



Pankit

Alueellinen
Ostokäyttäytyminen 2023

Alueellinen ostokäyttäytyminen 2023

toteuttaja Kantar TNS Oy



14 toimialaa



1 500 liikettä



13 000 vastaajaa



30 markkina-alueetta

Esityksen sisältö

Suomalaisten taloudellinen
toimeliaisuus

Pankkien markkinatilanne

Pankkien valintakriteerit

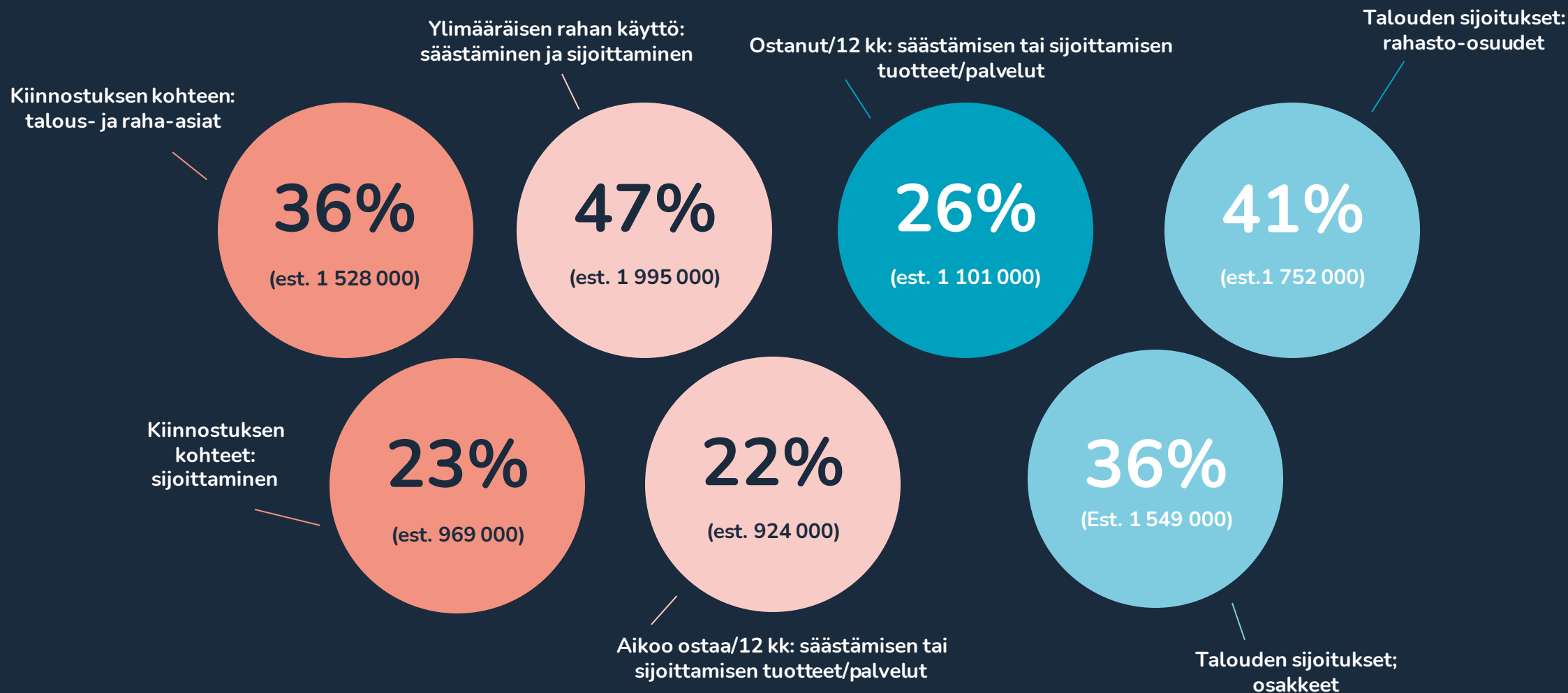
Sanomalehden rooli ja Kärkimedian
tavoittavuus





Taloudellinen toimeliaisuus ja hankinta-aikeet

Suhtautuminen talousasioihin

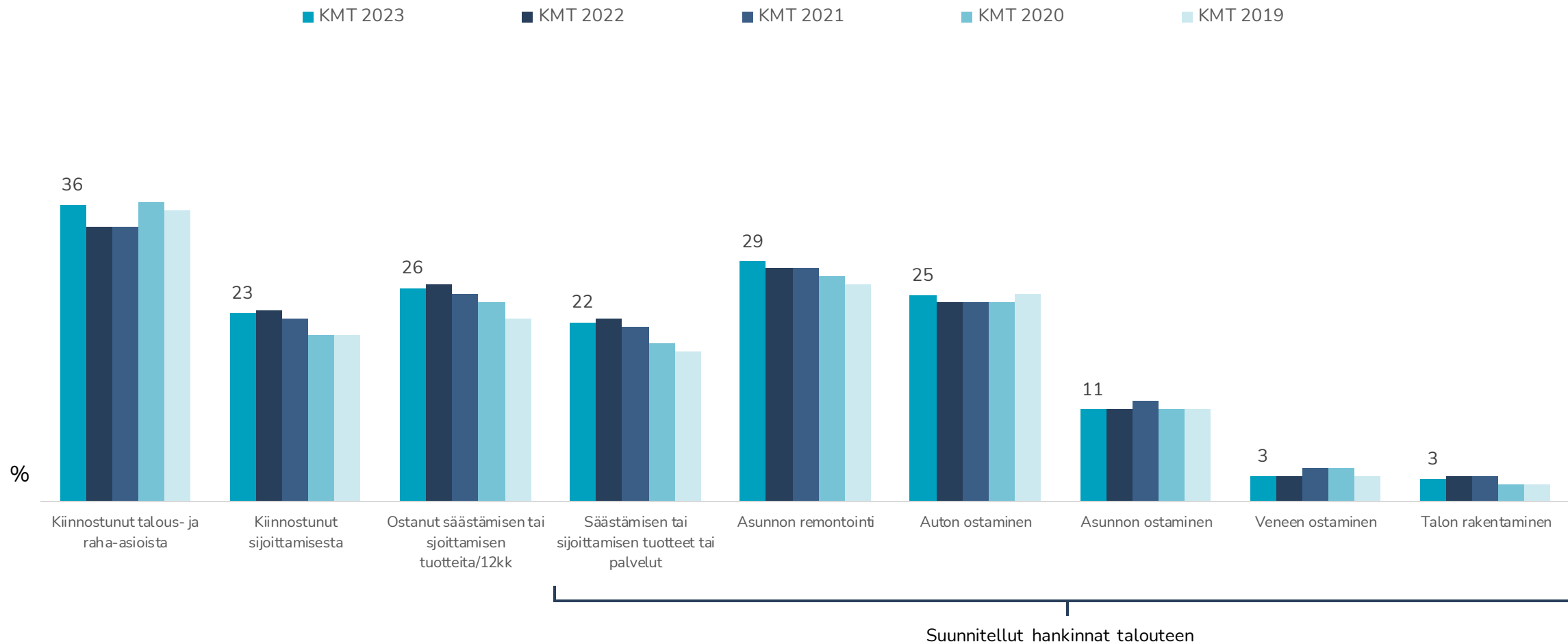


Mihin mieluiten käytät ylimääräisen rahan, joka jää jäljelle sen jälkeen, kun olet jo maksanut pakolliset menosi? Voit valita useita vastauksia.

Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet ostanut viimeisten 12 kuukauden aikana?

Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet aikeissa ostaa seuraavien 12 kuukauden aikana? Voit valita useita Minulla/taloudellamme on (voit valita useita)

Trendi: Suomalalaisten kiinnostus talousasioihin sekä suurimmat hankinta-aikeet



Ylimääräistä rahaa eniten säästämiseen ja sijoittamiseen



Säästäminen ja sijoittaminen on jo useamman vuoden ollut suomalaisille tärkeä aihe, se on suosituin ylimääräisten rahojen käyttökohde.

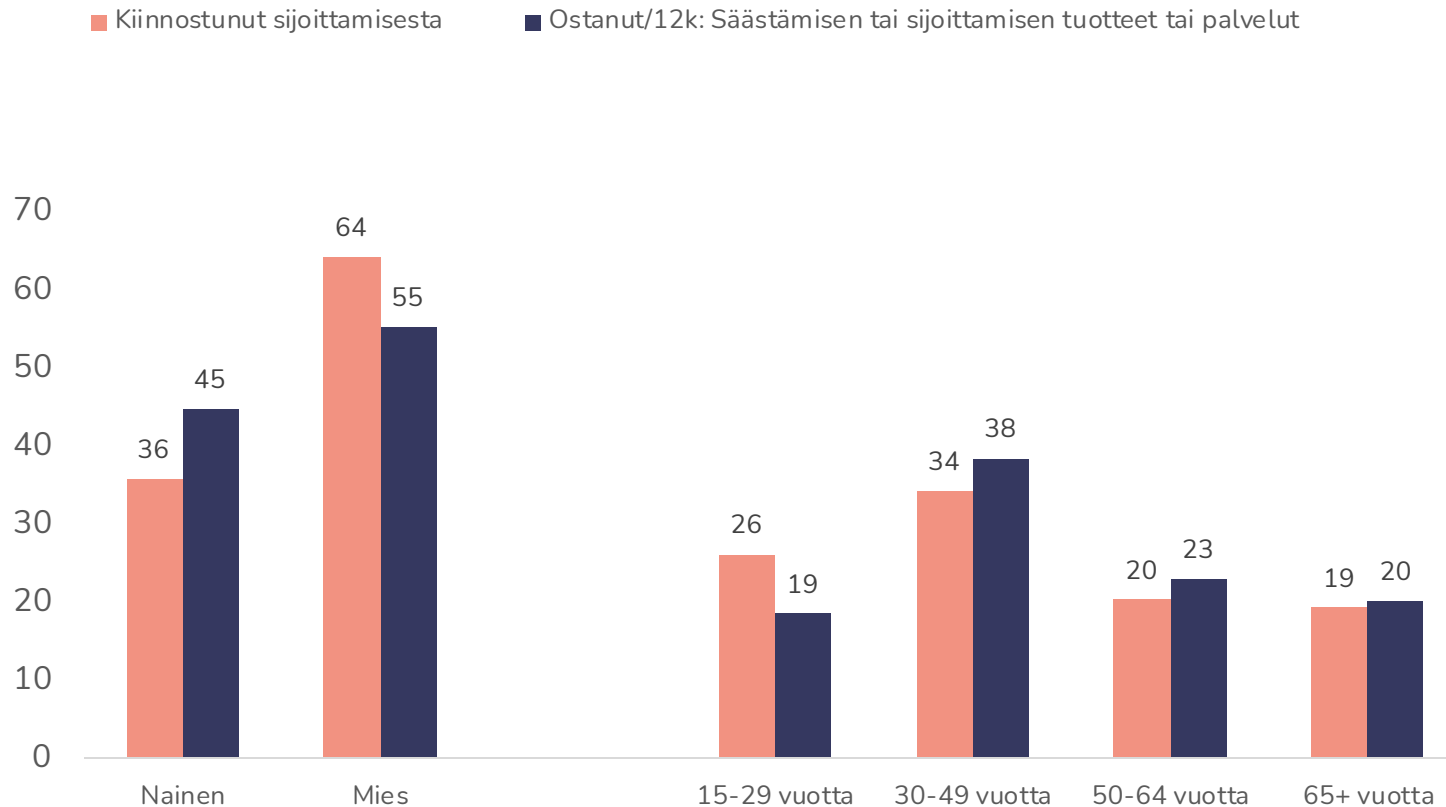
Yli 70%:lla suomalaisista on jotain sijoituskohteita



15v+ väestö est. 4 295 000
Minulla/taloudellamme on (voit valita useita)
KMT 2023

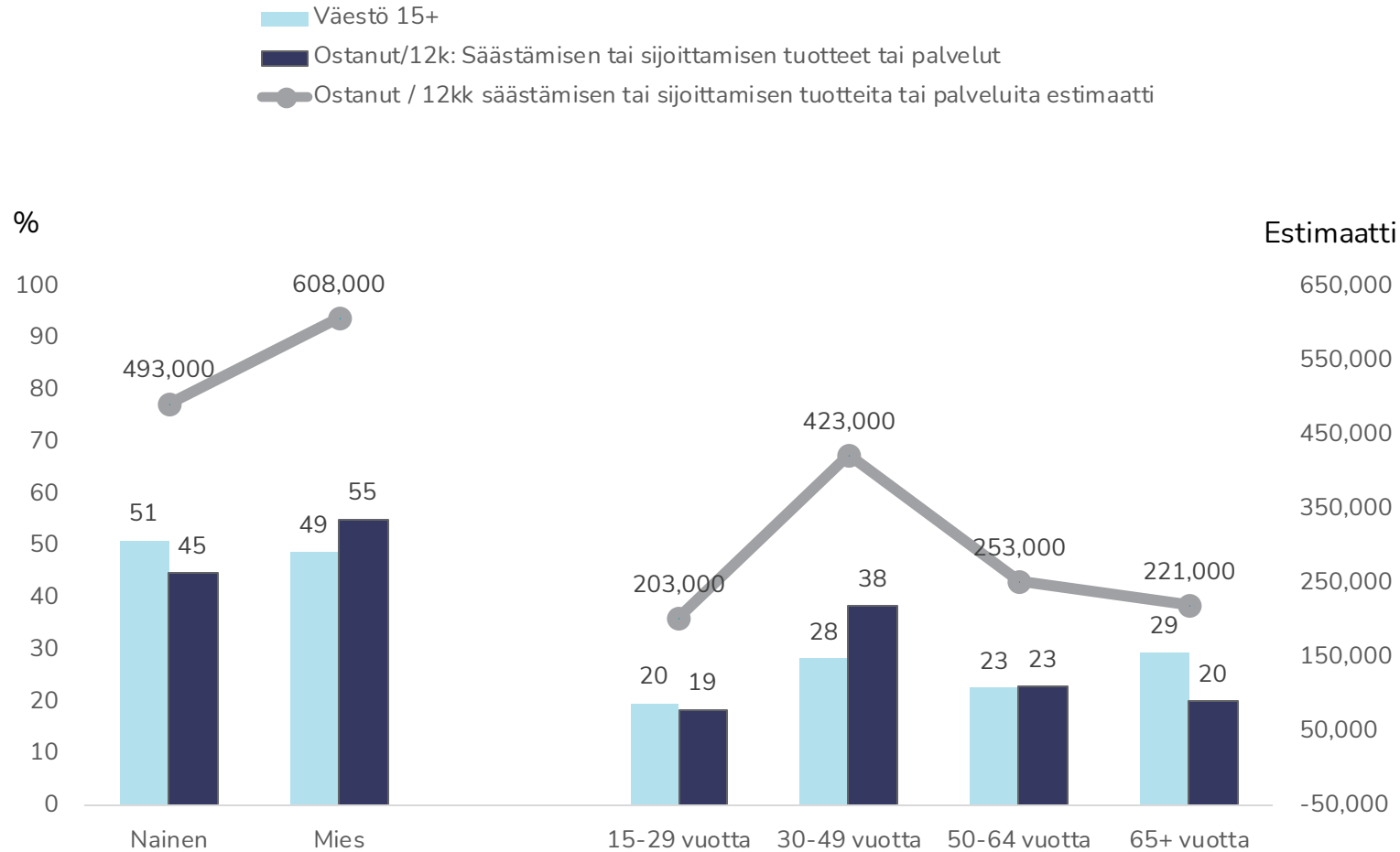


Kiinnostuneiden ja ostaneiden profiilit painottuvat eri tavoin



Sijoittamisesta kiinnostuneissa korostuu miehet ja nuoremmat ikäryhmät, säästämisen ja sijoittamisen tuotteita ostaneissa sukupuolijakauma tasaisempi ja ikäprofiili vanhempi.

Yli 50-vuotiaissa on paljon potentiaalia

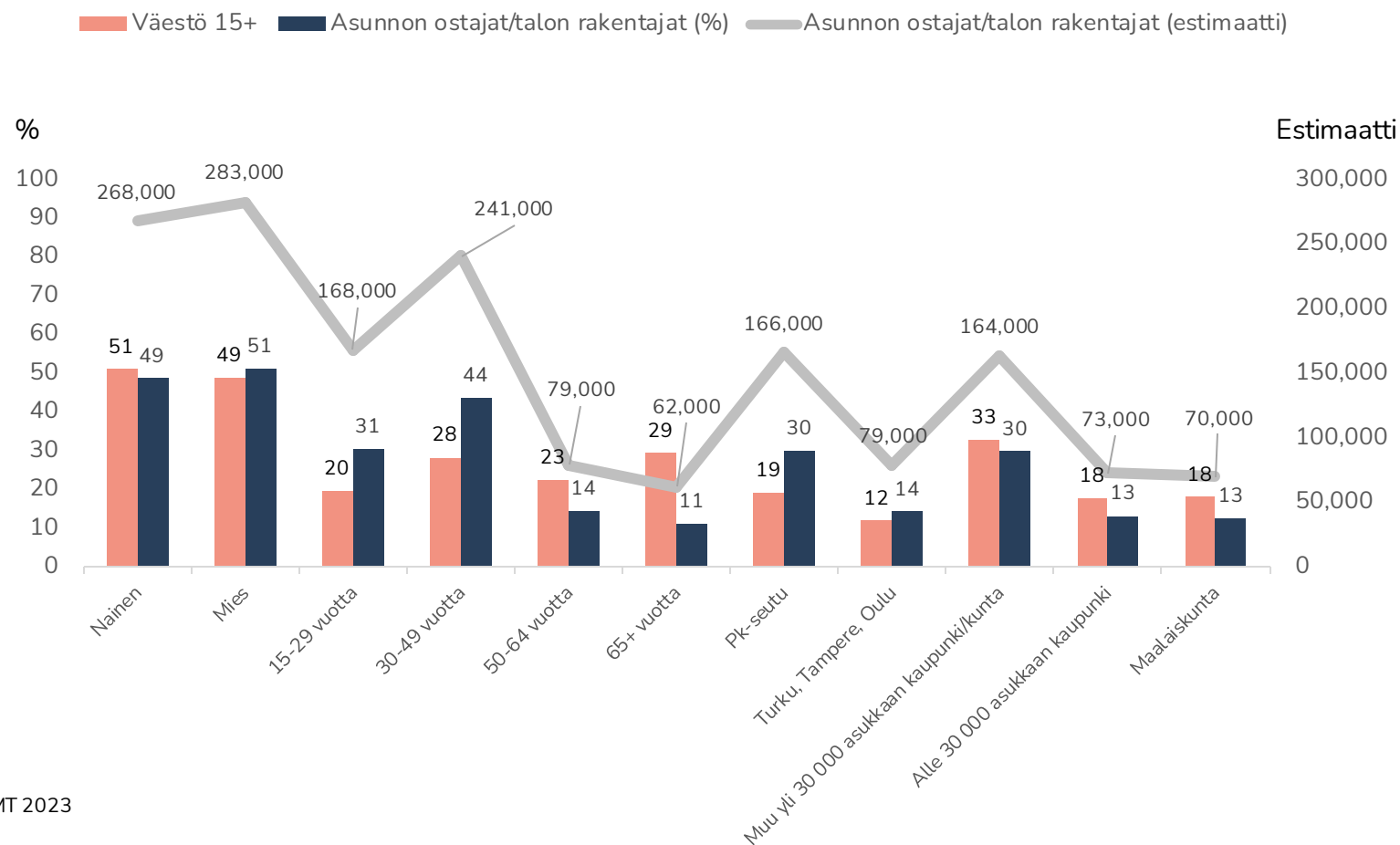


Vaikka säästämisen/sijoittamisen tuotteiden ostaminen alikorostuu vanhimmassa ikäryhmässä, on heitä silti määrällisesti paljon.

Yli 50-vuotiaista viimeisen 12kk aikana 474 000 on ostanut säästämisen ja sijoittamisen tuotteita

Asunnon ostajista suurin osa on alle 50-vuotiaita

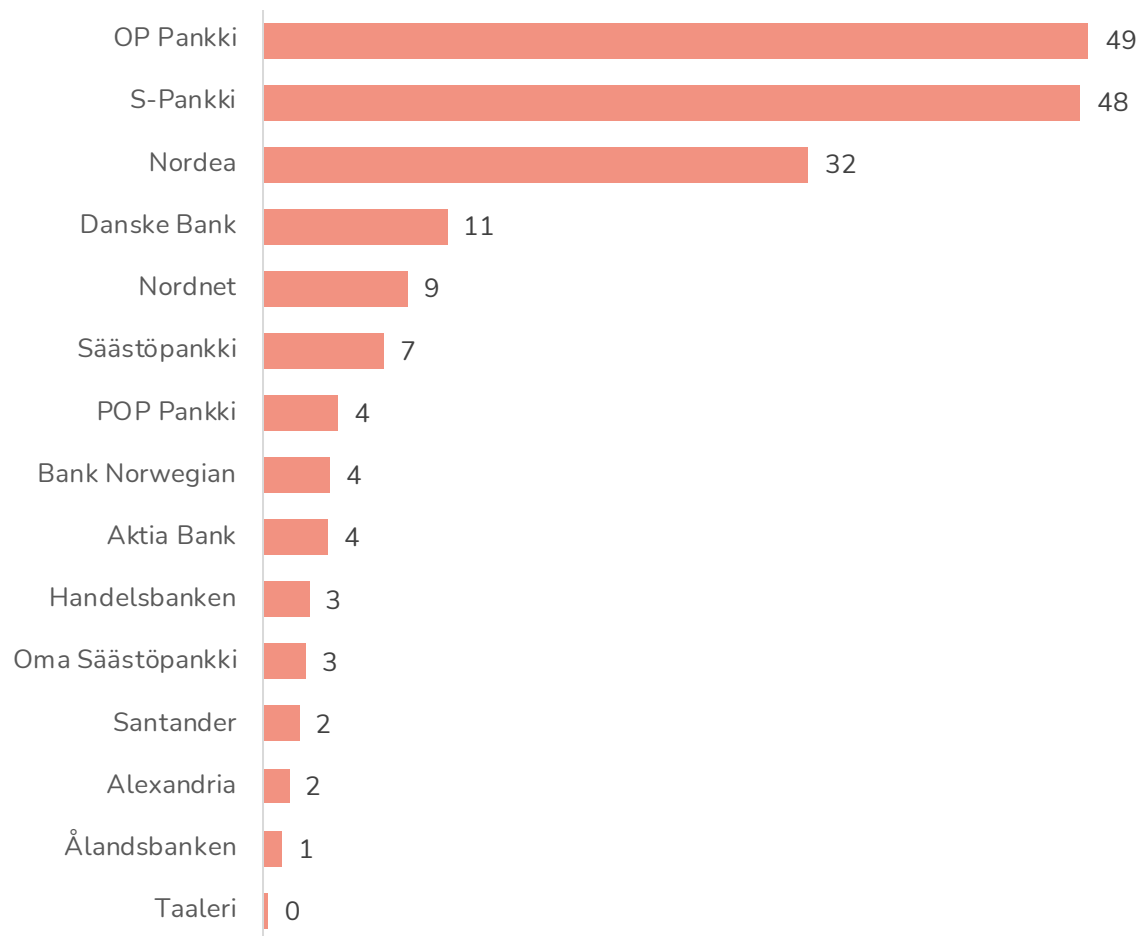
551 000 suomalaista suunnittelee asunnon osto- tai talon rakentamista.



Heistä 74% on alle 50-vuotiaita. KMT 2020 dataan verrattuna tässä on kuitenkin tapahtunut muutosta, kaikkein nuorimpien alle 30-vuotiaiden osuus on pienentynyt, kun taas vastaavasti yli 65-vuotiaiden osuus on kasvanut. Myös naisten osuus on kasvanut suhteessa miehiin.

Pankkien markkinatilanne

Pankkien asiakkuus



OP ja S-Pankki
tasaosuuksin kärjessä,
Nordea kolmas suuri
pankki

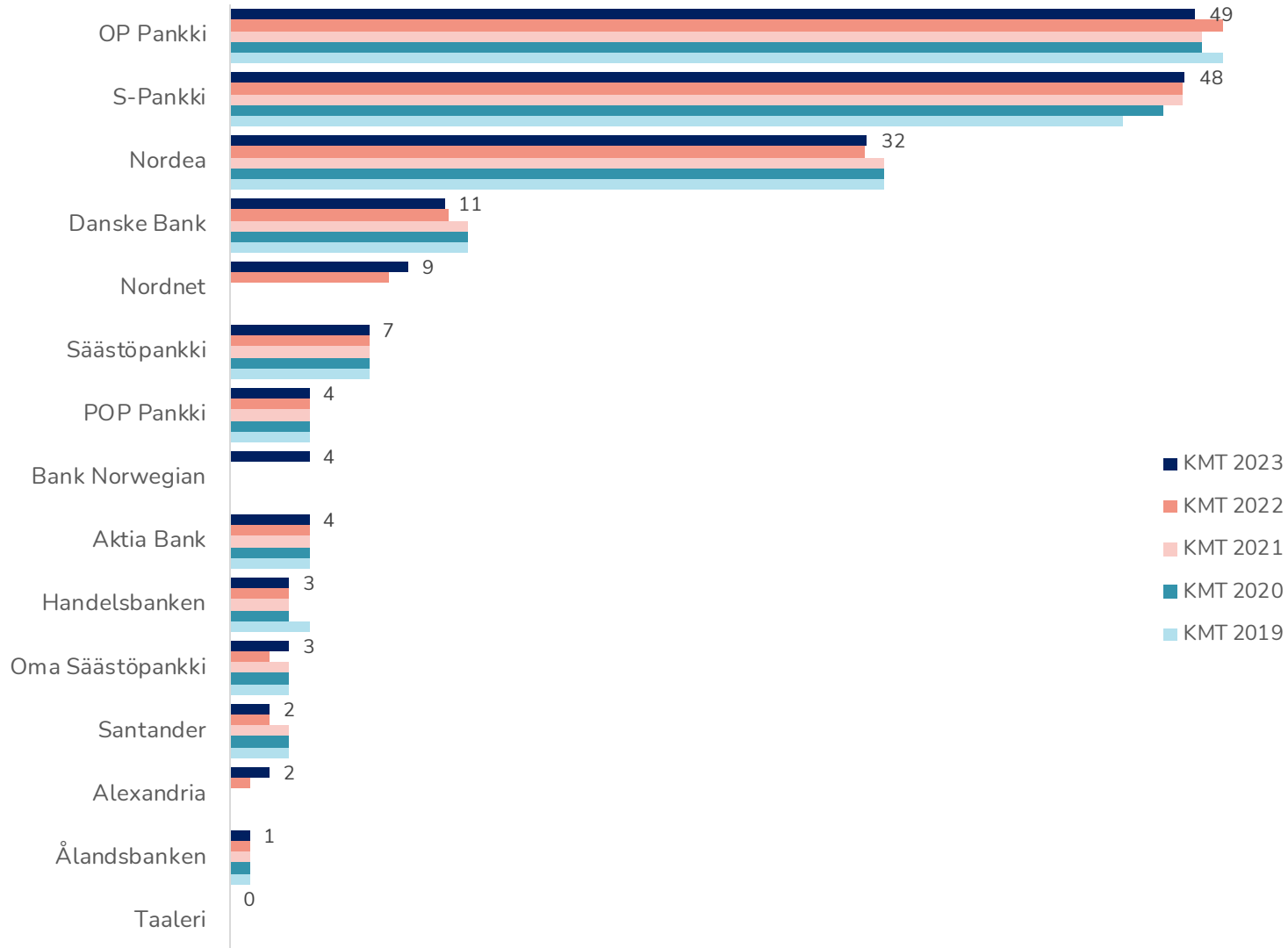
Asiakasmäärät

OP 2 085 000

S-Pankki 2 067 000

Nordea 1 377 000

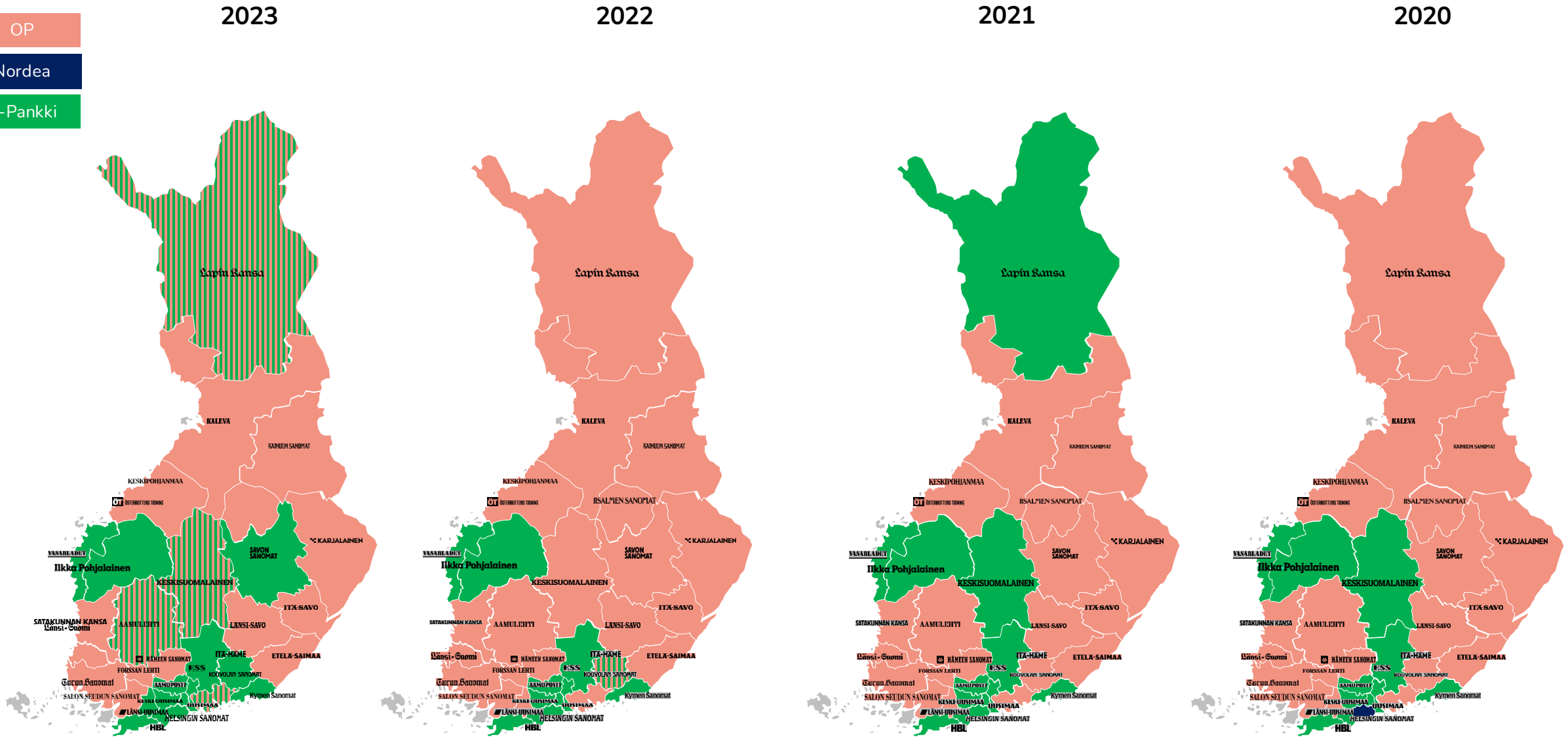
S-Pankki kasvattanut suosiotaan, tasoissa OP:n kanssa



%, väestö 15+v, est. 4 295 000
Minkä pankkien tai vakuutusyhtiöiden asiakas olet?
KMT 2023/2022/2021/2020/2019

Alueen ykköspankki

- OP
- Nordea
- S-Pankki

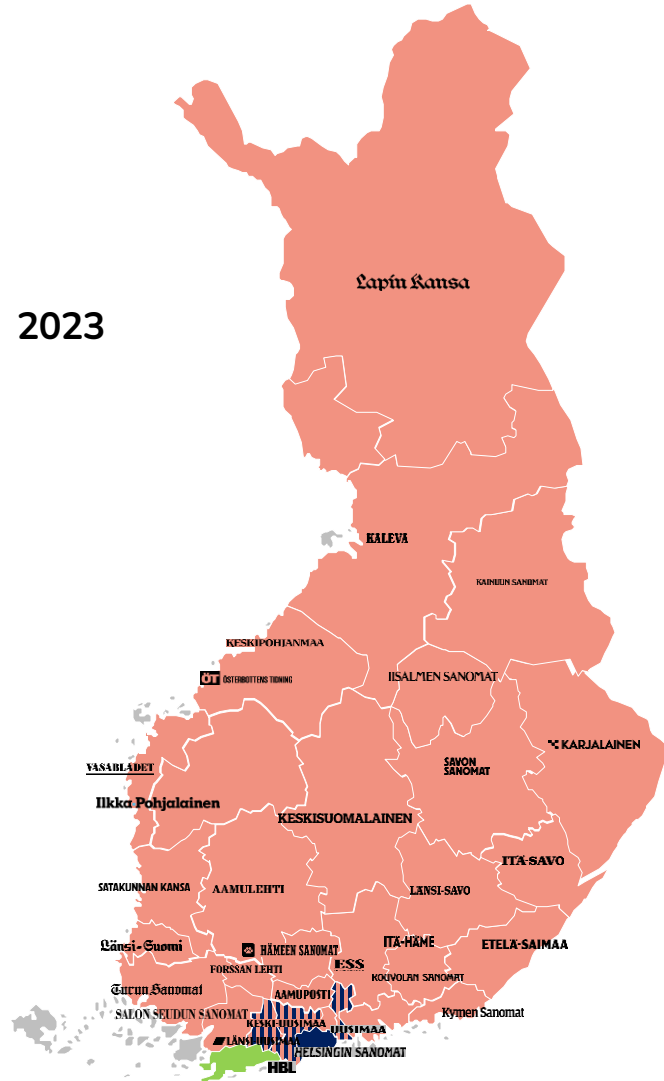


Minkä pankkien tai vakuutusyhtiöiden asiakas olet?
KMT 2023, 2022, 2021, 2020

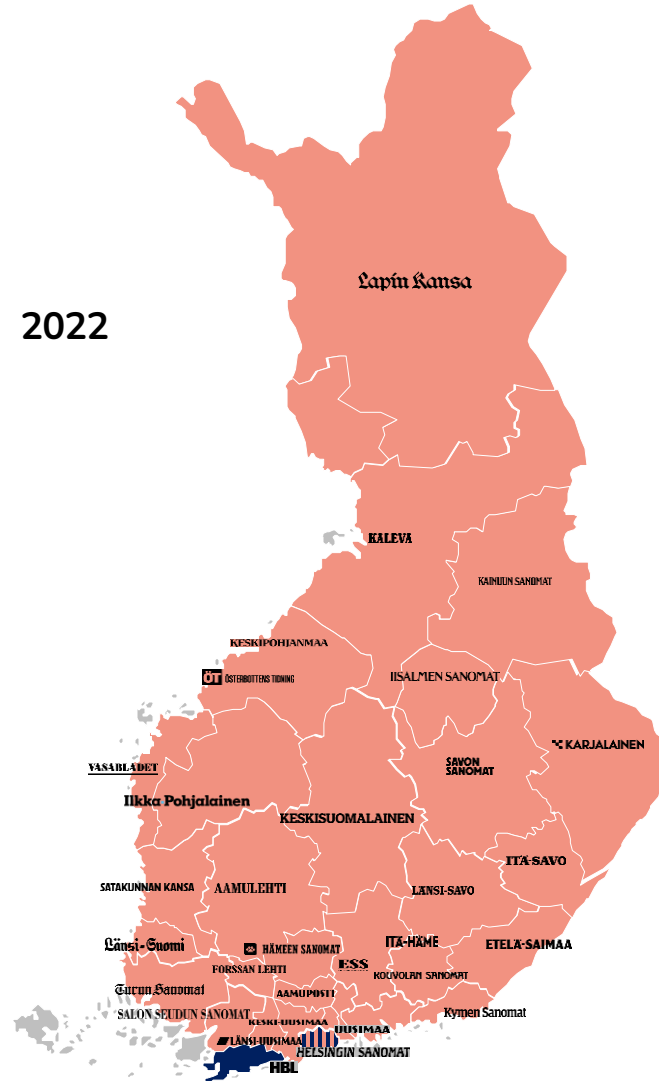
Alueen ykköspankki ilman S-pankkia



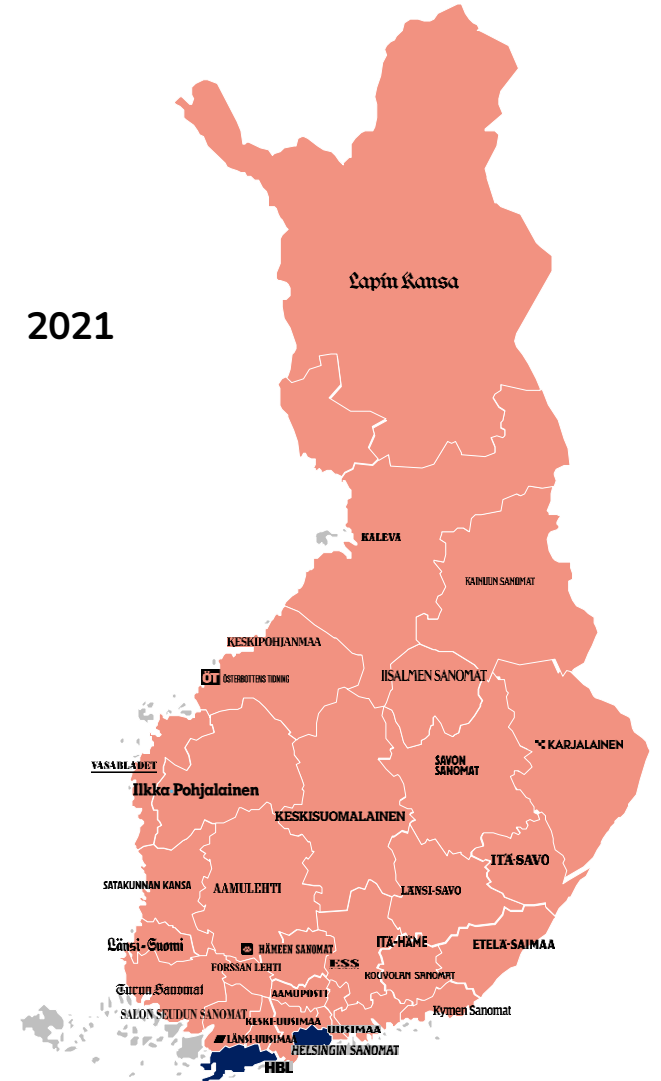
2023



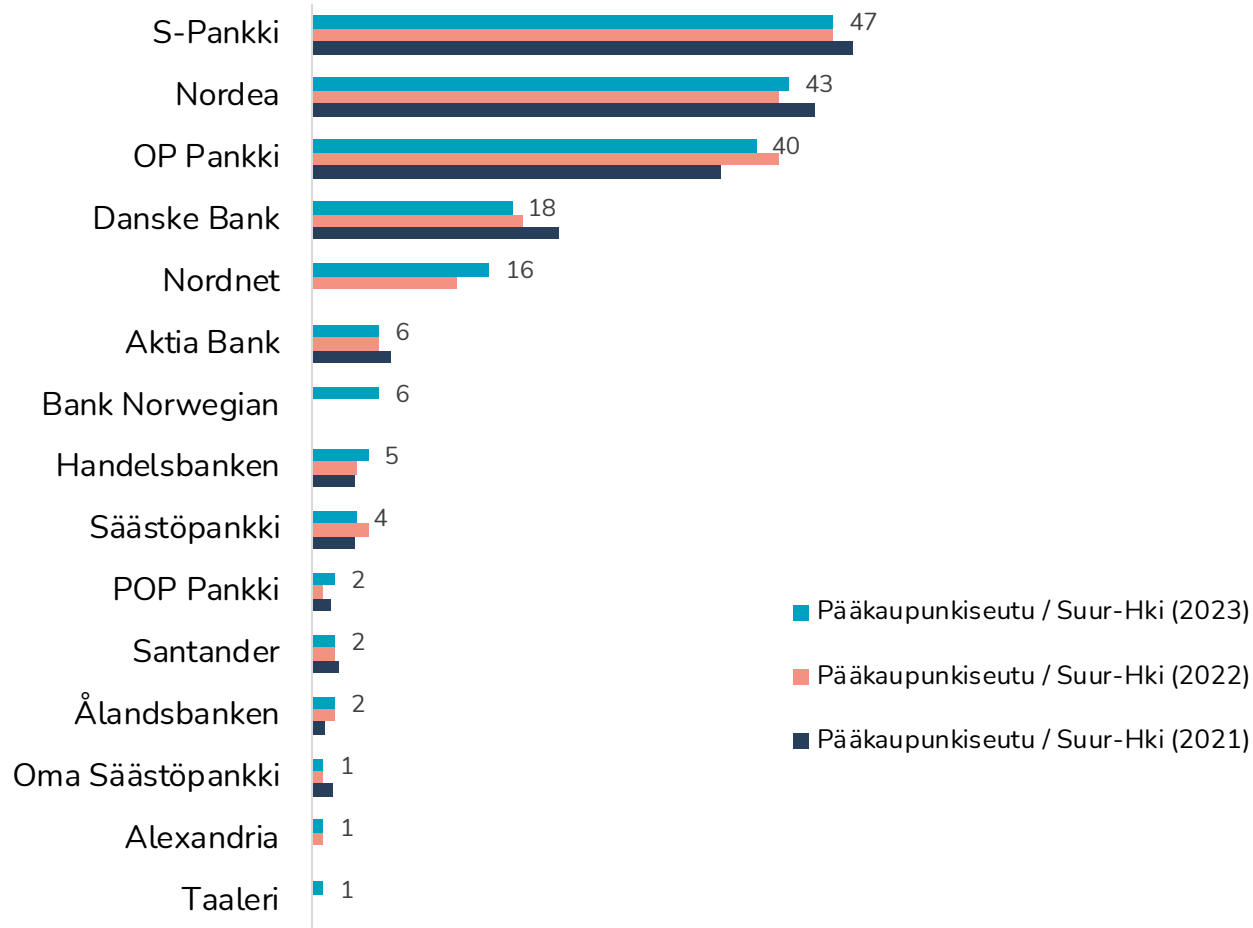
2022



2021



Muutokset pääkaupunkiseudulla



Muutoksia:

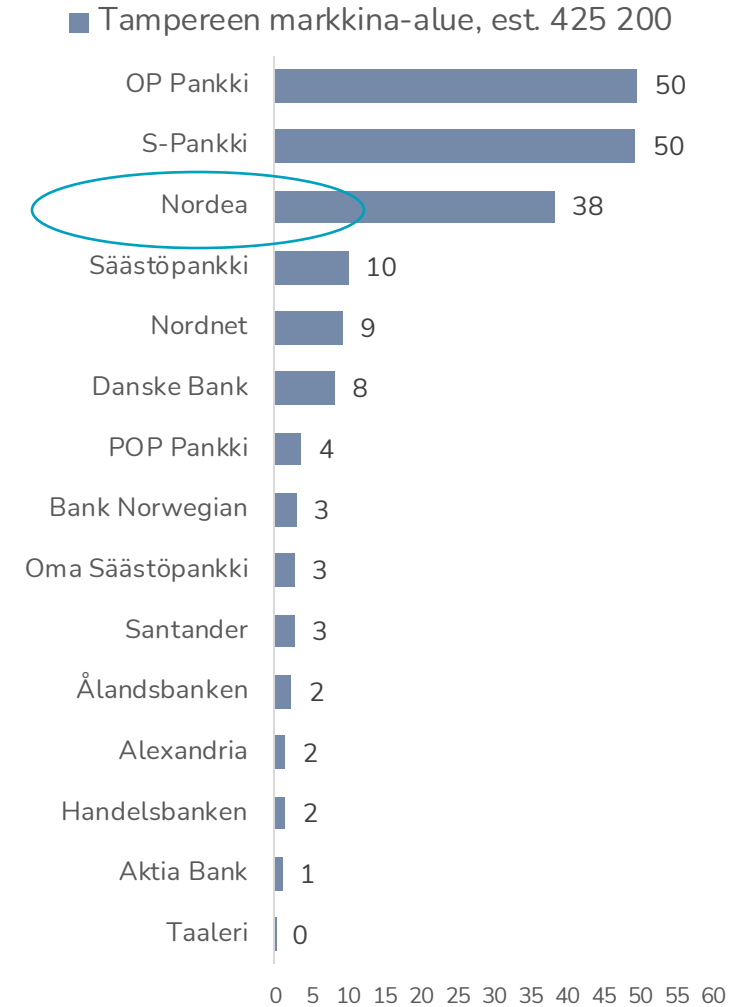
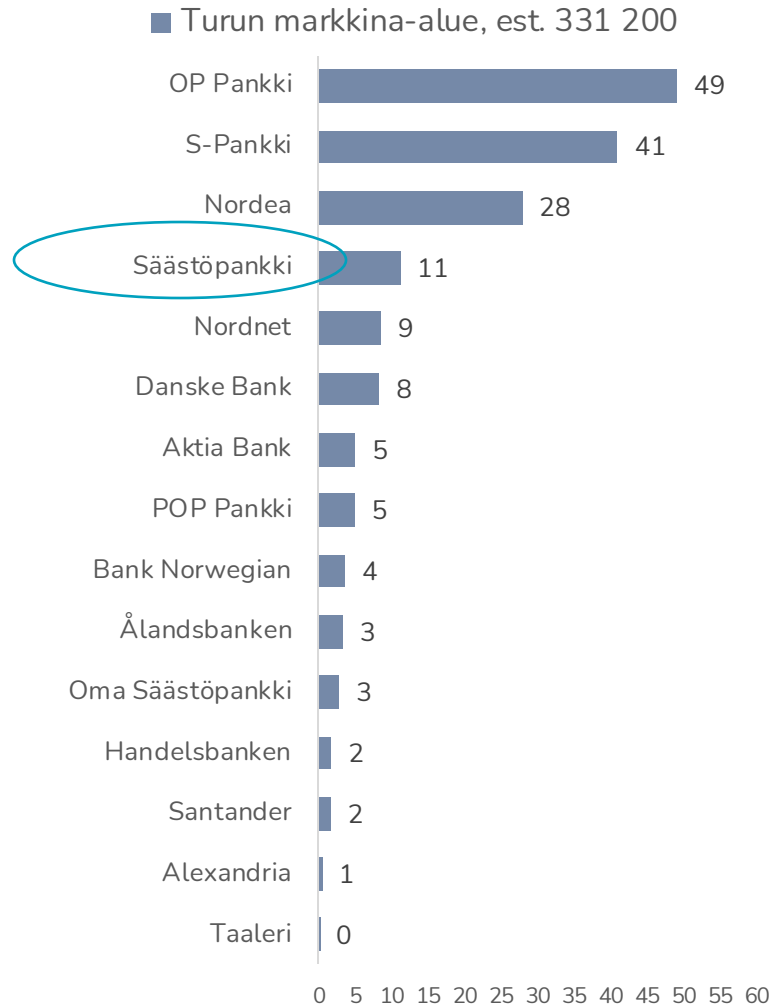
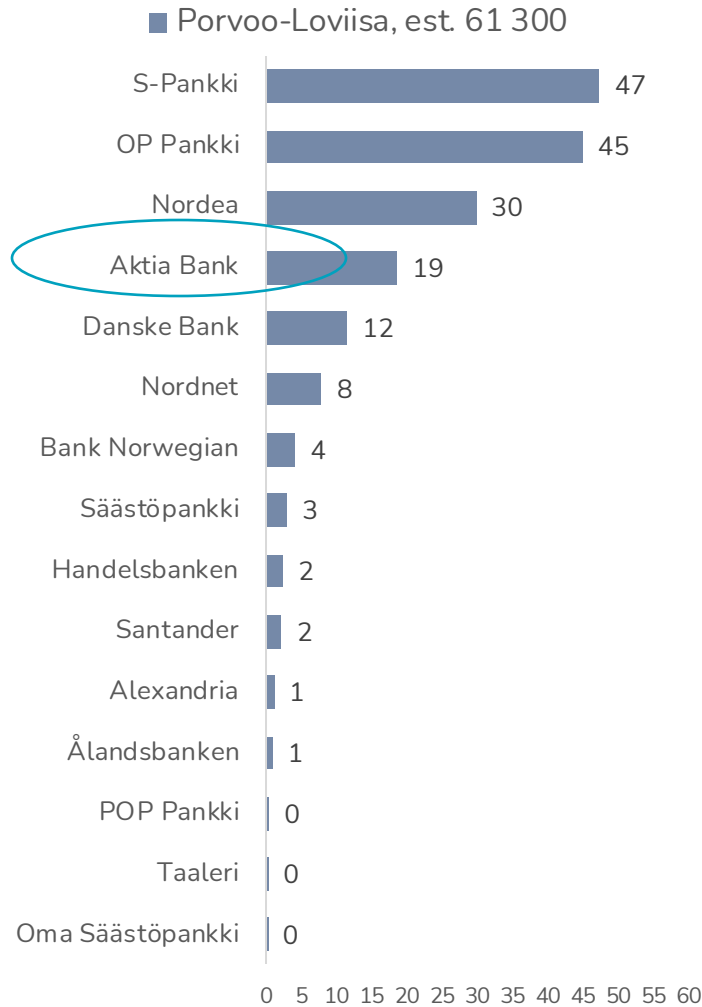
Danske Bank menettää
pienesti koko ajan

OP:n kasvuhyppäys
tasoittunut

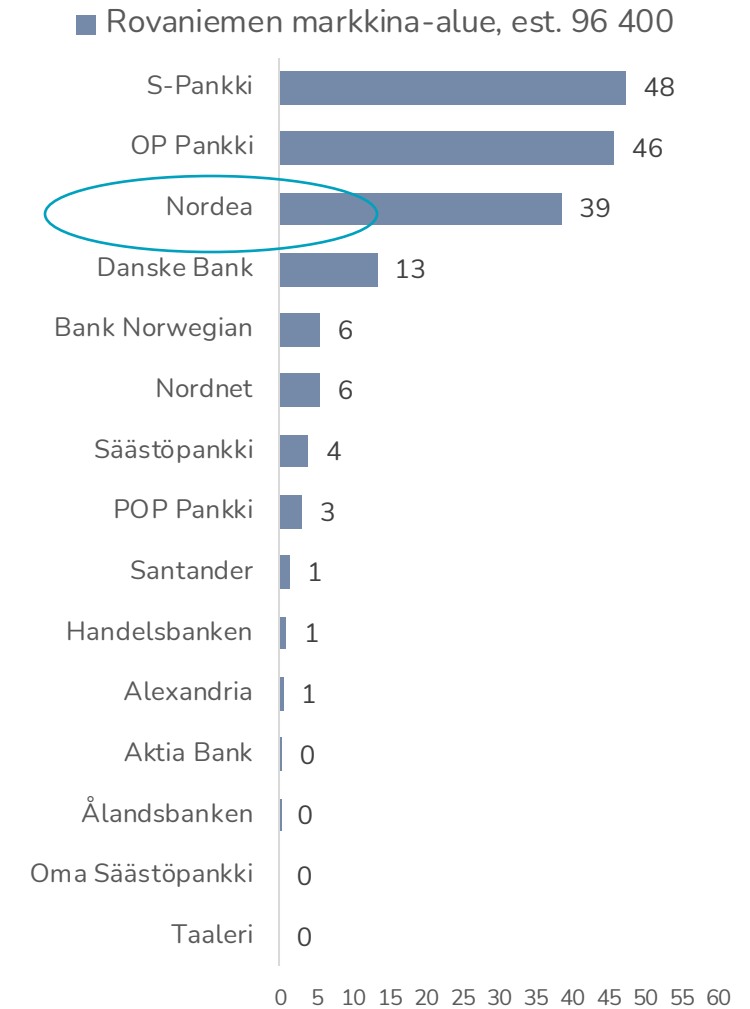
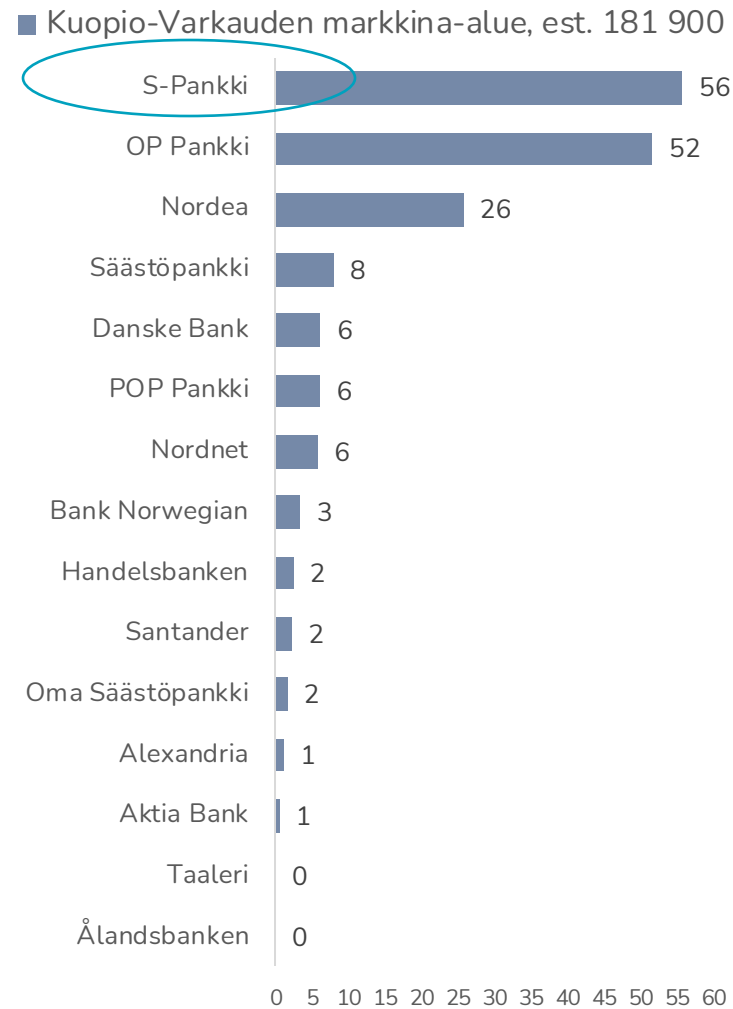
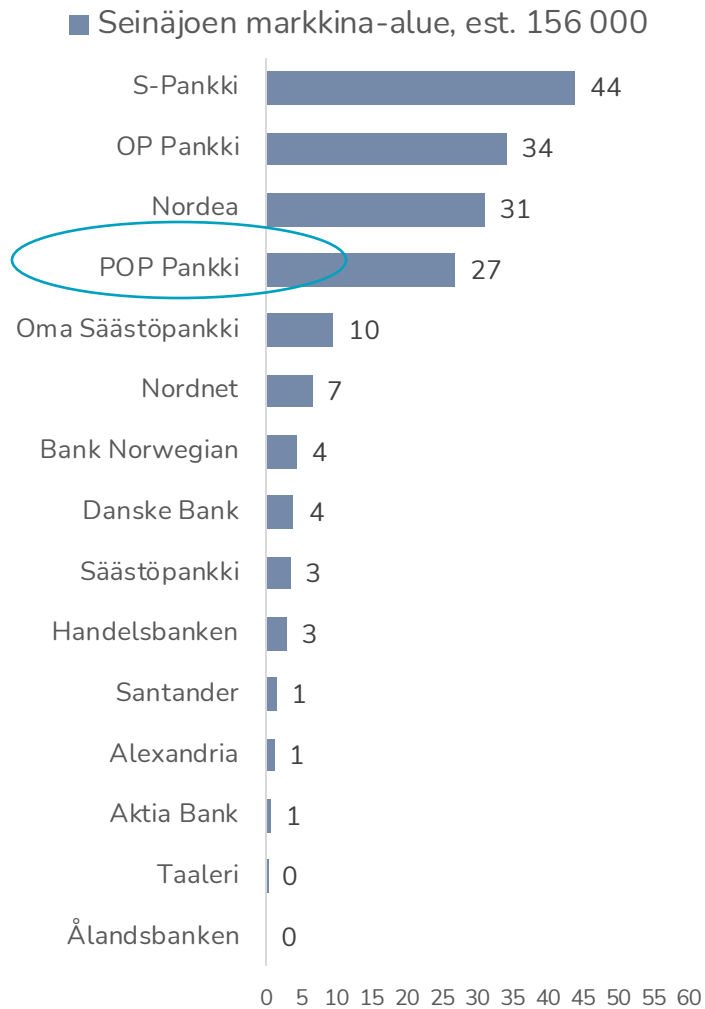
Nordnet kasvaa selkeästi

Vertailussa koko maan
lukuihin Danske Bank ja
Nordea sekä Nordnet
ovat pk-seudulla
vahvempia, OP heikompi

Pankkien asiakkuudet markkina-alueilla



Pankkien asiakkuudet markkina-alueilla



Säästämisen ja sijoittamisen tuotteiden ostamista suunnittelevien kohderyhmä alueittain

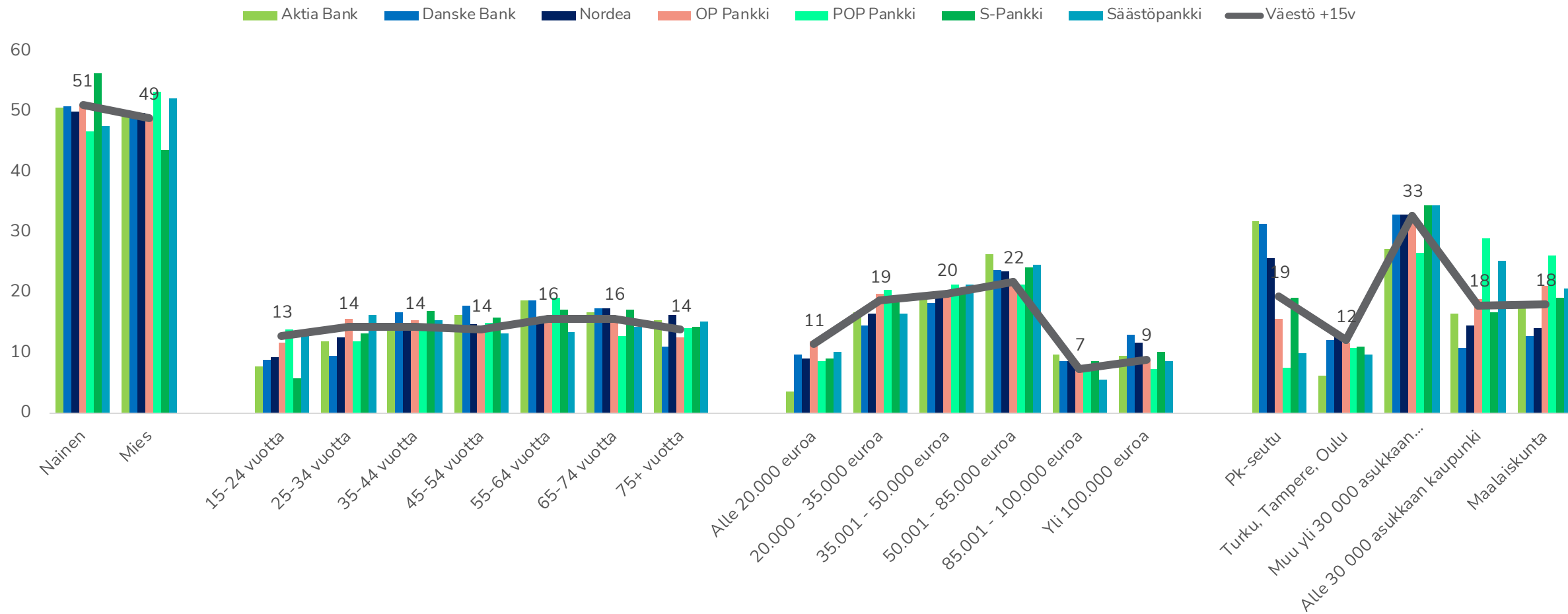
22% ~ 924 000 15v+ suomalaista

	Säästämisen tai sijoittamisen tuotteiden ostoa suunnittelevat (est.)	Kohderyhmä kumulatiivisesti (%) alueittain
Pääkaupunkiseutu / Suur-Hki	247 000	27
Tampereen markkina-alue	95 000	37
Turun markkina-alue	78 000	45
Oulun markkina-alue	60 000	52
Jyväskylän markkina-alue	42 000	56
Kuopio-Varkauden markkina-alue	36 000	60
Lahden markkina-alue	33 000	64
Kokkola-Pietarsaaren markkina-alue	27 000	67
Pääkaupunkiseudun ympäristökunnat	26 000	70
Seinäjoen markkina-alue	25 000	72
Porin markkina-alue	21 000	75
Tuusula-Kerava-Järvenpää	20 000	77
Lappeenrannan markkina-alue	20 000	79
Joensuun markkina-alue	20 000	81
Rovaniemen markkina-alue	19 000	83
Vaasan markkina-alue	18 000	85
Hyvinkää-Riihimäki	14 000	87
Porvoo-Loviisa	14 000	88
Hämeenlinnan markkina-alue	14 000	90
Kouvolan markkina-alue	13 000	91
Kotkan markkina-alue	12 000	92
Rauman markkina-alue	11 000	94
Mikkelin markkina-alue	9 000	95
Salon markkina-alue	8 000	95
Kajaanin markkina-alue	8 000	96
Raasepori	7 000	97
Iisalmen markkina-alue	7 000	98
Kemi-Tornion markkina-alue	7 000	99
Lohja	6 000	99
Savonlinnan markkina-alue	6 000	100
Forssan markkina-alue	4 000	100

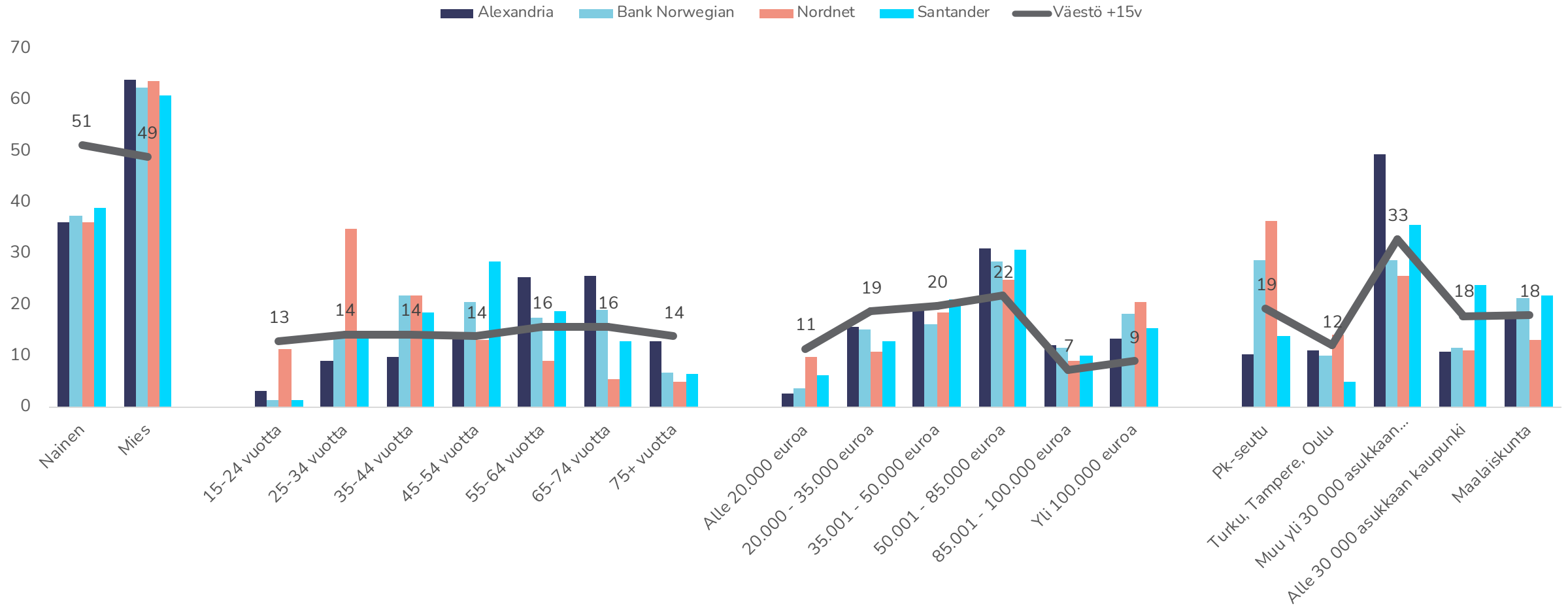
A man with a beard and a light blue shirt is smiling while reading a newspaper. The image is overlaid with a large, semi-transparent blue graphic consisting of several overlapping geometric shapes, including a large arrow pointing upwards and to the right. The background is a blurred indoor setting.

Pankkien asiakkaiden profiilit

Pankkien asiakkaat: profiili

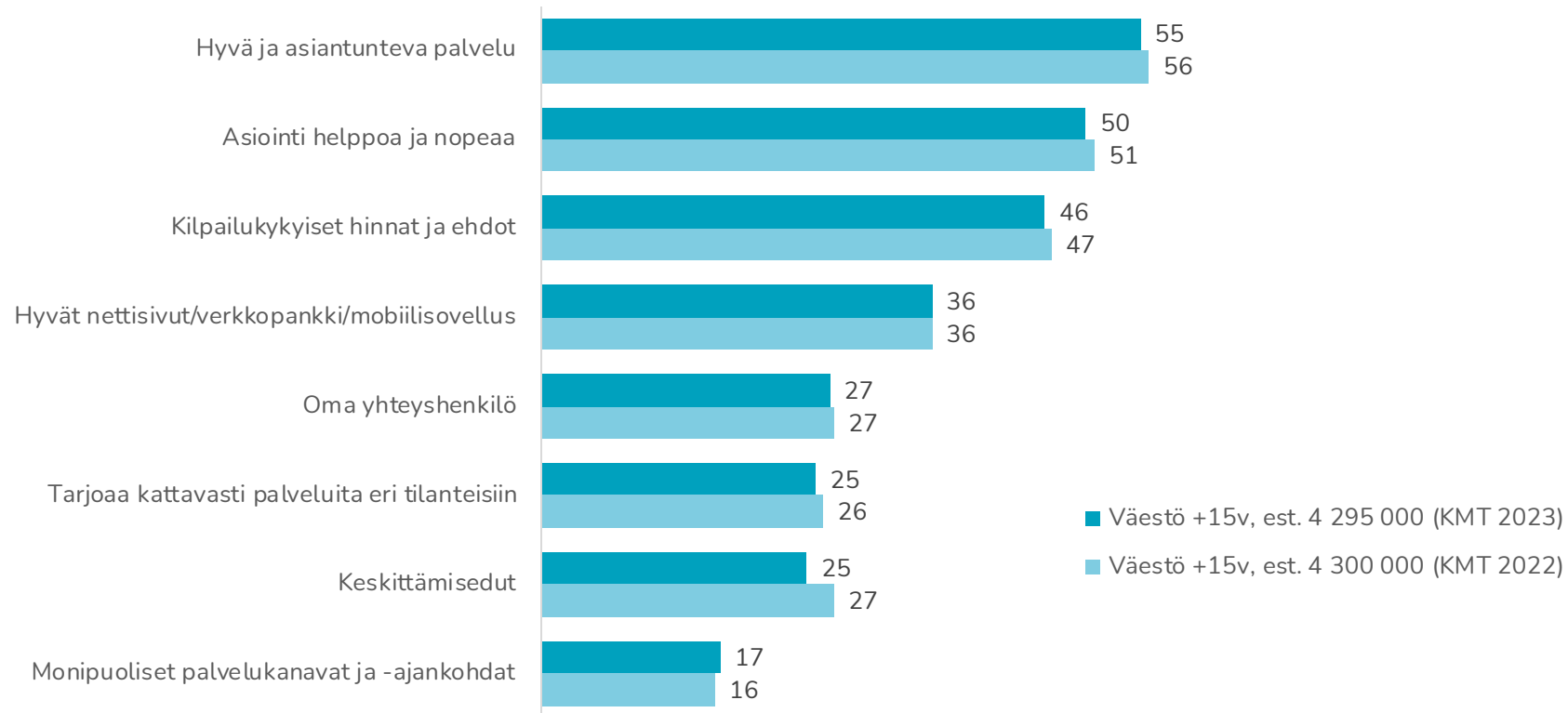


Rahoituslaitokset asiakkaat: profiili

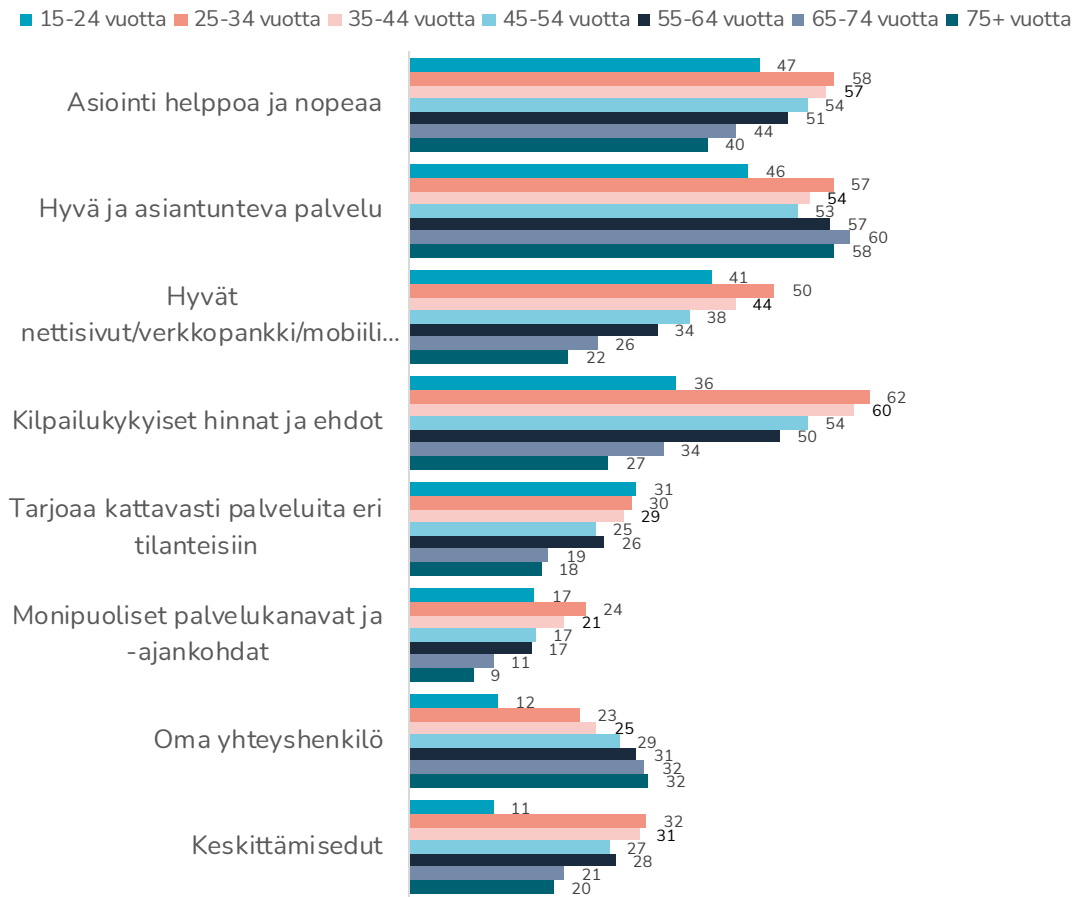
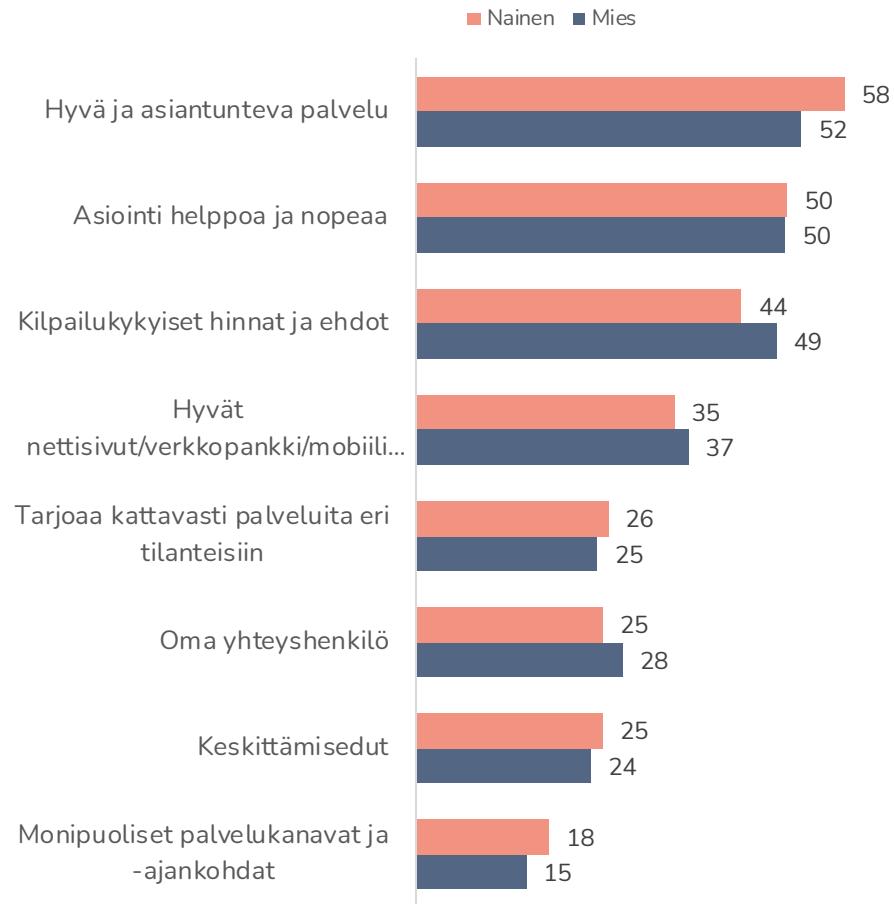


Valintakriteerit

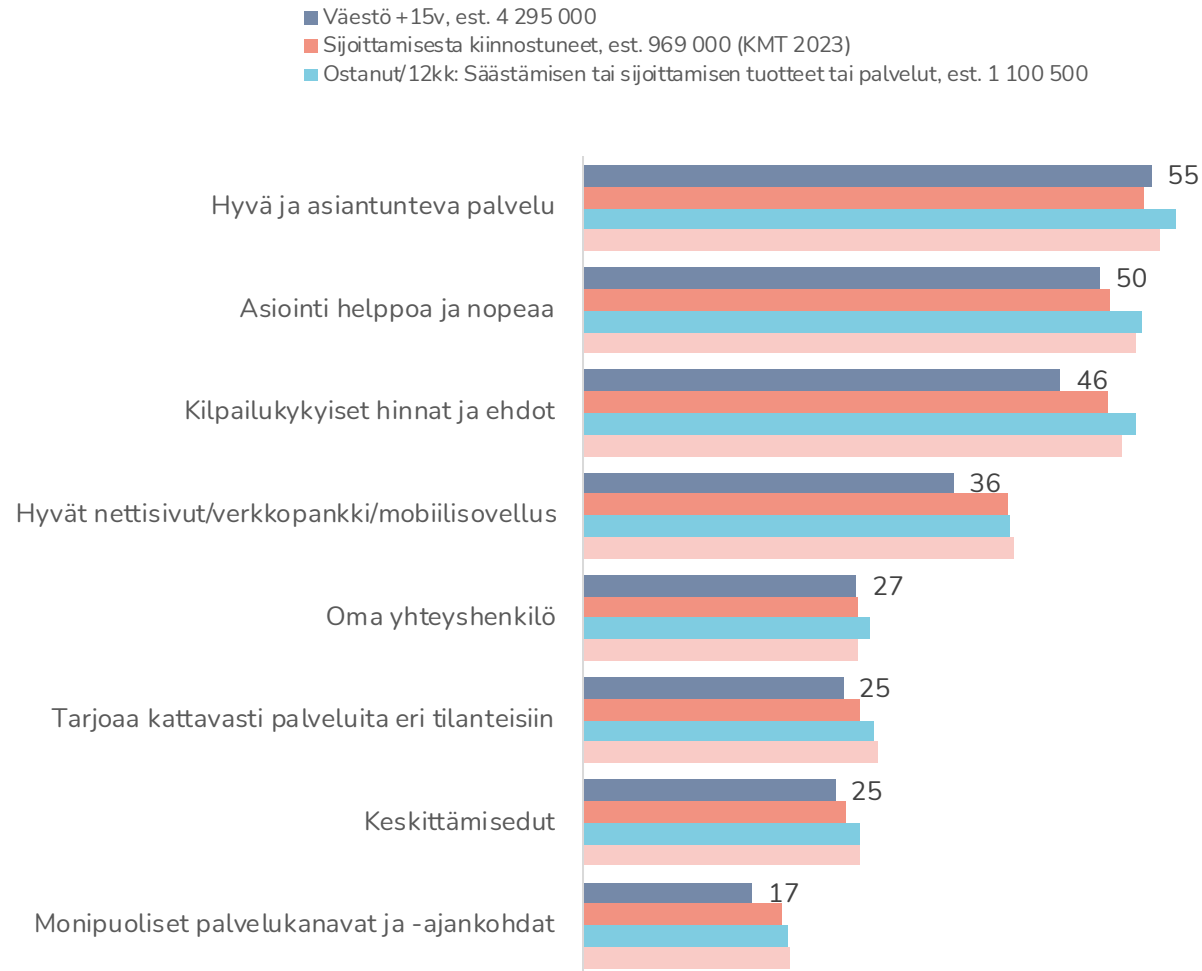
Hyvä ja asiantunteva palvelu sekä asiointin helppous ja nopeus tärkeimmät



Demografiset taustat vaikuttavat valintakriteerien tärkeyteen



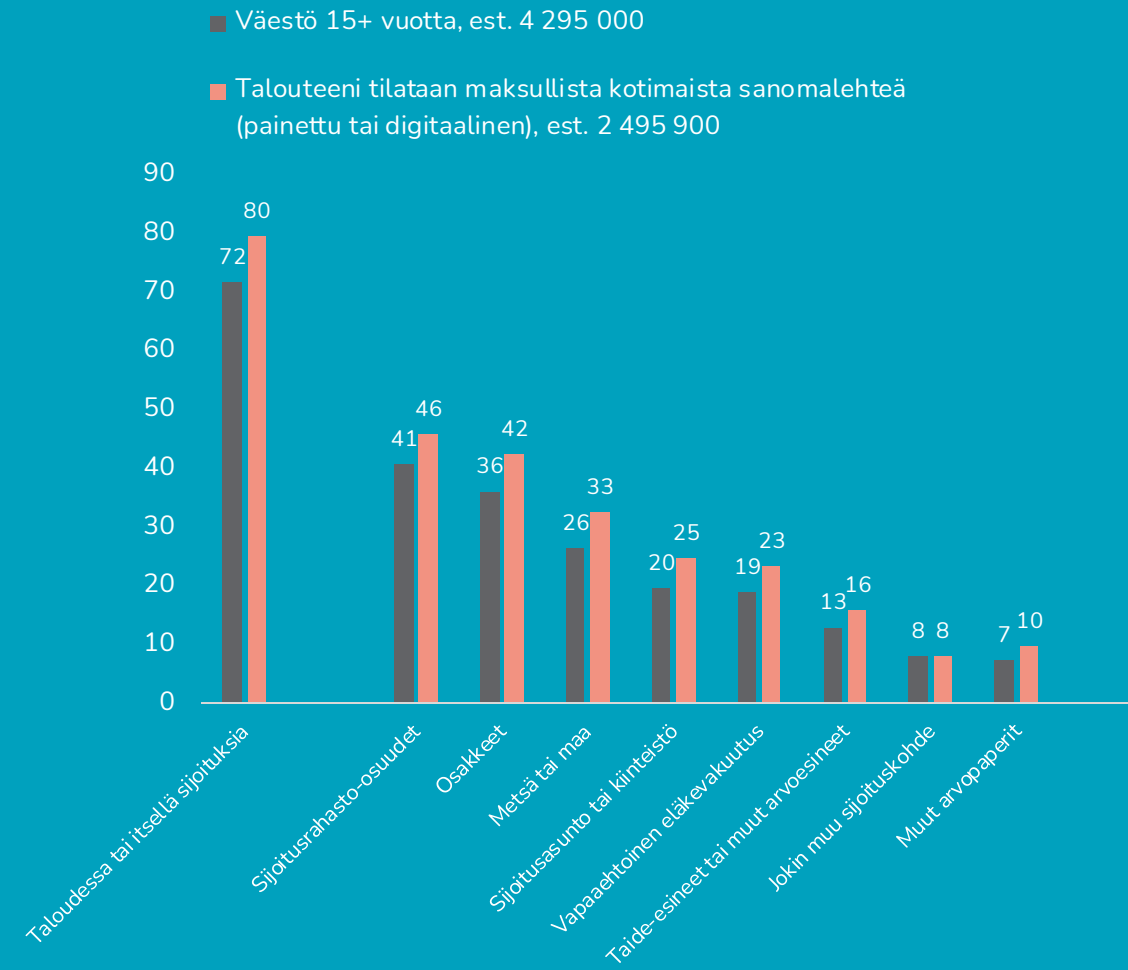
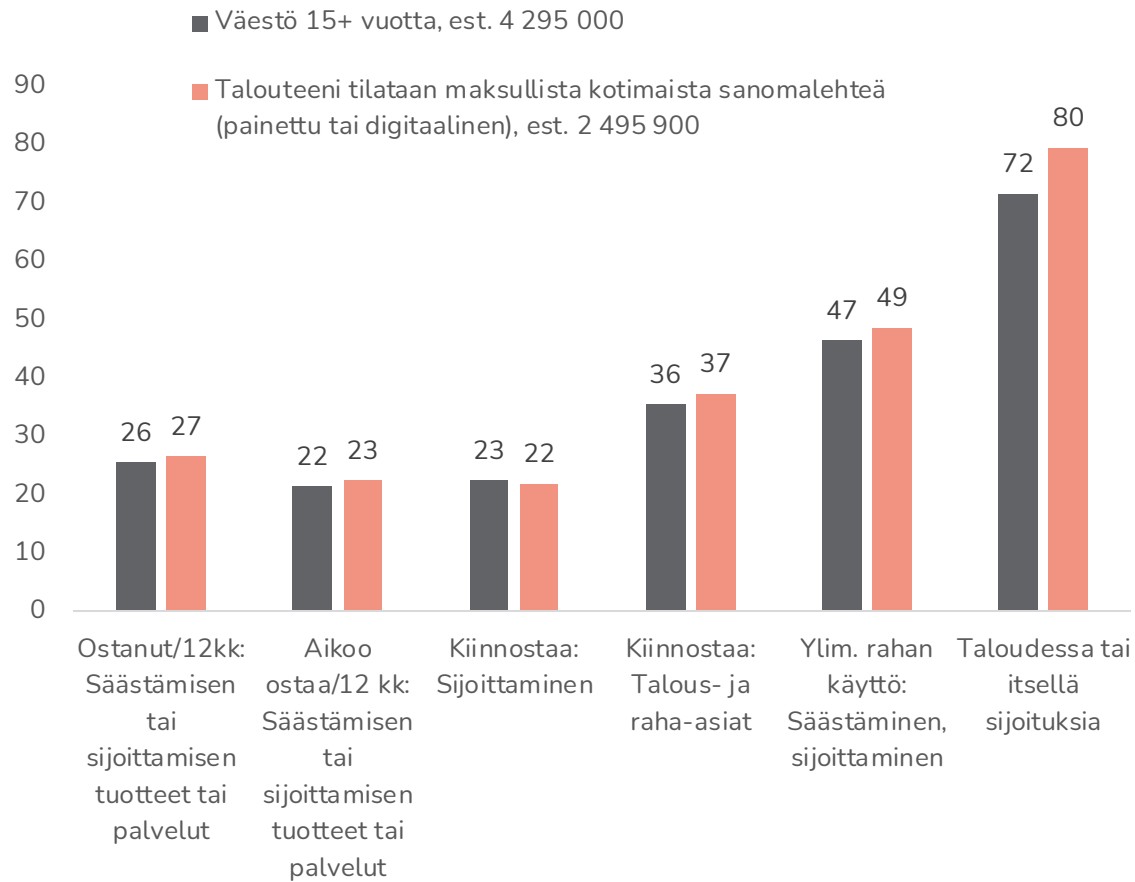
Sijoittajien valintakriteereissä korostuvat kilpailukykyiset hinnat ja ehdot sekä hyvät, helpot ja nopeat asiointitavat



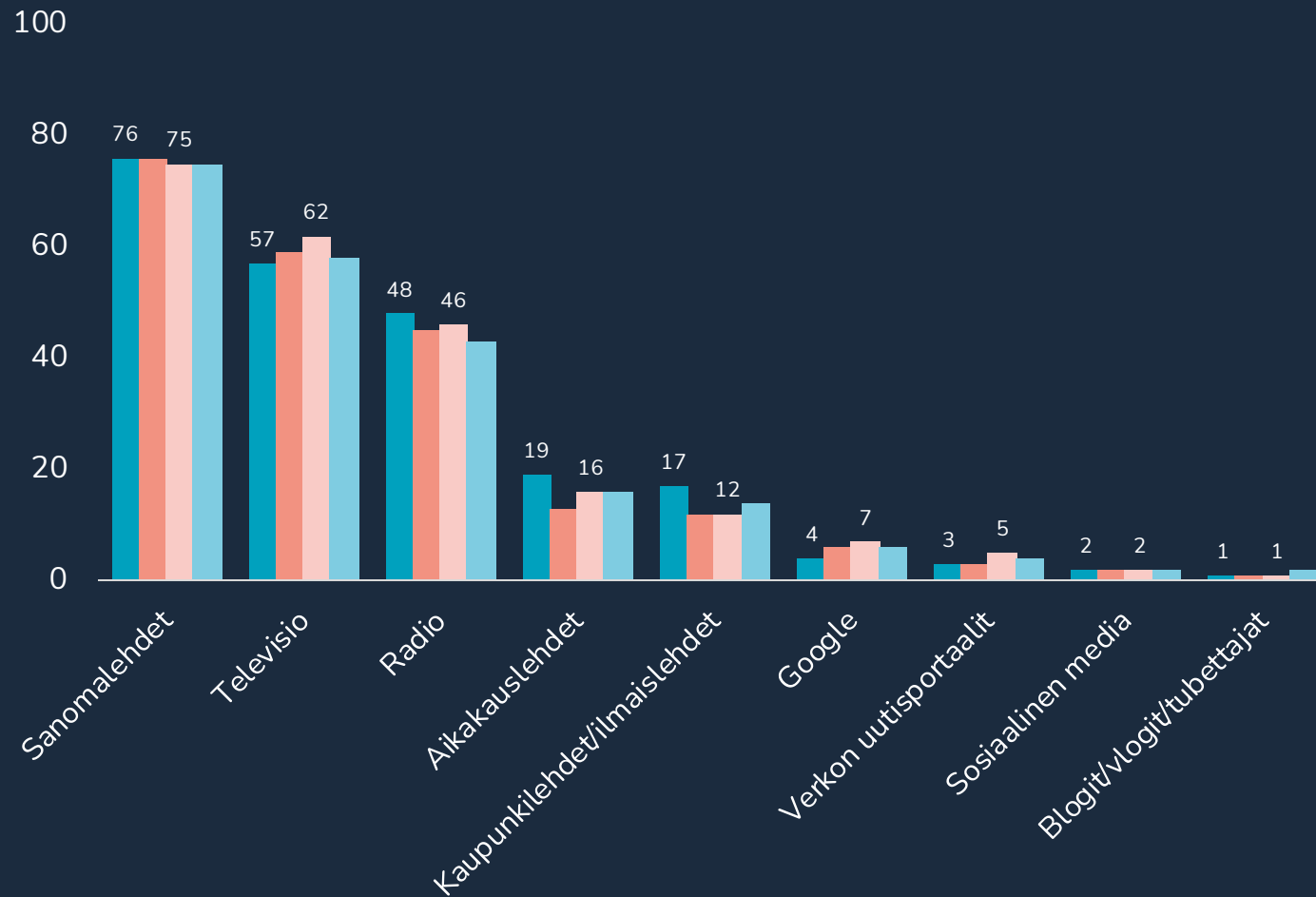
A young man with light-colored hair, wearing a grey flat cap and a dark jacket over a light-colored turtleneck, is looking down at his smartphone. He is holding a green and white coffee cup in his left hand. The background shows a city street with parked bicycles, a person walking, and buildings under a bright sky. A large blue graphic overlay is on the left side of the image.

Sanomalehden rooli ja tavoittavuus

Sanomalehden tilaajat aktiivisia sijoittajia



Sanomalehti luotetuin



2,5 miljoonan suomalaisen talouteen tilataan sanomalehteä painettuna tai digitaalisena.

Pirstaloituvan ja algoritmien ohjaaman digimedian maailmassa suomalaiset arvostavat luotettavaa toimituksellista uutismediaa ja ovat valmiit maksamaan laadukkaasta sisällöstä.

Sanomalehti on tilattu ja haluttu: ei pelkästään painettu lehti, vaan myös digitaaliset versiot.

Median luotettavuus nostaa myös mainonnan uskottavuutta.

Sanomalehti on myös asiantunteva, riippumaton ja laadukas

Mihin seuraavista medioista yhdistät ominaisuuden?	Luotettavuus %	Asiantuntevuus %	Riippumattomuus %	Laadukkuus %	Moniarvoisuus %
Sanomalehdet (painettu tai digitaalinen)	76	71	42	70	49
Televisio (tv-kanavat tai niiden verkkopalvelut)	57	61	37	57	53
Radio (radiokanavat tai niiden verkkopalvelut)	48	46	33	48	43
Aikakauslehdet (painettu tai digitaalinen)	19	32	12	35	25
Kaupunki-/ilmaislehdet (painettu tai digitaalinen)	17	13	9	11	19
Google	4	6	5	6	12
Verkossa olevat uutisportaalit (esim. Ampparit)	3	2	3	2	6
Sosiaalinen media (esim. Facebook, YouTube, Twitter, Instagram)	2	2	6	3	22
Blogit/vlogit/tubettajat/vaikuttajat	1	2	4	3	15
Ei sovi mihinkään edellämainituista	12	11	36	12	22

**Valitsemalla
kotimaiset uutismediat
varmistat mainoksellesi
luotettavan ja vastuullisen
mediaympäristön**

94% :lle

kuluttajista on tärkeää pystyä **luottamaan
kuluttamansa digimedian sisältöihin**

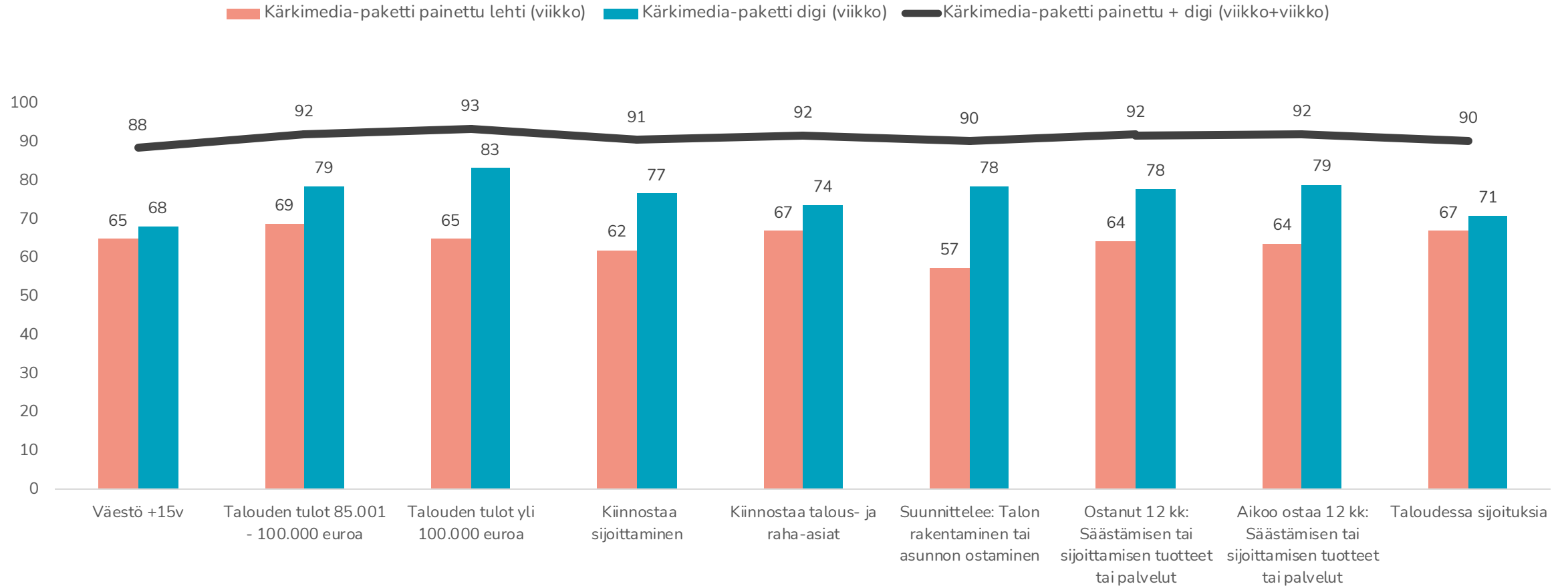
72% :lle

kuluttajista on tärkeää, että digimedit **tuottavat yhteiskunnallista ja tasa-arvoa
lisäävää, vastuullista ja eettistä sisältöä**

*IAB Finland & Digitalist 2021

Kärkimedia

Tavoittavuudet tärkeimmissä kohderyhmissä



Yhteenveto

Rahankäyttö säästämiseen ja sijoittamiseen on ollut nousujohteinen viime vuodet.

Yli 70 %:lla suomalaisista on taloudessaan sijoituksia. Yli 900 000 aikoo hankkia säästämisen / sijoittamisen tuotteita seuraavan 12 kk aikana.

Kolme suurinta pankkia valtakunnallisesti ovat OP, S-Pankki ja Nordea. Muut pankit ja rahoituslaitokset ovat selkeästi pienempiä.

Markkinatilanteissa on alueellisesti suuria eroja etenkin pienempien pankkien osalta, esimerkiksi Aktian rooli ruotsinkielisillä Seinäjoella POP Pankin osuus tai paikkakunnilla. Myös pääkaupunkiseudun tilanne poikkeaa koko valtakunnan tilanteesta.

Hyvä ja asiantunteva palvelu on edelleen tärkein pankin valintakriteeri. Seuraavaksi tärkein on asioinnin helppous ja nopeus.

Sijoittajilla ja säästäjillä korostuvat kilpailukykyiset hinnat ja ehdot sekä toimivat, nopeat ja helppokäyttöiset tavat asioida.

Kärkimedia-lehdet tavoittavat hyvin kaikki pankkisektorin tärkeät kohderyhmät. Sanomalehtien lukijat ovat keskimääräistä kiinnostuneempia talous- ja raha-asioista ja väestöä aktiivisempia sijoittajia.

Luotettava mediaympäristö tuo uskottavuutta myös mainostajan viestille.

Kärkimedia