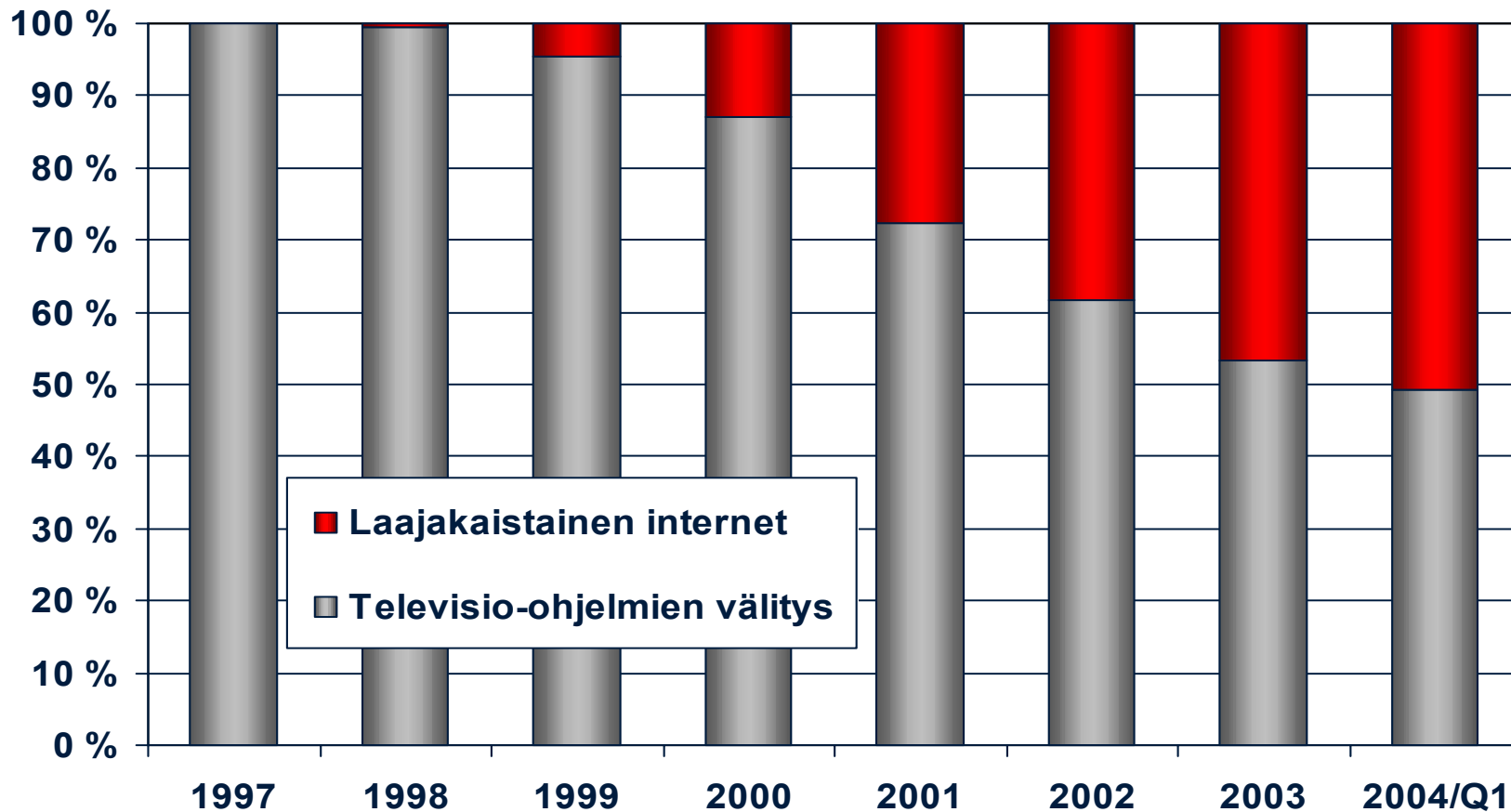
# Helsinki Televisio

## Laajakaista-asiakkaat



# Helsinki Televisio

## Liikevaihdon jakautuma



# Uutta potentiaalista kaapeli-tv- liiketoimintaa 1/2

- VoD – Video on Demand
  - Yksittäisten ohjelmien (elokuvat, urheilutapahtumat, ...) toimittaminen tilaajalle joko kaapeli-tv- tai laajakaistaverkon avulla
- VoIP – Voice over IP
  - Kiinteän puhelinlinjan korvaava, kiinteähintainen puhelinpalvelu, joka käyttää (olemassa olevaa) laajakaistayhteyttä
- ADSL – puhelinverkkoa käyttävä laajakaistapalvelu
  - Laajentaa kaapeli-tv-yhtiön laajakaistapalvelun kattamaan kaikki alueen taloudet (vähillä lisäinvestoinneilla ja -kustannuksilla)

# Uutta potentiaalista kaapeli-tv-liiketoimintaa 2/2

- WNE - Wireless Network Extension
  - Kaapeli-tv-verkon laajennus langattomalla tekniikalla laajakaistapalvelujen tarjoamiseksi laajemmalle alueelle
- “Hot Spots”
  - Langaton liittymä laajakaistapalveluun valikoiduilla julkisilla paikoilla kuten hotelleissa, lentoasemilla, kahviloissa, ...
- WLAN -kotiverkot
  - Langaton liittymä kodin eri laitteista laajakaistapalveluun
  - WLAN -kelpoisille matkapuhelimille tarkoitettu langaton VoIP



# Kodin viestintäteknikka

## Kaapeli-tv-operaattorin roolin kehitys



swelcom<sup>®</sup>

”Paluu tulevaisuuteen”