



Kuluttajatutkimus Joulukauppa Pohjoismaissa 2018

Verkkokauppa Pohjoismaissa

postnord

Joulukauppa Pohjoismaissa

Pohjoismaalaiset aikovat ostaa joululahjoja verkosta 2,11 miljardilla eurolla tänä vuonna

YHTEENVETO

Pohjoismainen joulukauppa on täydessä vauhdissa, ja hyvissä ajoin liikkeellä olleet kuluttajat ovat jo ostaneet ensimmäiset joululahjat. Etenkin norjalaiset ovat olleet aikaisin liikkeellä joululahjojen hankkimisessa.

Verkosta ostettujen joululahjojen määrän odotetaan olevan korkea myös vuonna 2018. Pohjoismaiset kuluttajat aikovat tehdä joululahjaostoksia verkosta 2,11 miljardin euron arvosta, josta suomalaisten kuluttajien osuus on 0,23 miljardia euroa.

Verkkokaupan asema on vankistunut Pohjoismaissa, ja tänä vuonna noin puolet niistä kuluttajista, jotka aikovat hankkia joululahjoja, ilmoitti ostavansa vähintään yhden joululahjan verkosta.

Myös Black Friday -myynnin odotetaan nousevan Pohjoismaissa 1,66 miljardiin euroon tänä vuonna. Suomessa Black Friday -myynniksi arvioidaan noin 0,25 miljardia euroa. Black Fridayn ja sinkkujen päivän myötä marraskuussa on nyt kaksi kasvavaa ostosjuhlaa.

TIETOA TUTKIMUKSESTA

Tämä raportti perustuu 7.–14. marraskuuta 2018 tehtyihin kuluttajatutkimuksiin, joihin osallistui valtakunnallisesti kattava otanta 18–79-vuotiaita vastaajia kustakin Pohjoismaasta. Tutkimukset toteutettiin TNS SIFO:n verkkopaneelin avulla.

Niihin osallistui yhteensä 8 017 henkilöä, joista 2 002 Ruotsissa, 2 010 Tanskassa, 2 000 Norjassa ja 2 005 Suomessa.

Koska tämänvuotinen tutkimus tehtiin myöhempänä ajankohtana kuin viime vuoden tutkimus, niiden tuloksia tulee verrata toisiinsa harkiten.

Kulutuksen arvo on laskettu kussakin maassa ajalla 7.–14. marraskuuta kunkin maan keskimääräisen valuuttakurssin perusteella.

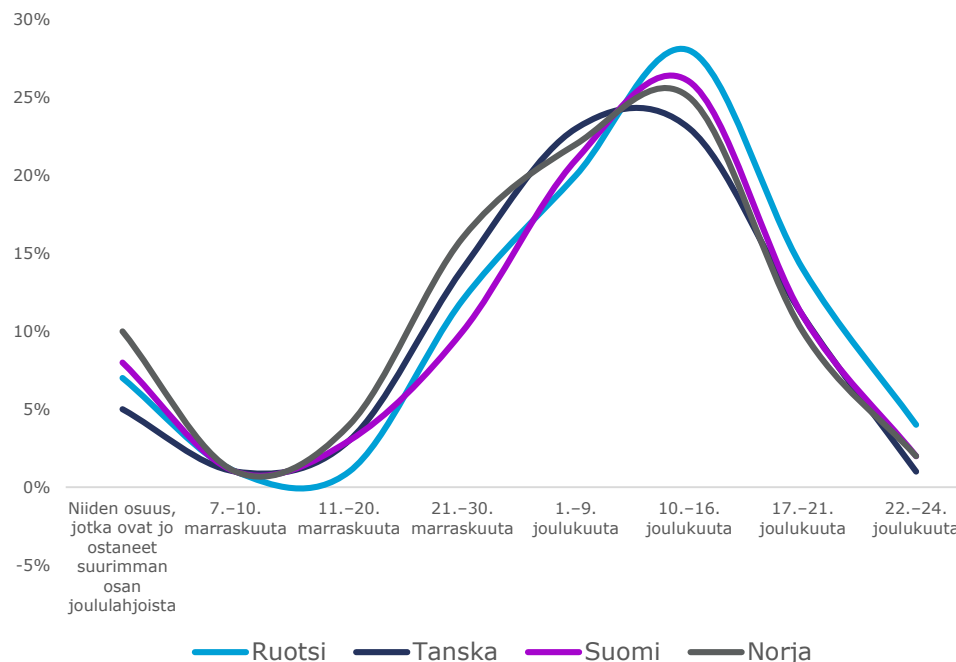
Joulukauppa Pohjoismaissa

Ajankohta joululahjojen hankkimiselle

NORJALAISET LIIKKEELLÄ HYVISSÄ AJOIN

- Joulustressin välttämiseksi lahjojen hankkiminen on hyvä suunnitella etukäteen ja ostosten tekeminen kannattaa aloittaa hyvissä ajoin. Tätä ohjenuoraa on jo noudattanut osa pohjoismaisista kuluttajista. 5. marraskuuta 2018 mennessä, jolloin jouluaattoon oli aikaa lähes kaksi kuukautta, osa kuluttajista oli jo ostanut suurimman osan joululahjoista.
- Pohjoismaisista kuluttajista norjalaiset ovat lähteneet kaikkein aikaisimmin liikkeelle jouluostosten tekemisessä ja ovat jo hankkineet suurimman osan joululahjoista. Myös osa suomalaisista ja ruotsalaisista kuluttajista on jo tehnyt joululahjaostoksia, kun taas tanskalaisista kuluttajista vain harvat ovat aloittaneet joululahjojen hankkimisen.
- Tavallisin joululahjojen ostoajankohta pohjoismaisten kuluttajien keskuudessa on 10.–16. joulukuuta.

Milloin aiot ostaa joululahjoja tänä vuonna?

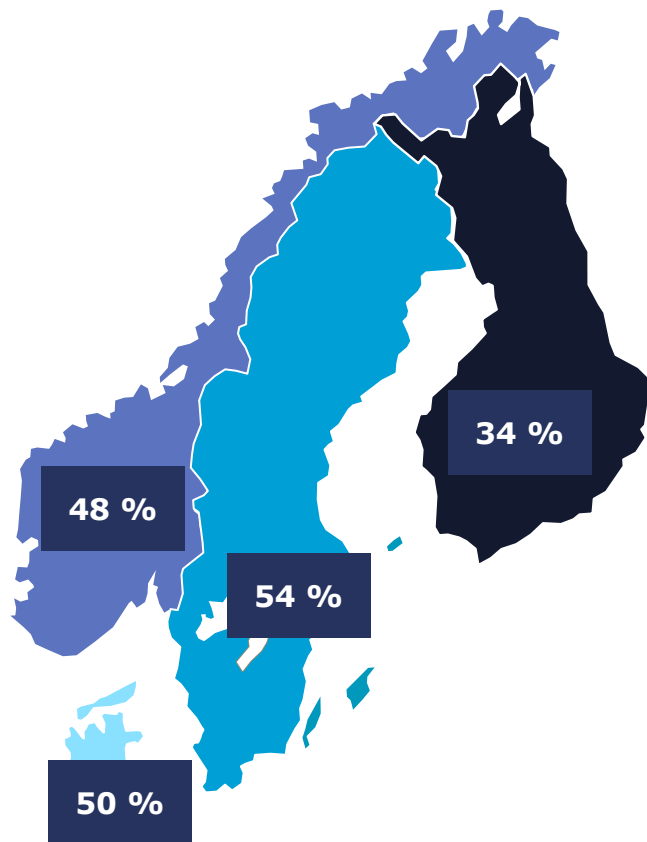


Tutkimusjoukko: Kuluttajat, jotka aikovat hankkia joululahjoja tänä vuonna

Joulukauppa Pohjoismaissa

Puolet pohjoismaisista kuluttajista aikoo ostaa joululahjoja verkosta

NIIDEN OSUUS, JOTKA AIKOVAT HANKKIA JOULULAHJOJA VERKOSTA TÄNÄ VUONNA

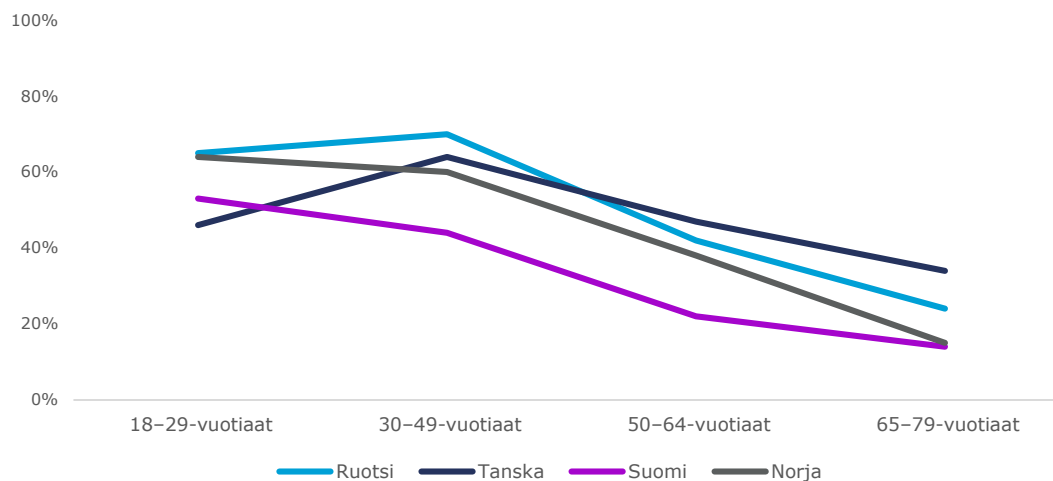


Tutkimusjoukko: Kuluttajat, jotka aikovat hankkia joululahjoja tänä vuonna

Monet merkit viittaavat siihen, että myös tämän vuoden joulukaupasta on tulossa hyvä pohjoismaisille verkkokauppiaille. Yhä useammat joululahjat hankitaan verkosta, ja etenkin ruotsalaiset kuluttajat ovat jo tottuneita verkko-ostajia. Puolet ruotsalaisista, tanskalaisista ja norjalaisista kuluttajista aikoo ostaa joululahjoja verkosta. Suomessa osuus on hieman alhaisempi, mikä johtuu luultavasti siitä, ettei verkko-ostosten tekeminen ole vielä yhtä yleistä Suomessa kuin muissa Pohjoismaissa.

Pohjoismaisten kuluttajien aiomukset ostaa joululahjoja verkosta vaihtelevat iän mukaan. Ruotsissa ja Tanskassa niiden osuus, jotka ostavat joululahjoja verkosta, on suurin 30–49-vuotiaiden ikäryhmässä, kun taas Norjassa ja Suomessa luku on korkein 18–29-vuotiaiden kuluttajien keskuudessa.

Aiotko hankkia joululahjoja verkosta tänä vuonna?



Tutkimusjoukko: Kuluttajat, jotka aikovat hankkia joululahjoja tänä vuonna

Suomi

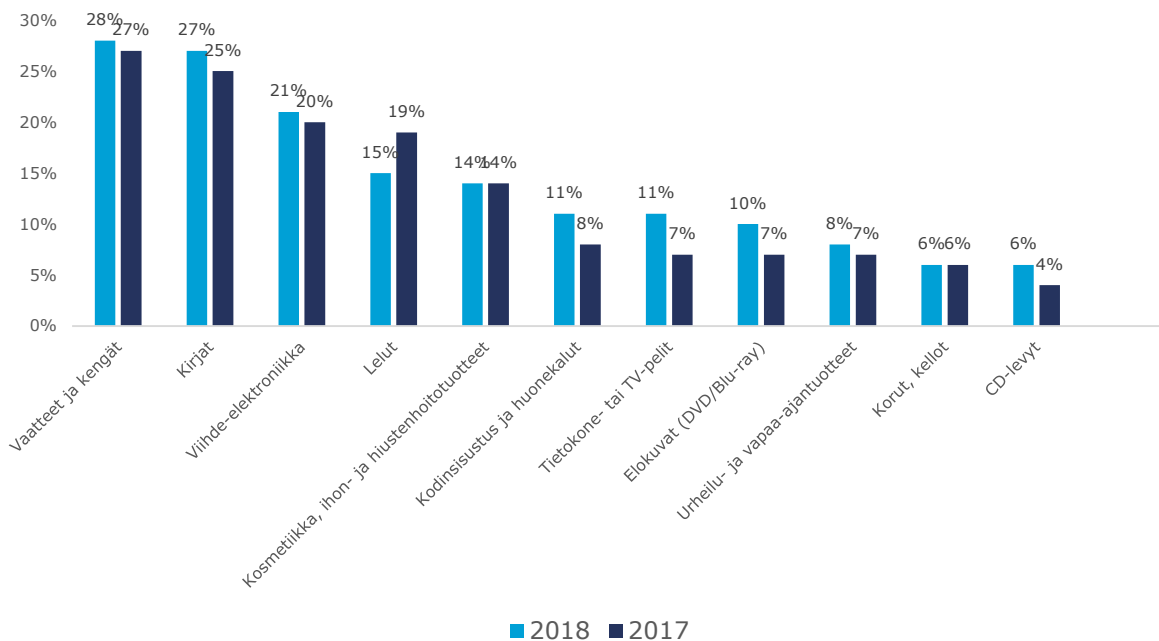
Joulukauppa Suomessa

Muotia ja kirjoja ostetaan eniten

Suomalainen joulukauppa verkossa

- Muodin verkkomyynti on kasvanut Suomessa viimeisten vuosien aikana, ja tänä vuonna lähes kolme kymmenestä suomalaisesta verkko-ostajasta aikoo antaa joululahjaksi vaatteita ja kenkiä.
- Suomalaisien kuluttajien joululahjavalinnat vaihtelevat iän ja sukupuolen mukaan. Suomalaisista naisista 40 prosenttia aikoo ostaa vaatteita ja kenkiä verkosta antaakseen niitä joululahjaksi. Miehistä vastaava osuus on vain 12 prosenttia.
- Suomessa tietokone- ja TV-pelien verkkomyynti on voimakkaassa kasvussa. Suomalaisista kuluttajista 18–29-vuotiaat ovat kaikkein kiinnostuneimpia tästä tuotekategoriasta.

Minkälaisia joululahjoja aiot hankkia verkosta tänä vuonna?



Tutkimusjoukko: Kuluttajat, jotka aikovat hankkia joululahjoja verkosta tänä vuonna

Joulukauppa Suomessa

Joulun verkkokaupan ennuste Suomessa reilut 0,23 miljardia euroa vuonna 2018

ENNUSTE 2018

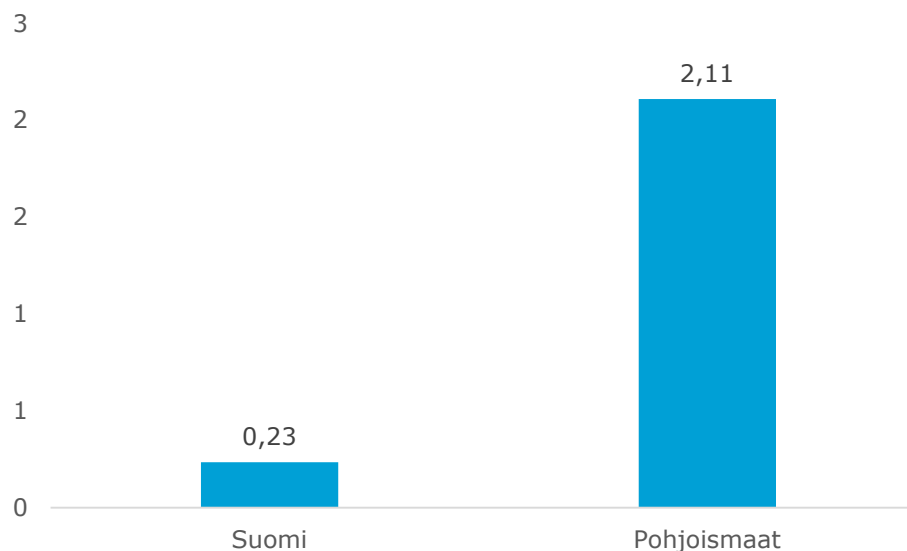
Kuluttajat hyötyvät monin tavoin ostaessaan joululahjoja verkosta. Kuluttajien ei tarvitse asioida ruuhkaisissa myymälöissä, ja verkossa heidän on helppo tutustua tuotteisiin ja löytää hyviä tarjouksia.

Ei ole siis ihme, että joulun verkkokaupan odotetaan kasvavan Suomessa ennätyslukemiin tänä vuonna. Suomalaisten arvioidaan käyttävän reilut 0,2 miljardia euroa joululahjojen ostamiseen verkosta.

Alle 50-vuotiaat kuluttajat ovat vanhempia ikäryhmiä tottuneempia hankkimaan joululahjoja verkkokaupoista. Nuoremmat suomalaiset kuluttajat aikovat myös käyttää enemmän rahaa joululahjaostoksiin verkossa.

Kuluttajien tottumuksessa hankkia joululahjoja verkosta ei ole suuria eroja pääkaupunkiseudun ja muun Suomen välillä. Pääkaupunkiseudulla asuvat kuluttajat ilmoittivat kuitenkin käyttävänsä suuremman summan joululahjojen ostamiseen verkosta kuin muualla Suomessa asuvat henkilöt.

Odotettavissa oleva joulun verkkokauppa (miljardia euroa)



Black Friday

Black Friday houkuttelee monia suomalaisia verkko-ostoksille

Joka kolmas suomalainen aikoi tehdä Black Friday -ostoksia tänä vuonna

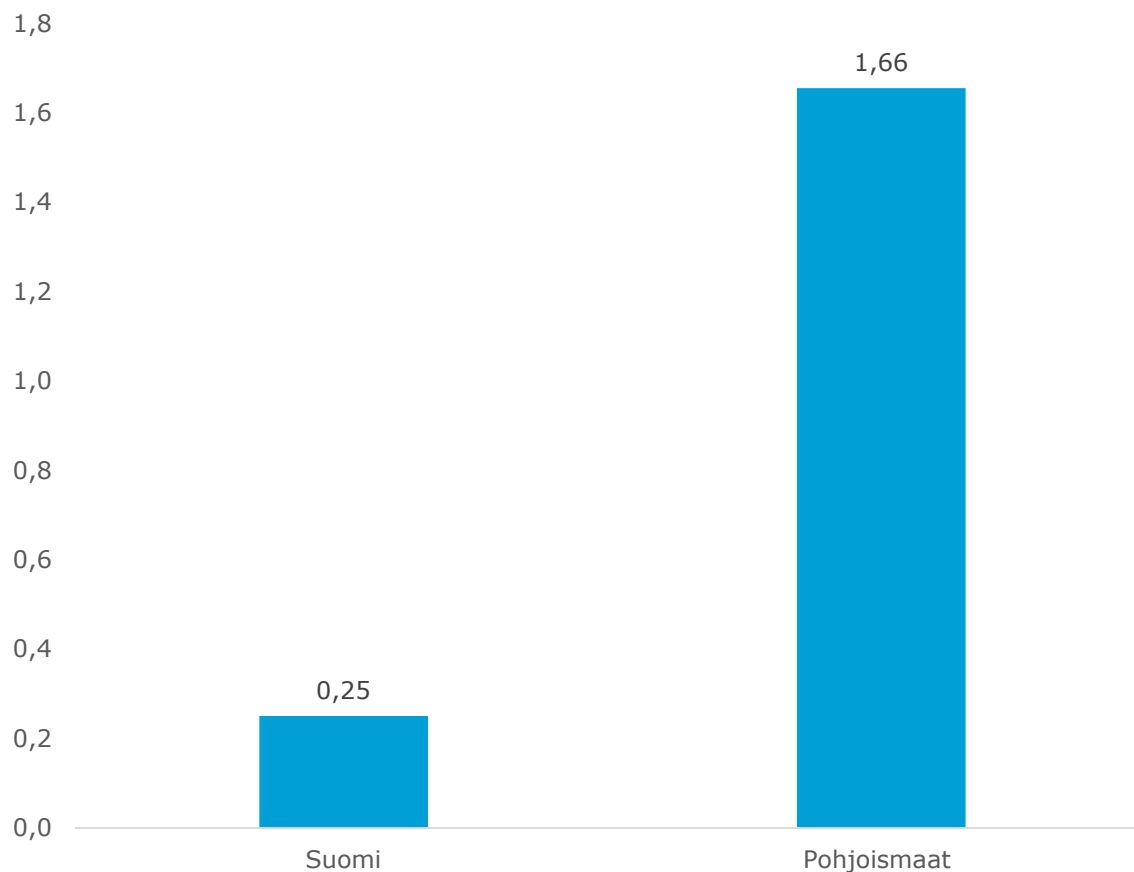
Black Friday toimii nykyään luonnollisena lähtölaukauksena joulukaupalle, ja tänä vuonna se oli 23. marraskuuta. Ostosjuhla on peräisin Yhdysvalloista, ja sitä vietetään aina kiitospäivän jälkeisenä päivänä.

Ei ole epäilystäkään siitä, etteivätkö Black Friday ja muut tietyille päivälle tai ajanjaksolle keskittyvät ostosjuhlat olisi tulleet jäädäkseen. Valtaosa suomalaisista kuluttajista – yhdeksän kymmenestä – tietää Black Fridayn, ja siihen liittyvä ryntäys on kaikkein suurimmillaan verkossa, mikä puolestaan tarjoaa loistavia mahdollisuuksia verkkokauppiaille.

Noin joka kolmas suomalainen kuluttaja aikoi ostaa tuotteita Black Fridaynä tänä vuonna. Tässä luvussa ei ole otettu huomioon elintarvikkeita. Suomalaisten kuluttajien ostosten arvon arvioidaan nousseen tämän vuoden Black Fridaynä 0,25 miljardiin euroon.

Mahdollisuus löytöjen tekemiseen Black Fridaynä houkuttelee etenkin nuoria naisia ostoksille – kyselyyn osallistuneista 18–29-vuotiaista suomalaisista naisista jopa noin puolet oli valmis avaamaan kukkaronsa nyörit marraskuisen ostosjuhlan aikaan.

Kulutus Black Fridaynä 2018 (miljardia euroa)



Black Friday

Verkkokauppiat korjasivat kulutusjuhlassa tarjolla olleen potin

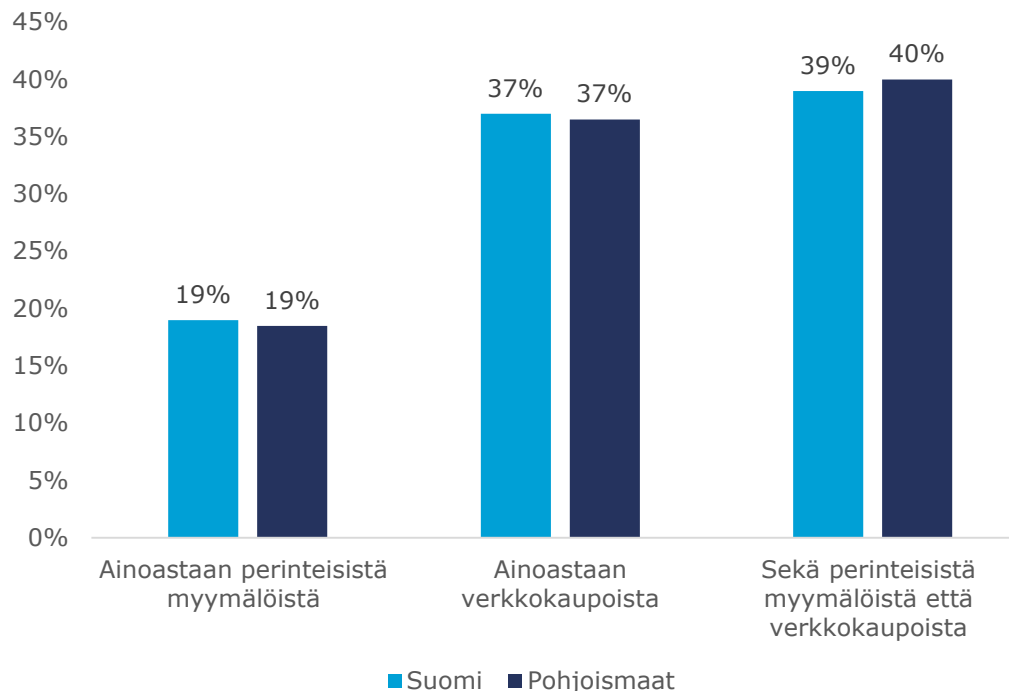
Yhä useammat kuluttajat ostavat entistä enemmän tänä vuonna – ostokanavien valinta kuitenkin vaihtelee

Kuluttajien innostus ostosten tekemiseen Black Fridayna ei näy pelkästään suurissa asiakasmäärissä vaan myös ostosummissa. Ennen 23. marraskuuta neljä kymmenestä suomalaisesta, jotka tekivät ostoksia viime vuoden Black Fridayna, ilmoitti aikovansa tehdä tänä vuonna ostoksia entistä suuremmalla summalla. Kyseinen luku on huomattavasti korkeampi kuin muissa Pohjoismaissa, mikä osoittaa, että Suomessa on runsaasti kasvupotentiaalia.

Black Fridaysta hyötyvät todennäköisesti eniten verkkokauppiat. Kolme neljästä suomalaisesta, jotka aikoivat tehdä ostoksia Black Fridayna, suunnitteli ostavansa tuotteita verkosta, kun taas noin kuusi kymmenestä kuluttajasta odotti pääsevänsä ostoksille perinteiseen myymälään. Neljä kymmenestä suomalaisesta aikoi tehdä ostoksia sekä verkossa että perinteisissä myymälöissä.

Nuoret ovat iäkkäämpiä kuluttajia halukkaampia käyttämään suuren osan aleostoksiin varaamastaan rahasummasta tai peräti koko summan verkkokaupoissa. Myös haja-asutusalueiden asukkaat ovat kiinnostuneita verkko-ostosten tekemisestä alehinnoilla. Helsingissä asuviin verrattuna maaseudulla asuvien suomalaisten osuus oli suurempi niiden kuluttajien keskuudessa, jotka aikoivat tehdä ostoksia ainoastaan verkossa.

Minkä tyypisistä myymälästä aiot ostaa tuotteita (elintarvikkeet pois lukien) Black Fridayna?



Black Friday

Kuluttajat hyvin valmistautuneita

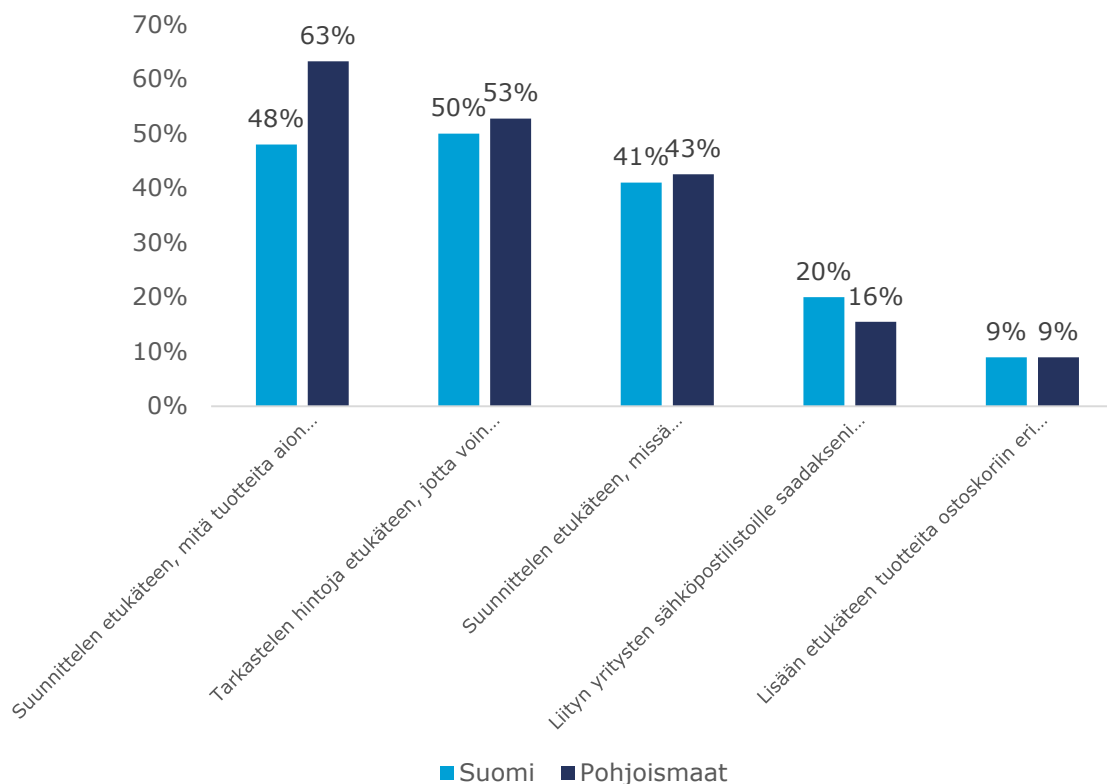
Lähes joka toinen teki käytännön valmisteluja

Kuluttajat ovat entistä paremmin perillä tarjonnasta ja siihen liittyvistä seikoista. He tietävät, että parhaiden alelöytöjen tekemiseen tarvitaan yleensä sekä kärsivällisyyttä että järjestelmällistä panostamista. 45 prosenttia suomalaisista kuluttajista, jotka aikovat tehdä ostoksia Black Fridayna, ilmoitti valmistautuneensa marraskuun ostosjuhlaan jollakin konkreettisella tavalla.

Suomalaisten kuluttajien suunnitelmat eroavat osittain muiden pohjoismaalaisten suunnitelmista siten, että suomalaiset eivät yleisesti ottaen suunnittele yhtä tarkasti etukäteen, mitä tuotteita he aikovat ostaa. Tämä voi johtua siitä, että digitaalisten palveluiden käyttö on edelleen hieman vähäisempää Suomessa kuin muissa Pohjoismaissa. Siitä huolimatta viidesosa suomalaisista kuluttajista liittyi yritysten sähköpostilistoille ennen Black Fridaytä tänä vuonna, mikä on enemmän kuin pohjoismainen keskiarvo.

Parhaiten valmistautuneet suomalaiset Black Friday -kuluttajat ovat tilastojen mukaan nuoria miehiä, jotka asuvat suuremmissa kaupungeissa. Tämä ryhmä koostuu pääasiassa niin sanotuista diginatiiveista, joilla on tapana viettää huomattava osa päivästäan internetissä ja jotka tekevät siten paljon ostoksia verkossa.

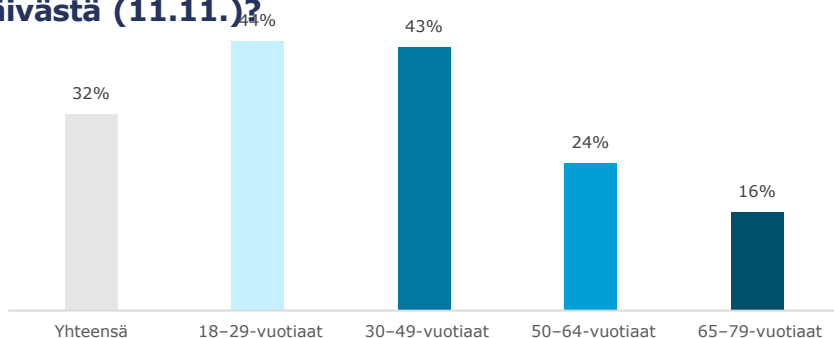
Oletko valmistautunut/aiotko valmistautua Black Fridayhin tänä vuonna?



Tutkimusjoukko: Kuluttajat, jotka valmistautuivat Black Fridayhin tänä vuonna

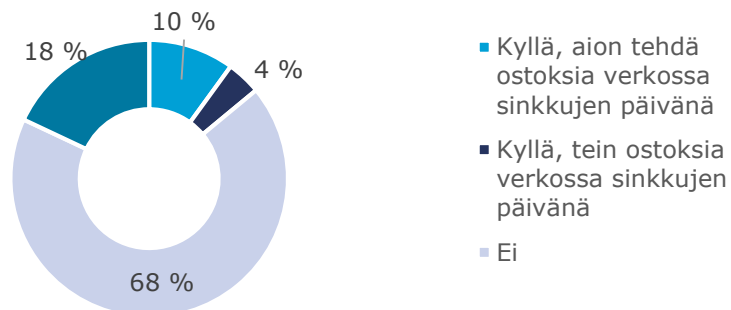
Sinkkujen päivä Uusi ostosjuhla

Oletko joskus kuullut puhuttavan sinkkujen päivästä (11.11.)?



Tutkimusjoukko: Kaikki (100 %)

Aiotko tehdä ostoksia verkossa / teitkö ostoksia verkossa sinkkujen päivänä tänä vuonna?



Tutkimusjoukko: Kuluttajat, jotka olivat kuulleet sinkkujen päivästä

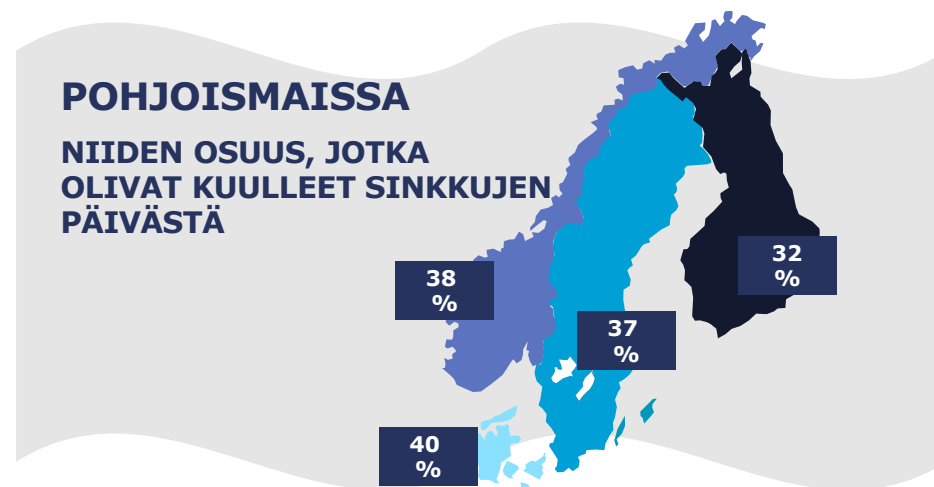
Sinkkujen päivä on alennuspäivä, jota vietetään joka vuosi 11. marraskuuta. Sinkkujen päivä on rantautunut myös Suomeen, ja tänä vuonna 32 prosenttia suomalaisista kuluttajista ilmoitti kuulleensa tästä uudesta ostosjuhlasta.

Pohjoismaisista kuluttajista sinkkujen päivän tunnettuus on alhaisin juuri suomalaisten keskuudessa. Etenkään vanhemmat suomalaiset kuluttajat eivät ole kuulleet sinkkujen päivästä. Myöskään Black Friday ei ole kovin tuttu kyseiselle kuluttajaryhmälle.

Sinkkujen päivä on kansainvälisesti suuri verkossa vietettävä kulutusjuhla, ja se on erityisen suosittu Kiinassa, jossa Alibaba asetti tänä vuonna uuden liikevaihtoennätyksen 27 miljardilla eurolla. Ei ole epäilystäkään siitä, etteivätkö pohjoismaiset kuluttajat olisi heränneet myös sinkkujen päivän tuomiin mahdollisuuksiin, mutta nähtäväksi jää, kuinka kauan kestää ennen kuin ostosjuhla voi toden teolla kilpailla Black Fridayn kanssa.

POHJOISMAISSA

NIIDEN OSUUS, JOTKA OLIVAT KUULLEET SINKKUJEN PÄIVÄSTÄ



Tutkimusjoukko: Kaikki (100 %)

Lisätietoa verkkokaupasta:

Pohjoismaat

ARNE ANDERSSON

Sähköposti: arne.b.andersson@postnord.com

Puhelin: +46 73 079 05 52

Suomi

SINIKKA ELORANTA

Sähköposti: sinikka.eloranta@postnord.com

Puhelin: +358 (0)40 178 5266