

## Koncernchefens bolagsstämotal 6 april 2011

Bästa aktieägare,

Vi lever i en intressant tid.

De tjänster TeliaSonera erbjuder utgör en allt viktigare del av våra liv. Orsaken till det är att vi tillgodoser ett grundläggande mänskligt behov - att kommunicera - på ett enkelt, effektivt och lättillgängligt sätt.

Jag brukar tala om tiden före och efter "smartphones". De har revolutionerat mitt eget och många andras sätt att kommunicera. Vi är konstant uppkopplade, och har ständig access till internet via våra mobiler, vilket har gjort behovet av att bära runt tung utrustning – till exempel en pc - i det närmaste obefintligt.

Men, det är inte bara när vi ute och rör på oss som vi vill ha snabb uppkoppling och bra kvalitet, vi vill ha samma upplevelse och snabba respons hemma i bostaden och på kontoret.

Det här driver trafiken i våra nät och gör behovet av bandbredd så gott som obegränsat.

TeliaSonera är en pionjär i telekommunikationsbranschen, genom att ligga i framkant med att introducera ny teknik och erbjuda nya tjänster till kunder på alla våra marknader.

Våra ingenjörer var i högsta grad delaktiga i att ta fram och etablera den första mobila kommunikationsstandarden – NMT, eller Nordisk mobiltelefoni. Och sedan 1990-talets början har vi introducerat tre nya generationer system för mobil kommunikation. Nu senast 4G, som är ett renodlat nät för datakommunikation, och upp till tio gånger snabbare än föregångaren - 3G.

Under 2010 fortsatte vi utrollningen av 4G-tjänster, som påbörjades när vi som första operatör i världen i slutet av 2009 lanserade 4G i Sverige och Norge. Vi var också den första operatören som lanserade kommersiella 4G-tjänster i Finland, Danmark och Estland.

I Estland tog det bara sex minuter från att vi hade tilldelats licensen till vi var igång med att erbjuda tjänsterna till våra kunder – tack vara våra erfarenheter från tidigare lanseringar.

Under året ökade vi också våra investeringar i fibertransmission och fasta nätverksaccesser i Norden.

I Eurasien startade utbyggnaden av 3G-nät i Uzbekistan och Nepal. I samband med de asiatiska vinterspelen i Kazakhstan förvärvade vi en sedan länge eftertraktad 3G-licens även där.

Genom att lansera nya tjänster och investera i högkvalitativa nät med förbättrad kapacitet och täckning, fortsätter vi att tillgodose människors ständigt ökande behov av bandbredd och uppkoppling.

Vi kan dela upp våra marknader i mogna marknader, där i princip alla har en mobiltelefon och den största delen av tillväxten kommer från mervärdestjänster, som fast och mobil internetaccess och högkvalitativa TV tjänster. På tillväxtmarknaderna bygger vi fortfarande ut täckning och kapacitet, eftersom en mindre andel av befolkningen har mobiltelefon eller tillgång till internet.

I norra Europa ökar efterfrågan på smarttelefoner dramatiskt. Sju av tio sålda mobiltelefoner i våra svenska butiker var smarta telefoner under 2010. Redan idag har den andelen ökat till 8 av 10 och under julrushen var det så många som 9 av 10.

De här telefonerna används mer och mer för uppkoppling till internet - för att ta del av en mängd olika tjänster utöver att ringa och skicka textmeddelanden.

Dessutom ökar efterfrågan stadigt på så kallade "on demand"-tjänster, som video och film. Förra året hyrde vi ut fler än 2 miljoner filmer via vår tv-tjänst, vilket motsvarar cirka fem och ett halvt tusen filmer per kväll – eller Sveriges största biograf ☺.

I Eurasien där vi har våra tillväxtmarknader, är befolkningarna större och yngre än i Europa - mobilpenetrationen är lägre - och de fasta näten är begränsade.

Vi hjälper kunderna i de här länderna att hoppa över utvecklingssteg och ta sig direkt till framkanten av mobil telekommunikation, genom att erbjuda nya sätt att kommunicera till rimliga priser. Utvecklingstakten är imponerande.

TeliaSonera har lång erfarenhet och en stark position i Eurasien. Redan i början av 1990-talet var vi med och grundade några av verksamheterna -bland annat Turkcell i Turkiet, Megafon i Ryssland och Kcell i Kazakhstan. Alla de här operatörerna är i dag ledande på sina respektive marknader.

Vi tillhandahåller teknik och tjänster till kunder på marknader med olika förutsättningar, men verksamheten bygger på en gemensam värdegrund som närmare beskrivs i vår etiska uppförandekod.

Vårt utvecklingskoncept går ut på att kombinera lokal expertis med internationell kompetens, erfarenhet och finansiella resurser. Det har skapat ledande telekomoperatörer på marknader med stark tillväxtpotential.

I länder där demokrati inte råder, så som är fallet i många av länderna i Eurasien, är telekommunikation, tillgång till telefoni, e-mail och internet ett av de viktigaste verktygen för ökad öppenhet och dialog.

Att göra telekommunikation tillgänglig för så många människor som möjligt i världen är ett av FNs uttalade milleniemål. Det skapar ekonomisk tillväxt, ökar transparensen och bidrar till demokratisering. Den kraft som skapas när människor får möjlighet att kommunicera har vi alla nyligen tagit del av genom händelserna i Nordafrika.

Att fortsätta växa i Eurasien är av högsta prioritet för TeliaSonera. Tillväxtpotentialen ligger i att utöka kundbasen och användningen av mobil telefoni och datakommunikation via internet.

Vi vill också växa genom att öka innehavet i våra kärnverksamheter och vi fortsätter att söka nya investeringsmöjligheter inom våra befintliga marknader eller i deras närhet.

Under förra året ökade vi vårt ägande i UCell i Uzbekistan, en marknad med drygt 27 miljoner invånare, som vi etablerade oss på 2007. Då hade bolaget omkring en halv miljon kunder. Idag har vi nära 7 miljoner abonnenter i landet – att jämföra med nära 6 miljoner mobilkunder i Sverige, som är vår största marknad i Europa.

Vi ökade också vårt ägande i Ncell i Nepal, där vi för två år sedan gick in i ett bolag med 1,5 miljon kunder – på en marknad med nära 30 miljoner invånare. Idag har vi över 4 miljoner abonnenter och har passerat den tidigare marknadsledaren.

Vårt framgångsrecept bygger på våra fokusområden:

- att erbjuda den bästa kundupplevelsen,
- ha hög kvalitet och kapacitet i näten, och
- en kostnadseffektiv struktur,
- och inte minst att ligga i framkant med att introducera ny teknologi och nya tjänster till våra kunder.

Ni har säkert noterat vårt intresse för att göra investeringar på nya marknader.

För att en investering ska vara intressant för oss behöver marknaden ha en relativt stor befolkning, det ska finnas tillväxtpotentialer och vi ska ha en rimlig chans att ta oss till en marknadsledande position som den största eller möjligen näst största operatören.

Utöver dessa kriterier är det självfallet så att priset måste ligga på en sådan nivå att en investering skapar värde för våra aktieägare.

I det här sammanhanget är det på sin plats att kommentera vad som händer i de komplicerade turena kring ägandet i Turkcell och Megafon. Ni har säkert noterat i media att det har hetat till i Turkiet och det beror delvis på att vi beslutat oss för att ta en tydligare position än tidigare och stå upp för våra rättigheter, även i media.

Jag känner mig ganska säker på att vi kommer att komma till någon form av avgörande under detta år, men exakt vad det innebär återstår att se.

TeliaSonera har utvecklats till en internationell koncern med en global strategi. Samtidigt agerar vi som en lokal operatör på respektive marknad. Genom att kombinera detta kan vi bygga vidare på våra gemensamma styrkor när vi introducerar ny teknologi och nya tjänster. Vi kan dra fördel av synergier och erfarenheter från alla våra marknader, för att erbjuda det bästa till varje kund, på varje marknad avseende kunskap och kompetens.

Genom att agera lokalt kommer vi samtidigt nära våra kunder och kan försäkra oss om att erbjudanden, bemötande och marknadsföring är anpassade till respektive marknads specifika behov - oavsett om det gäller att införa en ny prisplan i Spanien, ett tv-erbjudande i Estland eller en molnbaserad tjänst till ett svenskt företag.

Den här strategin utgör en stark grund för den framtida utvecklingen av vår verksamhet.

Avslutningsvis vill jag säga några ord om 2010, som var ett framgångsrikt år för TeliaSonera.

Tillväxten förbättrades under hela 2010, efter ett par år med något svagare utveckling till följd av finanskrisen, och resultatet per aktie steg med 13 procent.

Vi har systematiskt arbetat för att öka direktavkastningen till aktieägarna. Tack vare TeliaSoneras starka finansiella ställning, kunde styrelsen för andra året i rad föreslå en höjning av ordinarie utdelning för 2010. Därutöver genomfördes ett återköpsprogram som avslutades för några dagar sedan. Totalt återköptes aktier motsvarande ett värde av cirka 10 miljarder kronor, och det gläder oss att anslutningsgraden var mycket hög.

För att säkerställa vår framtida konkurrenskraft är ett av våra fokusområden att ha en kostnadseffektiv struktur. Under första hälften av 2010 drog vi fördel av tidigare kostnadsbesparingar. Under det andra halvåret identifierade organisationen ytterligare besparingar som kommer att sjasättas under 2011. Vi räknar också med att den gemensamma verksamhetsmodellen och den landsöverskridande organisationen inom Mobilitets- och Bredbandstjänster kommer att leda till synergier, men det finns också behov av att rekrytera ny kompetens.

Mina damer och herrar, TeliaSonera har växt till en internationell koncern och våra tjänster utgör en allt viktigare del av människors vardag.

Vi ligger i framkant med att tillämpa ny teknologi och erbjuda nya tjänster till ett ökande antal kunder.

Vi har en global strategi och är väl positionerade lokalt på våra marknader.

Vi är finansiellt starka och har motiverade och kompetenta medarbetare.

Det gör mig övertygad om att vi har en ljus framtid.

Tack!