

Talouden epävarmuus ei vie suomalaisten joulumieltä, nyt panostetaan laatuun ja läheisiin

Vaikka talouden näkymät ovat epävarmat ja kuluttajien luottamus alamaissa, suomalaiset eivät aio tinkiä joulunvietosta ja lahjoista. Matkahuollon tuoreen kuluttajatutkimuksen mukaan tänä jouluna panostetaan lahjojen laatuun. Lahjojen hankintaan käytetään keskimäärin 241 euroa, mikä on hieman enemmän kuin vuosi sitten.

Matkahuolto selvitti jälleen suomalaiskuluttajien aikeita ja suunnitelmia tulevan joulusesongin rahankäytön ja ostosten osalta. Tulokset osoittavat selkeän muutoksen: siinä missä viime vuonna hinta ja edullisuus ohjasi lahjavalintoja, tänä jouluna suomalaiset panostavat ennen kaikkea lahjojen laatuun ja lahjansaajan toiveisiin. Kyselyn mukaan suomalaisten lahjahankinnoissa painavat eniten lahjansaajan mieltymykset (56 %) ja tarpeet (52 %) sekä laadukkuus (28 %). Edullisuus on lahjaostoksilla tärkeää neljännekselle (26 %).

Jouluna laatu menee hinnan edelle – yllättävän harva hyödyntää kausialet

Joululahjaostosten teko painottuu edelleenkin marras-joulukuulle ja vain 16 % kyselyyn vastanneista aloittaa joululahjaostosten teon jo lokakuussa. Vaikka suomalaiset hakevat lahjaostoksilla hyvää laatua kohtuulliseen hintaan, loppuvuoden alennusmyyntejä hyödyntää vain noin kolmannes.

”Suomalaiset panostavat lahjoihin harkiten ja etsivät kestäväää laatua kohtuuhintaan. Silti moni jättää loppuvuoden alepäivät kuten Black Fridayn hyödyntämättä, vaikka juuri silloin kotimaisissakin verkkokaupoissa on runsaasti tarjontaa, joka yhdistää hyvän laadun edulliseen hintaan. Alepäivien hyödyntäminen onkin oiva säästövinkki tarkalle kuluttajalle”, sanoo Matkahuollon Pakettipalvelut-liiketoiminnan johtaja **Kati Nevalainen**.

Kotimainen verkkokauppa voittaa kansainväliset kilpailijat

Kivijalkaliikkeet ovat edelleen suosituimpia lahjojen ostopaikkoja, sillä 67 % vastaajista aikoo hankkia lahjoja kivijalasta. Verkkokauppojen osalta kuluttajat aikovat ostaa lahjoja etenkin kotimaisista verkkokaupoista, kun taas ulkomaisen verkkokaupan suosio on hieman laskenut vuoden takaisesta. Kotimaisissa verkkokaupoissa aikoo

asioida nyt 53 % ja ulkomaisissa 20 %. Verkkokaupan etuina pidetään erityisesti tungoksen ja ruuhkan välttämistä (57 %) ja hintavertailun helppoutta (53 %) sekä laajempaa valikoimaa (48 %).

Kuluttajat suuntaavat lahjaostoksille erityisesti niihin kotimaisiin verkkokauppoihin, joiden valikoima ja toimitusvarmuus tunnetaan ennestään. Vaikka kiinalaisten verkkokauppojen suosio on vuoden aikana kasvanut, jouluna suomalaiset turvautuvat silti mieluiten kotimaisiin verkkokauppoihin.

”Joululahjoja hankkiessa kuluttajat tekevät harkitumpia valintoja, jolloin suomalaiset näyttävät turvautuvan tuttuihin ja luotettaviin kauppoihin. Joulun alla nopeus, toimitusvarmuus ja lahjojen laatu painavat enemmän kuin pelkkä hinta”, kertoo Kati Nevalainen.

Kuluttajien epäluottamus talouteen ei näy joululahjabudjetissa – suosituimmat lahjakategoriat pitävät pintansa

Matkahuollon selvityksen mukaan inflaatiosta ja talouden heikoista näkymistä huolimatta suomalaiset kuluttajat eivät näytä olevan valmiita tinkimään suuria summia joululahjaostoksista. Peräti 59 % suomalaisista kertoo joululahjabudjetin olevan ennallaan ja 12 % aikoo käyttää rahaa enemmän kuin viime vuonna.

”Vaikka suomalaisten luottamus talouteen on matala monella mittarilla mitattuna ja rahat laitetaan säästöön, näyttää joulutekivän tämän kyselyn valossa poikkeuksen kuluttamisessa”, Kati Nevalainen jatkaa.

Keskimääräinen lahjabudjetti on noussut 233 eurosta 241 euroon, ja yksittäiseen lahjaan käytetään keskimäärin 62 euroa. Lahjojen määrä on kasvanut hieman: viime vuonna keskimäärin 3,5 lahjaa, tänä vuonna 3,9. Lahjojen hankinnassa satsataan etenkin puolison ja lasten lahjoihin, kun taas omista ja ystävien sekä muun suvun lahjoista tingitään kiristyneessä taloustilanteessa.

Lasten lahjoihin panostaminen näkyy myös suosituimmissa kategorioissa: eniten aiotaan ostaa leluja ja pelejä. Myös mieltymysten miettiminen heijastuu suosituimmissa lahjoissa: toisena listalla ovat lahjakortit. Myös muut klassiset lahjakategoriat pitävät pintansa, suosituimpien joukkoon nousevat vaatteet, kengät ja muoti (27 %), kauneus- ja hygieniatuotteet kuten kosmetiikka (26 %) sekä kirjat, elokuvat ja musiikki (26 %).

Lisätietoja ja haastattelupyynnöt:

Kati Nevalainen, Johtaja, Pakettipalvelut, kati.nevalainen@matkahuolto.fi, puh. 040 756 5894

Matkahuolto

Matkahuolto on moderni palveluyhtiö, joka on saattanut ihmiset ja tavarat mutkattomasti yhteen jo yli 90 vuotta. Yhtiön liiketoiminta jakautuu Pakettipalveluihin ja Matkapalveluihin. Pakettipalvelut kuljettavat vuodessa 20 miljoonaa pakettia Suomessa ja ulkomailla, ja Matkahuollon asiakkaita palvelee koko maan kattava yli 200 palvelupisteen verkosto. Matkapalveluiden keskiössä ovat kestävän liikkumisen palvelut, aikataulut ja liput, joita myydään lähes 8 miljoonaa vuosittain. Liikennöitsijöille yhtiö tuottaa digitaalisia työkaluja liiketoiminnan kehittämiseen. Matkahuolto on sitoutunut tieteeseen perustuviin ilmastotavoitteisiin, ja yhtiön tavoitteena on puolittaa kaikki päästönsä ja olla hiilineutraali vuoteen 2030 mennessä. Vuonna 2024 Matkahuollon liikevaihto oli 98,3 M€. www.matkahuolto.fi

Kysely toteutettiin Matkahuollon tilauksesta Norstatin laatusertifioidussa kuluttajapaneelissa 22.–29.8.2025. Vastaajamäärä oli 1017. Otos vastaa suomalaista 18–74-vuotiasta väestöä sukupuolen, iän ja asuinpaikan mukaan. Otoksen virhemarginaali on +/- 3 prosenttiyksikköä.