



Viestintävirasto

Markkinakatsaus 3/2010

Puolivuosisikatsaus

2010

Markkinakatsaus 3/2010



Markkinakatsaus 3/2010 - Puolivuosikatsaus 2010

12.10.2010

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	2
2. TELEMARKKINAT.....	3
2.1 <i>Laajakaistapalvelut</i>	3
<i>Laajakaistaliittymät ja -tekniikat</i>	3
<i>Laajakaistapalvelut ja hinnoittelu</i>	5
<i>Laajakaistapalveluntarjoajien asiakaspalvelun laatu</i>	7
2.2 <i>Matkaviestinpalvelut</i>	7
<i>Matkaviestinpalvelut ja hinnoittelu</i>	11
<i>Matkaviestinverkon asiakaspalvelun laatu</i>	11
2.3 <i>Kiinteän puhelinverkon palvelut</i>	12
2.4 <i>Tulot ja investoinnit</i>	14
<i>Tulot</i>	14
<i>Toteutuneet investoinnit</i>	15
<i>Investointimahdollisuudet ja tarpeet</i>	17
3. VIESTINTÄPALVELUJEN JA AUDIOVISUAALISTEN SISÄLTÖJEN KULUTTAMINEN IKÄRYHMITÄIN	22

1. JOHDANTO

Viestintäviraston puolivuosisikatsaus 2010 esittelee keskeisimpiä ja ajankohtaisimpia Suomen telemarkkinoita kuvaavia markkinatietoja. Puhelu- ja laajakaistamarkkinoita kuvaavien tunnuslukujen lisäksi katsauksessa esitellään tietoja teleyritysten investoinneista sekä investointimahdollisuuksista ja -tarpeista. Katsauksen erikoisteemana esitellään viestintäpalvelujen käyttöä eri ikäryhmissä.

Puhelu- ja laajakaistamarkkinoita kuvaavat tunnusluvut perustuvat Viestintäviraston teleyrityksiltä ja julkisista lähteistä keräämiin tietoihin. Investointiseurantaa Viestintävirasto on julkaissut vuosittain puolivuosisikatsauksissa vuodesta 2008 lähtien. Investointeja käsittelevässä osiossa tarkastellaan liikevaihdoltaan 11 suurimman teleyrityksen investointimahdollisuuksia ja -tarpeita. Lisäksi teleyritysten investointikäyttäytymistä ja siihen vaikuttavia keskeisiä tunnuslukuja verrataan

televiestintätoimialan ja toisaalta kaikkien suomalaisten yritysten mediaanilukuihin. Investointiseurannassa käytetyt oikaistut tilinpäätöstiedot Viestintävirasto on saanut Balance Consulting Oy:ltä ja luottoluokitukset Suomen Asiakastieto Oy:ltä.

Katsauksen erikoisteemaan on koottu tutkimustuloksia viestintäpalvelujen käytöstä. Aikaisemmin julkaistuista tutkimuksista poiketen viestintäpalvelujen käyttöä on tarkasteltu ikäryhmittäin. Viestintäpalvelujen ja audiovisuaalisten sisältöjen kuluttamista koskevat tiedot perustuvat seuraaviin Viestintäviraston teettämiin ja julkaisemiin tutkimuksiin ja niiden taustaineistoihin: Audiovisuaalisten sisältöpalveluiden kuluttajatutkimus 2009, Suomalaiset viestintäpalveluiden kuluttajina ja Telepalveluiden käyttötutkimus 2009.

2. TELEMARKKINAT

2.1 Laajakaistapalvelut

Laajakaistaliittymät ja -tekniikat

Laajakaistaliittymien määrä kasvoi pääasiassa mobiililaajakaistaliittymien määrän kasvun myötä. Vuoden 2010 ensimmäisen vuosipuoliskon jälkeen Suomessa oli yhteensä noin 2,7 miljoonaa laajakaistaliit-

tymää. Liittymistä noin 76 prosenttia oli kotitalousasiakkaiden ja noin 24 prosenttia yritysasiakkaiden käytössä. Kokonaisuudessaan liittymämäärä kasvoi puolen vuoden aikana reilulla 230 000 liittymällä eli noin 9 prosentilla.

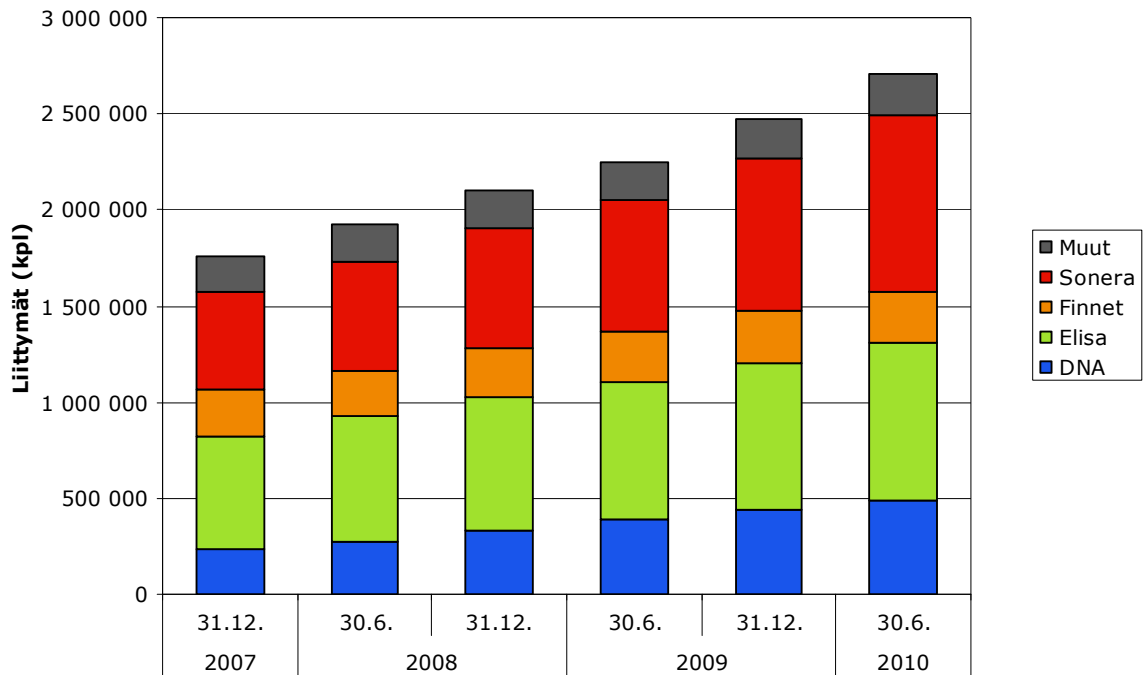
Vuosi	2007		2008		2009		2010	
Ajankohta	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.
DSL	1 270 500	1 270 100	1 231 300	1 216 300	1 185 900	1 162 600		
Kiinteistö- ja taloyhtiöliittymä	114 000	104 600	134 900	104 700	106 600	117 500		
Kaapelimodeemi	209 600	212 900	214 800	215 500	222 700	229 600		
Mobiililaajakaista	143 100	307 100	479 700	664 300	908 000	1 152 200		
Langaton laajakaista	15 300	19 600	26 100	31 600	31 800	30 100		
FTTH					12 600	14 500		
Muu*	7 700	9 000	9 800	11 500	6 000	800		
Yhteensä	1 760 200	1 923 300	2 096 600	2 243 900	2 473 600	2 707 300		

* Muu -luokka sisältää liittymät, joita ei ole pystytty kohdistamaan yllä esitettyihin tekniikaluokkiin. Luokan osalta muutokset saattavat osin johtua raportoinnin tarkentumisesta, jolloin liittymiä on kyetty erittelemään tekniikoittain paremmin.

Taulukko 1: Laajakaistaliittymien kehitys 2007 - 2010.

Liittymämäärillä laskettuna suurin laajakaistapalveluja tarjoava yritys oli edelleen vuoden 2009 lopussa suurimmaksi nousut TeliaSonera Oyj 34 prosentin markkinaosuudella. Elisa Oyj:n markkinaosuus oli 30, DNA Oy:n 18 ja Finnet-ryhmän yhteenlaskettu markkinaosuus 10 prosenttia. Vuoden 2009 lopusta TeliaSoneran

markkinaosuus nousi kaksi prosenttiyksikköä. DNA:n markkinaosuus säilyi 18 prosentissa, ja Elisan sekä Finnet-ryhmän markkinaosuudet laskivat kumpikin yhden prosenttiyksikön. Muiden laajakaistapalveluja tarjoavien yritysten markkinaosuus oli edelleen 8 prosenttia.



Kuvio 1: Laajakaistaliittymät ja operaattoriryhmien markkinaosuudet 2007 - 2010.

Vuoden 2010 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana laajakaistaliittymien yhteysnopeuksien kannalta koettiin merkittävää siirtymistä nopeampien yhteyksien käyttöön. Vuoden 2010 ensimmäisen vuosipuoliskon lopussa kaikista laajakaistaliittymistä noin 52 prosenttia oli yhteysnopeudeltaan 2 Mbit/s tai sitä nopeampia. Laajakaistaliittymistä yhteysnopeudeltaan tasan tai yli 10 Mbit/s oli noin 13 prosenttia ja tasan

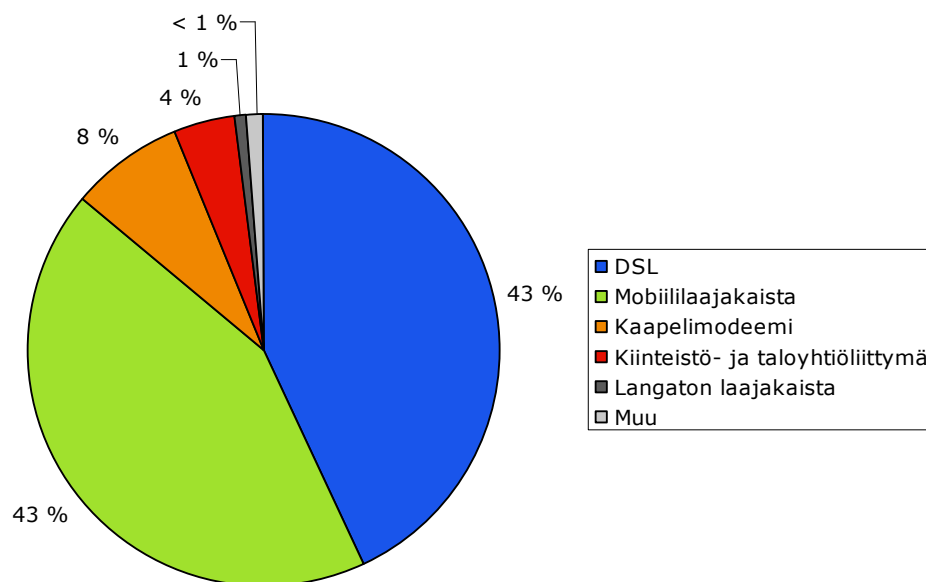
tai yli 100 Mbit/s liittymiä oli 2 prosenttia. Ilman mobiililaajakaistaliittymiä yhteysnopeudeltaan 2 Mbit/s ja sitä nopeampia laajakaistaliittymiä oli noin 70 prosenttia, 10 Mbit/s tai sitä nopeampia liittymiä 23 prosenttia ja 100 Mbit/s tai sitä nopeampia liittymiä 3 prosenttia. Mobiililaajakaistaliittymistä noin 74 prosenttia oli yhteysnopeudeltaan alle 2 Mbit/s.

Vuosi	2007		2008		2009		2010	
Ajankohta	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.	31.12.	30.6.
Alle 2Mbit/s	70 %	54 %	40 %	43 %	39 %	30 %		
2Mbit/s - alle 4Mbit/s		26 %	40 %	50 %	47 %	26 %	22 %	
4Mbit/s - alle 10Mbit/s						19 %	25 %	
10Mbit/s tai yli, mutta alle 25Mbit/s				9 %	9 %	14 %	19 %	
25Mbit/s - alle 100Mbit/s		4 %	6 %			< 1 %	1 %	
Tasan 100Mbit/s tai yli				1 %	1 %	2 %	3 %	

Taulukko 2: Kiinteiden laajakaistaliittymien yhteysnopeuksien kehitys 2007 - 2010.

ADSL- tai muuhun DSL-tekniikkaan perustuvat laajakaistaliittymät olivat yleisimpiä, mutta mobiililaajakaistaliittymiä oli enää noin 10 000 kappaletta vähemmän kuin DSL-tekniikkaan perustuvia liittymiä. DSL-tekniikkaan perustuvien laajakaistaliittymien määrä väheni ensimmäisen puolen vuoden aikana noin 23 000 liittymällä. Vastaavasti mobiililaajakaistaliittymien määrä kasvoi lähes 245 000 liittymällä. Prosentuaalisesti laskettuna, DSL-tekniikkaan perustuvat laajakaistaliittymät

ja mobiililaajakaistaliittymät, kumpikin edustivat noin 43 prosenttia kaikista laajakaistaliittymistä. Kaapelimodeemiliittymien osuus väheni yhden prosenttiyksikön kahdeksaan prosenttiin, vaikka kaapelimodeemiliittymien määrä kasvoi lähes 7 000 liittymällä. Myös kiinteistö- ja taloyhtiöliittymien osuus väheni yhden prosenttiyksikön neljään prosenttiin, vaikka niidenkin määrä kasvoi lähes 11 000 liittymällä.



Kuvio 2: Laajakaistaliittymät liittymätyypeittäin 30.6.2010.

Laajakaistapalvelut ja hinnoittelu

Laajakaistaliittymien kuukausihintojen lasku kiihtyi hieman vuoden ensimmäisellä vuosipuoliskolla. Erityisesti nopeimpien kiinteiden laajakaistaliittymien hinnat laskevat. Mobiililaajakaistoja lukuun ottamatta myös langattomien liittymien hinnat

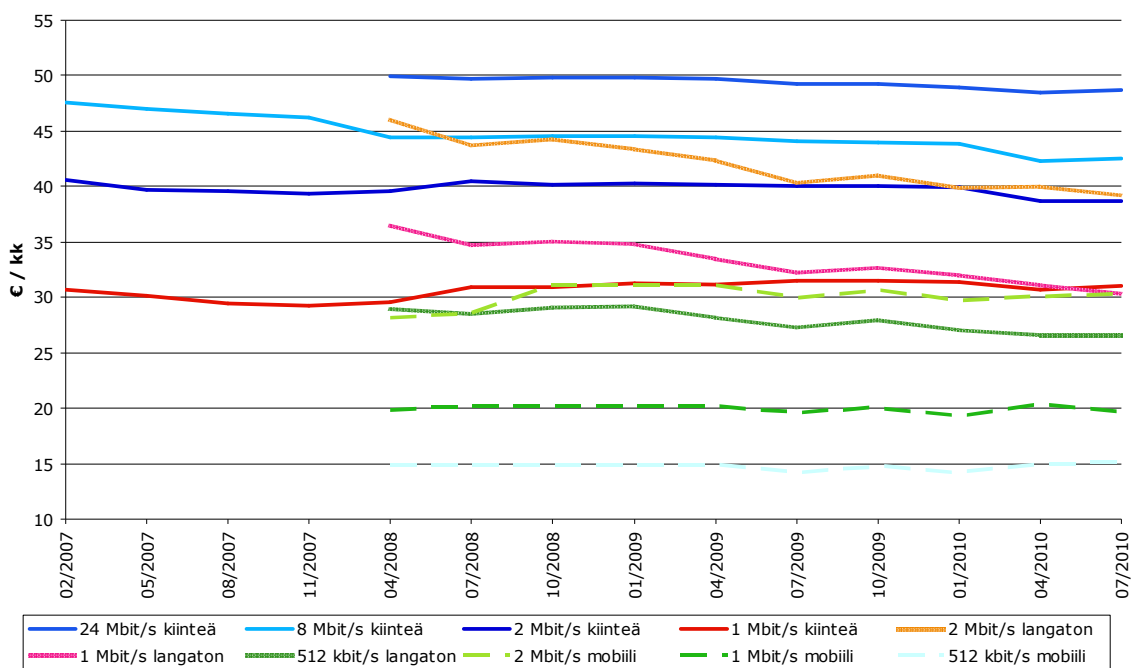
laskivat, mutta mobiililaajakaistaliittymien listahinnat pysyivät vakaina. Heinäkuussa 2010 voimaan tullut arvonlisäverokannan korotus 22 prosentista 23 prosenttiin näkyi hinnoissa pienenä nousuna. Lähes kaikki palveluntarjoajat olivat siirtäneet korotuksen suoraan liittymien hintoihin.

Vuoden 2010 heinäkuussa esimerkiksi teoreettiselta yhteysnopeudeltaan 2 Mbit/s olevan kiinteän tai langattoman laajakaistaliittymän kuukausimaksu oli keskimäärin noin 39 euroa. Yhteysnopeudeltaan vastaavanlaisen mobiililaajakaistaliittymän kuukausimaksu oli huomattavasti alhaisempi keskimäärin noin 30 euroa.

Laajakaistapalvelujen tarjonnassa yhä useammin teleyritysten markkinointi painottuu tarjouskampanjoihin, joissa laajakaistaliittymiä tarjotaan jopa huomattavasti listahintoja matalammalla kuukausihinnalla. Erikoistarjouksilla myydyt laaja-

kaistaliittymät ovat yleensä myös sidottuja määräaikaisiin sopimuksiin, kun listahinnoittelu perustuu pääosin toistaiseksi voimassa oleviin sopimuksiin.

Tarjouskampanjat ja erikoistarjoukset ovat osa teleyritysten kilpailua asiakkaita. Esimerkiksi kevään aikana nähtiin tarjouskampanjoiden ja määräaikaisten sopimusten avulla käytävää hintakilpailua mobiililaajakaistaliittymissä sekä pääkaupunki-seudun kiinteissä laajakaistaliittymissä.

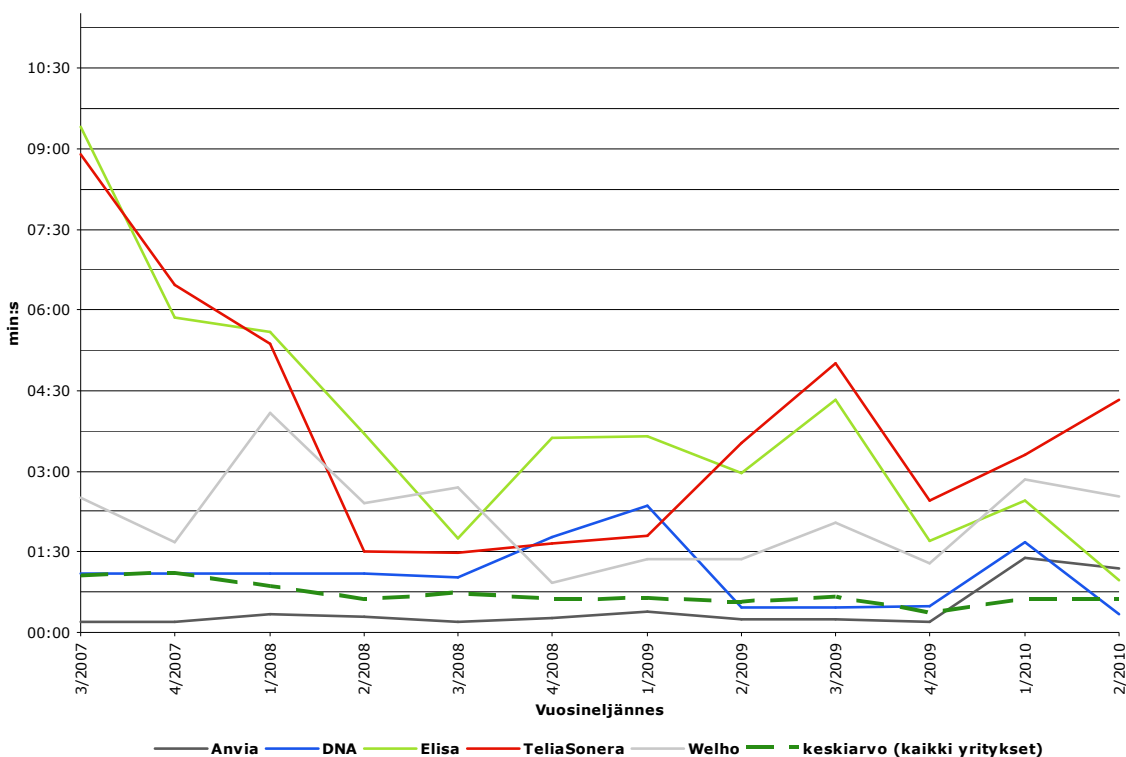


Kuvio 3: Laajakaistaliittymien listahintojen kehitys 02/2007 - 07/2010.

Laajakaistapalveluntarjoajien asiakaspalvelun laatu

Suurimpien laajakaistapalveluja tarjoavien teleyritysten asiakaspalvelun vastausajat olivat ensimmäisen vuosipuoliskon aikana suurin piirtein vuoden 2009 jälkimmäisen

vuosipuoliskon tasolla. Lähes kaikkien teleyritysten keskimääräiset vastausajat olivat alle kolme minuuttia. Edelleen pienissä teleyrityksissä vastattiin keskimääräistä nopeammin asiakaspalveluun tulleisiin soittoihin kuin suurissa teleyrityksissä.



Kuvio 4: Laajakaistayritysten asiakaspalvelun vastausajat.

2.2 Matkaviestinpalvelut

Matkaviestinliittymien lukumäärä kasvoi vuoden 2010 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana noin viisi prosenttia eli noin 370 000 liittymällä. Merkittävä osa kasvusta perustui uusiin mobiililaajakaistaliittymiin, jotka on tarkoitettu ensisijaisesti tiedonsiirtokäyttöön. Suomessa oli kesä-

kuun lopussa jo yli kahdeksan miljoonaa matkaviestinliittymää, joista valtaosa, noin 78 prosenttia, oli kotitalouksien käytössä.

Prepaid-liittymien osuus kaikista matkaviestinliittymistä säilyi noin 10 prosentis-

sa. Voimassa olevia kytkyliittymäsopimuksia oli reilut 1,6 miljoonaa. Kytkyliittymien määrä kasvoi puolen vuoden aikana yli 20

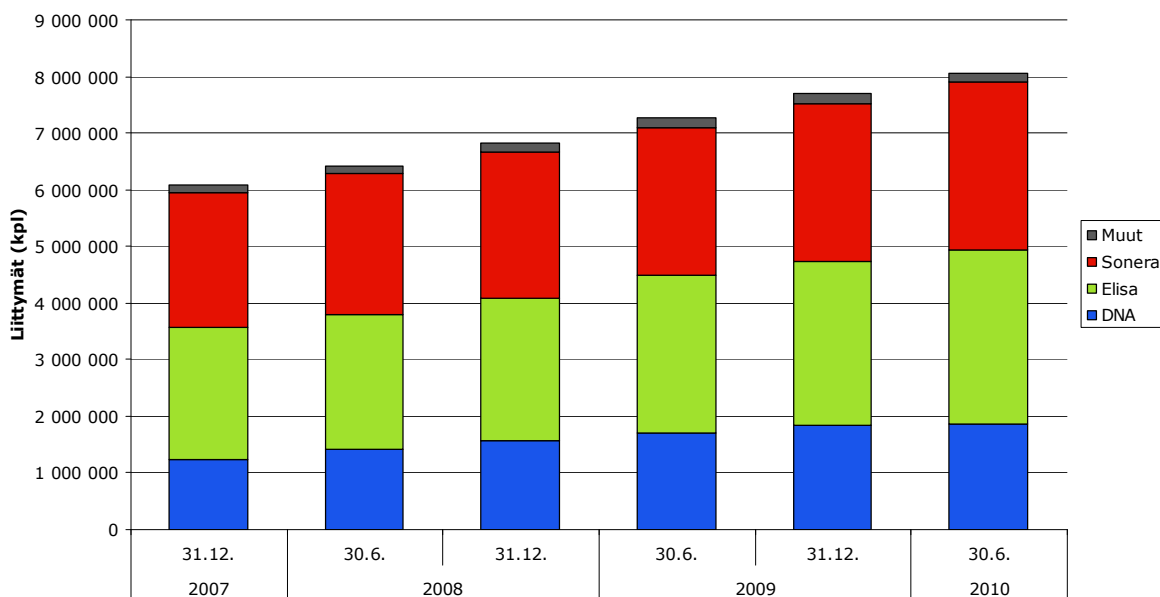
prosenttia eli lähes 300 000 liittymällä. Kaikista matkaviestinliittymistä kytkyliittymien osuus oli noin 20 prosenttia.

Vuosi	2007		2008		2009		2010	
Ajankohta	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu
Matkaviestinliittymät	6 080 000	6 430 000	6 830 000	7 280 000	7 700 000	8 070 000		
Puhelut (kpl)	2 467 000 000	2 472 000 000	2 490 000 000	2 439 000 000	2 547 000 000	2 533 000 000		
Puheluminuutit	6 859 000 000	7 233 000 000	7 315 000 000	7 479 000 000	7 641 000 000	7 900 000 000		

Taulukko 3: Matkaviestinliittymien ja puhelumäärien kehitys 2007 - 2010.

Liittymämäärillä mitattuna Elisa säilyi markkinajohtana, mutta TeliaSonera kuroi hieman eroa. Vuoden 2010 kesäkuun lopussa Elisan markkinaosuus oli 38 ja TeliaSoneran 37 prosenttia, kun vuoden 2009 lopussa vastaavat osuudet olivat 38 ja 36 prosenttia. Markkinaosuudeltaan

kolmanneksi suurimman eli DNA:n markkinaosuus palasi vuoden takaiselle tasolle 23 prosenttiin käytyään vuoden 2009 lopussa prosenttiyksikköä korkeammalla. Muiden yritysten yhteenlaskettu markkinaosuus säilyi kahdessa prosentissa.



Kuvio 5: Matkaviestinliittymät ja markkinaosuudet 2007 - 2010.

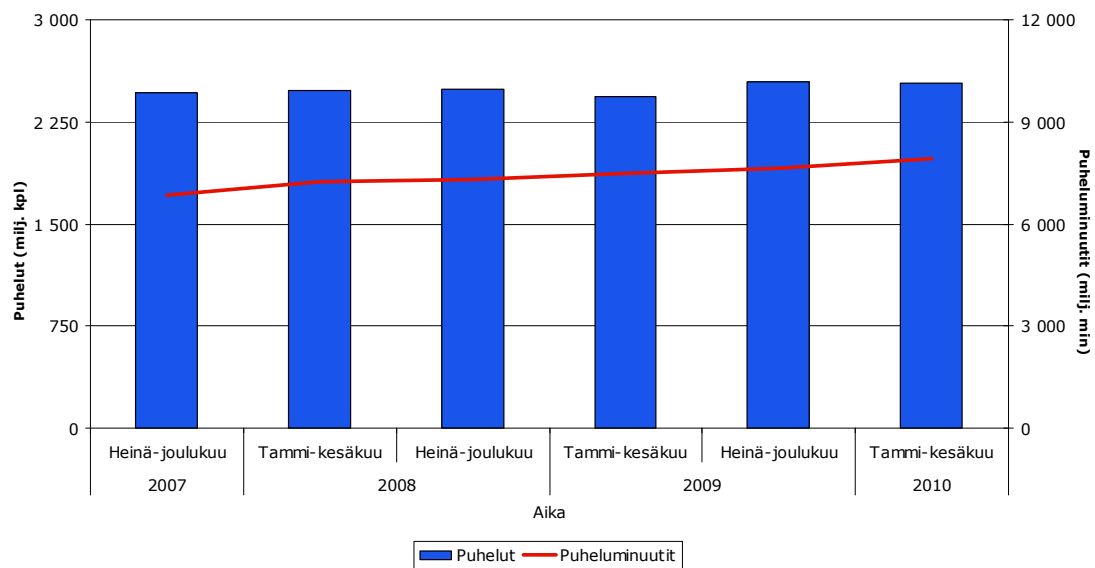
Numpac Oy:n numeronsiirtotilastojen mukaan vuoden 2010 alkupuoliskolla numeronsiirtoja tehtiin noin seitsemän prosenttia vähemmän edellisen vuoden vastaa-

vaan ajanjaksoon verrattuna. Vuoden 2010 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana matkapuhelinnumeroita siirrettiin reilut 290 000 kappaletta. Liittymämääriin suh-

teutettuna numeronsiirtoja tehtiin 3,6 kappaletta sataa liittymää kohden, kun vastaavaan aikaan vuonna 2009 numeronsiirtoja tehtiin 4,2 kappaletta sataa liittymää kohden.

Soitettujen puhelujen määrä pysyi lähes vuoden 2009 lopun tasolla, mutta soitet-

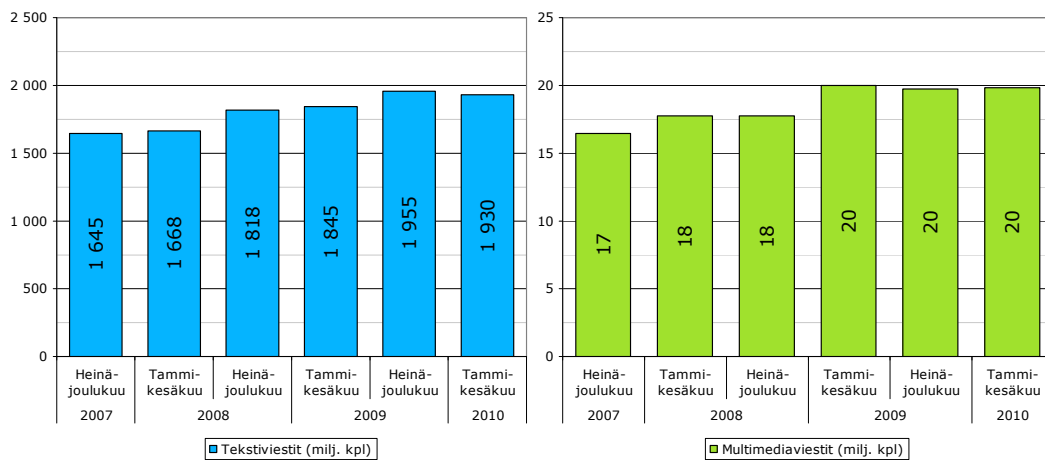
tujen puheluminuuttien määrä kasvoi kolmella prosentilla vuoden 2010 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana. Keskimääräinen matkapuhelun kesto ylsi jo kolmeen minuuttiin ja seitsemään sekuntiin, kun se puolta vuotta aiemmin oli noin viisi sekuntia lyhyempi.



Kuvio 6: Matkapuhelut 2007 - 2010.

Tekstiviestejä lähetettiin alkuvuonna reilut 1,9 miljardia, mikä oli runsaan yhden prosentin vähemmän kuin edeltävänä puolivuotisjaksona. Lähetettyjen multime-

diaviestien määrä pysyi vuoden 2009 jälkimmäisen vuosipuoliskon tasolla eli hie- man vajaassa 20 miljoonassa kappalees- sa.



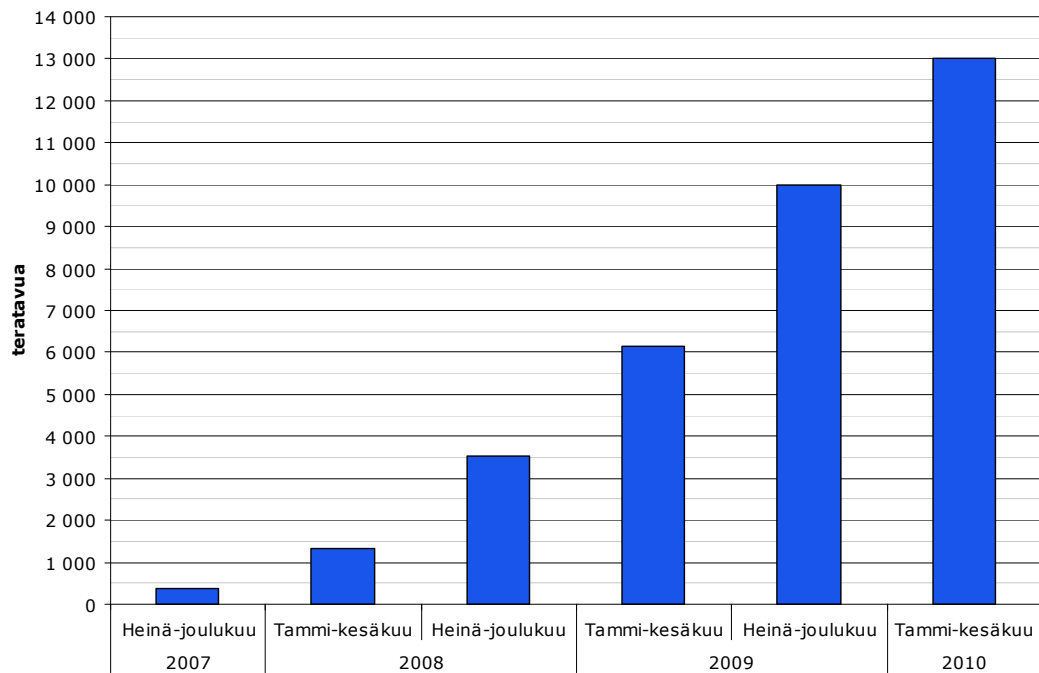
Kuvio 7: Lähetetyt SMS- ja MMS-viestit 2007 - 2010.

Vuosi	2007		2008		2009		2010	
Ajankohta	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu
SMS (milj. kpl)	1 645	1 668	1 818	1 845	1 955	1 930		
MMS (milj. kpl)	17	18	18	20	20	20		

Taulukko 4: Lähetetyt SMS- ja MMS-viestit 2007 - 2010 (milj. kpl).

Matkaviestinverkoissa siirretyn dataliikenteen määrä jatkoi voimakasta kasvuun. Matkaviestinverkossa siirretty datamäärä oli vuoden 2010 alkupuoliskolla 30 prosenttia suurempi kuin vuoden 2009 lop-

pupuoliskolla. Vuoden 2010 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana matkaviestinverkossa siirrettiin noin 13 000 teratavua, kun koko vuoden 2009 aikana siirrettiin noin 16 000 teratavua.



Kuvio 8: Matkaviestinverkoissa siirretyn dataliikenteen määrä 2007 - 2010.

Matkaviestinpalvelut ja hinnoittelu

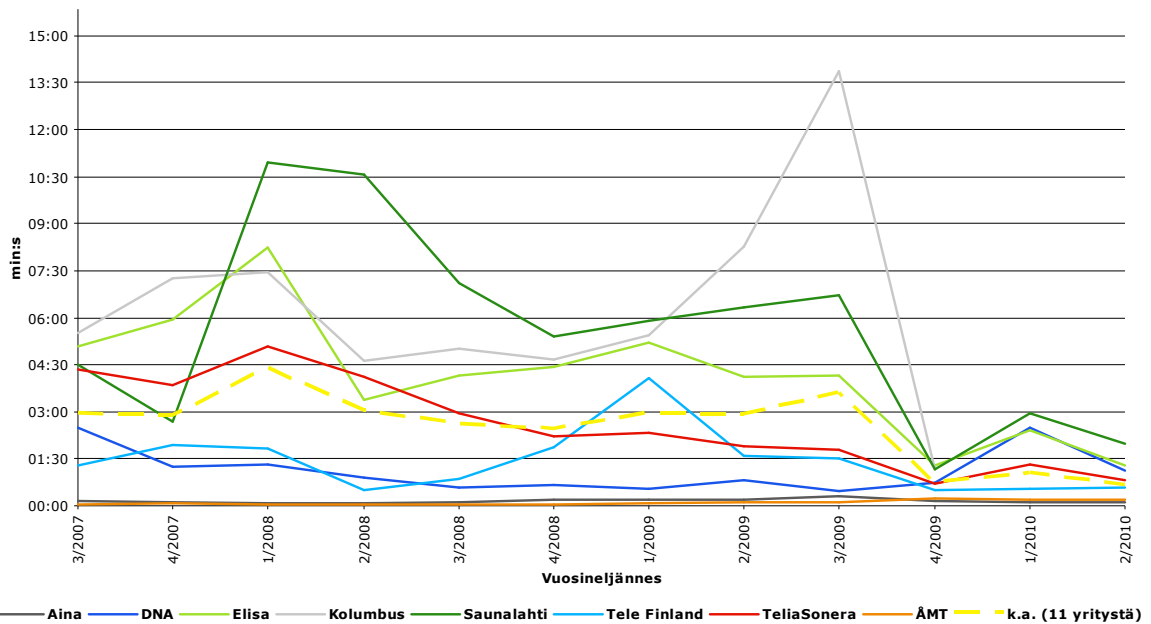
Matkapuhelujen ja viestipalvelujen listahinnat ovat hyvin vakiintuneita. Muutoksia hinnoissa on nähtävissä lähinnä erilaisten puhe- ja tekstiviestipakettien ja muiden lisätujen muodossa. Lähes kaikki palveluntarjoajat olivat huomioineet heinäkuussa 2010 voimaan tulleen arvonlisäveron korotuksen hinnastoissaan hinnan nostona.

Matkapuhelinliittymän yhteyteen saatavien perustason tiedonsiirtopalvelujen hinnat ovat laskeneet mobiililaajakaistaliittymien hintakilpailun myötä. Usein käyttäjän on kannattavaa hankkia kiinteällä kuukausihinnalla tarjottu tiedonsiirtopal-

velu, jos matkapuhelinta käytetään aktiivisesti tiedonsiirtoon, kuten esimerkiksi sähköpostien lukuun ja www-sivujen selaamiseen.

Matkaviestinverkon asiakaspalvelun laatu

Vuoden 2010 ensimmäisen puolen vuoden aikana matkaviestinpalvelua tarjoavien teleyritysten asiakaspalvelun vastausajat kehittivät edelleen myönteiseen suuntaan vuoden 2009 lopun tilanteesta. Vuoden 2010 kahden ensimmäisen kvartaalin aikana matkaviestinyritysten keskimääräiset asiakaspalvelun vastausajat olivat alle kolme minuuttia.

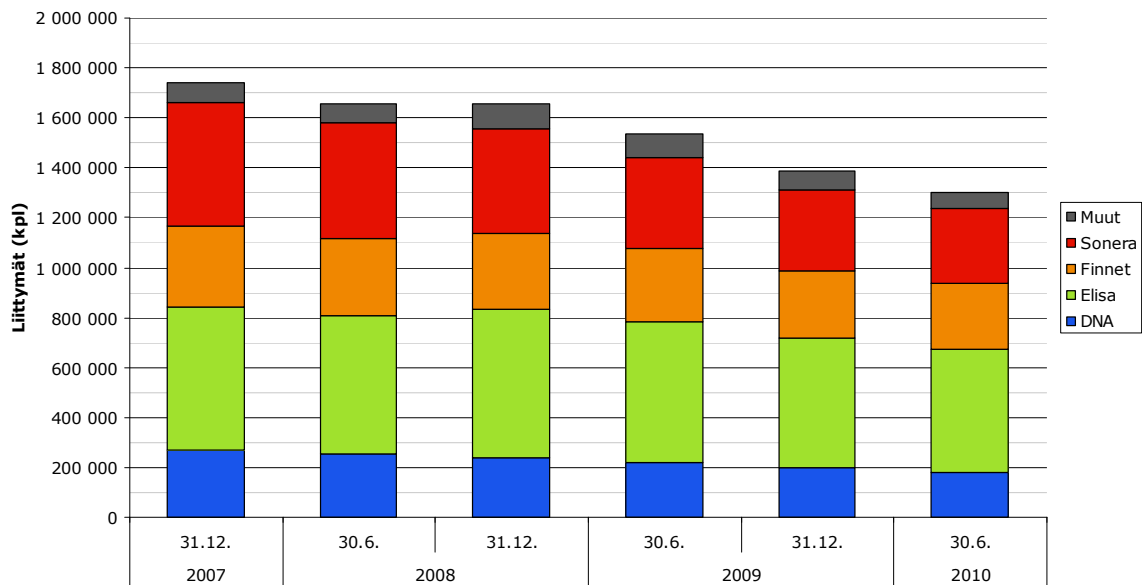


Kuvio 9: Matkaviestinoperaattoreiden asiakaspalvelun vastausajat.

2.3 Kiinteän puhelinverkon palvelut

Kehitys kiinteän puhelinverkon palvelujen osalta jatkui laskusuuntaisena vuoden 2010 ensimmäisellä vuosipuoliskolla, jolloin kiinteiden liittymien määrä laski vajaat kuusi prosenttia. Vuoden 2010 kesäkuun lopussa Suomessa oli hieman vajaat

1,4 miljoonaa kiinteän puhelinverkon liittymää. Luku sisältää perinteisten kiinteän verkon liittymien lisäksi teleyritysten tarjoamat maksulliset VoIP-liittymät, joiden määrässä ei tapahtunut merkittävää muutosta alkuvuoden aikana.



Kuvio 10: Kiinteän verkon liittymät ja markkinaosuudet operaattoriryhmittäin 2007 - 2010.

Vuoden 2010 kesäkuun lopussa Elisa oli liittymämäärillä laskettuna suurin 38 prosentin markkinaosuudella. TeliaSoneran markkinaosuus oli 22, Finnet-ryhmän 20 ja DNA:n 14 prosenttia. Markkinaosuukissa ei tapahtunut merkittäviä muutoksia. Finnet-ryhmän markkinaosuus kasvoi yh-

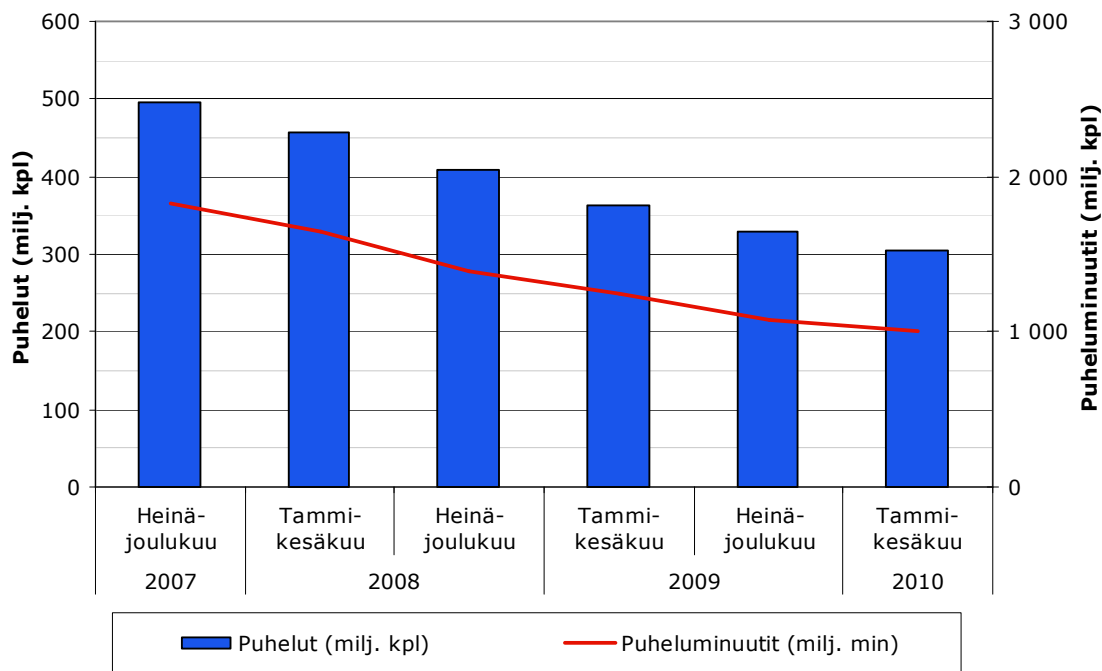
den ja vastaavasti TeliaSoneran markkinaosuus laski yhden prosenttiyksikön. Elisän ja DNA:n markkinaosuudet pysyivät vuoden 2009 lopun tasolla. Muiden itsenäisten palveluoperaattorien yhteenlaskettu markkinaosuus pysyi kuudessa prosentissa.

Vuosi	2007		2008		2009		2010	
	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu	Heinä-joulukuu	Tammi-kesäkuu
Kiinteän verkon liittymät	1 740 000	1 650 000	1 650 000	1 530 000	1 430 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000
Puhelut (kpl)	495 000 000	458 000 000	409 000 000	363 000 000	329 000 000	304 000 000	304 000 000	304 000 000
Puheluminuutit	1 827 000 000	1 644 000 000	1 396 000 000	1 244 000 000	1 077 000 000	998 000 000	998 000 000	998 000 000

Taulukko 5: Kiinteän puhelinverkon liittymien ja puhelumäärien kehitys 2007 - 2010.

Aiempien vuosipuoliskojen tapaan kiinteän puhelinverkon puheluminuutit ja -kappaleet ovat laskeneet vielä liittymämääräkin voimakkaammin. Kiinteästä verkosta soitettut puheluminuutit vähenivät vuoden

2010 alkupuoliskon aikana reilut seitsemän ja puhelukappaleet vajeat kahdeksan prosenttia. Näin ollen keskimääräiseksi puhelun kestoksi muodostui kolme minuuttia 17 sekuntia.



Kuvio 11: Kiinteän verkon puhelut 2007 - 2010.

2.4 Tulot ja investoinnit

Tulot

Suomessa toimivien teleyritysten yhteenlaskettu liikevaihto vuonna 2009 oli reilut 4,7 miljardia euroa. Tästä noin 80 prosenttia eli vajaat 3,8 miljardia euroa muodostui kiinteän verkon ja matkaviestinverkon tukku- ja vähittäispalvelujen liikevaihdosta. Loput reilut 0,9 miljardia euroa muodostuivat muun muassa laitemyynnistä ja kaapelitelevisiotoiminnasta. Puhelinverkoista saadut tulot jakautuivat siten, että matkapuhelinverkosta saatu liikevaihto oli noin 55 prosenttia ja kiinteän puhelinverkon vastaavasti 45 prosenttia. Tar-

kasteltaessa pelkästään vähittäispalveluita saatua liikevaihtoa ero on pienempi matkapuhelinpalvelujen liikevaihdon ollessa 52 ja kiinteän verkon palvelujen 48 prosenttia.

Vähittäispalveluista saadut tulot olivat yhteensä noin 2,9 miljardia euroa, josta noin kolmannes koostuu tiedonsiirtopalveluista saaduista tuloista. Kiinteän verkon osalta tiedonsiirtopalvelut muodostivat yli puolet liikevaihdosta, kun taas matkaviestinverkossa niiden osuus oli vain reilu kymmenesosa. Vähittäispalvelujen liikevaihdosta lähes puolet muodostui kotitalouksille

myydyistä palveluista ja loput yrityksille myydyistä palveluista. Kotitalouksilta saaduista tuloista suurin osa kertyi matkaviestinverkon palveluista, kun yritysasiakailta saaduista tuloista valtaosa kertyi kiinteän verkon palveluista.

Televerkkojen liikevaihdosta hieman alle neljännes koostui tukkupalvelujen myynnistä. Tukkupalveluista saadut tulot olivat matkaviestinverkon osalta noin 0,6 miljardia euroa eli selvästi suuremmat kuin kiinteässä puhelinverkossa, jonka osalta

ne olivat alle 0,3 miljardia euroa. Tukkupalvelut ovat teleyritysten toisilleen myymiä palveluja, joita käytetään muiden telepalvelujen tarjoamiseen. Jotta teleyritys voisi esimerkiksi tarjota kiinteää internetyhteyspalvelua toisen teleyrityksen omistaman televerkon alueella ilman oman verkon rakentamista, sen on vuokrattava tukkutuotetta alueen teleyritykseltä. Verkon vuokrauksen lisäksi toisen merkittävän tukkumyyntierän muodostavat yhdysliikennemaksut.

Liikevaihto (miljoonaa euroa)		2009
Teleritysten yhteenlaskettu liikevaihto		4 730
Tulot kiinteästä televerkosta		1 690
	Tulot vähittäispalveluista	1 410
	Tulot tukkupalveluista	280
Tulot matkaviestinverkosta		2 100
	Tulot vähittäispalveluista	1 500
	Tulot tukkupalveluista	600
Tulot muusta toiminnasta yhteensä*		940

* muu toiminta sisältää tulot KTV-, TV- ja radio-ohjelmajakelupalveluista, laitemyynnistä sekä muusta toiminnasta.

Taulukko 6: Teleyritysten liikevaihto vuonna 2009.

Toteutuneet investoinnit

Teleyritykset investoivat käyttöomaisuuteen ja muihin pitkäaikaisiin sijoituksiin vuonna 2009 yhteensä noin 580 miljoonaa euroa. Kokonaisinvestoinnit olivat noin 12,3 prosenttia teleyritysten kokonaisliikevaihdosta. Investoinnit sisältävät sekä aineelliset ja aineettomat investoinnit.

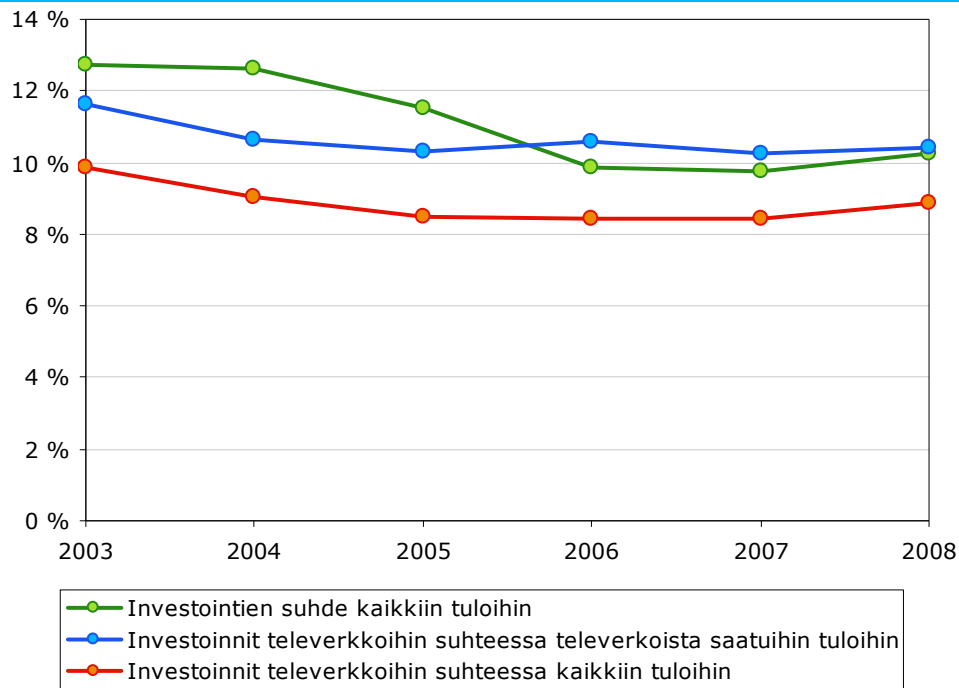
Televerkkoihin investoitiin noin 380 miljoonaa euroa, josta kiinteisiin televerkkoihin noin 60 prosenttia ja matkaviestinverkkoihin noin 40 prosenttia. Televerkkojen ohella teleyritykset investoivat muun muassa televisioverkkoihin sekä lisä- ja oheispalvelujen tarjontaan.

Investoinnit (miljoonaa euroa)	2009
Investoinnit käyttöomaisuuteen ja muihin pitkäaikaisiin sijoituksiin	580
Investoinnit televerkkoihin	380
Investoinnit kiinteään televerkkoon	230
Investoinnit matkaviestinverkkoon	150
Muut investoinnit	200

Taulukko 7: Teleyritysten tekemät aineelliset ja aineettomat investoinnit vuonna 2009.

Teletoimialalla investoinnit ovat pitkäkestoisia ja ne toteutetaan useamman vuoden sykleissä, ja siksi investointikehitystä tulisikin arvioida pidemmällä aikavälillä. Teleyritysten aineellisten investointien osuus suhteessa kokonaisliikevaihtoon on vaihdellut vuosina 2003–2005 reilusta 11 noin 13 prosenttiin, kun vastaavasti vuosina 2006–2008 osuus on pysynyt noin 10 prosentin tasolla. Toisaalta, kun verrataan

televerkkoihin tehtyjä aineellisia investointeja näistä saatuihin tuloihin, vuosittainen vaihtelu on ollut vähäisempää. Rahamääräisesti vuosina 2003 ja 2004 tehdyt aineelliset investoinnit olivat kuitenkin merkittävästi suurempia suhteessa seuraaviin vuosien vuosittaisiin investointeihin.



Kuvio 12: Teleyritysten aineellisten investointien suhde tuloihin vuosina 2003–2008. (Lähde: Tilastokeskus, Televiestintätalastot).

Investointimahdollisuudet ja tarpeet

Viestintäviraston investointiseurannan kohderyhmänä ovat kaikki Suomen teleyritykset. Investointiseurannassa lähempään tarkasteluun on valittu 11 suurinta teleyritystä teletoininnan liikevaihdolla ja kokonaisliikevaihdolla mitattuna. Näiden yritysten teletoininnan yhteenlaskettu liikevaihto muodostaa yli 90 prosenttia Suomen kaikkien teleyritysten teletoininnan liikevaihdoista, joten näiden taloudellisia tunnuslukuja tarkastelemalla saadaan kattava kuva koko toimialan investointikäyttäytymisestä.

järjestyksessä: TeliaSonera Finland Oy (jäljempänä TSF), Elisa Oy (Elisa), DNA konserni (DNA), Sanoma Television Oy (Sanoma), Anvia konserni (Anvia), Pohjanmaan Puhelin PPO konserni (PPO), TDC Oy Finland (TDC), Digita Oy (Digita), Aina konserni (Aina), Kymen Puhelin Oy (KYMP), ja Salon Seudun Puhelin konserni (SSP). Viestintävirasto seuraa vuosittain suurimpien teleyritysten investointimahdollisuuksia ja -tarpeita ja niissä tapahtuvaa kehitystä. Investointeihin on otettu mukaan kaikki bruttomääräiset investoinnit, ja investointeja ei ole eroteltu aineellisiin tai aineettomiin investointeihin.

Investointiseurantaan valitut yritykset ovat kokonaisliikevaihtonsa mukaisessa

Tilinpäätöstiedot 2009, M€	T-S¹	Elisa	DNA	Sanoma	Anvia	PPO	TDC	Digita²	Aina	KYMP	SSP
liikevaihto	3 114	1 430	652	144	103	102	88	87	82	39	35
investoinnit, 3 vuoden keskiarvo	801	187	94	13	17	33	8	19	6	8	24
investointiaste, 3 vuoden keskiarvo	28 %	13 %	15 %	9 %	19 %	45 %	9 %	19 %	7 %	20 %	76 %
suunnitelman mukaiset poistot	422	216	116	11	12	9	9	9	6	7	3
kirjanpidon tulos	1 105	176	-57	17	8	10	7	5	-6	1	0
tasearvo	10 021	1 965	772	128	139	174	88	172	73	63	81
rahoitustulos	1 700	393	154	34	20	18	15	35	0	7	5
tasesubstanssi	7 335	899	425	81	68	137	61	139	-22	54	73
korolliset nettovelat	-39	719	173	0	-32	-12	-32	-40	67	-19	-19
sijoitetun pääoman tuotto	22 %	17 %	9 %	30 %	9 %	8 %	10 %	23 %	-9 %	3 %	4 %
omavaraisuusaste	80 %	46 %	55 %	68 %	79 %	89 %	75 %	81 %	-19 %	86 %	91 %
liikevaihdon kasvu %, 3 vuoden keskiarvo	8 %	-2 %	20 %	4 %	12 %	61 %	2 %	-4 %	33 %	8 %	-8 %
luottoluokitus	AAA	AAA	AAA*	AAA	AAA	AA+	AAA	AAA	A+	AAA	AAA

¹Tilinpäätöstiedot 31.12.2008 ²Tilinpäätöstiedot 31.3.2009

* Luottoluokitus vuoden 2008 tilinpäätöstietojen mukaan.

Taulukko 8: Suurimpien teleyritysten tilinpäätöstietoja vuodelta 2009 sekä luottoluokitukset, (Lähde Balance Consulting ja Suomen Asiakastieto Oy).

Teletointi on luonteeltaan hyvin investointi-intensiivistä, ja toimialan yritysten investointiaste eli investointien suhde liikevaihtoon on erittäin suuri verrattuna kaikkien suomalaisten yritysten investointiasteeseen. Perustuen Balance Consultingin

tietoihin suomalaisten teleyritysten investointiasteiden mediaani televiestinnän toimialalla oli vuosina 2007–2009 keskimäärin 11,7 prosenttia, kun vastavasti Suomen kaikkien yritysten investointiasteen mediaani oli 1,2 prosenttia.

Balance Tilaston toimialatietoa, vuoden 2009 tiedot	toimialan mediaani	kaikkien yritysten mediaani
investointiaste, 3 vuoden keskiarvo	11,7 %	1,2 %
sijoitetun pääoman tuotto	6,8 %	11,4 %
omavaraisuusaste	75,8 %	46,0 %
liikevaihdon kasvu %, 3 vuoden keskiarvo	2,3 %	1,4 %

Taulukkoon on koottu Balance Tilastosta saadut televiestinnän toimialan sekä vertailun vuoksi kaikkien yritysten tunnuslukujen ja investointiasteiden mediaanit vuodelta 2009-2007.

Taulukko 9: Televiestinnän toimialan ja kaikkien Suomen yritysten tilinpäätösten tunnuslukuja 2009 (Lähde: Balance Consulting).

Alan investointien kannalta keskeiset tilinpäätös- ja tunnusluvut on saatu Balance Consultingin oikaistuista tilinpäätösanalyysistä. Luottoluokitukset perustuvat Suomen Asiakastieto Oy:n Rating Alfa -raportteihin. TSF:n konsernitilinpäätöstiedoissa on huomioitava, että lukuihin sisältyy Suomen toimintojen lisäksi monien muiden ulkomaisten konserniyhtiöiden tilinpäätöstiedot¹.

Yritysten kannattavuus, omavaraisuusaste ja luottoluokitus olivat lähes kaikilla 11 yrityksellä erittäin hyvät. Ainan sijoitetun pääoman tuotto oli ainoana tarkasteltavista yrityksistä negatiivinen. PPO ja SSP olivat liikevaihtoonsa nähden investoineet

selvästi eniten viimeisen kolmen vuoden aikana.

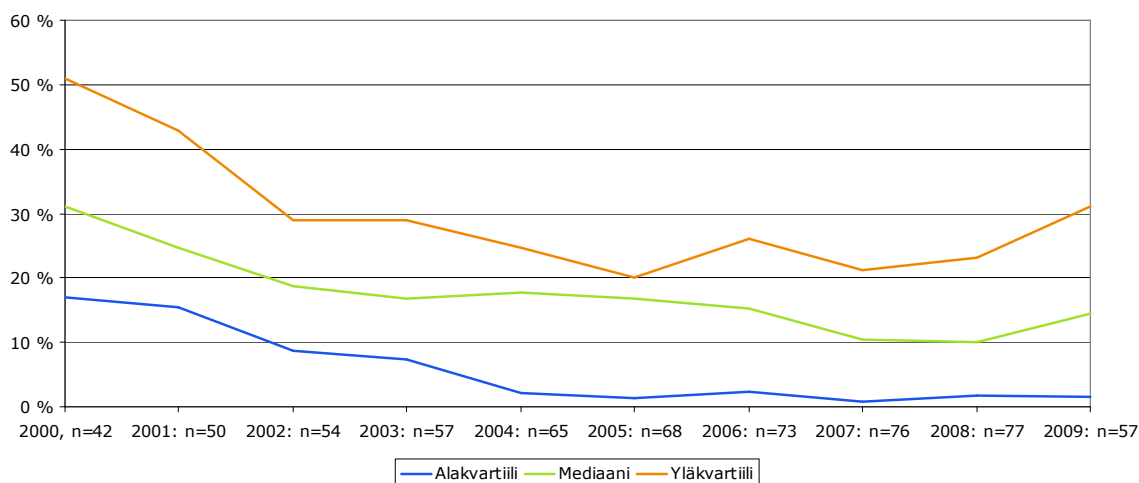
Huomiota herättää lähes kaikkien tarkasteltavien teleyritysten vahvat tasesubstanssit, jotka kuvaavat yritysten omien varojen määrää. Vahva tasesubstanssi toimii tappiopuskurina huonojen vuosien eli perättäisten tappiollisten ajanjaksojen varalle.

Verrattuna kaikkien yritysten mediaanitietoihin, teleyritysten investointi-intensiivisyyden lisäksi televiestinnän toimialan yrityksiä kuvaa korkea omavaraisuusaste. Sijoitetun pääoman tuoton mediaani ei kuitenkaan ole yhtä korkea kuin kaikilla yrityksillä Suomessa.

¹ TSF:n konsernitilinpäätökseen sisältyvät yhtiöt, jotka emoyhtiö TeliaSonera Finland Oyj omistaa suoraan tai välillisesti yli 50 % osakkeista ja äänimäärästä sekä osuudet pää-osuusmenetelmän mukaisesti niistä yhtiöistä, joista emoyhtiö omistaa 20 - 50 % osakkeista ja äänivallasta.

Balance Consulting on seurannut televiestintätoimialan investointiasteen medianin ja sen ylä- ja alakvartiilin kehittymistä 2000-luvulla. Lukujen perusteella televiestintätoimialan sisällä yrityksillä on suuria eroja investointiasteen suuruudessa. Erot ylä- ja alakvartiilin välillä ovat ol-

leet tällä vuosikymmenellä noin 20 prosenttiyksikköä. Investointiaste televiestintätoimialalla on laskenut vuosittain vuoden 2000 huippulukemista aina vuoteen 2007 asti. Parina viime vuonna investointiaste on kvartiilista riippuen joko pysynyt paikallaan tai noussut.



Kuvio 13: Televiestintätoimialan investointiaste 2000-luvulla eri kvartiileissa. Lähde: Balance Consulting.

Valittujen yhdentoista yrityksen investointimahdollisuuksia on arvioitu vertaamalla yrityksen hallussa olevaa rahamäärää keskimääräisiin investointeihin, jotka yritys on tehnyt viimeisen kolmen vuoden aikana. Mitä suurempi rahamäärä yrityk-

sellä on hallussaan verrattuna aiemmin tehtyihin investointeihin, sen paremmat mahdollisuudet yrityksellä on tehdä investointeja. Rahamäärä on laskettu seuraavan kaavan mukaisesti:

$$\text{Rahamäärä} = \text{rahoitustulos} + \text{tasesubstanssi} - \text{korolliset nettovelat} - \text{laskennallinen omistajien tuotto-osuus (10 \% tasesubstanssista)}.$$

Investointitarvetta voidaan arvioida suhdeluvulla, jossa verrataan edellisen kolmen vuoden keskimääräistä toimialan kaikkien yritysten investointiasteiden mediaania yrityksen omaan kolmen vuoden keskimääräiseen investointiasteeseen. Mi-

tä suurempi on toimialan investointiaste yrityksen omaan investointiasteeseen verrattuna, sitä suurempi on yrityksen tarve investoida.

On syytä huomioida, että valitut mittarit ovat suuntaa-antavia. Niiden tarkoitus on antaa mahdollisimman yksinkertainen, mutta kuitenkin kuvaava käsitys teleyri-tysten investointimahdollisuuksista ja -

tarpeista. Mittarit on kehitetty Viestintävi-
raston investointien kehityksen seurannan
tarpeisiin yhteistyössä Balance Consultin-
gin kanssa.

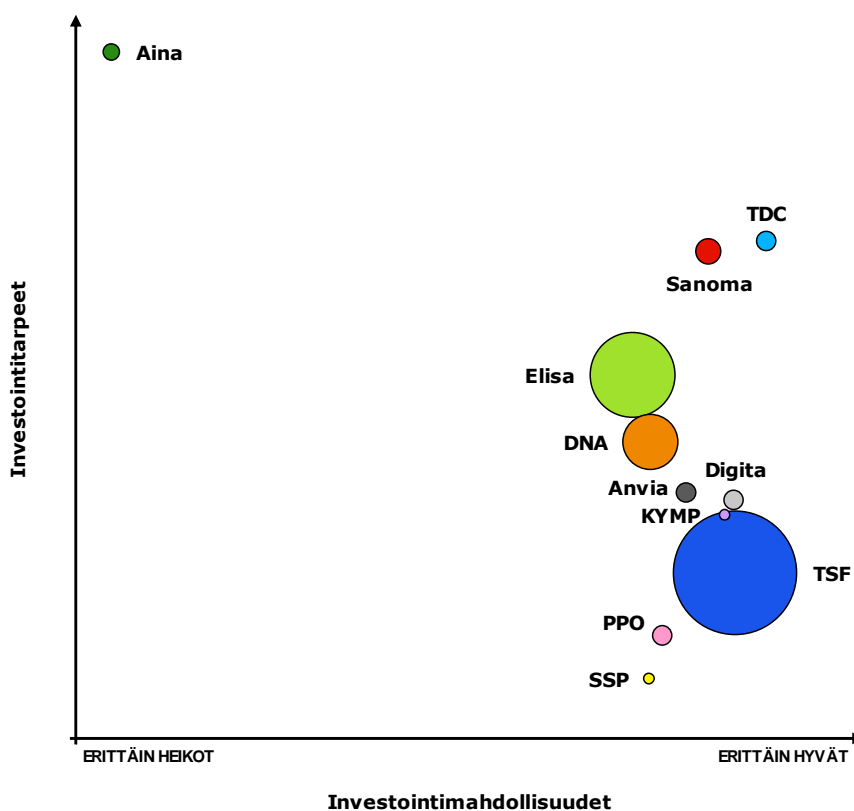
Investointimahdollisuuden ja -tarpeiden tunnusluvut	T-S	Elisa	DNA	Sanoma ¹	Anvia	PPO	TDC	Digita	Aina	KYMP	SSP
investointimahdollisuudet	10,4	2,6	3,9	8,2	6,5	4,7	13,0	10,2	-15,5	9,5	3,7
investointitarpeet	0,4	0,9	0,8	1,2	0,6	0,3	1,3	0,6	1,8	0,6	0,2

Investointimahdollisuuksien luokittelu: alle 0,5, erittäin vaikeat, 0,5 - 1 vaikeat, 1 - 1,5 kohtalaiset, 1,5 - 2 hyvät ja yli 2,5 erittäin hyvät, investointitarpeiden luokittelu: alle 0,7 vähäiset, 0,7 - 1,5 kohtalaiset ja yli 1,5 suuret. ¹Sanoma Televisio Oy:n tiedoista puuttuvat korolliset nettovelat, joten ne on oletettu nollassi.

Taulukko 10: Suurimpien teleyri-tysten investointimahdollisuudet ja -tarpeet.

Yhteenvetona voidaan todeta, että valittujen yhdentoista suurimman teleyri-tyksen mahdollisuudet investoida ovat rahoituk-sellisesti lähes kaikilla erittäin hyvät. Muu-

tama vuosi sitten liikevaihtonsa kaksinker-taistaneen Ainan investointimahdollisuu-det ovat näillä mittareilla selvästi muita heikommat.



Kuvio 14: Teleyri-tysten investointimahdollisuudet ja investointitarpeet.

Teletuotantialalla investoinnit ovat myös luonteeltaan syklisiä ja siitäkin syystä investointitarpeet vaihtelevat. Jos yritys on hiljattain tehnyt suuria investointeja, ei sillä ole välttämättä tarvetta lähitulevaisuudessa tehdä kuin vaadittavia korvausinvestointeja. Esimerkiksi SSP oli investoinut vuonna 2007 liikevaihtoonsa nähden puolitoistakertaisen (160 %) rahamäärän ja vuonna 2008 sekä 2009 sen investoinnit olivat yli kolmasosan (36 % ja 44 %) kyseessä olevien vuosien liikevaihdosta. Tämän perusteella voidaan arvioida, että yrityksellä ei juuri tällä hetkellä ole suuria investointitarpeita, vaikka muiden teleyri-

tysten tapaan sen investointimahdollisuudet ovat erittäin hyvät. Suurimmat investointitarpeet ovat Ainalla, Sanomalla ja TDC:llä.

Rahoituksellisesti hyvät mahdollisuudet investointeihin eivät kuitenkaan vielä takaa investointeja, sillä niiden tekemiseen vaikuttavat myös lukuiset muut yrityksen omaan strategiaan ja toimintaympäristöön liittyvät tekijät. Yrityksillä tulee olla vahva näkemys siitä, että uusinvestoinnit ovat sille kannattavia ennen kuin nämä investoinnit toteutuvat.

3. VIESTINTÄPALVELUJEN JA AUDIOVISUAALISTEN SISÄLTÖJEN KULUTTAMINEN IKÄRYHMITÄIN

Tässä luvussa esitetyt tulokset perustuvat Viestintäviraston teettämiin Suomalaiset viestintäpalvelujen käyttäjinä ja Telepalvelujen käyttö -tutkimuksiin sekä Audiovisuaalisten mediapalvelujen käyttötutkimukseen, jotka kaikki toteutettiin vuonna 2009.

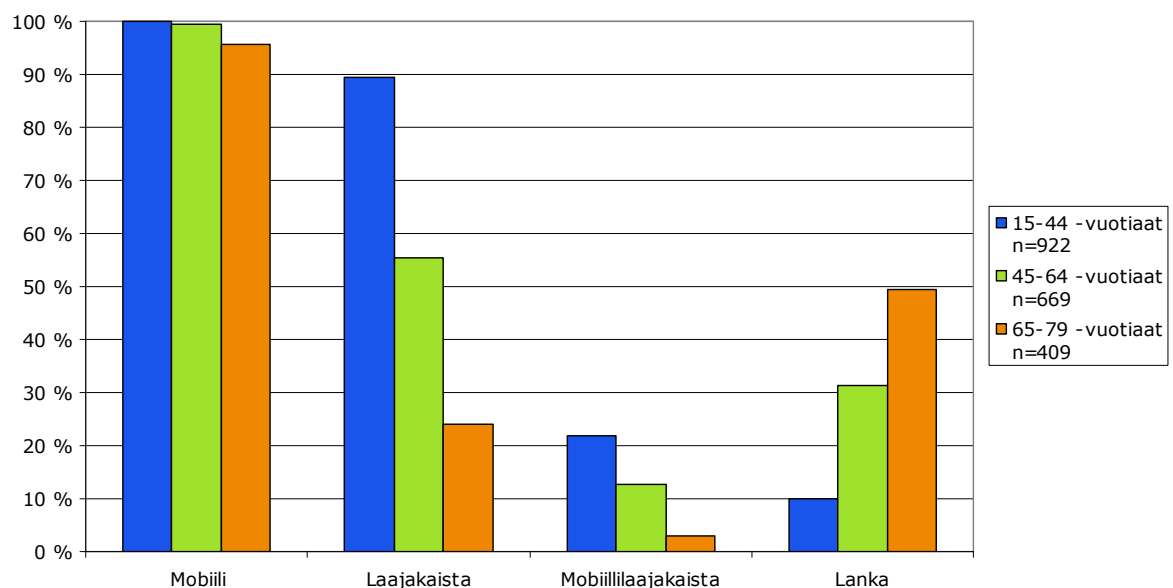
Kahden ensin mainitun tutkimuksen aiheistot on kerätty puhelinhaastatteluina, joiden kohderyhmänä olivat 15 - 79 -vuotiaat suomalaiset kuluttajat. Kummankin tutkimuksen otoskoko oli 2 000 henkilöä.

Audiovisuaalisten sisältöpalvelujen käyttöä koskeva tutkimus rajattiin koskemaan

15 - 65 -vuotiasta väestöä. Laajakaistan yleisyys laskee merkittävästi 65 vuotta täyttäneiden talouksissa, jolloin tutkimuksessa käsiteltyjen palvelujen käyttämiseen ei usein ole mahdollisuutta. Tutkimus on toteutettu internetkyselynä ja sen kokonaisvastaajamäärä oli 4 399.

Telepalvelujen käytön yleisyys kotitalouksissa

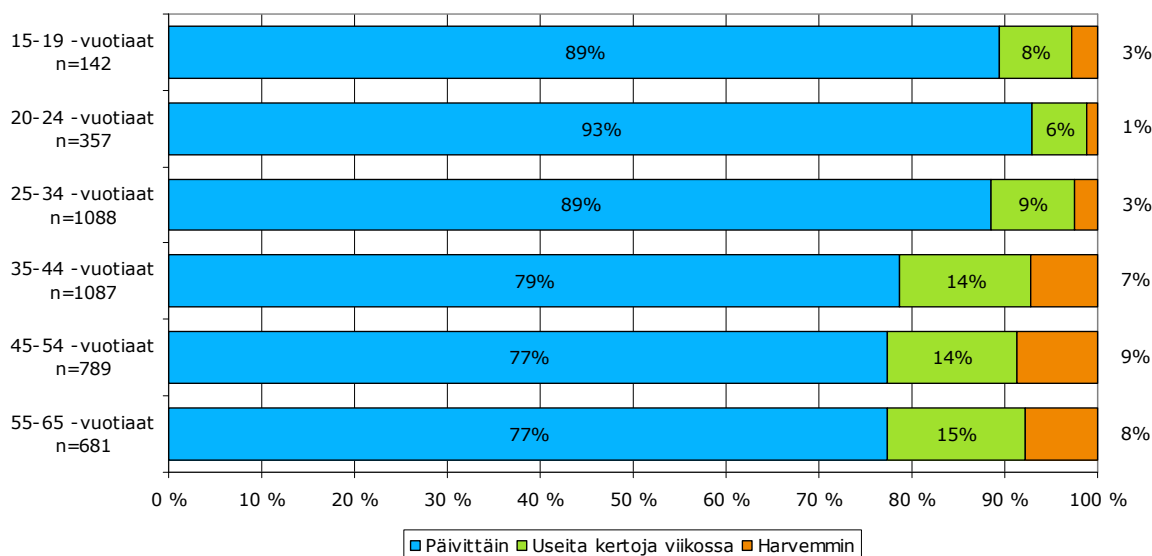
Erilaisten telepalvelujen käyttö vaihtelee huomattavasti eri ikäryhmien välillä. Ikäryhmittäiset erot korostuvat erityisesti internetyhteyden ja lankapuhelimen käytön levinneisyyksissä eli penetraatioissa, jotka ovat eri ikäluokissa toisilleen käänteisiä.



Kuvio 15: Telepalvelujen levinneisyys. Lähde: Telepalvelujen käyttötutkimus 2009.

Internetyhteys on alle 44 -vuotiaiden kotitalouksista noin 90 prosentilla, kun se on yli 65 -vuotiaiden kotitalouksista vain 24 prosentilla. Lankapuhelin on alle 44 -vuotiaiden kotitalouksista vain noin kymmenellä prosentilla, kun se on yli 65 vuotta täyttäneiden keskuudessa lähes puolella. Mobiililaajakaista on alle 44 -vuotiaista noin 22 prosentilla ja yli 65 -vuotiaista vain noin kolmella prosentilla. Kaiken kaikkiaan 15 - 79 -vuotiaista mobiililaajakaista on noin 15 prosentilla.

Poikkeuksen muihin telepalveluihin matkapuhelinta käytetään iästä riippumatta. Alle 65-vuotiaista yli 99 prosentilla ja 65 vuotta täyttäneidenkin keskuudesta yli 95 prosentilla on matkapuhelinliittymä. Voidaankin sanoa, että käytännössä jokainen suomalainen on tavoitettavissa matkapuhelimitse.



Kuvio 16: Internet palvelujen käyttö vapaa-ajalla (% ikäryhmästä). Lähde: AV-sisältöpalvelujen tutkimus 2009.

Internetyhteys yhdenvertaistaa viestintäpalvelujen käyttöä vapaa-ajalla

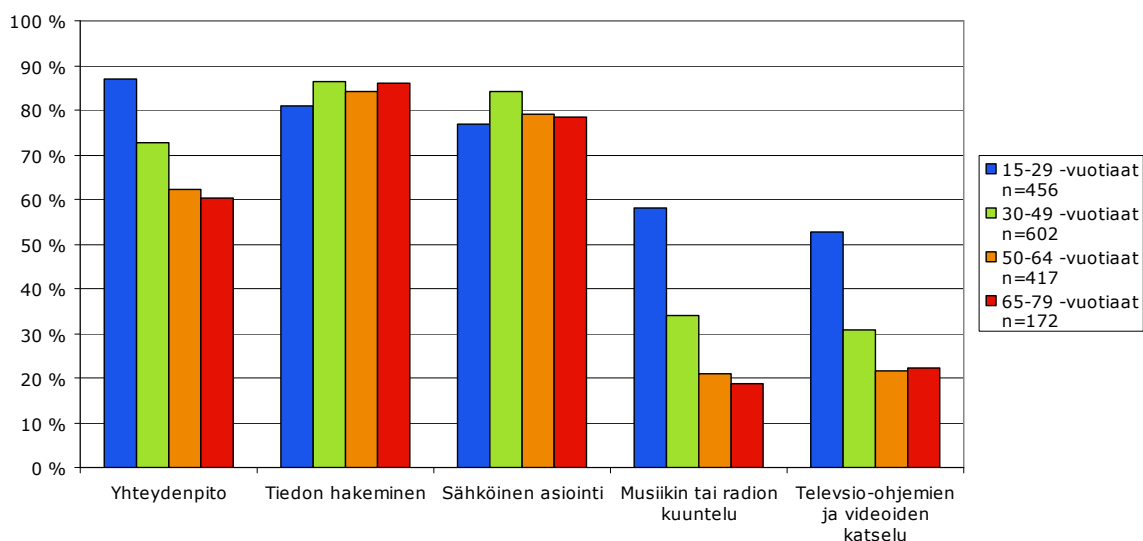
Viestintäpalvelujen käyttöä vapaa-ajalla määrittelee vahvimmin kysymys siitä, onko kuluttajalla käytössään internetyhteys vai ei. Internetyhteyden yleisyys vaihtelee suuresti ikäluokittain. Kun internetyhteys on käytössä alle 45 -vuotiaiden joukosta

lähes jokaisella, yli 65 -vuotiaiden joukosta se on käytössä vain neljänneksellä. Toisaalta, jos internetyhteys on käytettävissä vapaa-ajalla, ikäryhmästä riippumatta yli 90 prosenttia käyttää sen kautta internetin palveluja vähintään useita kertoja viikossa.

Ahkerimmat internetin käyttäjät löytyvät nuorimmista ikäryhmistä, erityisesti 20 - 24 -vuotiaiden keskuudesta, mutta lähes yhtä usein myös 15 - 19 ja 25 - 34 -vuotiaiden keskuudesta. 35 ikävuoden jälkeen internetin käyttö vapaa-ajalla vähenee, mutta edelleen kolme neljästä käyttää internetin palveluja päivittäin.

Viestintävälineiden käyttö eri tarkoituksiin

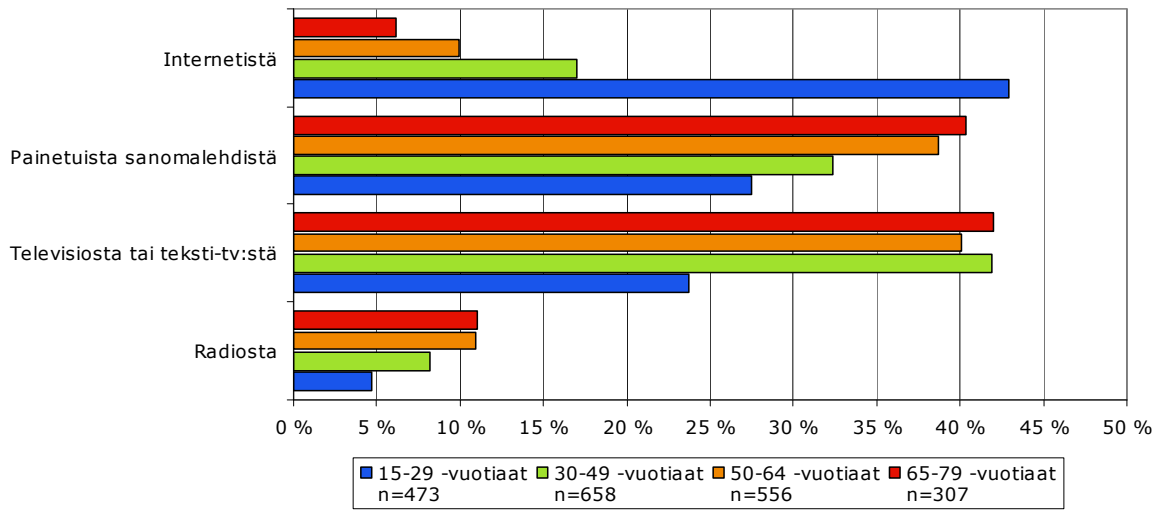
Eri-ikäisten internetyhteyden käyttö ei juuri poikkea toisistaan tiedon hakemisessa ja sähköisessä asiointissa. Kaikissa ikäryhmissä noin 80 prosenttia vastaajista ilmoitti käyttävänsä internetyhteyttä näihin toimintoihin. Alle 30 -vuotiaista lähes 90 prosenttia käyttää internetyhteyttä yhteydenpitoon ja yli 50 -vuotiaista vähän yli 60 prosenttia. Alle 30 -vuotiaista yli puolet ja yli 50 -vuotiaista viidennes kuuntelee musiikkia tai katselee televisio-ohjelmia internetyhteyden välityksellä.



Kuvio 17: Internetyhteyden käyttötarkoitukset. Lähde: Suomalaiset viestintäpalvelujen kuluttajina 2009.

Yli 50-vuotiaat seuraavat ajankohtaisia uutisia televisiosta ja sanomalehdistä lähes yhtä usein. Televisio on tärkein media ajankohtaisten uutisten seuraamiseen 30 - 49 -vuotiailla, kun taas alle 30-vuotiailla

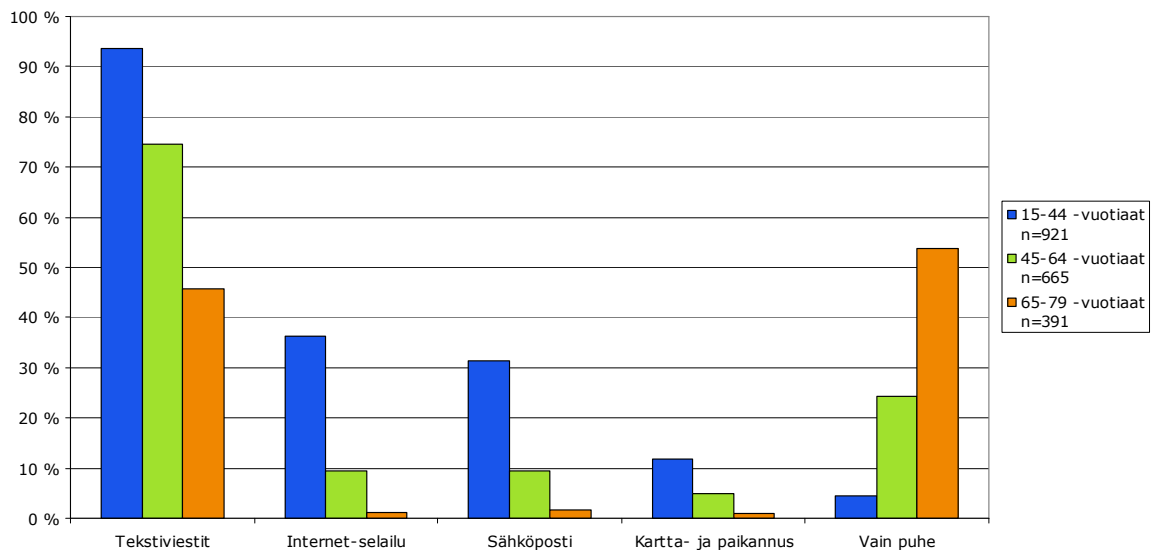
internet on selvästi tärkein. Ikäryhmästä riippumatta ajankohtaisia uutisia kuunnellaan radiosta useammin silloin, kun käytössä ei ole internetyhteyttä.



Kuvio 18: Mistä seuraa eniten ajankohtaisia uutisia. Lähde: Suomalaiset viestintäpalvelujen kuluttajina 2009.

Erialaisten palvelujen käyttö matkapuhelimella poikkeaa selvästi ikäryhmien välillä. Esimerkiksi matkapuhelimen internetyhteyden kautta internetsivuja selaa alle 45-vuotiaista hieman yli kolmasosa, kun yli 65-vuotiaista vain yksi prosentti. Yli 65-

vuotiaista hieman yli puolet käyttää matkapuhelintaan pelkästään puhumiseen, kun vastaavasti alle 45-vuotiaista vain viisi prosenttia käyttää matkapuhelinta pelkästään puhumiseen.

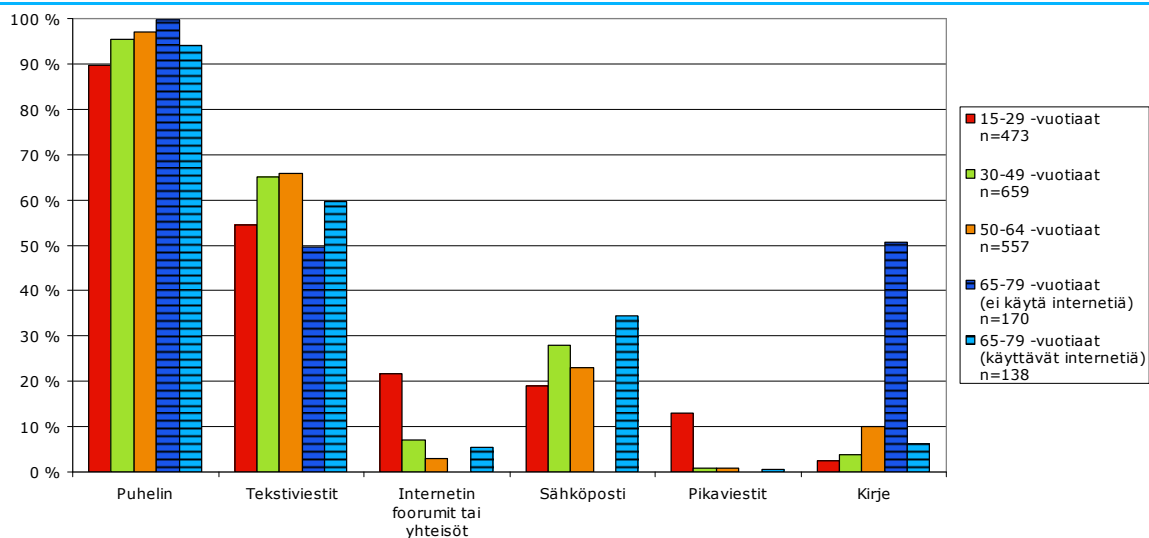


Kuvio 19: Matkapuhelinliittymästä käytettävät palvelut. Lähde: Telepalvelujen käyttötutkimus 2009.

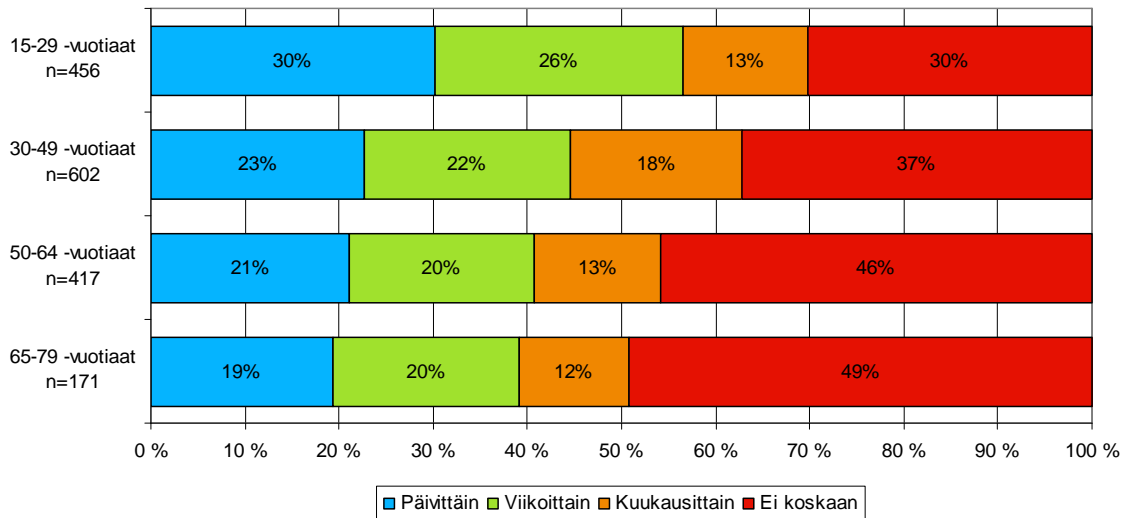
Tärkeimmät viestintätavat

Kun tarkastellaan ikäryhmittäin tärkeimpiä viestintätapoja (ensimmäiseksi ja toiseksi tärkein tapa viestiä), voidaan sanoa, että kaikissa ikäryhmissä puhe nousee tärkeimmäksi tavaksi viestiä. Seuraavaksi tärkeimmän viestintätavan muodostavat tekstiviestit. Muiden viestintätapojen tärkeysjärjestyksessä on paljonkin eroja ikäryhmittäin. Alle 30-vuotiailla kolmanneksi tärkein viestintätapa on pikaviestit. Alle

30-vuotiailla myös internetin foorumit ovat sähköpostin ohella merkittävälle osalle ikäryhmää tärkeitä viestintätapoja. 30 - 49 -vuotiailla sekä 50 - 64 -vuotiailla korostuu kolmanneksi tärkeimpänä viestintämuotona sähköpostit. Yli 65-vuotiailla, jotka eivät käytä internetiä, kirje on yhtä tärkeä viestintämuoto kuin tekstiviestit. Jos yli 65-vuotias käyttää internetiä, kirjeen merkitys on selvästi vähäisempi puheeseen, tekstiviesteihin ja sähköpostiin verrattuna.



Kuvio 20: Tärkeimmät tavat viestiä. Lähde: Suomalaiset viestintäpalvelujen kuluttajina 2009.



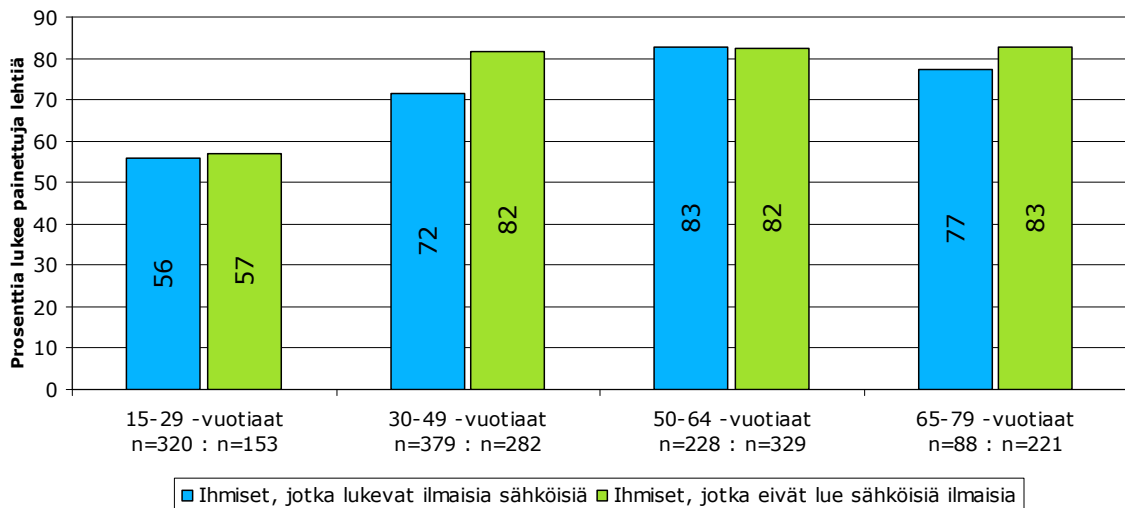
Kuvio 21: Maksuttomien sähköisten lehtien lukeminen. Lähde: Suomalaiset viestintäpalvelujen kuluttajina 2009.

"Ilmaisuus"

Niistä, jotka käyttävät internetiä, noin kaksi kolmasosaa lukee maksuttomia sähköisiä lehtiä. Ilmaisten sähköisten lehtien lukeminen on jonkin verran yleisempää nuoremmissa ikäryhmissä. Alle 30-vuotiaista noin 70 prosenttia ja 30 - 49 -vuotiaista kaksi kolmasosaa lukee ainakin joskus maksuttomia sähköisiä lehtiä. Yli 50-vuotiaista vähän yli puolet lukee sähköisiä lehtiä ainakin joskus.

Suomalaiset viestintäpalvelujen kuluttajina 2009 -tutkimuksen perusteella ei voida

sanoa yksiselitteisesti onko maksullisten painettujen lehtien lukeminen selvästi vähäisempää niillä, jotka lukevat maksuttomia sähköisiä lehtiä. Varsinkaan 15 - 29 ja 50 -64 -ikäryhmissä sähköisten maksuttomien lehtien lukeminen ei näytä vähentävän painettujen maksullisten lehtien lukemista. Muissa ikäryhmissä maksullisten painettujen lehtien lukeminen on jonkin verran vähäisempää niiden joukossa, jotka lukevat maksuttomia sähköisiä lehtiä verrattuna niihin, jotka eivät lue näitä lehtiä.



Kuvio 22: Maksullisten painettujen lehtien lukeminen. Lähde: Suomalaiset viestintäpalvelujen kuluttajina 2009.

Audiovisuaalisten sisältöjen seuraaminen

Vaikka televisio-ohjelmia seurataan edelleenkin yleisimmin perinteisellä tavalla lähetyksiaikaan televisiosta eli ns. live-katseluna, ovat ikäryhmittäiset erot katselutavoissa selkeitä.

Live-katselu vaihtelee kaikkein vähiten eri ikäryhmissä, kun kyse on edes joskus tapahtuvasta katselusta. Se on kuitenkin yleisintä 35 - 54 -vuotiaiden keskuudessa. Myös televisio-ohjelmien katselu jälkikäteen tallennettuna eli ns. siirretty katselu on yleisintä tässä ikäryhmässä, mutta sen yleisyys lisääntyy jo 25 - 30 -vuotiaiden ikäryhmässä.

Lyhyiden videoleikkeiden katselu internetistä on yleisintä aina 34 ikävuoteen saak-

ka, kun taas varsinaisten televisio-ohjelmien kaltaisten videoiden katselu internetissä on yleisintä alle 25-vuotiaiden keskuudessa. Ulkopuolisia tallenteita (esim. DVD) seurataan melko tasaisesti eri ikäryhmissä lukuun ottamatta 55 vuotta täyttäneitä, joista vajaa puolet kertoo seuraavansa av-sisältöjä ulkopuolisilta tallenteilta.

Audiovisuaalisten sisältöjen seuraaminen matkapuhelimesta on vielä harvinaista kaikissa ikäryhmissä. Vain kaksi prosenttia 15 - 65 -vuotiaista kertoo seuraavansa av-sisältöjä matkapuhelimesta edes joskus vapaa-aikanaan.

	Prosenttiosuus vastaajista: Taloudessa tietokone, n=4144						
	15-19 vuotta, n=142	20-24 vuotta, n=357	25-34 vuotta, n=1088	35-44 vuotta, n=1087	45-54 vuotta, n=789	55-65 vuotta, n=681	
Lähetysaikaan televisiosta	86	83	81	84	89	88	84
Ulkopuoliset tallenteet, kuten video ja/tai DVD	69	73	79	79	76	62	45
Lyhyitä videoleikkeitä internetin kautta	68	76	74	78	69	60	53
Televisiosta jälkikäteen eli tallennettuna	57	46	43	56	67	59	51
Televisio-ohjelmien kaltaisia videoita internetin kautta	41	56	57	51	39	31	28
Matkapuhelimella eli mobiililähetysenä	2	4	1	3	3	2	1
En katso lainkaan	2	1	1	2	1	3	5

Taulukko 11: Audiovisuaalisten sisältöjen seuraaminen.

Myös ajankäytöllisesti tarkasteltuna live-katselu on yleisintä. Tutkimukseen vastanneet arvioivat käyttäneensä siihen keskimäärin reilut yhdeksän tuntia tutkimusta edeltäneellä viikolla. Eniten aikaa live-katseluun arvioivat käyttävänsä 45 vuotta täyttäneet. Seuraavaksi yleisintä on siirretty katselu, johon kuluu reilu neljä tuntia viikossa. Tämä katselutapa on yleisin 20 - 44 -vuotiaiden keskuudessa.

myös tältä osin ikäryhmittäiset erot ovat selviä. Erityisesti 15 - 19 -vuotiaiden, mutta myös 20 - 24 -vuotiaiden tavat poikkeavat muista ikäryhmistä. He katsovat eniten televisio-ohjelmien kaltaisia videoita ja lyhyitä videoklippejä internetistä, nuorimmat myös av-sisältöjä matkapuhelimesta. Myös ulkopuolisten tallenteiden katseluun käytetään keskimääräistä enemmän aikaa näissä ikäryhmissä.

Muuten kuin television kautta tapahtuvaan audiovisuaalisten sisältöjen katseluun käytetään selvästi vähemmän aikaa. Tosin

	Katseluaika viikossa (h:min): Katsoo AV-sisältöjä, n=4045						
	15-19 vuotta, n=140	20-24 vuotta, n=352	25-34 vuotta, n=1071	35-44 vuotta, n=1072	45-54 vuotta, n=765	55-65 vuotta, n=645	
TV:stä lähetysaikana	9:04	6:33	7:21	8:30	8:19	9:42	11:54
TV:stä talletettuna	4:10	3:28	4:36	4:28	4:13	3:49	3:58
Televisio-ohjelmien kaltaisia videoita internetin kautta	1:48	2:24	2:30	2:11	1:26	1:16	1:21
Lyhyitä videoleikkeitä internetin kautta	0:59	1:39	1:16	1:06	0:50	0:46	0:48
Mobiili-TV eli matkapuhelimesta	1:03	1:54	1:00	1:01	0:37	1:30	1:21
Ulkopuoliset tallenteet, kuten video ja/tai DVD	2:46	3:33	4:06	2:58	2:27	2:09	2:04

Taulukko 12: Audiovisuaalisten sisältöjen katseluun käytetty aika (kantalu: taloudessa tietokone, n=4144).

Jakelukanavien keskinäinen tärkeys

Audiovisuaalisten sisältöjen katselutavoista ylivoimaisesti tärkeimmäksi koetaan edelleen lähetyksaikainen television katse- lu. 15 - 65 -vuotiaista 67 prosenttia pitää lähetyksaikaista katselua ja 18 prosenttia siirrettyä katselua itselleen tärkeimpänä katselutapana. Ulkopuolisten tallenteiden katselun kokee tärkeimmäksi kuusi prosenttia, tv-ohjelmien kaltaisten sisältöjen katselun internetistä viisi prosenttia ja vi- deoklippien katselun kolme prosenttia vastaajista.

Tarkasteltaessa tärkeimmäksi ja toiseksi tärkeimmäksi koettuja katselutapoja, ikä- ryhmittäiset erot ovat jälleen selkeitä. Kun lähetyksaikaisen katselun tärkeys korostuu 35 vuotta täyttäneen väestön keskuudes- sa, ovat ulkopuoliset tallenteet, tv- ohjelmat ja videoklipit internetissä tär- keimpiä alle 25-vuotiaille. Jälkimmäisen ryhmän keskuudessa ulkopuolisten tallen- teiden merkitys nousee toiselle sijalle ohittaen siirretyn katselun. Siirretyn kat- selun tärkeys korostuu puolestaan 35 - 54 -vuotiaiden keskuudessa.

	Prosenttiosuus vastaajista: Katsoo AV-sisältöjä, n=4045						
	15-19 vuotta, n=140	20-24 vuotta, n=352	25-34 vuotta, n=1071	35-44 vuotta, n=1072	45-54 vuotta, n=765	55-65 vuotta, n=645	
TV:stä lähetyksaikana	86	75	72	78	90	94	94
TV:stä tallennettuna	49	34	32	48	56	53	47
Ulkopuoliset tallenteet, kuten video ja/tai DVD	25	38	40	29	24	18	15
Lyhyitä videoleikkeitä internetin kautta	18	23	23	21	14	17	18
Televisio-ohjelmien kaltaisia videoita internetin kautta	17	25	29	21	12	11	16
Mobiili-TV eli matkapuhelimesta	0	1	0	0	0	0	0

Taulukko 13: Tärkein + toiseksi tärkein tapa seurata AV-sisältöjä.

Ohjelmatyyppien seuraaminen eri katselulähteistä

Myös erilaisten ohjelmatyyppien säännö- llinen seuraaminen poikkeaa nuorimmassa eli 15 - 19 -vuotiaiden ryhmässä verrattu- na muihin ikäryhmiin. Vaikka nuoret seu- raavat myös uutisia lähetyksaikaan televi- siosta, heidän kokonaiskatselussaan kolmen kärjen muodostaa kevyempi sisäl- tö eli viihde, sarjat ja elokuvat. 20 - 24 - vuotiaiden keskuudessa viihteen ja sarjo-

jen jälkeen kolmanneksi suosituimmaksi nousevat uutiset, kun elokuvien vähäinen siirretty katselu laskee tämän ohjelmatyy- pin kokonaiskatselua.

Viihdeohjelmat muodostavat yleisimmän ohjelmatyyppin live-katselussa aina 24 ikä- vuoteen saakka. Tämän jälkeen seura- tuimmat ohjelmatyyppit ovat uutiset ja sar- jaohjelmat. 35 vuoden ikä näyttää muodostavan puolestaan seuraavan käännepohdan, kun uutisten lähetyksai-

nen seuraaminen lisääntyy voimakkaasti. Vastaavasti sarjojen ja viihteen live-katselu vähenee iän myötä. Kaikissa ikäryhmissä yleisin siirrettynä katseluna seurattu ohjelmatyyppi on sarjat. Eniten niitä seurataan 20 - 34 -vuotiaiden keskuudessa ja vähiten 55 vuotta täyttäneiden keskuudessa. Viihteen siirretty katselu korostuu puolestaan 20 - 44 -vuotiaiden keskuudessa.

Internetin kautta katsottavista tv-ohjelmista erottelee viihde-kategoria selvästi eniten eri ikäryhmiä. Kun lähes kol-

me neljästä 15 - 19 -vuotiaasta seuraa viihdettä viikoittain internetistä, niin 55 - 65 -vuotiaiden joukosta näin tekee vain joka seitsemäs. Nuorimmat seuraavat muita ikäryhmiä useammin myös sarjaohjelmia ja elokuvia. Urheilua seurataan tässä ikäryhmässä yhtä usein kuin vanhimmassa tutkitussa ikäryhmässä. Nuorimpien keskuudessa toiseksi useimmin seurattujen uutisten seuraaminen vähenee 20 - 34 -vuotiaiden keskuudessa, mutta lisääntyy taas tästä eteenpäin. 55 - 65 -vuotiaat seuraavatkin säännöllisimmin uutisia internetistä.

Prosenttiosuus vastaajista: Katsoo lähetyksia tv:stä, n=3555							
		15-19 vuotta, n=118	20-24 vuotta, n=290	25-34 vuotta, n=912	35-44 vuotta, n=969	45-54 vuotta, n=695	55-65 vuotta, n=571
Uutisia	90	79	73	84	95	97	99
Urheilua	43	33	24	33	44	50	57
Elokuvia	54	62	47	46	55	61	60
Sarjoja	79	86	84	83	82	77	73
Viihde - netto *)	73	93	86	77	72	68	64

Prosenttiosuus vastaajista: Katsoo tv:stä jälkikäteen eli tallennettuna, n=2370							
		15-19 vuotta, n=65	20-24 vuotta, n=153	25-34 vuotta, n=612	35-44 vuotta, n=725	45-54 vuotta, n=468	55-65 vuotta, n=347
Uutisia	6	2	4	3	5	5	9
Urheilua	6	3	2	4	7	6	12
Elokuvia	32	39	25	29	33	33	32
Sarjoja	61	60	69	71	64	52	47
Viihde - netto *)	24	17	27	27	26	18	18

Prosenttiosuus vastaajista: Katsoo tv-ohjelmien kaltaisia ohjelmia internetin kautta, n=1694							
		15-19 vuotta, n=80	20-24 vuotta, n=202	25-34 vuotta, n=553	35-44 vuotta, n=424	45-54 vuotta, n=243	55-65 vuotta, n=192
Uutisia	32	34	22	28	34	35	43
Urheilua	14	20	12	14	12	18	20
Elokuvia	9	22	12	11	6	6	4
Sarjoja	19	32	36	23	13	9	8
Viihde - netto *)	32	62	48	38	27	23	15

*) Katsoo vähintään kerran viikossa musiikkiohjelmia tai -videoita, kilpailu- ja visailuohjelmia tai muita viihdeohjelmia (esim. sketsiohjelmat, talk showt, tosi-tv)

Taulukko 14: Erialaisten ohjelmatyyppien viikoittainen seuraaminen.

Audiovisuaalisten sisältöjen katselumuutokset

Kuluttajien oman näkemyksen mukaan heidän television katselutapansa ovat muuttuneet haastatteluajankohtaa edeltävän vuoden aikana. Katselun muutosta kuvaava saldoluku osoittaa, että erityisesti nuorten osalta television lähetyksaikainen katselu on vähentynyt. Toisaalta interne-

tin kautta tapahtuva audiovisuaalisten sisältöjen katselu on lisääntynyt voimakkaasti, ja lisäksi kaikissa ikäryhmissä.

Odotettavissa olevat muutokset television live-katselussa eivät vaikuta suurilta, toisin kuin internetin kautta tapahtuvassa katselussa. Erityisesti 35 vuotta täyttäneet ennakoivat lisäävänsä internetin kautta tapahtuvaa katselua.

	Saldoluku*: Katsoo TV:stä ja netistä AV-sisältöjä, n=1565						
	15-19 vuotta, n=72	20-24 vuotta, n=175	25-34 vuotta, n=495	35-44 vuotta, n=404	45-54 vuotta, n=236	55-65 vuotta, n=183	
TV:n katselu - kulunut vuosi	-24	-37	-29	-27	-30	-16	-4
TV:n katselu - seuraava vuosi	-13	-11	-15	-19	-12	-10	-4
Internetin kautta katsotut AV-sisällöt - kulunut vuosi	49	42	46	48	52	48	53
Internetin kautta katsotut AV-sisällöt - seuraava vuosi	34	22	30	30	36	40	38

*Saldoluku saadaan siten, että arvoidusta katselun lisääntymisestä vähennetään arvioitu katselun väheneminen. Katselun pysyminen ennallaan jätetään huomioimatta. Esim. vasemmanpuoleisimman sarakkeen luku -24 tarkoittaa sitä, että television katselu kuluneena vuonna on vähentynyt tämän verran enemmän kuin katselu lisääntynyt.

Taulukko 15: AV-barometri: sisältöjen katselun muutos.

Netti- ja mobiilikatselun esteet

Yleisimmät syyt olla seuraamatta audiovisuaalisia sisältöjä internetistä liittyvät liian vaivalloiseen käyttöön, palvelujen alhaiseen kiinnostavuuteen ja tietokoneen pienen näyttöön tai äänen heikkoon laatuun. Myös tietokoneen sijainti katselun kannalta epämukavassa paikassa tai liian hidasta internetyhteys mainitaan melko yleisesti.

Nuorten keskuudessa käytön esteinä korostuvat alhainen kiinnostavuus, tietoko-

neen sijainti katselun kannalta epämukavassa paikassa ja liian hidasta internetyhteys. Tietokoneen hankala sijainti on keskimääräistä useammin myös 25 - 44 -vuotiailla esteenä internetin kautta tapahtuvalle katselulle. Vanhimmissa ikäryhmissä ollaan puolestaan keskimääräistä useammin sitä mieltä, että katselu internetin kautta on liian vaivalloista. Myös oma internetin käyttö on niin satunnaista, ettei sen kautta tule katsottua audiovisuaalisia sisältöjä.

Prosenttiosuus vastaajista: Ei katso internetin kautta AV-sisältöjä, n=2586							
		15-19 vuotta, n=64	20-24 vuotta, n=159	25-34 vuotta, n=562	35-44 vuotta, n=698	45-54 vuotta, n=585	55-65 vuotta, n=518
Liian vaivalloista	37	33	35	36	37	36	40
Ei kiinnosta	34	42	45	39	33	31	28
Näyttö liian pieni/äänen laatu heikko	30	25	24	31	31	31	31
Kone hankalassa paikassa	28	31	26	31	31	27	20
Hidas nettiyhteys	20	34	27	20	21	17	18
Ei tiedä miten katsotaan	7	8	6	6	7	6	6
Käyttää nettiä niin harvoin	6	2	6	4	7	6	8

Taulukko 16: Esteet AV-sisällön katsomiseksi netistä.

Ne tekijät, jotka erityisesti nuoret kokevat matkapuhelimen kautta tapahtuvan katselun esteiksi, häiritsevät vanhempia vastaajia yleensä harvemmin. Erityisesti palvelun maksullisuus karsii nuoria katsojia, mutta vanhemmat eivät pidä sitä niin suurena haittana. Nuorimmissa ikäryhmissä myös alhainen kiinnostavuus, liian pieni näyttö tai heikko äänen laatu koetaan

käytön esteiksi. Nuorilla on myös keskimääräistä useammin käytössään puhelin, joka ei mahdollista tv-sisältöjen katselua. Matkapuhelimen käyttö vain perustoimintoihin eli puheluihin ja tekstiviesteihin mainitaan keskimääräistä useammin sekä 20 - 24 että 55 - 65 -vuotiaiden keskuudessa.

Prosenttiosuus vastaajista: Ei katso matkapuhelimen kautta AV-sisältöjä, n=4245							
		15-19 vuotta, n=143	20-24 vuotta, n=363	25-34 vuotta, n=1101	35-44 vuotta, n=1105	45-54 vuotta, n=823	55-65 vuotta, n=710
Ei halua erikseen maksaa	48	78	64	53	46	42	35
Ei kiinnosta	47	52	61	51	47	41	38
Näyttö liian pieni/äänen laatu heikko	45	55	53	49	45	44	37
Käyttää puhelinta vain soittamiseen/tekstiviesteihin	44	45	52	41	42	44	47
Puhelimella ei voi katsella tv:tä	34	52	49	38	29	27	32
Liian vaivalloista	20	36	31	24	19	16	13
Ei tiedä miten katsotaan	9	18	15	11	7	7	6
Ei tietoinen tällaisesta mahdollisuudesta	3	8	5	3	3	3	2

Taulukko 17: Mobiilikäytön esteet.



Viestintävirasto

Viestintävirasto

PL 313
Itämerenkatu 3A
00181 Helsinki
puh. 09 69 661
fax. 09 6966 410

www.viestintävirasto.fi