

swelcom[®]

Tapio Kallioja
toimitusjohtaja

Capital Markets Day
14.5.2003

Nykyiset toiminta-alueet



Kaupallinen televisio
Digitaalinen maanpäällinen televisio



Kaapelitelevision
Laajakaista-internet
Digitaalinen kaapelitelevision



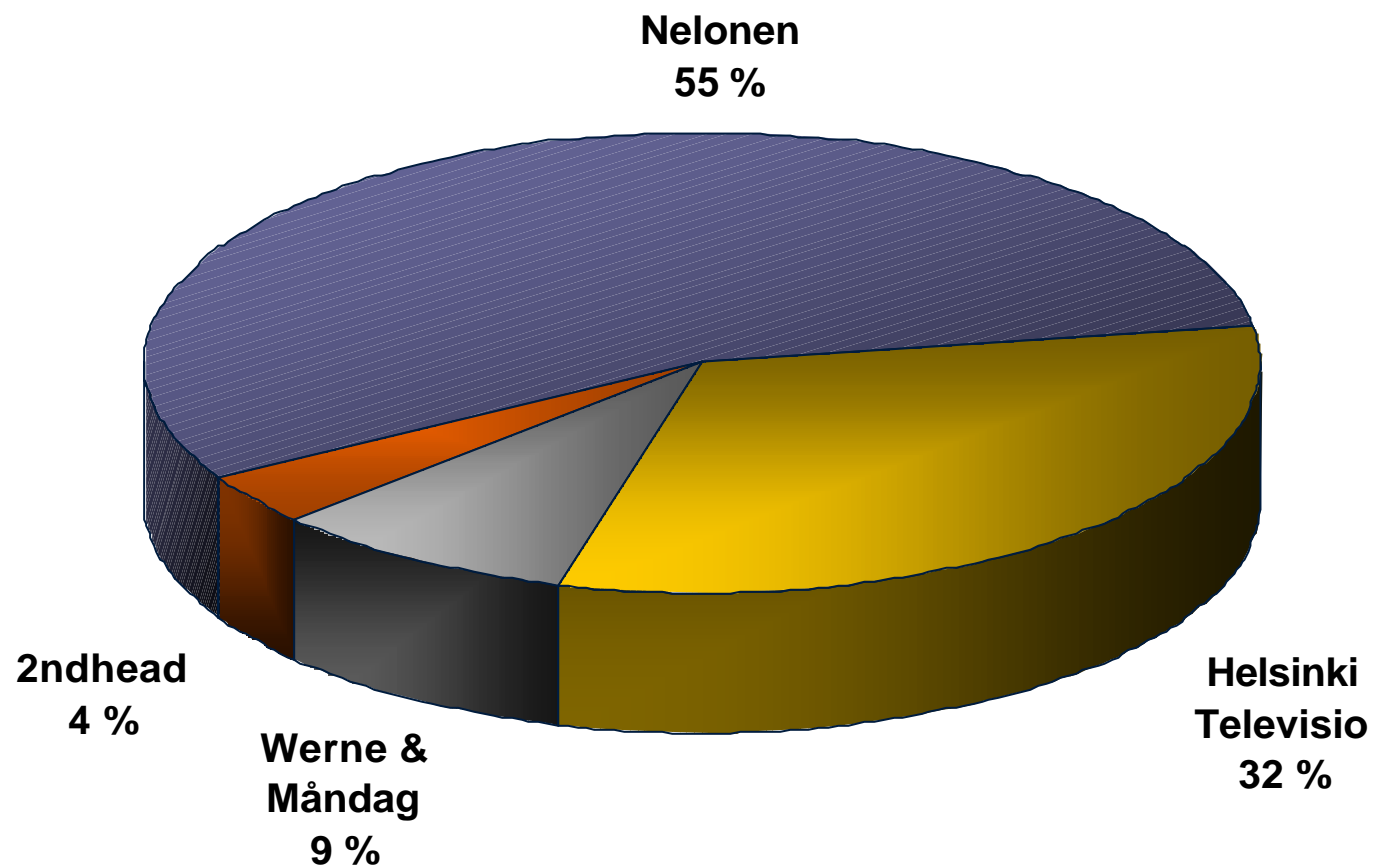
Internet- ja mobiilipalvelut



TV-, video- & CD-ROM-tuotanto

Liikevaihdon jakautuma 2002

86,1 miljoonaa €

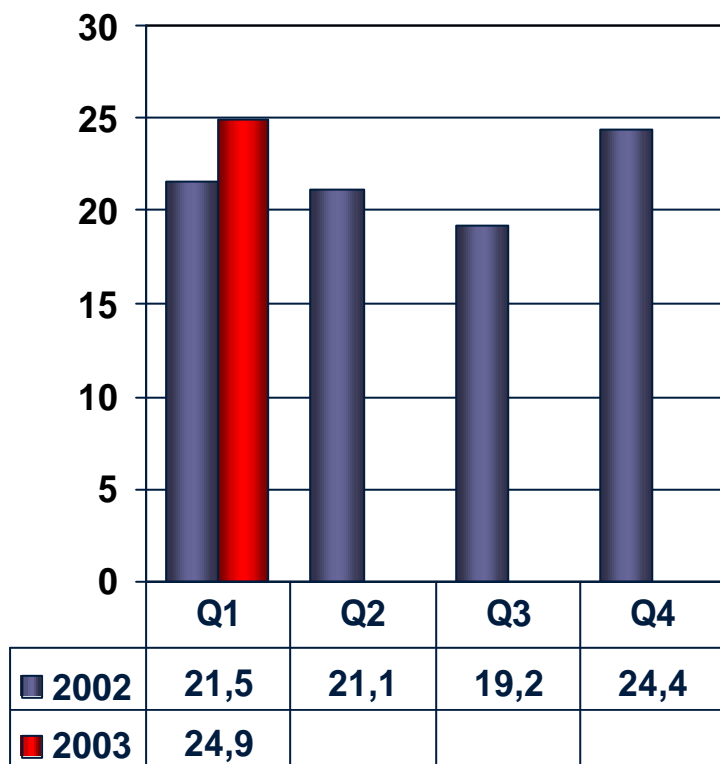


Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

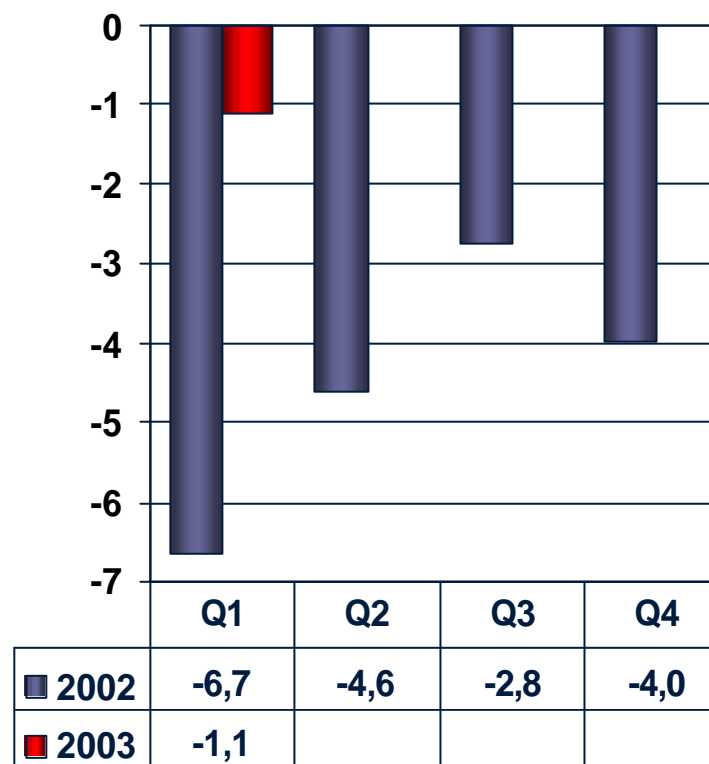
SWelcom-divisioona

Kehitys vuosineljänneksittäin

Liikevaihto



Liiketulos



Y:Kalvol/kokoukse03/CMD/Kallioja

Päämarkkinat ja -kilpailijat



Televisio-
markkina

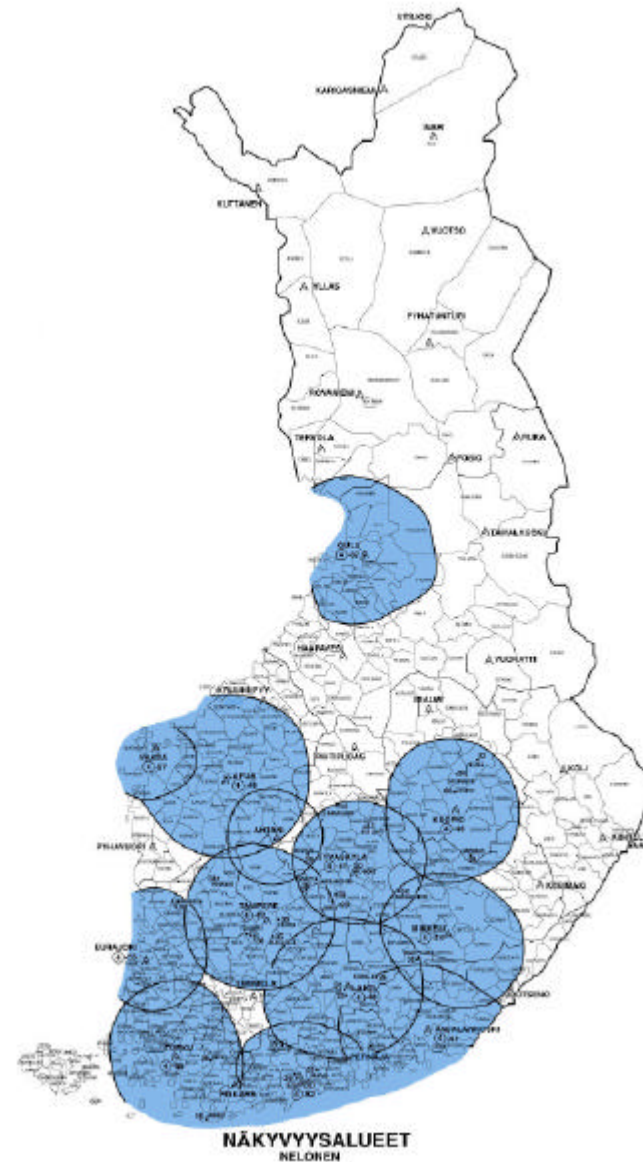


Tele-
markkina



Nelonen

- Analogiset maanpäälliset lähetykset käynnistettiin kesäkuussa 1997
- 90 %:n väestöpeitto
 - 11 suurteholähetintä
 - kaapeli-tv- ja satelliittijakelu
- Kohderyhmästrategia
 - kaupunkilaiset
 - 25–44-vuotiaat
 - paras katseluaika (18.00–23.00)
- Digitaaliset maanpäälliset lähetykset aloitettiin elokuussa 2001

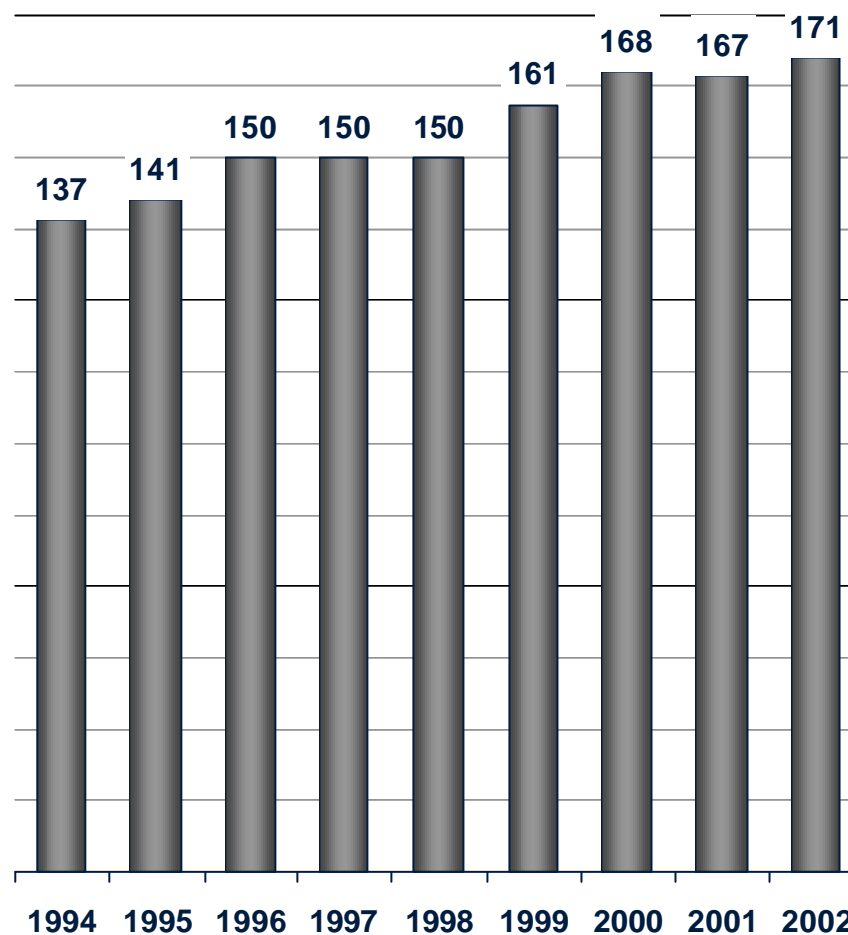


Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Television katselu

- Television katselu on ollut pitkään kasvussa

Television katselu
keskimäärin päivässä (min), 10+ väestö



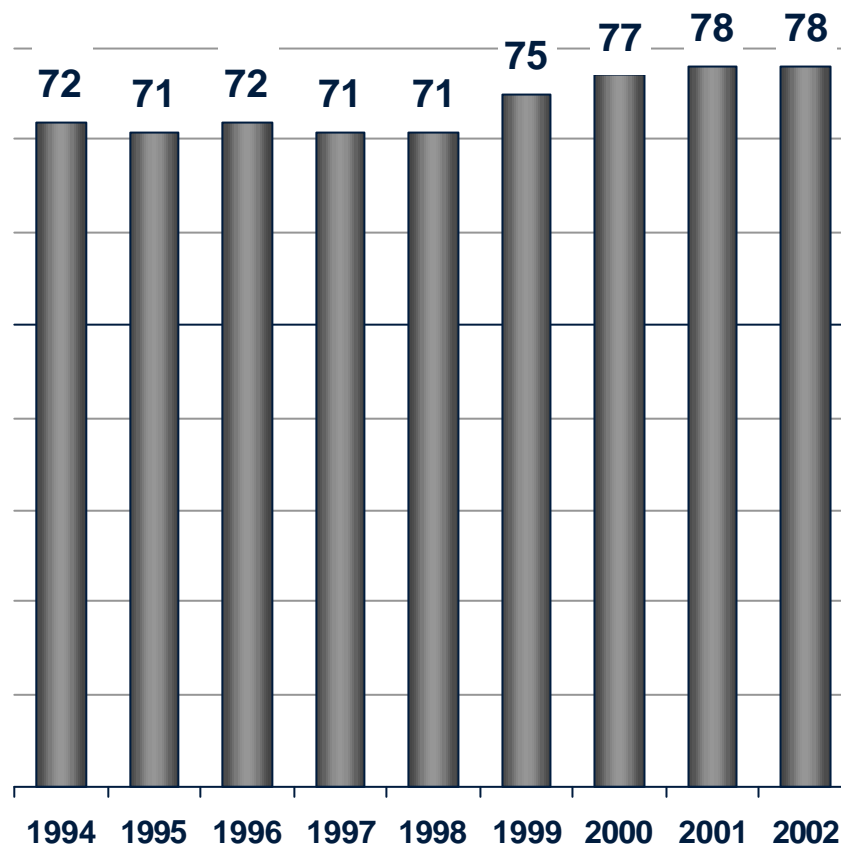
Lähde: Finnpanel

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Television katselu

- Television katselu on ollut pitkään kasvussa
- Televisio tavoittaa tällä hetkellä päivittäin 78 prosenttia 10+ väestöstä

Television tavoitavuus 10+ väestöstä päivittäin

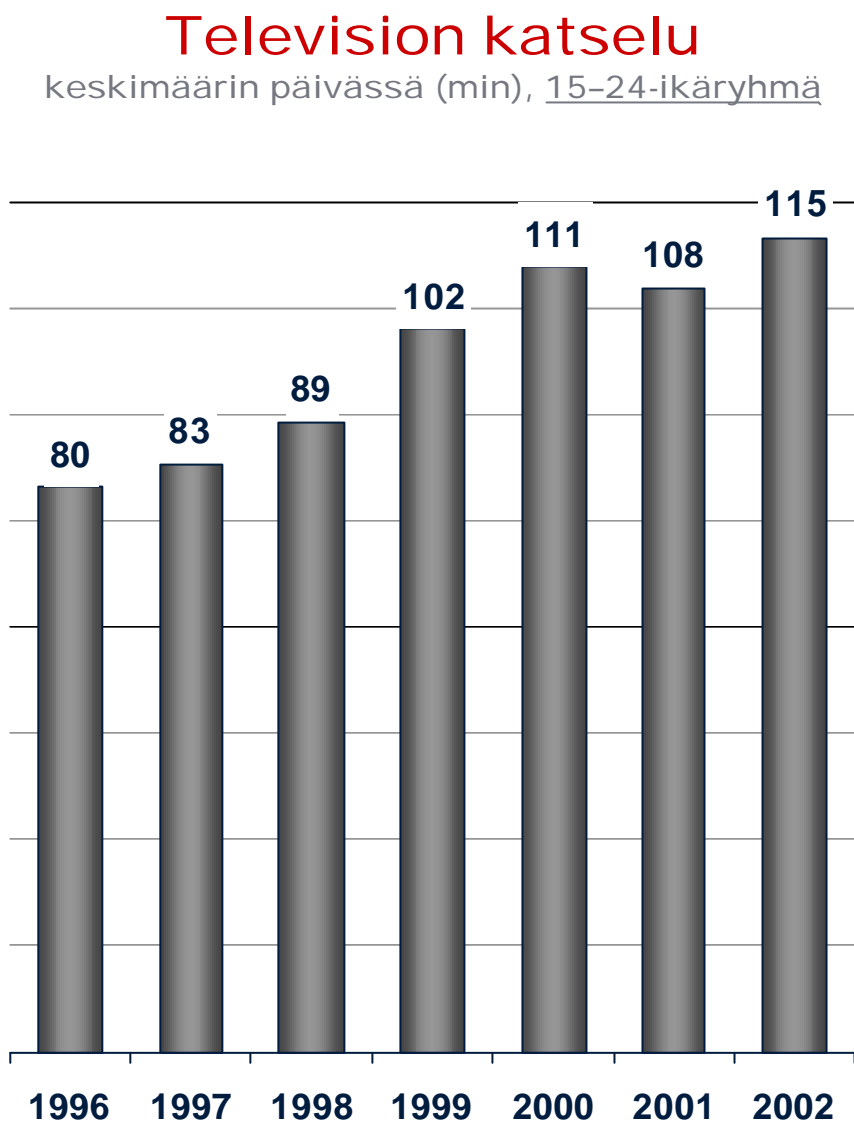


Lähde: Finnpanel

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Television katselu

- Television katselu on ollut pitkään kasvussa
- Televisio tavoittaa tällä hetkellä päivittäin 78 prosenttia 10+ väestöstä
- Myös nuorissa ikäryhmissä televisionkatselu lisääntyy



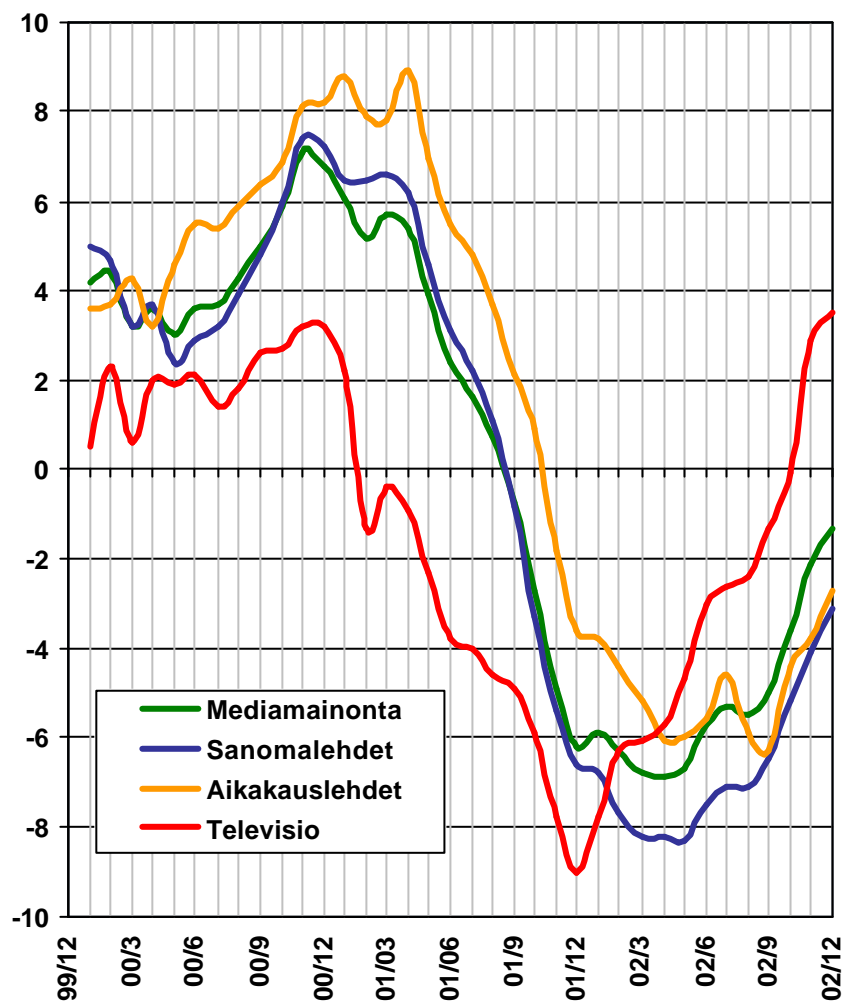
Lähde: Finnpanel

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Televisio- mainonta

- Televisiomainonta lähti kasvuun muuta media-mainontaa aikaisemmin

Mediamainonnan kehitys
liukuva 12 kk, prosenttia



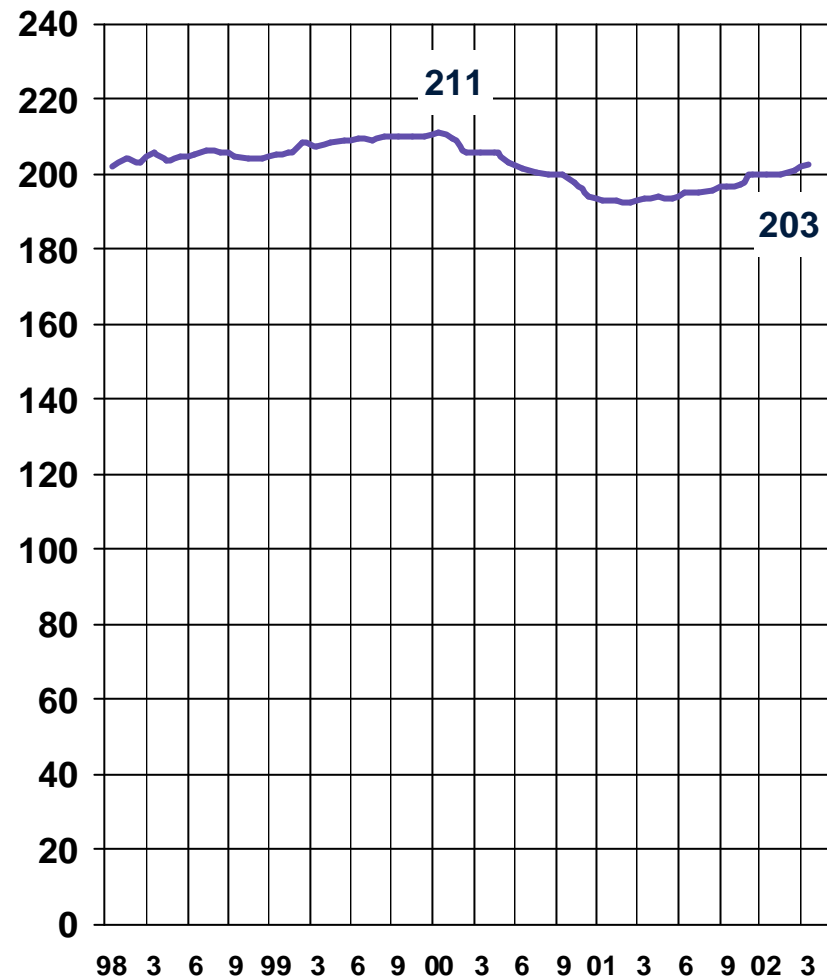
Lähde: Gallup
Adex

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Televisio- mainonta

- Televisiomainonta lähti kasvuun muuta media-mainontaa aikaisemmin
- Joulukuun 2000 huippua ei kuitenkaan vielä ole aivan saavutettu

Televisiomainonnan myynti
liukuva 12 kk, miljoonaa €



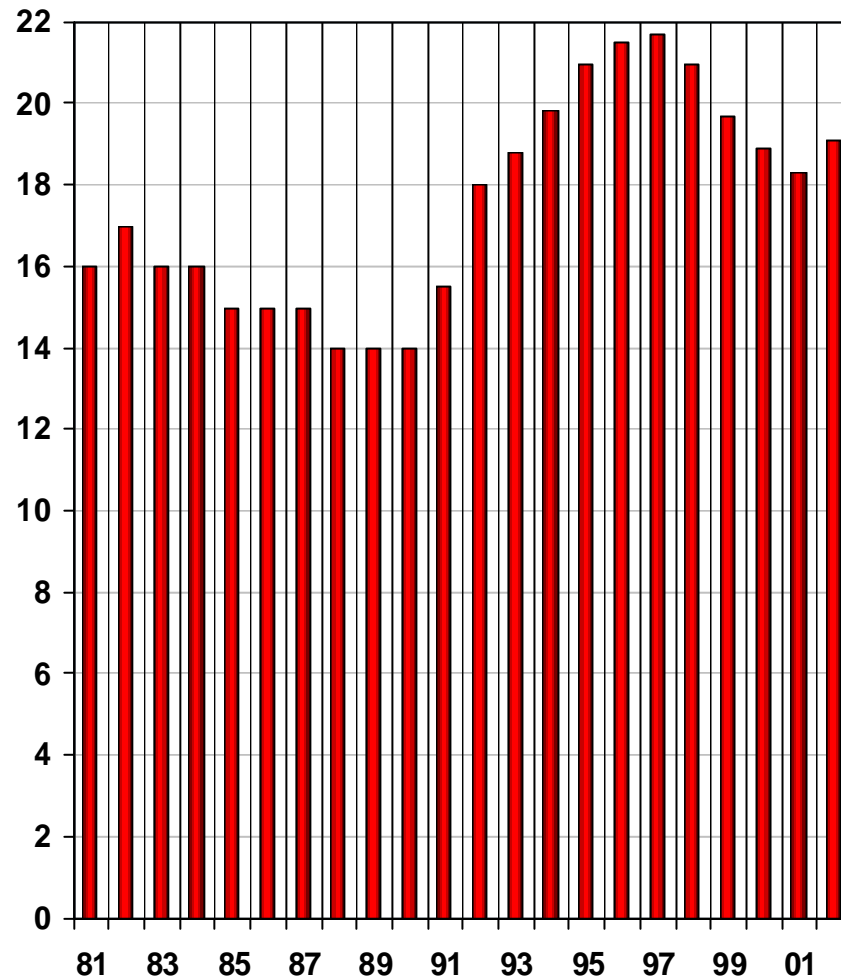
Lähde: Gallup
Adex

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Televisio- mainonta

- Televisiomainonta lähti kasvuun muuta media-mainontaa aikaisemmin
- Joulukuun 2000 huippua ei kuitenkaan vielä ole aivan saavutettu
- Television markkinaosuuden uskotaan nousevan 1997 saavutetun tason yläpuolelle

Television osuus mainonnasta



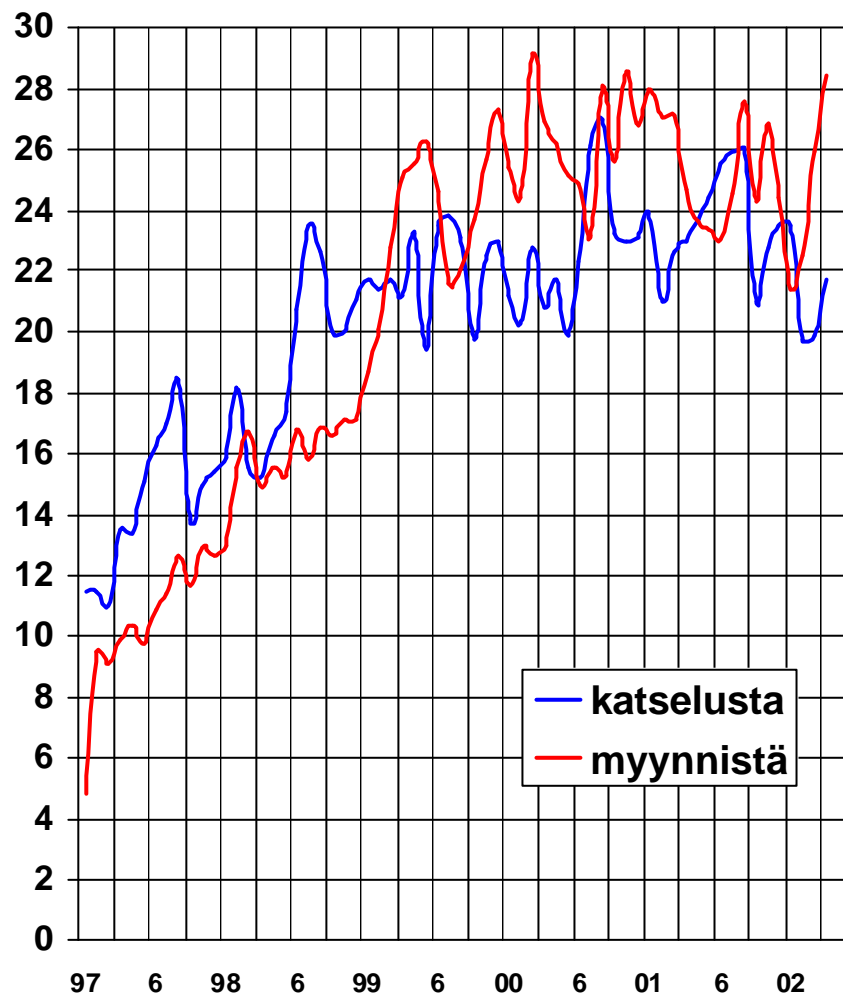
Lähde: Gallup
Adex

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Televisio- mainonta

- Televisiomainonta lähti kasvuun muuta media-mainontaa aikaisemmin
- Joulukuun 2000 huippua ei kuitenkaan vielä ole aivan saavutettu
- Television markkinaosuuden uskotaan nousevan 1997 saavutetun tason yläpuolelle
- Markkinoiden supistuessa Nelonen keskittyi kannattavuuden parantamiseen

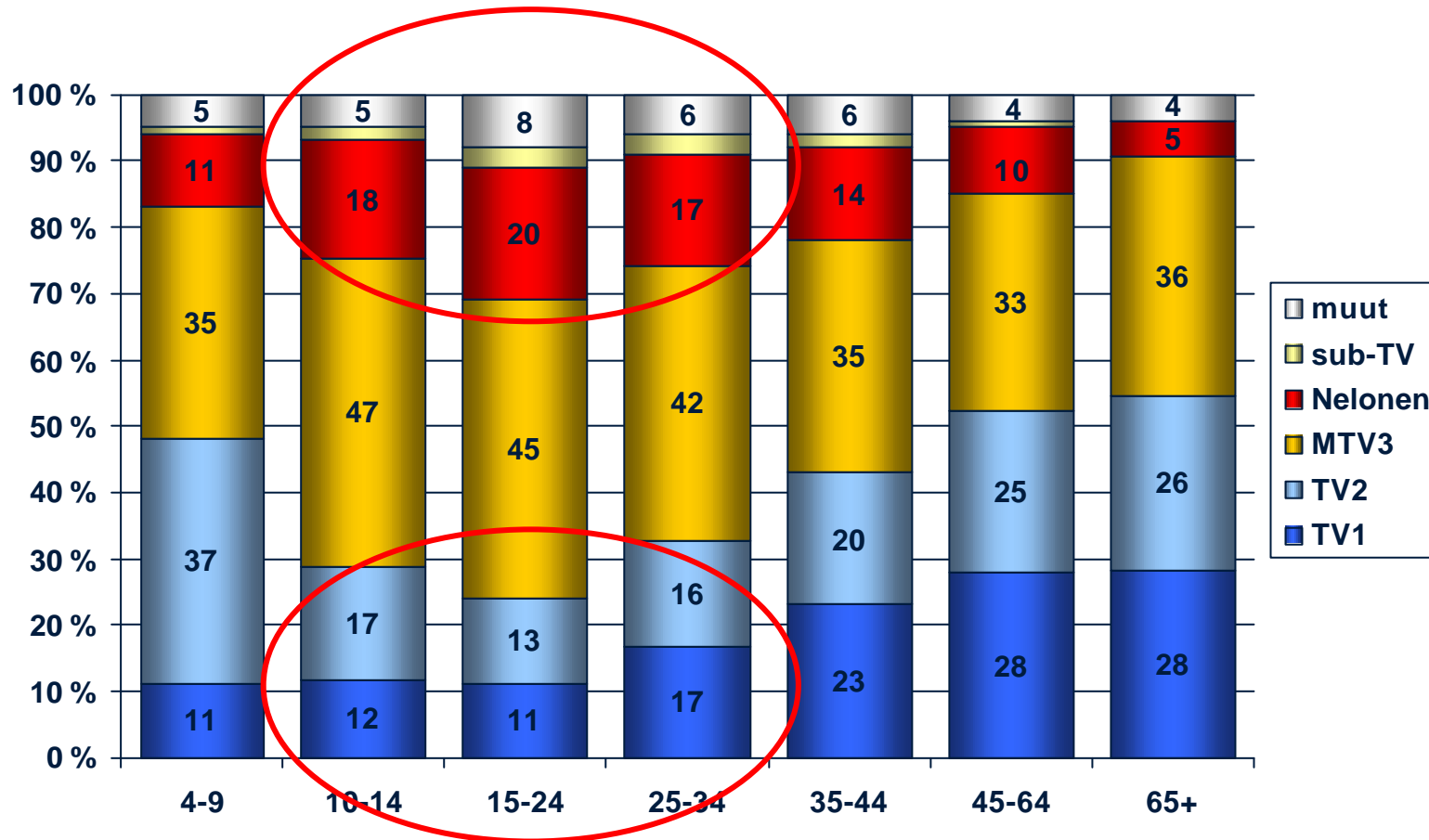
Nelosen kaupalliset osuudet
prosenttia



Lähde: Finnpanel Oy, Gallup Adex

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Katsojaosuudet ikäryhmittäin 2002

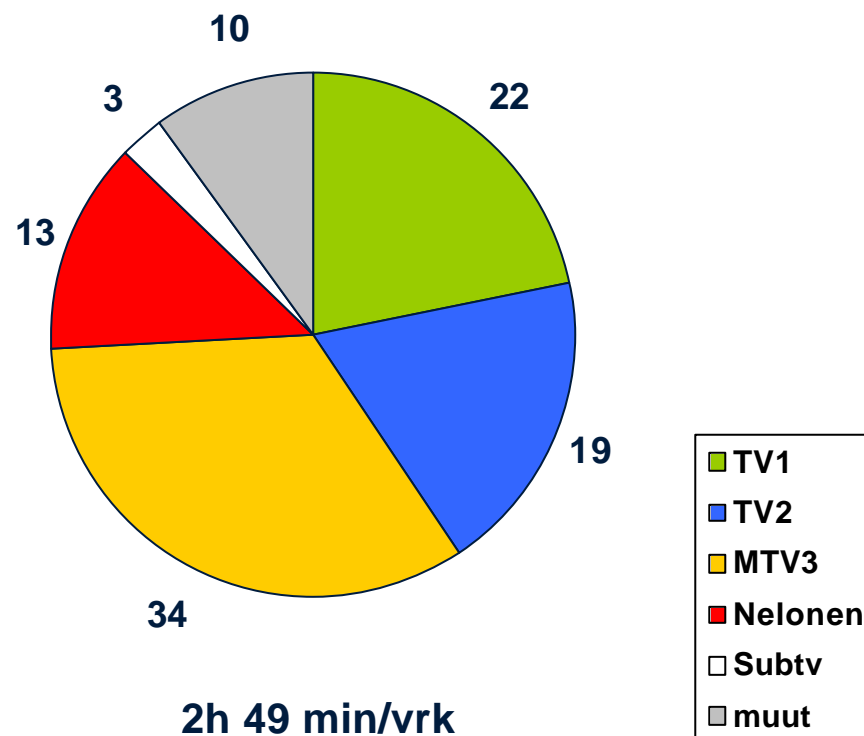


Lähde: Finnpanel

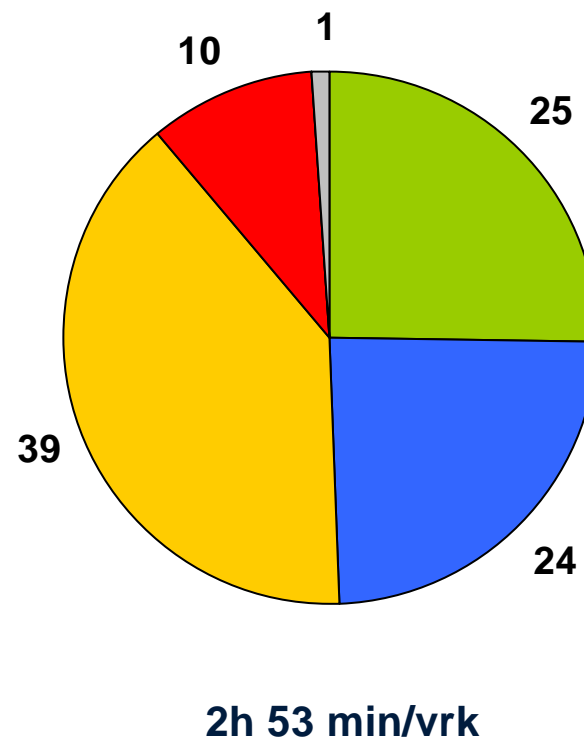
Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Katsojaosuudet 2002

Kaapeli- ja satelliitti-tv-taloudet
(keskimäärin 11 kanavaa)



Muut taloudet
(keskimäärin 4 kanavaa)

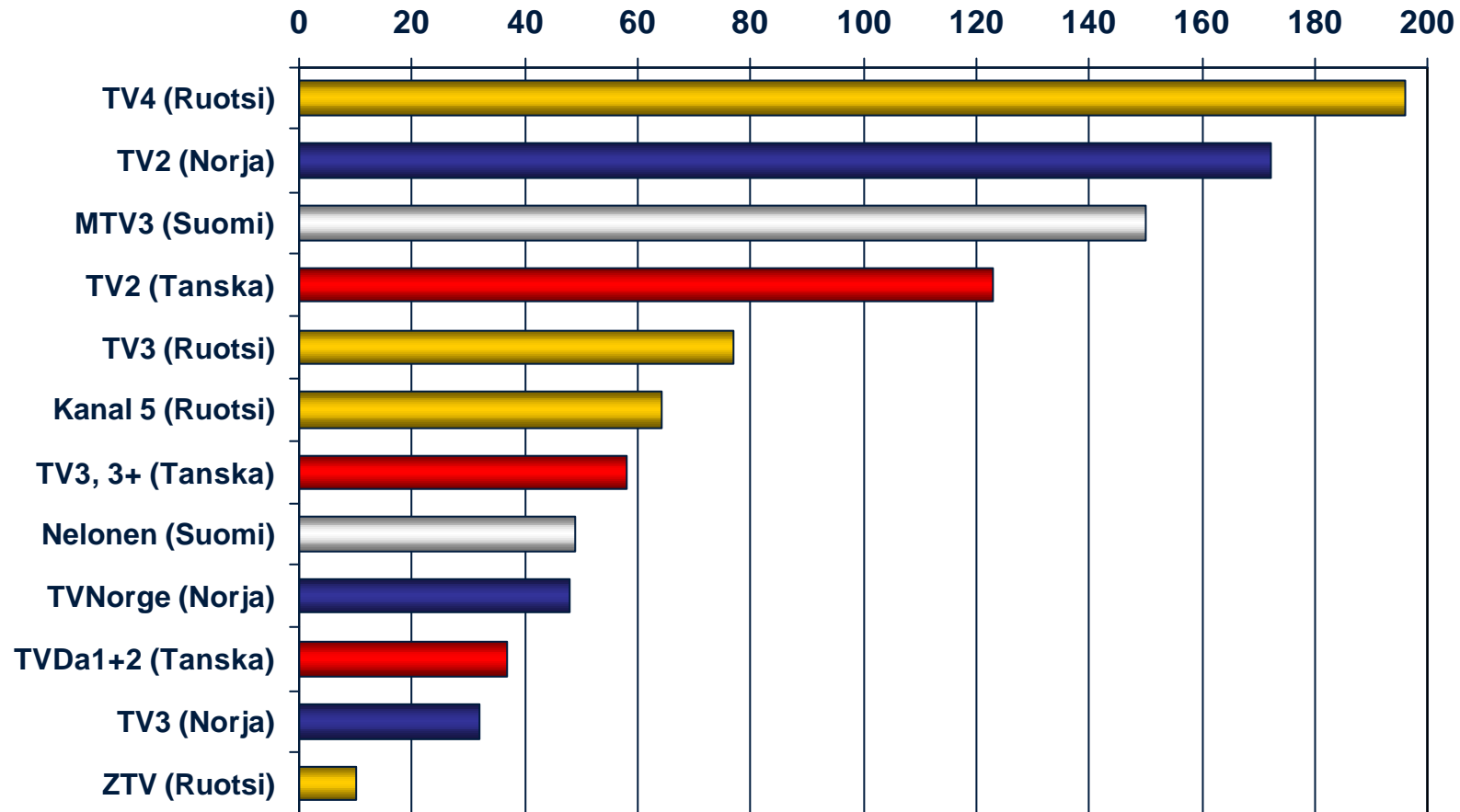


Lähde: Finnpanel

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Pohjoismaiset kaupalliset tv-kanavat

Mainonnan myynti vuonna 2002, miljoonaa €

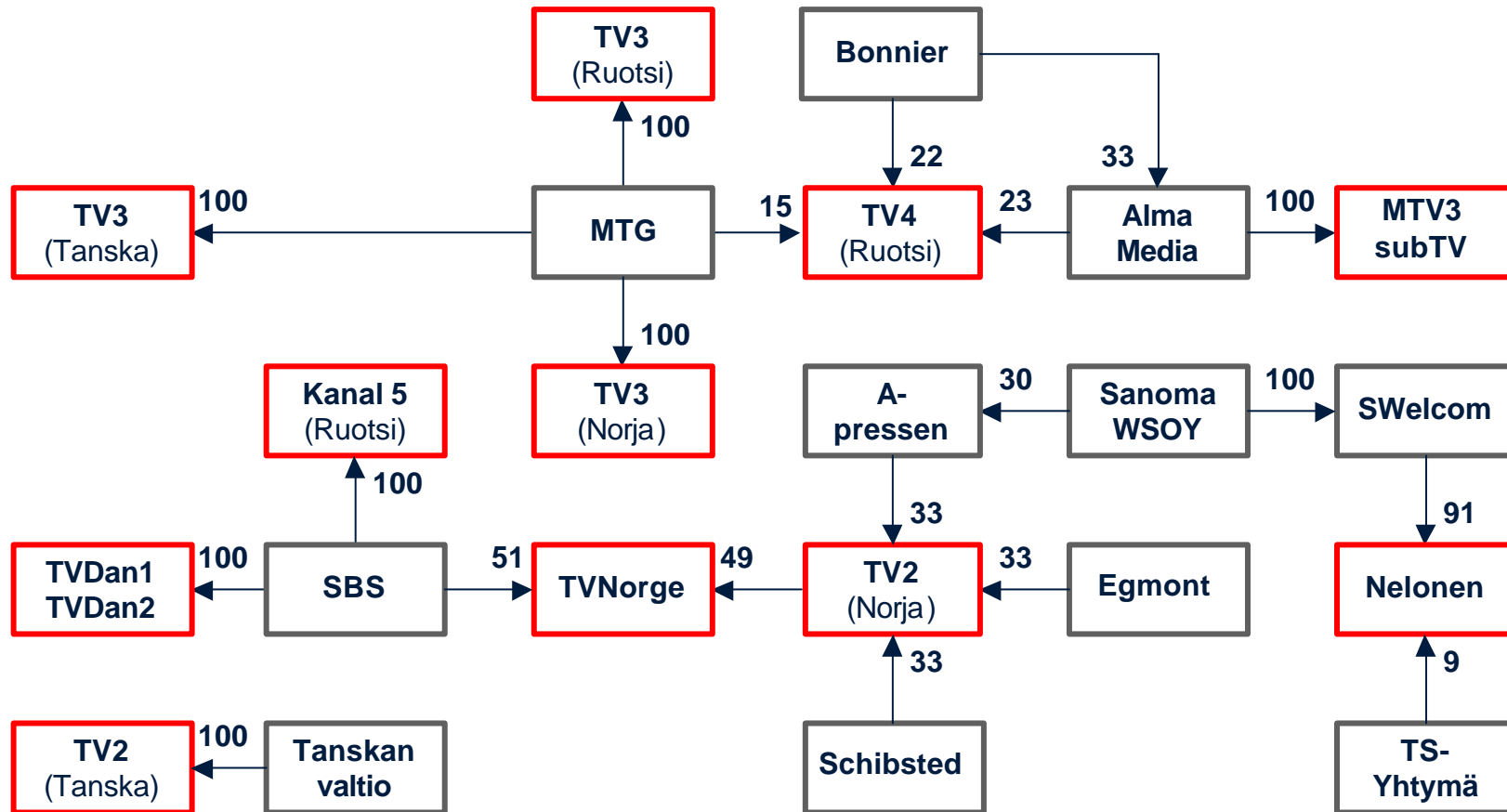


Lähteet: Gallup
Adex;
Company Web
Sites;
Deutsche Bankin
arviot, tammikuu
2003

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Pohjoismaiset kaupalliset tv-kanavat

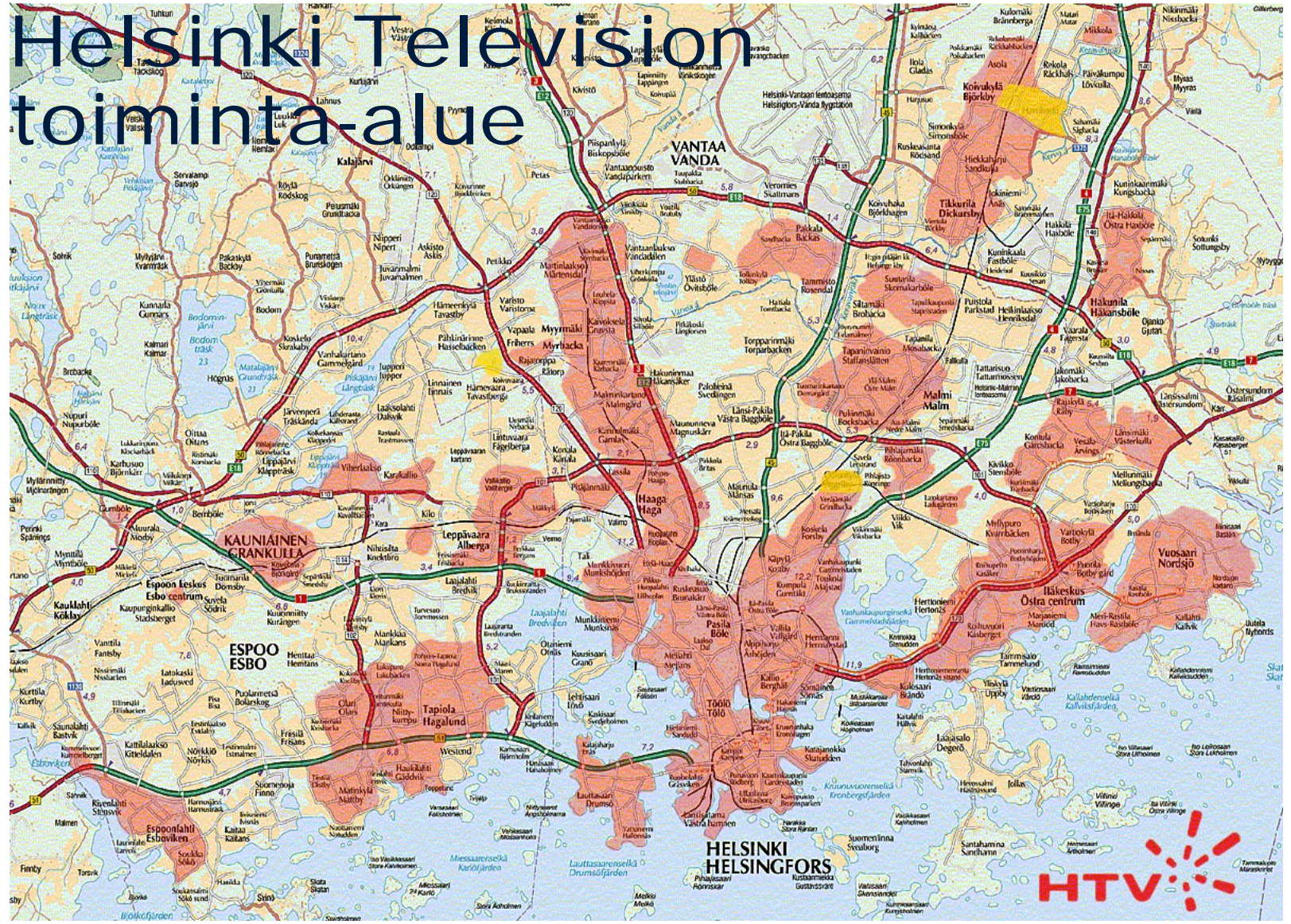
Omistusrakenteet, helmikuu 2003



Lähteet: Media
Map Datafile 2002,
yhtiöiden
internetsivut

Y:Kalvol/kokoukset03/CMD/Kallioja

Helsinki Television toiminta-alue

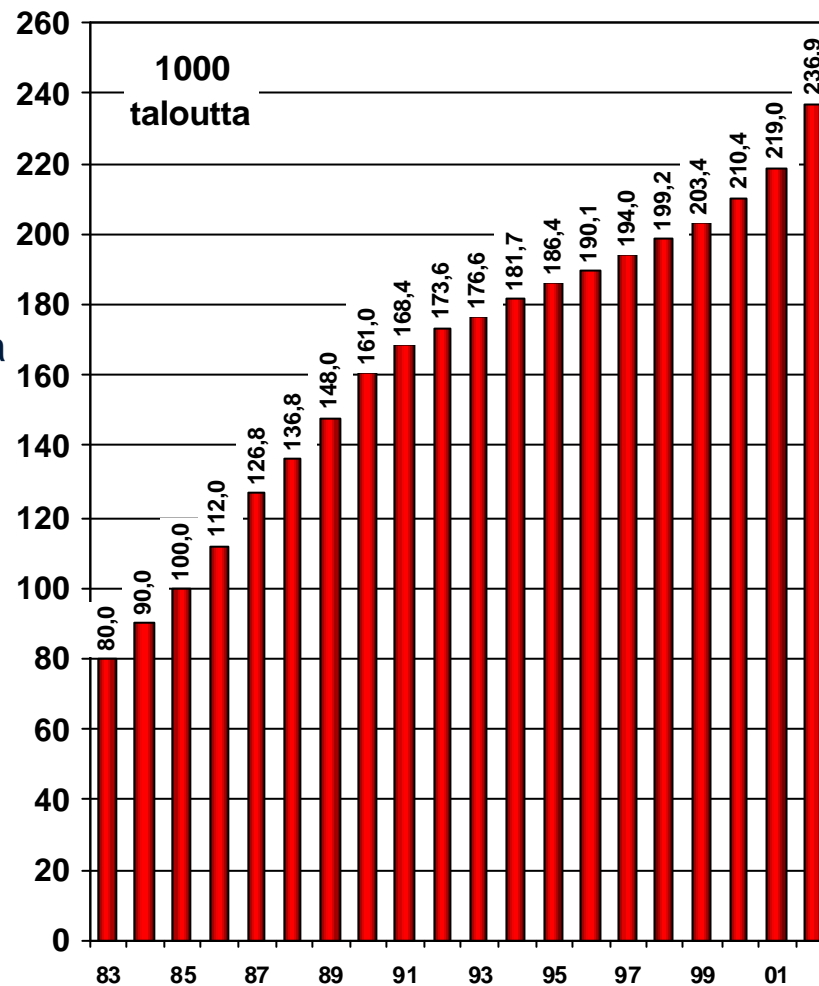


Y:Kalvo/kokoukse03/CMD/Kallioja

Kaapeli-tv- markkina

- HTV:n potentiaalinen markkina on suhteellisen vakaa:
 - 475 000 taloutta kaikkiaan
 - 400 000 kerros- ja rivitalotaloutta
 - 357 000 "kaapeloitua" taloutta
 - 255 000 liittynyttä taloutta
 - 237 000 kytkettyä taloutta

HTV:n liittymäkehitys

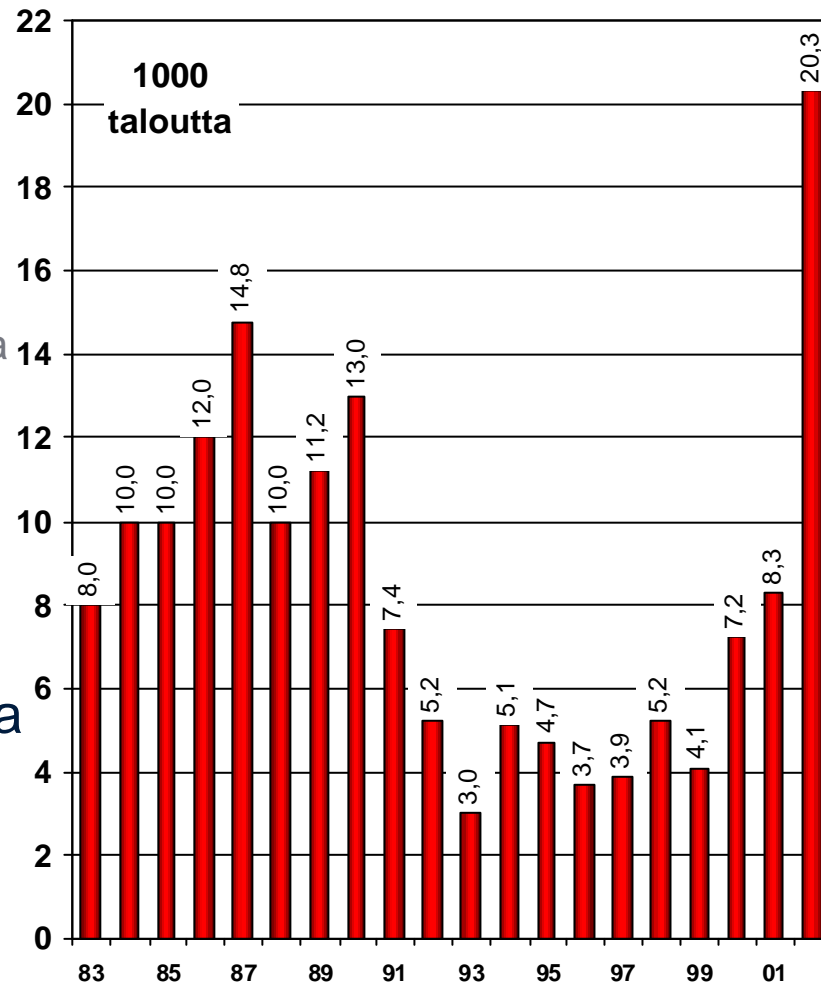


Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Kaapeli-tv- markkina

- HTV:n potentiaalinen markkina on suhteellisen vakaa:
 - 475 000 taloutta kaikkiaan
 - 400 000 kerros- ja rivitalotaloutta
 - 357 000 "kaapeloitua" taloutta
 - 255 000 liittynyttä taloutta
 - 237 000 kytkettyä taloutta
- Nykyinen vahva kiinnostus kaapeli-tv-palveluja kohtaan kuitenkin nostaa penetraatiota

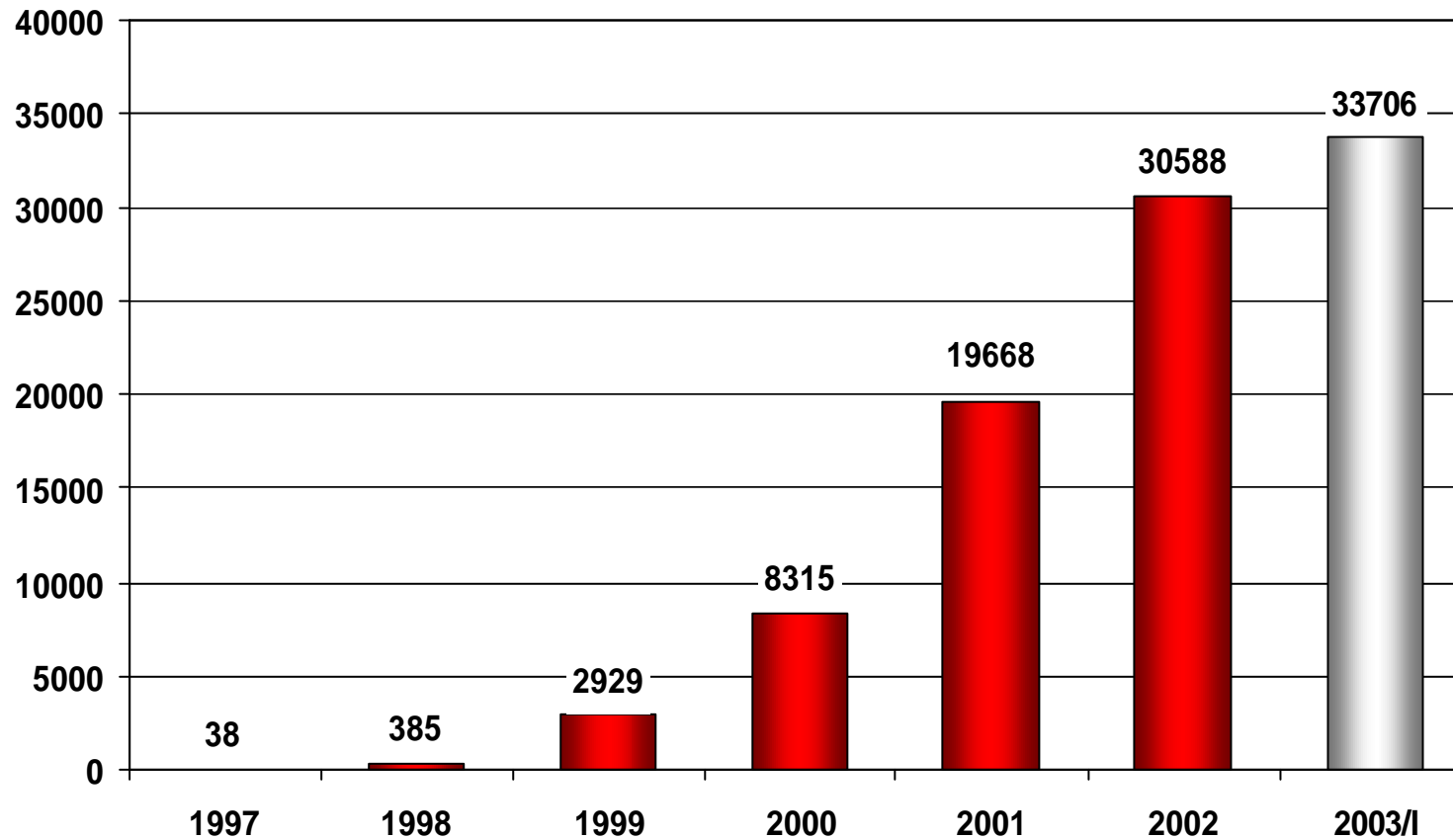
HTV:n liittymäkehitys vuotuinen kasvu



Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Helsinki Televisio

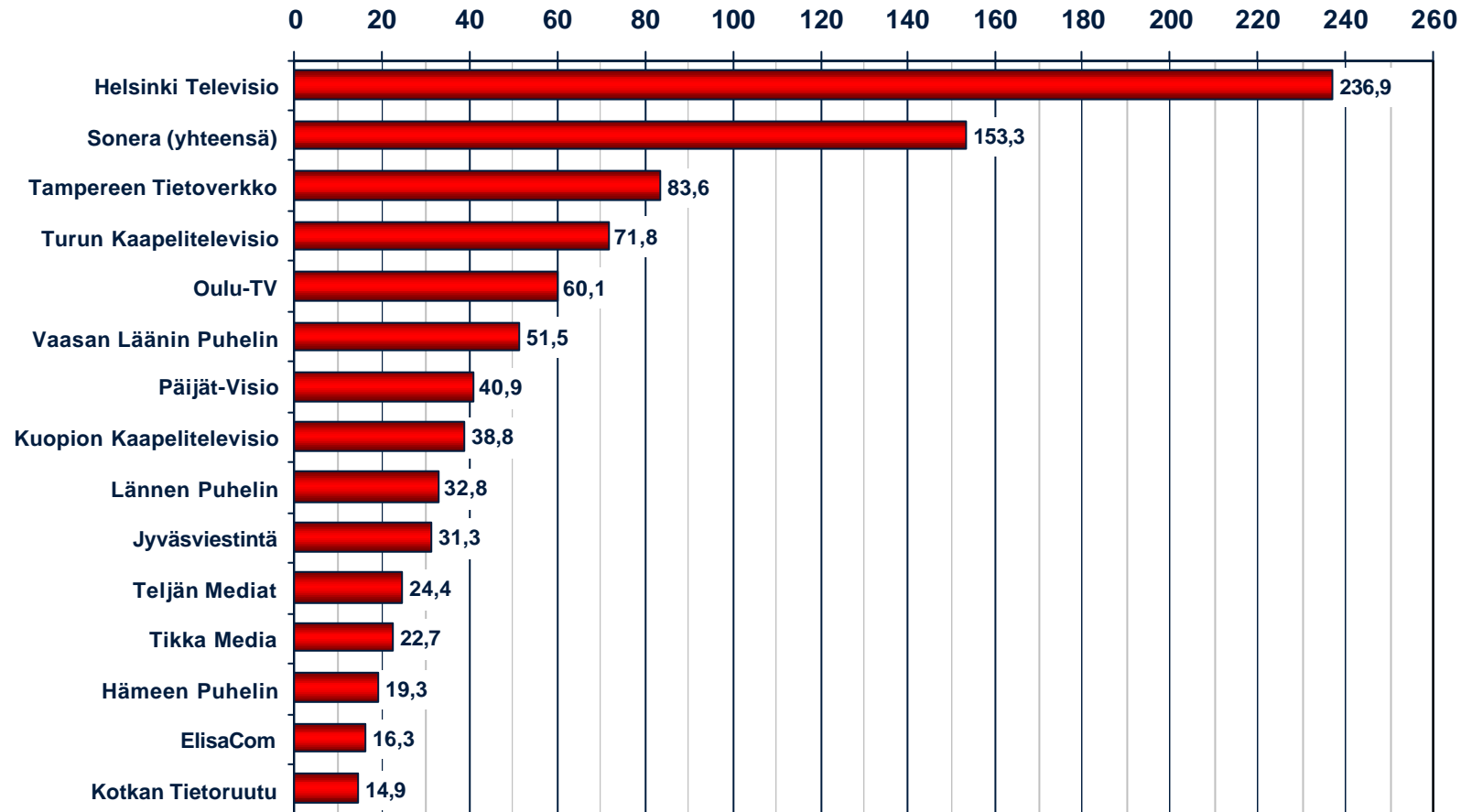
Laajakaista-internet-asiakkaat



Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Suurimmat kaapeli-tv-yhtiöt

joulukuu 2002, 1000 liittymää

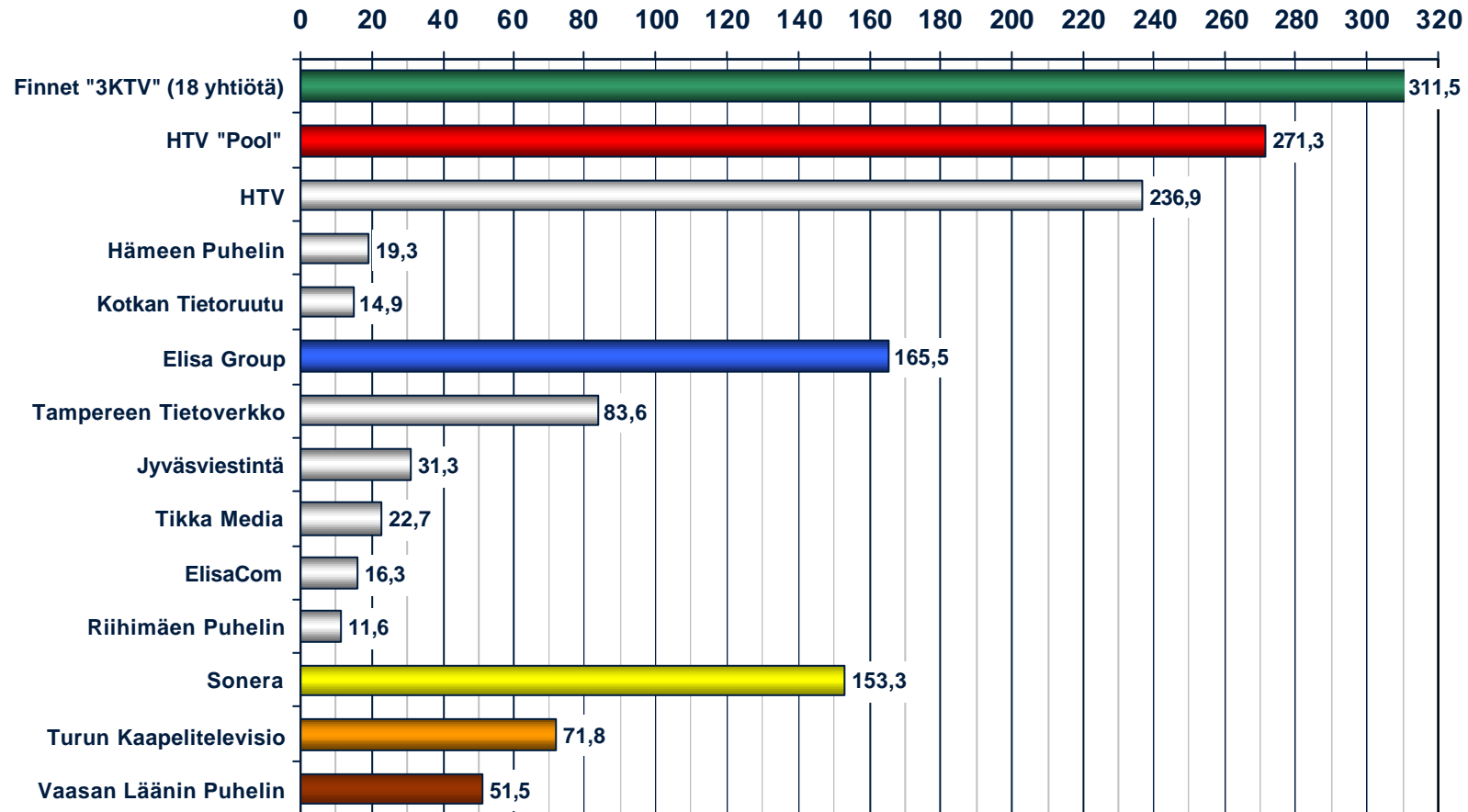


Lähde: Suomen
Kaapeli-tv-liitto

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Kaapeli-tv-ryhmittymät

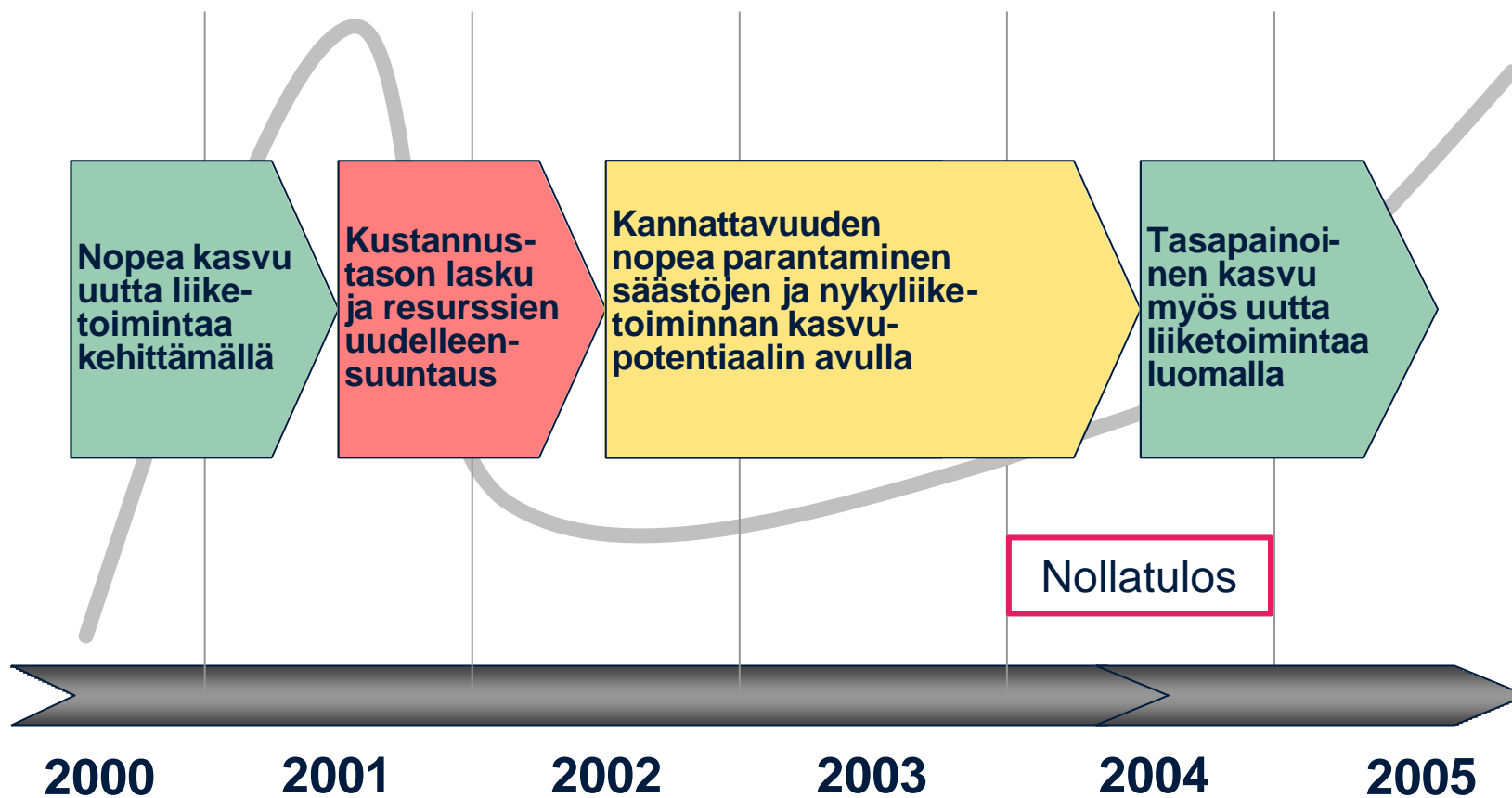
joulukuu 2002, 1000 liittymää



Lähde: Suomen
Kaapeli-tv-liitto,
Swelcomin arvio

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

SWelcomin strategiset vaiheet



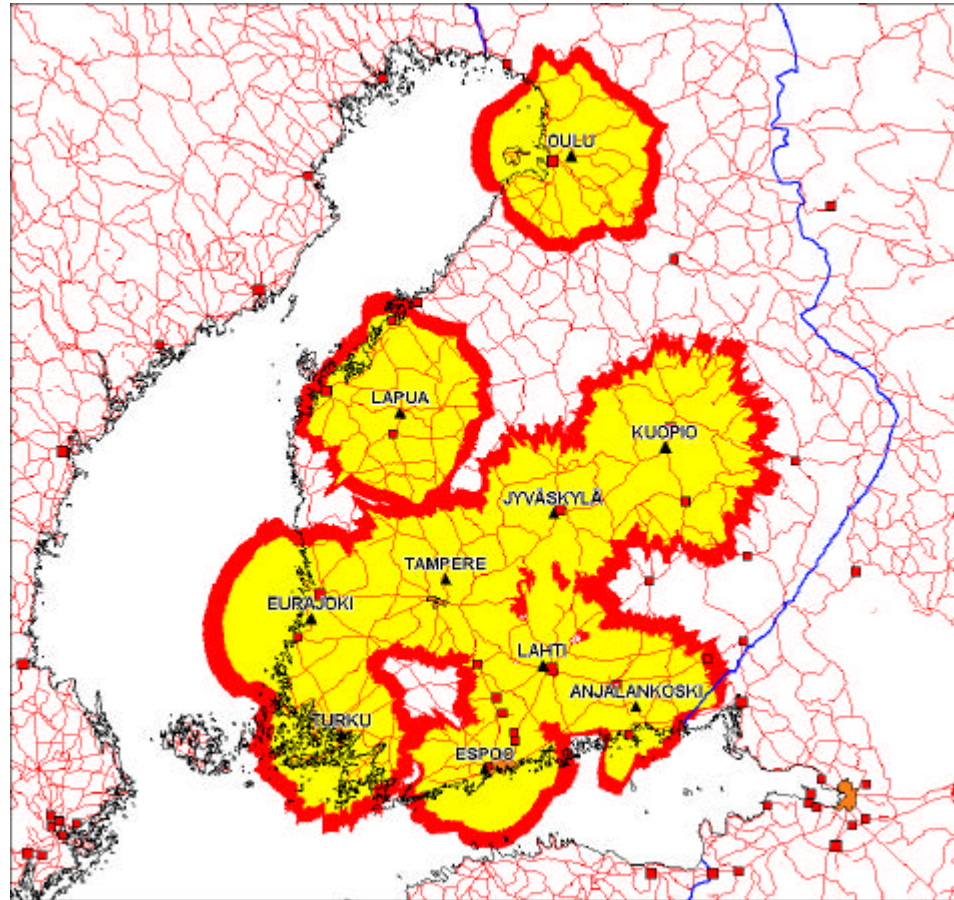
Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

SWelcomin nykytoiminnan kasvupotentiaali

- Televisiotoiminnan kasvunäkymät
 - Television katselun lisääntyminen
 - Mainosmarkkinoiden kääntyminen kasvuun
 - TV-mainonnan markkinaosuuden kasvu
 - Nelosen markkinaosuuden kasvu
 - TV-mainonnan hintatason nousu
- Kaapeli-tv-toiminnan kasvunäkymät
 - Kaapeli-tv-liittymien ennätysellinen myynti
 - Laajakaistaisen internetin jatkuva menestys
 - Uudet digitaaliset kaapeli-tv-palvelut

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Tämänhetkinen digitaali-tv-verkko



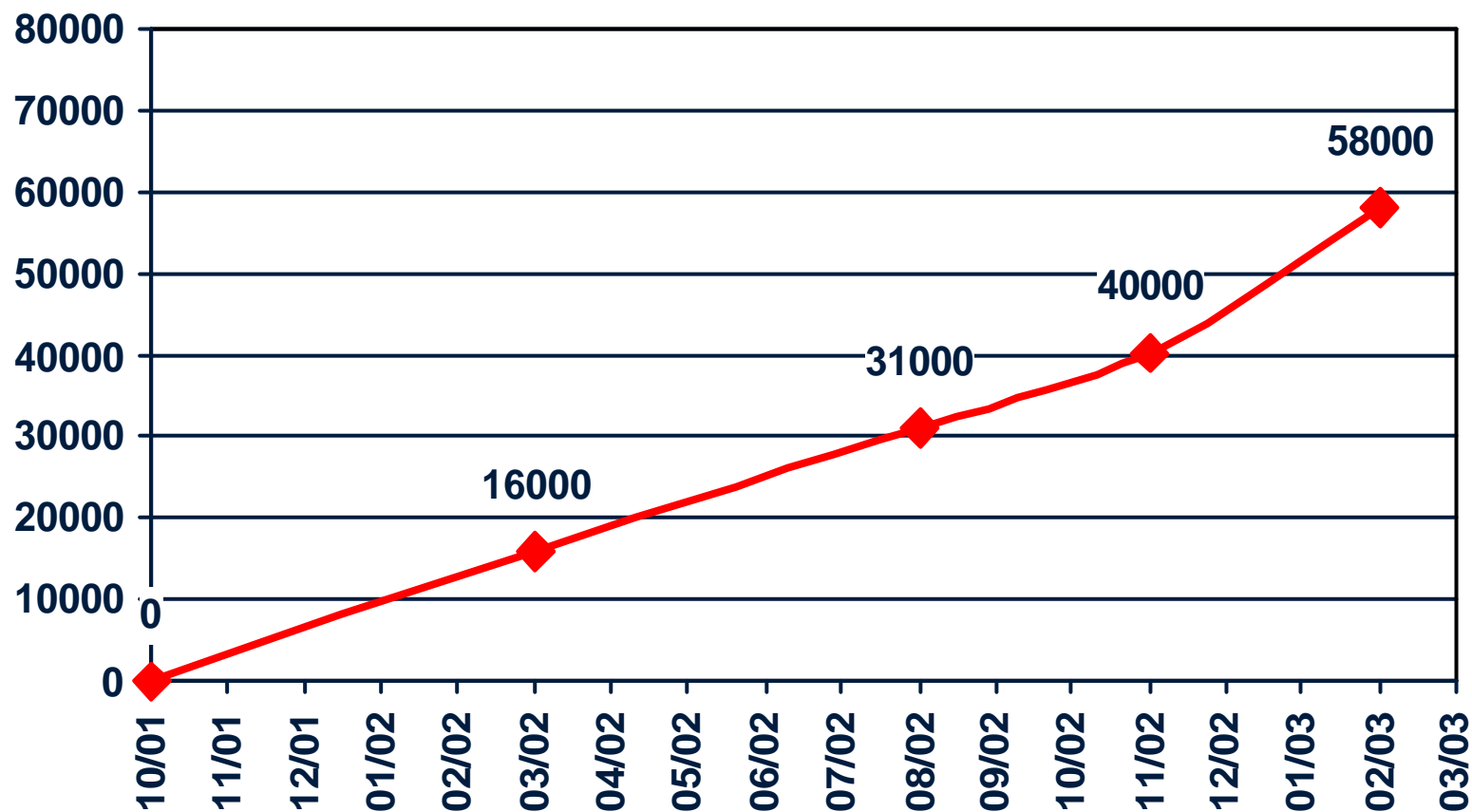
- 10 lähetasemaa
- 3 kanavanippua (12–15 tv-kanavaa)
- noin 70 prosentin väestöpeitto

Lähde: Digita

Y:Kalvol/kokoukset03/CMD/Kallioja

Digitaali-tv-sovittimet

terrestrialaali- ja kaapeli-tv-jakelu



Lähde: Finnpanel

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Analogisesta digitaaliseen

	Analoginen		Digitaalinen
Puhelin	Analogiset vaihteet	→	Digitaaliset vaihteet
Matkapuhelin	NMT	→	GSM, UMTS
Musiikkitalenteet	LP	→	CD, MP3
Videotallenteet	Videokasetit	→	DVD
Kuvaaminen	Filmi	→	Digitaalinen muisti
Satelliitti-tv	PAL	→	DVB-S
Maanpäällinen TV	PAL	→	DVB-T

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

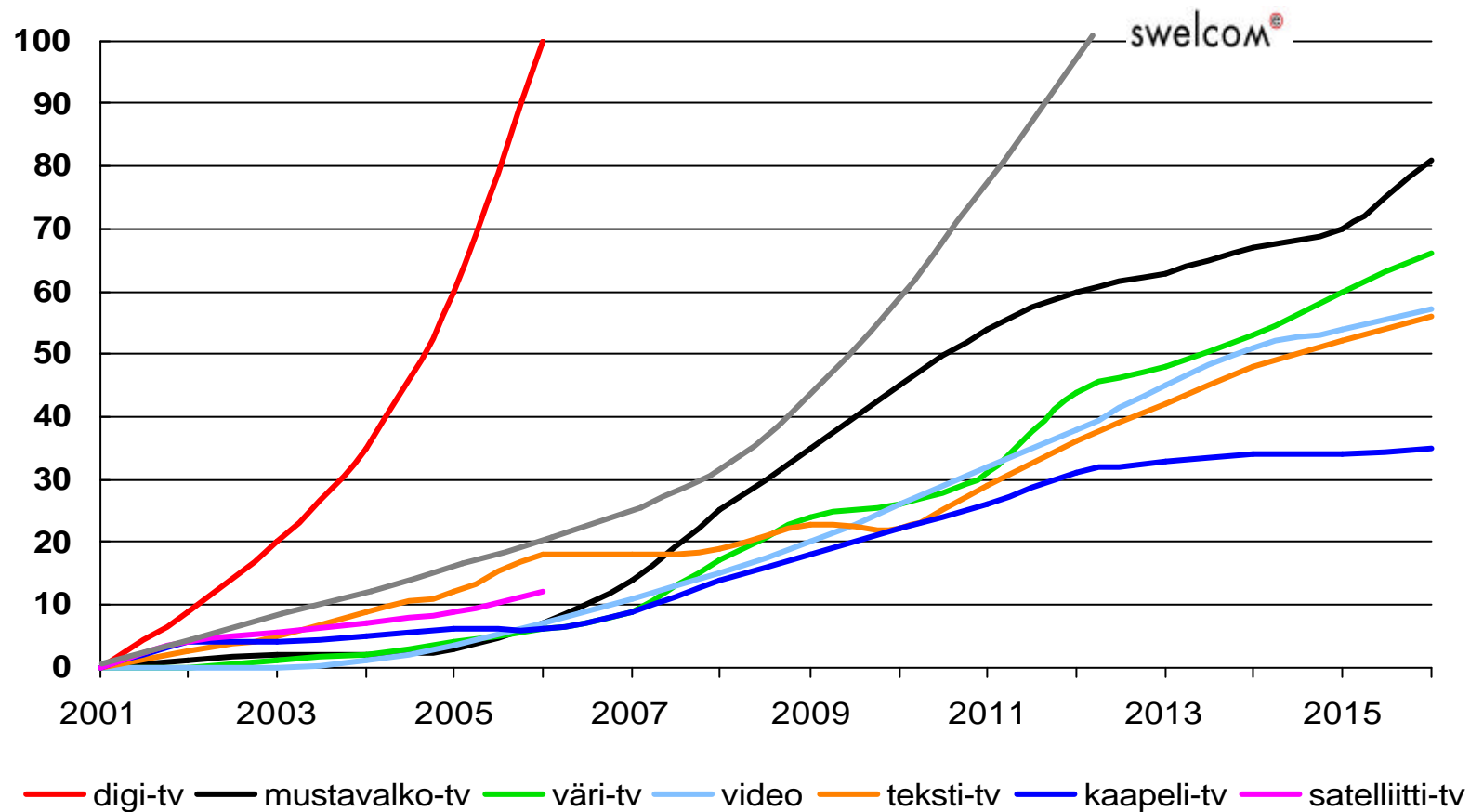
Digitaalitelevision "ansaintalogiikat"

- Viestintäinfrastruktuurin kannalta
 - Digi-tv vapauttaa arvokkaita lähetystaajuuksia
- TV-toimijoiden kannalta
 - Digi-tv alentaa lähetykustannuksia
 - Maksu-tv:stä uusi tulonlähde mainonnan rinnalle
- Suomen kaupallisten tv-yhtiöiden kannalta
 - Digi-tv poistaa toimilupamaksut
- Kuluttajien kannalta
 - Enemmän ja parempaa "ilman lisäkustannusta"

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja

Digitaalitelevisio

Julkistettu penetraatioennuste



Lähde: Yleisradio

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kallioja