

Kolme neljästä eläkeikäisestä haluaa oppia lisää digitaalisista työkaluista – paras apu tulee perheeltä ja läheisiltä



Kuva: Klarna

Koronarajoitukset ovat koskettaneet etenkin yli 70-vuotiaita, kun heitä suositeltiin 23.6. asti pysymään kotonaan ja välttämään myös esimerkiksi kaupassa käyntiä. Klarnan tilastojen perusteella on havaittavissa, että etenkin yli 85-vuotiaat ovat tehneet tänä keväänä aiempaa enemmän verkko-ostoksia, joten Klarna päätti tutkia eläkeikäisten suomalaisten suhtautumista verkkokauppaan.

Joka kolmas yli 65-vuotias mieltää tekevänsä verkko-ostoksia sujuvasti, mutta yli 80-vuotiaista itseään sujuvana verkossa shoppailijana pitää vain alle viidennes (18 %). Kolme neljästä (72 %) eläkeikäisestä kuitenkin ilmoittaa haluavansa oppia lisää digitaalisista työkaluista, jotka voivat tuoda apua arkeen, kuten ostosten tekemiseen tai laskujen maksamiseen verkossa.

Moni ei kuitenkaan ole saanut haluamaansa apua: 39 % kertoo, ettei ole saanut apua verkossa ostosten tekemisessä alkuun pääsemiseksi. Kyselyn vanhimmassa ikäryhmässä (80–84-vuotiaat) apua saamattomien osuus on vielä suurempi, peräti 53 prosenttia. Mieluisin avun lähde on lähes puolelle (46 %) heidän perheensä tai läheiset. Vain neljännes (27 %) on kuitenkin saanut apua läheisiltään. Yllättäen verkkokaupan chat-ikkunat (10 %) ja

puhelinpalvelut (6 %) ovat mieluisampia avun lähteitä kuin ikätoverin tai senioriverkoston tarjoama apu (4 %).

Eniten eläkeikäisiä huolettaa verkkokaupassa turvallisuus

Eläkeikäisten suurimmat huolenaiheet verkko-ostoksia tehdessä liittyvät turvallisuuteen: reilu puolet (54 %) sanoo olevansa huolissaan tietojen kalastelusta tai huijauksista. Seuraavaksi yleisin pelko (18 %) on se, että itse tekee jonkin virheen ostoksen suhteen tai maksaessa. Vain yksi kymmenestä (10 %) on huolissaan teknisten laitteiden käyttämisestä, mutta vanhimmista vastaajista (80–84-vuotiaat) hieman useampi (15 %) on huolissaan myös tästä. Yleisesti ottaen huoli turvallisuudesta näyttää hälvenevän iän myötä: 59 prosenttia 65–69-vuotiaista ovat huolissaan verkko-ostamisen turvallisuudesta, kun taas 80–84-vuotiaista hieman alle puolet (49 %) huolehtii turvallisuudesta.

Monet asiat luovat kuitenkin turvallisuuden ja mukavuuden tunnetta verkko-ostoksilla. Noin puolet (48 %) tuntevat olonsa turvallisemmaksi, jos valittavissa on tuttu ja turvallinen maksutapa. Myös selkeät yhteystiedot verkkokaupan sivuilla luovat turvaa 36 prosentille, ja noin kolmannes (33 %) pitää luotettavaa toimitustapaa turvallisuuden takeena. Kolme kymmenestä (29 %) toivoisi selkeitä, vaiheittaisia ohjeita verkkokauppaan.

Eläkeikäisten kiinnostus verkossa shoppailua kohtaan on kasvussa

Kyselyn perusteella joka kolmas (33 %) yli 65-vuotias tekee verkko-ostoksia vähintään kerran kuussa. Kuluvana vuonna ensimmäisen kerran verkko-ostoksia on tehnyt 6 prosenttia yli 65-vuotiasta, ja 80–84-vuotiaiden keskuudessa vastaava luku on 11 prosenttia.

”Datamme ja kauppiaaverkostomme mukaan verkko-ostosten tekeminen vanhempien ikäpolvien keskuudessa on kasvussa, mikä on meistä hienoa. Rajoitettu pääsy fyysisiin kaappoihin koronan takia on varmasti ollut monille viimeinen töytäisy verkko-ostosten pariin. Tutkimuksestamme selviää, että moni eläkeikäinen ei pelkää verkkoon siirtymistä, vaan päinvastoin on halukas oppimaan lisää. Monella on aktiivinen arki myös eläkeiän saavutettuaan, ja olisi tärkeää, että nuorempi sukupolvi auttaisi vanhempiaan ja isovanhempiaan ylläpitämään aktiivista elämäntapaa mahdollisista rajoituksista huolimatta.”, kertoo Klarnan Suomen markkinointijohtaja **Jannica Nyman**.

Myös Klarnan datassa on huomattavissa kasvua kevään aikana. Yli 66-vuotiaiden verkko-ostokset ovat kasvaneet tänä keväänä samassa suhteessa kuin alle 66-vuotiaiden. Alueellisesti vertailluna verkkokauppa käy kuumana yli 66-vuotiaiden keskuudessa Ahvenanmaalla, Pohjois-Savossa, Uudellamaalla, Varsinais-Suomessa, Keski-Suomessa, Kymenlaaksossa ja Satakunnassa, jossa eläkeikäiset ovat kasvattaneet verkko-ostoksien osuuttaan enemmän kuin samanikäinen keskivertosuomalainen.

Koko maan tasolla tarkasteltuna kuitenkin yli 85-vuotiaiden kohdalla näkyy erityisen merkittävästi nuoremmista kuluttajista erottuvaa kasvua: heidän verkko-ostoksiin käyttämänsä

raha on melkein tuplaantunut (+96 %), kun verrataan kasvua vuoden 2020 helmikuusta maaliskuuhun, jolloin varotoimenpiteitä alettiin tehdä pandemian vaikutuksen vähentämiseksi.

Klarnan ostosindeksi: kasvu toukokuusta 2019 toukokuuhun 2020

Indeksi (100) edustaa keskimääräisen suomalaisen yli 66-vuotiaan verkko-ostosten kasvua, ja maakuntien vertailuluvut osoittavat, kasvoivatko yli 66-vuotiaiden verkko-ostokset kyseisessä maakunnassa enemmän vai vähemmän kuin keskimäärin Suomessa.

Alue	Indeksi=100 (keskimääräinen yli 66-vuotias suomalainen)
Ahvenanmaa	137
Pohjois-Savo	126
Uusimaa	118
Varsinais-Suomi	116
Keski-Suomi	111
Kymenlaakso	108
Satakunta	103
Pirkanmaa	100
Etelä-Karjala	100
Pohjois-Karjala	99
Pohjanmaa	98
Pohjois-Pohjanmaa	91
Lappi	90
Etelä-Pohjanmaa	89
Kainuu	87
Päijät-Häme	87
Etelä-Savo	85
Keski-Pohjanmaa	80
Kanta-Häme	76

Tietoa tutkimuksesta

Klarna toteutti tutkimuksen puhelinhaastatteluina ja online-kyselynä Bilendi Oy:n ylläpitämässä M3-paneelissa. Kysely toteutettiin 12.–22.6.2020. Tutkimukseen osallistui 650 iältään 65–84-vuotiaasta suomalaista. Kyselyn otos on kansallisesti edustava sukupuolen, iän ja asuinalueen mukaan.

Klarnasta

Klarna tekee shoppailusta *smoothia*. Klarnan avulla maksat heti tai vasta tuotteen saavuttua. Yli 200 000 kauppiasta tarjoaa Klarnan innovatiivisen shoppailukokemuksen asiakkailleen verkossa ja myymälässä. Näiden joukossa ovat esimerkiksi H&M, IKEA, Expedia Group, Samsung, ASOS, Peloton, Abercrombie & Fitch, Nike ja AliExpress. Yrityksen arvoksi on tällä hetkellä arvioitu 5,5 miljardia dollaria, mikä tekee Klarnasta Euroopan arvokkaimman fintech-yrityksen ja yhden maailman suurimmista yksityisistä fintech-yrityksistä. Klarna on perustettu vuonna 2005, sillä on yli 3 000 työntekijää ja se toimii 17 maassa. Lue lisää: klarna.com