

18.9.2003



Kuorellisen postikortin suosio kasvaa
Postikortti pitää yhä pintansa

Postikortin suosio on pysynyt tasaisena ja postikortti ilahduttaa edelleen saajaansa. Kuorellisen postikortin suosio on kasvanut, kun taas sähköisesti vastaanotettavan kortin suosio on kääntynyt laskuun. Tiedot ilmenevät Suomen Postin teettämästä tuoreesta tutkimuksesta.

Postikorttien määrä on pysynyt vakaana vuodesta 2000, vaikka se laski tekstiviestien tullessa laajaan käyttöön. Posti kuljettaa vuosittain 69 miljoonaa pääasiassa alle 5 gramman painoista postikorttia. Lisäksi arviolta vähintään 10–20 miljoonaa postikorttia lähetetään kuussa.

Kuorellinen kortti on kasvattanut suosiotaan. Korttiin voi sisällyttää henkilökohtaisen, vain vastaanottajalle tarkoitetun viestin. Kuorellista korttia voi myös käyttää ”minikirjeenä”, jolta ei odotetakaan pitkiä tekstejä. Kuorellisella kortilla voi myös korostaa saajan huomioon ottamista.

Kuorettoman kortin käyttäjä taas arvostaa julkisuutta, avoimuutta ja peittelemättömyyttä. Nimetyn saajan lisäksi lähettäjä voi ajatella tämän lähipiiriä ja toivoa, että myös he näkevät kortin. Lisäksi kuorettomuus tuo vaivattomuutta. Kortti on helppo ja edullinen hankkia.

Postikortin saanti ilahduttaa lähes kaikkia ja kaksi kolmesta säilyttää saamansa kortit. Nykyään postikortin lähettämistä ei koeta aivan yhtä hauskaksi kuin aikaisemmin. Varsinkin nuorille tekstiviestin tai sähköpostin lähettäminen on mieluisampaa. Eniten kriittiseen suuntaan on muuttunut suhtautuminen postikortin ja sen lähettämisen hintaan.

Sähköisesti vastaanotettavan kortin suosio on kääntynyt laskuun. Vain 6 % vastanneista kokee sen perinteistä postikorttia ilahduttavammaksi. Lisäksi ainoastaan 6 % haluaa, että heidän lähettämänsä kortit menisivät pääasiassa sähköisesti perille internetin tai matkapuhelimen kautta. Sähköiset kortit koetaan myös epäaidommiksi kuin paperiset kortit.

Neljä viidestä tutkitusta on sitä mieltä, että postimerkkejä on Suomessa hyvin saatavilla. Postimerkit ostetaan useimmiten postista tai kioskista, mutta kuluttajat ovat löytäneet muutkin merkkien ostopaikat. Kortin aiheeseen sopiva postimerkki oli vuonna 2000 tärkeä joka neljännelle, nyt jo joka kolmannelle. Henkilökohtainen postimerkki, johon painettaisiin itse valittu kuva, kiinnostaisi myös joka kolmatta kuluttajaa. Yksilöllisyyden vastapainoksi kuluttajat suosivat myös vaivattomuutta.

Suomen Posti Oyj

Viestintä

PL 1
00011 POSTIpuh. 020 4511
fax 020 451 5645www.posti.fi

Valmiin postimaksumerkinnän sisältävän kortin ostaa mielellään jo runsas kolmannes.

Tutkimuksen tulokset saatiin TNS Gallup Oy:n GallupKanavassa kesäkuussa 2003 tehdyssä kyselyssä, jonka analysoi kehityspäällikkö Kari Elkelä. Vastanneet 1586 henkilöä ovat edustava otos yli 12-vuotiaista suomalaisista. Vastaava postikorttitutkimus on tehty aiemmin vuosina 1998 ja 2000.

LISÄTIETOJA:

Kehityspäällikkö Kari Elkelä, puh. 0400 406 822, 0205 388 202,
kari.elkela@atkos.com

Tuotepäällikkö Heli Heikkilä, puh. 020 451 5019, heli.heikkila@posti.fi