



**”Ympäristöystävällisen,
joustavan toimituksen
valitsemisella pitää olla väliä.”**

Filip Elverhøy, Kompletin Director, Customer Journey

MAKSUTON VAI MAKSULLINEN TOIMITUS? Yhä useampi yritys
asettaa ilmaisille toimituksille ja palautuksille ehtoja

AUTOMAATTINEN VARASTO Näin pääset alkuun

VERKKOKAUPPA POHJOISMAISSA Selvitimme, miten Pohjoismaissa
tehdään verkko-ostoksia

LOGISTIIKAN YRITYSLEHTI #3 2019

postnord

Tempo

Paketti kerrallaan

TEEMA Pakkausteollisuus voi edistää kestäväää kehitystä muun muassa
valitsemalla materiaalit tarkemmin ja tekemällä pakkausratkaisuja sekä
suojaavia että kierrätettäviä. Yksi hyvistä esimerkeistä on suomalaisyritys
RePack, jonka pakkauksia voi käyttää uudelleen.



vientinord

Nimemme pitäisi oikeastaan olla jotain aivan muuta kuin PostNord. Optimoimme logistiikkavirtoja ja kuljetamme kappaletavaraa. Toimitamme paketteja, lavoja ja tarjoamme kattavia varastointipalveluita. Hallitsemme verkkokaupan ratkaisut ja viennin. Lyhyesti sanottuna – jos sinulla on yritys, meillä on logistiikkaratkaisu.

postnord

Me toimitamme.

Tempo #3 2019

JOHANNA STARCK TOIMITUSJOHTAJA

Logistiikka vihertyy - maapallo ja asiakkaat kiittävät

→ **ILMASTO. SIINÄPÄ TEEMA**, jolta varmasti ku-
kaan meistä ei ole välttynyt viime kuukausina.
Valintojemme vaikutukset ilmastoon mietityttävät
meitä yksilöinä, mutta vaikutukset ovat huomattavas-
ti suurempia, kun fokus siirretään yritysten valintoi-
hin.

Logistiikkayrityksenä PostNordin ympäristövaiku-
tuksista suurimman osan muodostavat kuljetuksista
aiheutuvat hiilidioksidipäästöt. Siksi olemmekin
kääntäneet katseemme kuljetuskalustoomme sekä
siinä käytettäviin polttoaineisiin. Nykyaikainen
kuljetuskalusto ja uusiutuvien polttoaineiden käyttö
tekevät kuljetuksistamme selvästi ympäristöystäväl-
lisempiä, ja esimerkiksi pitkien HCT-rekkojen avulla
pienemmällä polttoainemäärällä voidaan kuljettaa
huomattavasti enemmän tavaraa ja siten pienentää
kuljetusten aiheuttamia päästöjä.

PostNord on panostanut ympäristöystävällisyy-
teen jo pitkään: asetimme ensimmäiset kunnian-
himoiset ympäristötavoitteet toiminnallemme jo

kymmenen vuotta sitten. Tavoitteet alkavat olla
onnistuneesti saavutetut, ja nyt on aika asettaa uudet.
Pakettimarkkinoilla haasteellisuutta lisää se, että
verkkokaupan kasvun myötä kuljetettavan tavar-
an määrä kasvaa huimaa vauhtia. Toimenpiteiden on
oltava erittäin tehokkaita, jotta vaikutukset saadaan
minimiin volyymien koko ajan kasvaessa. Meillä
PostNordilla päästöt pakettia kohden on saatu puoli-
tettua kymmenessä vuodessa, mistä olemme erittäin
ylpeitä. Työ ei kuitenkaan ole tehty eikä maailma
ole valmis.

Tästä lehdestä löydät useamman ympäris-
töaiheisen artikkelin. Sivulta 16 alkaen voit
lukea vastuullisuudesta verkkokaupassa ja
sivulta 10 alkaen kerrotaan pakkausmateri-
aalien merkityksestä. Yhteistyöllä voimme
tehdä logistiikasta kestävämpää ja vastuul-
lisempaa – siitä kiittävät sekä maapallo että
asiakkaat.

Antoisia lukuhetkiä!



SISÄLTÖ NUMERO 3 2019



Kohti parempaa huomista

SIVU 10 Pakkausteollisuudella on
kaikki mahdollisuudet kestävän
kehityksen tukemiseen.



SIVU 6

Ehjänä perille
PostNord kuljettaa Unikulman
sänkyjä Suomessa ja muualla
Euroopassa.



SIVU 8

Maksamisen tulevaisuus
Asiantuntijat kertovat,
katoaako käteinen raha
kokonaan.



SIVU 16

Vastuullisuus kiinnostaa
Suomalaisten ympäristö-
tietoisuus kasvaa, ja krääsän
ostaminen vähenee.

PostNord Oy, Osumakuja 1-3, 01530 Vantaa, puh. 010 572 8080, sähköposti tempo.fi@postnord.com

Vastaava päätoimittaja: Katja Luotola **Toimitus ja projektinjohto:** Spoon, Linda Fagerlind Berkö **Ulkoasu:** Spoon

Kannen kuva: PostNord **Paino:** Stibo Mainitsethan lähteen lainatessasi.

Halutessasi poistua jakelulistalta laita sähköpostia osoitteeseen tempo.fi@postnord.com

postnord

Logistiikkamaailma

→ UUTISIA • TRENDJÄ • INNOITUSTA



Langhusingin pitää kiirettä.

PostNordilta suurpanostus Norjaan

→ Verkkokaupan jatkuva kasvu tarkoittaa, että PostNord tarvitsee Norjassa enemmän toimitiloja ja moderneja teknisiä ratkaisuja pystyäkseen käsittelemään yhä suurempia pakettimääriä. Siksi yhtiö investoi voimakkaasti Langhusin terminaaliin. Satsauksen myötä kapasiteetti nousee Norjassa 250 000 pakettiin päivässä. Lisäksi pakettien käsittelyä automatisoidaan ja terminaalia laajennetaan 10 000 neliöllä. Laajennusosan odotetaan valmistuvan syksyllä 2020.

3D

on kysytty palvelu, jota myös PostNord Strälfors tarjoaa. Se lanseerasi hiljattain portaalin tarvepohjaista 3D-tuotantoa varten. Tehtyään yhteistyötä jo Sonyn, Stratasyšin ja GKN:n kanssa PostNord auttaa nyt CDON.comia tarjoamaan verkkokauppa-asiakkailleen mahdollisuuden tilata 3D-tulostettuja tuotteita.

Verkkokauppa uhkaa ostokielolla

→ Palautukset tulevat verkkokaupoille kalliiksi. Mahdollisuus palauttaa verkosta ostetut tuotteet ennen niiden maksamista johtaa joidenkin mukaan väärinkäytöksiin muotialalla ja niin sanottujen somevaikuttajien keskuudessa, kun vaatteita käytetään kuvauksia varten ja palautetaan heti sen jälkeen. Brittiläisen verkkokauppa Asos ryhtyy nyt vastaiskuun ja varoittaa asettavansa väärinkäyttäjät ostokieltoon.

Syysmuotia Asosin tyyliin.

Toimitusehdot ovat olleet löyhiä monen vuoden ajan, mutta nyt niissä on havaittavissa kiristymistä. Asiakkaalle ei esimerkiksi tarjota automaattisesti maksutonta toimitusta, vaan sen ehdoksi asetetaan jokin tietty tilaussumma tai muu edellytys.

Maksuton vai maksullinen toimitus?

→ **SUURI OSA** etenkin vaatteita ja kenkiä myyvistä verkkokaupoista on pitkään tarjonnut ilmaisia toimituksia ja palautuksia asiakkaita houkutellakseen. Se onkin valttikortti kovassa kilpailussa, mutta samalla rasite kannattavuudelle. Nyt puhaltavat kuitenkin uudet tuulet. Esimerkiksi verkkokauppajätti Zalando, jonka toimintaperiaatteisiin maksuttomat toimitukset ja palautukset ovat kuuluneet alusta lähtien, on nyt ottanut joillakin markkina-alueilla käyttöön vähimmäistilauksarvon, joka oikeuttaa maksuttomaan toimitukseen. Toimitusjohtaja Rubin Ritter toteaa Veckans Affärer -lehden haastattelussa, että muutoksella pyritään nostamaan kannattavuus uudelle tasolle.

TALOUDELLA ON SIIS suuri painoarvo, sillä laskelmien mukaan maksuton toimitus on harvoin kannattava, jos tilauksen arvo on alhaisempi kuin noin 47 euroa. Myös ympäristötekijällä on merkitystä. – Asiakkaidemme ympäristötietoisuus on lisääntynyt selvästi viimeisten 3-5 vuoden aikana, minkä vuoksi meidän on helpompi perustella toimitus- ja palautusmaksut, sanoo Filip Elverhøy, joka on Komplett-elektroniikkayhtiön Director, Customer Journey. Myös Komplett on asettanut vähimmäistilauksarvon



KUVA: POSTNORD

Monet asiakkaat ovat tottuneet toimitusten ja erityisesti palautusten maksuttomuuteen. Nyt monet yritykset asettavat sen ehdoksi kuitenkin vähimmäistilauksarvon.

maksuttomille toimituksille.* Ympäristötietoisuus ja mahdollisuus tarjota asiakkaille yhä suurempi valikoima entistä laadukkaampia toimitustapoja luovat verkkokaupoille kokonaan uudenlaiset edellytykset luopua maksuttomista toimituksista. Tärkeä kysymys on se, mikä vähimmäisraja maksuttomille toimituksille asetetaan, eikä silloin puhuta pelkästä kustannusrajasta.

RUOTSALAINEN ELÄINKAUPPA Simbi on esimerkiksi asettanut rajaksi noin 94 euroa sillä perusteella, että kissanhiekan ja eläinrehun kaltaiset tuotteet ovat niin painavia, ettei niitä kannata lähettää maksutta pie-

nemmissä tilauksissa. Tämän myös asiakkaat ymmärtävät. Lisäksi asiakkaiden on aina mahdollista asioida ketjun fyysisissä myymälöissä. Yhä yleisempää on myös se, että asiakkaalta edellytetään jonkinlaista vastinetta maksuttoman toimituksen ja palautuksen saamiseksi. Näitä ovat vaikkapa erilaiset kanta-asiakasohjelmat. Esimerkiksi Sportmaster.dk tarjoaa maksuttoman toimituksen kaikille Sportmaster-klubinsa jäsenille. Samoin toimii Tanskan suurin kirjojen verkkokauppa Saxo tosin sillä erolla, että jäsenyys maksaa noin 13 euroa kuukaudessa. Sportmaster.dk tarjoaa jäsenyyden ilmaiseksi.

*Lue lisää Komplettin käytännöstä seuraavalta sivulta

EVA-LOTTA SIGURDH

Zalando käyttää pakkauksiaan uudelleen

→ Zalando aikoo kokeilla pakkaustensa uudelleenkäyttöä. Kokeilussa yhteensä 10 000 asiakasta Ruotsissa, Norjassa, Suomessa ja Tanskassa voi lähettää pakkauk-

sen maksutta takaisin, vaikka he pitäisivät kaikki tilaamansa tuotteet. Jotta konsepti löisi itsensä laajalti läpi, Zalandon Uwe Streiber toivoo, että koko

verkkokauppa-ala asettuisi tukemaan aloitetta. ”Se vaatii prosessin standardoimista ja toimitusvaihtoehtojen keskittämistä. Uudelleenkäytettävät pak-

kaukset muuntavat materiaalit jätteistä resursseiksi.” Kokeilu toteutetaan yhteistyössä RePackin kanssa. Lue lisää RePackin pakkausratkaisusta sivulta 15.



KUVA: ZALANDO



KUVA: MORTEN RAKKE

Komplett asettaa ehdon maksuttomille toimituksille

Aikaisemmat kokeilut maksuttomista toimituksista olivat osoittautuneet liian kalliiksi – niin talouden kuin ympäristönkin kannalta. Tämä oli päällimmäinen syy siihen, miksi elektroniikkajätti Komplett päätti asettaa maksuttomille toimituksille vähimmäistilauksarvon.

→ **KULUTTAJISTA** käydään kovaa kilpailua, ja maksuttomat toimitukset ovat pitkään olleet yksi verkkokauppojen tärkeimmistä kilpailuvalteista – usein yrityksen oman kannattavuuden kustannuksella. Nyt puhaltavat kuitenkin muutoksen tuulet. – Kuljetuspalvelut ovat kehittyneet valtavasti. Palvelutarjonta on runsas, ja kuluttajien on nykyään mahdollista valita mieleisensä lukuisista erilaisista logistiikkapalveluista. Siksi toimitusten maksuttomuus ei ole enää yhtä ratkaisevaa,

vaikka sitä luonnollisesti käytetään yhä myyntiargumentina, pohjoismaisen verkkokaupparyitys sanoo Komplettin Director, Customer Journey, Filip Elverhøy. Hänen mukaansa on tosin sanoen löydettävä tasapaino houkuttelevien kuljetuspalveluiden ja kohtuullisten toimituskustannusten välille asiakastytyväisyyttä ja kannattavuutta unohtamatta. Lisäksi hän korostaa joustavan asennoitumisen ja jatkuvan arvioinnin tärkeyttä.

NORJASSA, Tanskassa ja Ruotsissa toimiva Komplett on asettanut vähimmäistilauksarvon maksuttomille toimituksille. Se on noin 98 euroa Norjassa ja noin 134 euroa Tanskassa sekä noin 47 euroa Ruotsissa. Elverhøy kertoo, että on monia syitä, miksei yritys käytä samaa rajaa kaikkialla. – Yhtäältä haluamme tuottaa vertailumateriaalia



Filip Elverhøy, pohjoismaisen verkkokauppa-yrityksen Komplettin Director, Customer Journey.

testaamalla eri rajoja eri alueilla, toisaalta eri maissa on erilaiset edellytykset. Ruotsissa maksuttomilla toimituksilla on yleisesti ottaen pisimmät perinteet, minkä vuoksi meidän on edettävä siellä varovaisemmin. Myös Tanskassa kuluttajat ovat tottuneet ilmaisiin toimituksiin, mutta valitsimme siellä Ruotsia korkeamman rajan siitä syystä, että Tanskan markkinoilla on enemmän kansainvälistä kilpailua kuin muissa Pohjoismaissa.

ELVERHØY painottaa, että myös muut tekijät vaikuttavat ratkaisevasti Komplettin päätöksiin nykyisistä ja tulevista vähimmäisrajoista ja toimitusten hintatasosta, kuten se, mistä palvelusta on kyse: – Sillä pitää olla väliä, valitseeko ympäristöystävällisen, joustavan toimituksen vai pikatoimituksen, jonka ympäristövaikutus on suurempi, hän selvittää.

”Tärkeintä on, että asiakkaalle jää positiivinen vaikutelma ostotapahtumasta.”

Elverhøy mukaan erityisesti palautusten ympäristövaikutus on kustannuspuolen rinnalla suurin haittapuoli maksuttomissa toimituksissa siitäkkin huolimatta, ettei palautusten määrä ole läheskään yhtä suuri Komplettin kaltaisissa elektroniikkayrityksissä kuin esimerkiksi vaatealalla. Toisaalta toimitusten maksuttomuuden suurin etu on, että se edelleen houkuttelee asiakkaita. Elverhøy korostaa myös tässä koko ostokokemusta. – Tärkeintä on, että asiakkaalle jää positiivinen vaikutelma ostotapahtumasta, ja tässä lopullinen toimitus asiakkaalle ja sitä kautta kuljetusyrityksen rooli ovat yhä tärkeämmässä osassa. Mitä paremmaksi ostokokemus kehittyy, sitä helpompaa verkkokauppojen on peria toimituksista maksu.

EVA-LOTTA SIGURDH

Paketillinen makeita unia

Yöunet ovat särkyviä kuljetettavia. Siksi Unikulma luottaa homman PostNordin käsiin.

TEKSTI ANNE SALOMÄKI KUVA KATARIINA SALMI

➔ **PALAUTTAVA LEPO** on monen tekijän yhteissumma – mutta yksi-kin pieleen mennyt asia voi pilata sen. Siksi Unikulma ei myy sänkyjä vaan hyvää unta.

– Meillä on pitkään ollut palvelulähtöistä toimintaa, eli emme tarjoa asiakkaillemme vain tynyjä tai sänkyjä vaan ymmärrystä hyvästä nukkumisesta. Erotumme huonekaluliikkeistä unen asiantuntijoina siten, ettei toimintamme perustu vain myyntiin, Unikulman varastosta, tuotannosta ja logistiikasta vastaava Päivi Vainio sanoo.

Vainio on huomannut, että nukkumisen tärkeys ymmärretään vuosi vuodelta paremmin. Aihe on medioissa entistä enemmän esillä, ja niin kuluttajat kuin terveydenhuollon ammattilaiset kiinnittävät uneen huomiota osana kokonaisvaltaista hyvinvointia.

Kun tietoisuus lisääntyy, myös satsaukset kasvavat. Unikulmankin asiakkaista monet ovat erittäin perillä siitä, mitä hyvä uni vaatii.

– Liikkumisesta, ravinnosta ja mielen jaksamisesta on puhuttu pitkään, mutta yksi kulmakivistä jäi pitkään paljon vähemmälle huomiolle. Uni on hurjan merkityksellinen asia, sillä se vaikuttaa kaikkeen, myös tehokkuuteen ja jaksamiseen, Vainio kuvailee.

VAINIO ON koulutukseltaan fysioterapeutti, joten unen vaikutus kehon hyvinvointiin on hänelle tuttu jo ajoilta ennen Unikulmaa.

Kun asiakas tulee ostamaan Unikulmalta hyvää unta, tilannetta katsotaan aina yksilökohtaisesti.

– Vaikka työkaveri tai naapuri suosittelisi jotakin tuotetta tai ratkaisua, se ei välttämättä sovi itselle. Kroppamme ovat niin erilaisia.

Sama pätee silloinkin, kun sängyn jakava paris-kunta lähtee petiostoksille. Vainio korostaa, että vaikka puolisolle jokin sänky tuntuisi täydelliseltä, toisellakin osapuolella on vapaus valita itselleen soiva vaihtoehto.

– Fysioterapeutit sekä ergonomiasuunnittelijat suunnittelevat asiakkaille räätälöityjä vuoteita myymälässä tehtyjen kartoitusten avulla. Ostotilanteessa on hyvä tuoda omat mielipiteet ja tarpeet esille, eikä toisen mielipiteeseen tarvitse tyytyä.

Vaikka valmiita uniongelmiä ei olisikaan, Vainio painottaa ennaltaehkäisyn tärkeyttä. Hiljainen ja rauhallinen makuuhuone, hyvä vuode, työnteosta palauttava vapaa-aika ja stressitekijöiden hallitseminen.

”Vaikka työkaveri tai naapuri suosittelisi jotakin tuotetta tai ratkaisua, se ei välttämättä sovi itselle.”



Unikulman varastosta, tuotannosta ja logistiikasta vastaava Päivi Vainio iloitsee, että nukkumisen tärkeys ymmärretään nyt paremmin.

”PostNordin asiakasportaaali on ollut meille sisäisesti tosi hyvä juttu.”

nen ovat peruslähdekohtia onnistuneille yöunille.

Unen laatu on myös tuottavuustekijä.

– Itsekin huomaan, että olen tehokkaampi ja luovempi, kun takana on hyvin nukuttu yö.

HYVÄ UNI on haurasta, ja niin voivat olla myös sängyt. Unikulma luottaa suuren osan jakelustaan sekä Suomessa että muualla Euroopassa PostNordille.

Vainion mukaan PostNord kuljettaa tavaraa muun muassa keskusvarastosta myymälöihin, kuluttajille ja hotelleihin. Lisäksi PostNord huolehtii monista nettikaupan ja pienten tavaroiden viemisistä.

Arvokkaiden sängyjen pakkaaminen on vaativaa työtä, sillä verhoilut ja sälerakenteet on suojattava huolellisesti. Sen sijaan tynyjä ja peittoja ei tarvitse juuri varoa, joten pähviläitikkopakkaaminen riittää.

Vainion kokemukset PostNordista ovat myönteisiä. Toimintatapoja hän kuvailee selkeiksi ja tiedonkulkua sujuvaksi. Yleensä homma hoituu ongelmitta, ja jos jonkinlaisia vaikeuksia tulee vastaan, asiaa ei jäädä ihmettelemään vaan se hoidetaan kuntoon. Yhteistyö on päivittäistä, ja vuositasolla esimerkiksi järjestelmäongelmat voi laskea yhden käden sormilla.

– Tietenkin meidän yhteyshenkilömme on ihan mahtava. Vaikka hän ei tietäisi vastausta, hän aina tietää jonkun, joka tietää, Vainio kehuu.

Suuri apu on myös PostNordin asiakasportaalista, jossa voi seurata tilausten kulkua.

– Se on ollut meille sisäisesti tosi hyvä juttu ja erittäin tärkeä, Vainio kiittelee. ■



”Kaikki, mikä voidaan digitalisoida, digitalisoidaan ennemmin tai myöhemmin.”

Bittiseteli ja kännykkäkuitti, kiitos

Katoaako käteinen ja maksetaanko kaikki pian kännykällä? Asiantuntijat uskovat, että raha muuttaa muotoaan – mutta kolikoita kulkee kukkaroissa edelleen.

TEKSTI ANNE SALOMÄKI KUVITUS ISTOCK

Koska viimeksi kävit pankkiautomaatilla? Jos ennen pikkuostoksia ei oikein edes kehdattu maksaa kortilla, nykypäivänä käteistä rahaa lompakostaan kassajonossa kaivava voi saada osakseen paheksuntaa hidastelusta.

– Maksamista pyritään jatkuvasti tekemään mahdollisimman helpoksi. Siksi esimerkiksi biometriset tunnistukset yleistyvät, koska ne nopeuttavat ja helpottavat maksamista, sanoo johtava asiantuntija Inkeri Tolvanen Finanssialasta.

Biometriset tunnistukset ovat esimerkiksi kasvojen, äänen tai jopa verisuonten tunnistamista maksutilanteissa. Niiden avulla estetään väärinkäytöksiä ja nopeutetaan maksutilannetta, kun varastettujen maksuvälineiden käyttö vaikeutuu ja kuitteja ei tarvitse allekirjoitella.

Maksaminen nopeutuu koko ajan myös bittimaailmassa. Tolvanen huomauttaa, että jo nyt maksuja kulkee lähes reaaliajassa SEPA-pikasiirtoina eurooppalaisten pankkien välillä. Lisäksi mobiilimaksaminen yleistyy jatkuvasti, myös verkossa.

FINANSSIALA JA MAKSAMINEN seuraavat samoja suuntauksia kuin monet muutkin alat. Aalto-yliopiston kyberturvallisuuden professori Jarno Limnell sanoo maksamisen tulevaisuutta määrittävän kolme trendiä: digitaalisuus, mobiili ja turvallisuus.

– Elämme voimakkaan digitalisaation keskellä. Kaikki, mikä voidaan digitalisoida, digitalisoidaan ennemmin tai myöhemmin, hän toteaa.

Toinen iso trendi on verkon eteneminen ja laajeneminen. Limnell arvioi, että pian ei enää puhuta asioiden tai esineiden internetistä vaan kaiken internetistä.

Tolvanen uskoo, että verkon leviäminen siirtää maksamisen nykyistä enemmän taustalla automaattisesti tapahtuvaksi toiminnaksi, ikään kuin palvelukokemuksen saumattomaksi osaksi.

– Ajettaessa autolla parkkipaikalle, ei enää tarvitse ottaa parkkilipuketta ja maksaa lähtiessä. Älykkäät laitteet vaikkapa parkkipaikan porteissa näkevät, miten

kauan mikäkin auto on parkissa ja veloittavat maksun.

Kuluttajalle voikin Tolvasen mukaan olla haastavaa pysyä kärryillä, kuinka paljon tilillä on rahaa ja milloin mitään on maksettu.

KÄRRYILLÄ PYSYmiseen liittyy myös turvallisuustrendi. EU:n maksupalveludirektiivi PSD2 lisää kilpailua avaamalla maksumarkkinoita pankkien ohella myös kolmansille osapuolille, joten alalle on todennäköisesti luvassa monenlaisia uusia toimijoita.

Limnell painottaa, että luottamus ja turvallisuus kulkevat käsi kädessä. Jos kuluttajien luottamusta ei ole, maksupalvelu ei voi menestyä. Samalla olennaista on ylläpitää käyttäjien ymmärrystä siitä, mitkä palvelut ovat luotettavia ja miten niitä käytetään oikein.

Käteisen paljon puhuttuun katoamiseen Limnell ja Tolvanen eivät usko. Digitaalisen rahan etuja ovat heidän mukaansa jäljitettävyyden tuoma turvallisuus ja harmaan talouden kitkeminen, mutta käteisellä kukkarossa on edelleen paikkansa. Limnell kertoo aina pitävänsä mukanaan sen verran käteistä, että perheen ruokaostokset onnistuvat, vaikka kortti ei toimisi.

– Ei koskaan voi ajatella, että toimittaisiin yhden kortin varassa – enkä tarkoita nyt pankkikorttia. Käteinen on huoltovarmuuden näkökulmasta tärkeä, sillä digitaalisessa maailmassa voi olla vakaviakin häiriöitä.

Verkkokauppojen tulevaisuudessa asiantuntijat näkevät helppoa ja nopeaa maksamista. Limnell huomauttaa, että monimutkainen maksuprosessi tutkitusti karkottaa kuluttajia verkkokaupoista. Maksujen helppoudella autetaan asiakkaita tekemään nopeita ostopäätöksiä.

Tolvanen muistuttaa, että helppouden ja turvallisuuden välillä joudutaan kuitenkin tasapainoilemaan. Maksupalveludirektiivi lisää maksamisen turvallisuutta vaatimalla vahvaa sähköistä tunnistamista kaikessa maksamisessa, mutta kaikkien toimijoiden tekniset valmiudet eivät olleet kunnossa määräpäivään eli syyskuun puoliväliin mennessä. Hän kannustaakin verkkokauppiaita huolehtimaan järjestelmistään, jotta maksaminen sujuu myös siirtymäajan jälkeen. ■

Verkkokauppa kasvaa, ja sen myötä kasvaa myös pakettien määrä – sekä pakkausten vuori. Jos pakkausten kestävyttä lähestytään ainoastaan materiaalin käytön minimoinnin näkökulmasta, ollaan kuitenkin vaarassa joutua ojasta allikkoon. Kun materiaalit valitaan fiksummin ja pakkausratkaisusta tehdään sekä suojaavia että kierrätettäviä, pakkausteollisuudella on mahdollisuus edistää kestävä kehitystä.

TEKSTI HILDA HULTÉN



Ilmasto-
ystävällisin
pakkaus
ei aina ole
ilmaston
kannalta
paras
ratkaisu.



Näin valitset pakkauksen, joka kestää ajan saatossa

Helén Williams toimii ympäristö- ja energiajärjestelmien professorina Karlstadin yliopistossa ja on keskittynyt tutkimuksessaan erityisesti elintarvikepakkauksiin. Hänen mukaansa pakkausten tuotteena kiinnitetään nykyään suurta huomiota.

- Haluan laajentaa tätä näkökulmaa ja puhua myös pakkauksesta palveluna. Silloin painopiste siirtyy materiaalivalinnoista kohti sitä, mikä on kaikkein tärkeintä, eli tuotteen suojaamista, hän sanoo.
- Elintarvikealalla pakkausten merkitys korostuu, koska elintarvikkeet ovat herkkiä ja me kaikki haluamme syödä turvallista ruokaa. Monia elintarvikepakkausissa käytettyjä ratkaisuja voidaan soveltaa myös muilla aloilla, kuten tavaroiden verkkokaupassa. Kaikkien pakkausten päätehtävä on varmistaa, että pakkauksen sisältö tulee perille ehjänä, turvallisesti ja mahdollisimman tehokkaasti.

JOS PAKKAUSTEN KESTÄVYYTTÄ lähestytään ainoastaan materiaalin käytön minimoinnin näkökulmasta, ollaan vaarassa joutua ojasta allikkoon, sillä tuotteen ilmasto-vaikutus päihittää usein pakkauksen oman ilmasto-vaikutuksen.

- Ilmastonäkökulmasta katsottuna on pahempaa joutua heittämään ruokaa tai tavaraa pois kuin käyttämään muutama gramma enemmän pakkausmateriaalia sisällön suojaamiseen. Tämä pitää erityisen hyvin paikkansa esimerkiksi lihan tai juuston ja muiden vastaavien luonnonvarojen kuluttavien tuotteiden kohdalla, joiden tuotantoon kuluu paljon energiaa.

Kun tuotteen ilmasto-vaikutus on pieni, kuten vedellä, on vaikeampi perustella ylisuuria pakkauksia suojauksen tarpeella.

- Ei välttämättä kannata investoida pakkaukseen, jos

”Muovin käytön rajoittamiseen tulee suhtautua terveellä järjellä. Toistaiseksi ei ole olemassa mitään muuta materiaalia, joka täyttäisi muovin tehtävän.”

tuotteella on vähäinen ilmasto-vaikutus, vaan silloin on parempi tyytyä yksinkertaiseen pakkaukseen tai luopua pakkauksesta kokonaan. Mutta niin kauan kuin tuotanto ja kulutus tapahtuvat eri aikaan ja eri paikoissa, ei pidä unohtaa sitä, että pakkauksen on hoidettava tehtävänsä hyvin.

PAKKAUSTA PIDETÄÄN usein ilmastokonnana. Kun uutisissa kerrotaan jatkuvasti merien kasvavista muovilautoista ja kuolleista valaista, joiden vatsalaukku on ollut täynnä muovia, ei ole mikään ihme, että erityisesti muovipakkauksia kritisoidaan.

- On erittäin vakavaa, että muovimateriaalia päätyy niin paljon luontoon ja meriin, ja sen on loputtava välittömästi. Markkinoilla olevat pakkaukset on kierrätettävä, jotta niitä voidaan hyödyntää useamman kerran ennen kuin ne menevät lopulta energiakäyttöön.

Kun materiaalit valitaan fiksummin, ympäristö-ystävällisistä valinnoista tehdään kannattavia ja pakkaus-
ratkaisusta sekä suojaavia että kierrätettäviä, pakkausteollisuudella on mahdollisuus edistää kestävä kehitystä.

- Harva puolustaa pakkauksia ja onnistuu selventämään niiden monimutkaista roolia. Edes pakkausteollisuuden edustajat eivät yritä tuoda ääntään kuuluville ja kertoa, miten pakkaukset voisivat toimia mahdollisena ratkaisuna kestävyysongelmaan.

Useimmat liittävät erityisesti muovipakkausiiin negatiivisia mielleyhtymiä, mutta kestävyys on monimutkainen asia.

- On vaikea tietää intuitiivisesti, millainen ratkaisu edistää parhaiten kestävä kehitystä koko järjestelmän kannalta. Se on pidettävä mielessä.

Kun on kyse juuri verkkokauppaan räätälöityjen pakkausten kehittämisestä, tehtävälista on pitkä. Tätä mieltä on Annika Olsson, joka toimii pakkauslogistiikan professorina Lundin teknillisessä korkeakoulussa.



Ruoka pitää pakata fiksumsti.

Lue lisää →

—> - Kovinkaan moni ei mieti, miten voitaisiin suunnitella juuri verkkokaupan tarpeisiin sopiva pakkaus. Älykkäisiin ja entistä kestävämpiin pakkausjärjestelmiin liittyvä kehityspotentialiaali on valtava, hän sanoo.

OLSSONIN MUKAAN verkkokaupassa on keskitytty toistaiseksi ennen kaikkea myyntiin. Lähtökohdaksi on otettu fyysisissä myymälöissä käytetyt pakkaukset ja logistiikkajärjestelmät. Pakkauksen päätehtävä eli sisälön suojaaminen saa kokonaan uuden merkityksen, kun pakkaus lähetetään kuluttajalle kotiin sen sijaan, että se myytäisiin myymälässä. Täyttöasteen parantaminen valitsemalla joustavampia pakkauskokoja ja pakkaamalla tuotteet fiksummin on Olssonin mielestä helppo ratkaisu. Se on kuitenkin vasta ensimmäinen askel.

- Ne verkkokauppayritykset, jotka onnistuvat pakkauslogistiikassa parhaiten, eivät keskity ainoastaan fiksuihin ja tuotteen kokoon sovitettuihin pakkausuksiin, vaan näkevät pakkauksen myös tärkeänä tiedonvälittäjänä.



Annika Olsson.

TIETO VOI LIITYÄ markkinointiin eli tuotteen brändäämiseen ja tavaramerkin näkyvyyden lisäämiseen, mutta se voi käsitellä myös sitä, miten pakkaus voidaan käyttää uudelleen ja kierrättää.

- Hyvä pakkaus helpottaa myös palautuslogistiikkaa. Paras ratkaisu on, että tuotteet voidaan palauttaa kätevästi samassa pakkauksessa. Pakkauksen on periaatteen neuvottava itse itseään; ei voi olla muuta vaihtoehtoa kuin toimia oikein.

Olssonin tärkein vinkki verkkokauppiaille on tehdä yhteistyötä pakkausteollisuuden kanssa.

- Verkkokauppojen on vaadittava pakkauksia, jotka on kehitetty nimenomaan verkkokauppalogistiikkaa varten. Tällaiset pakkaukset ehkä maksavat hieman enemmän, mutta ei pidä unohtaa, kuinka kalliiksi tavaran pois heittäminen tulee, kun mukaan lasketaan menetetyt tulot, badwill ja ympäristövaikutus.

OLSSON HALUAA myös ravistella käsitystä muovista ympäristökonnana.

- Muovin korvaaminen on hyvä asia, jos sille löytyy ominaisuuksiltaan sopiva korvaava materiaali. Muovi suojaa kuitenkin hyvin erityisesti kosteudelta, ja esimerkiksi pakkauksissa käytetyt liimat ja teipit ovat huomattavasti parempia ympäristökonnia, jos muovi kierrätetään.

- Muovin käytön rajoittamiseen tulee suhtautua terveellä järjellä. Toistaiseksi ei ole olemassa mitään muuta materiaalia, joka täyttäisi muovin tehtävän.

Sen sijaan, että muovin käyttäminen kiellettäisiin, Olsson pitää tärkeämpänä keskittyä enemmän muovin keräykseen, kierrätykseen ja uudelleenkäyttöön.

- Meidän on alettava nähdä kierrätysmuovi arvokkaana raaka-aineena uusien pakkausten tai muiden tuotteiden valmistuksessa sekä pidettävä parempaa huolta käyttämästämme muovista. Tällä saralla pakkausteollisuus ja verkkokauppa-ala voivat tehdä paljon. ■



KUVA: ANDERS DEROS

Jollyroom on investoinut pientavarojen pakkauskoneeseen, joka tunnistaa pahvilaatikon sisällön ja sovitaa laatikon koon automaattisesti sisällön sopivaksi.

Pakkaus ratkaisee, miten tuote otetaan vastaan

Tavaran vahingoittuminen kuljetuksen aikana on yksi kestävytyteen vaikuttava tekijä, jota ei aina oteta huomioon. Vaurioitunut paketti antaa kuitenkin negatiivisen kuvan sekä lähettäjistä että kuljetuksesta huolehtineesta logistiikkayrityksestä. On olemassa yksinkertaisia keinoja, joilla pakkauksista saadaan parempia ja vahinkoja voidaan välttää, mutta tie tähän päämäärään ei aina ole mutkaton.

TUOTTEIDEN VAHINGOITTUMINEN kuljetuksen aikana voi johtua monesta syystä. Tavallinen ongelma on, että sekä yrityksiltä että yksityishenkilöiltä puuttuu tietämystä siitä, miten paketteja käsitellään kuljetusvaiheessa ja millainen kuormitus pakkauksiin kohdistuu.

- Monilla on se käsitys, että paketteja on mahdollista käsitellä varovasti käsin kaikissa vaiheissa. Luullaan, että särkyvät esineet voidaan suojata pehmustamalla laatikon pohja ja kirjoittamalla laatikon päälle ”tämä puoli ylöspäin”. Paketti voidaan kuitenkin lastata kymmenen kertaa ja koneellisia käsittelyvaiheita voi olla kolmesta neljään. Tällöin pakettia voidaan käännellä ja väännellä miten hyvänsä. Jos suojataan pelkästään laatikon pohja, pakkauksessa on vielä viisi sivua, joiden suojana on vain aaltopahvia eikä iskun-



PostNordin Patrik Larsson työskentelee vahingoittuneita ja osoitteettomia lähetyksiä käsittelevällä osastolla Jönköpingissä.

**”Monilla on sel-
lainen käsitys,
että paketteja
käsitellään va-
rovasti kaikissa
vaiheissa.”**

vaimennusta ole nimeksikään, sanoo PostNordin Patrik Larsson, joka työskentelee vahingoittuneita ja osoitteettomia lähetyksiä selvittävällä osastolla Jönköpingissä, PostNordin omassa etsivätoimistossa.

Larsson on rekламаatioiden asiantuntija ja osaa arvioida, onko tuote vahingoittunut huolimattoman käsittelyn vai puutteellisen paketoinnin vuoksi.

- Toki voimme tehdä käsittelyvaiheessa virheitä, joista meidän on otettava vastuu. Melko usein on kuitenkin niin, että vaurio johtuu pakkauksen rikkoutumisesta.

Tavallinen ongelma verkkokauppa-alalla on, että tavara lähetetään alkuperäisessä pakkauksessaan, esimerkiksi kengät kenkälaatikossa tai iPad laitepakkauksessa.

- Alkuperäispakkaukset on usein suunniteltu bulkkikuljetuksia varten. Ne pakataan konttiin lavan päälle ja toimitetaan suoraan myymälään. Tällaiset pakkaukset eivät kestä käsittelyä yksittäisessä logistiikkavirrassa.

TOINEN TAVALLINEN virhe on, ettei tavaraa kiinnitetä paikalleen pakkauksessa, vaan se pääsee liikkumaan laatikossa ja rikkoutumaan. Lisäksi paketissa voi olla liikaa ilmaa, mikä johtaa laatikon repeämiseen ja rikkoutumiseen, tekee kuljetuksesta kalliimpaa ja vaatii tarpeettoman paljon täytemateriaalia tuotteen suojaksi.

”Jos tavaran arvo on alhainen, voi olla parempi valita edullinen pakkaus ja ottaa laskuissa huomioon mahdollinen häviö.”



- On äärimmäisen yleistä, että paketeissa on tarpeettoman paljon tyhjää tilaa. Liian suurista pakkauksista ei ole mitään hyötyä, vaan ne ovat valttavan tehottomia kustannusten kannalta, Larsson toteaa.

Samalla vallitsee tavoitteiden ristiriita, kun pakkauksesta on tehtävä mahdollisimman pieni ja tavara on suojattava tarpeeksi hyvin.

- Jos tavaran arvo on alhainen, voi olla parempi valita edullinen pakkaus ja ottaa laskuissa huomioon mahdollisen häviö, jos tavara vaurioituu.

ESIMERKIKSI NESTEMÄISET tuotteet, kuten juomat, lähetetään Larssonin mukaan joskus muovisiin käärityissä pullokoreissa, joihin on kiinnitetty osoitelappu suoraan päälle - täysin ilman suojaavaa pakkausta.

- Paketteina lähetettävien tuotteiden arvo on pienentynyt verkkokaupan myötä. Siksi ei välttämättä ole suurta merkitystä, jos muutama prosentti tuotteista menetetään logistiikkavaiheessa sattuneiden vahinkojen vuoksi, jos pakkauskustannuksissa pystytään kuitenkin säästämään. Meille logistiikkayrityksenä on kuitenkin äärimmäisen ongelmallista, jos esimerkiksi juomapakkaus rikkoutuu ja vuotaa, sillä se voi vahingoittaa

Lue lisää —>



→ muiden asiakkaiden paketteja. Nestemäiset tuotteet on suojattava riittävän imukykyisellä materiaalilla.

Larssonin mukaan pakkauksista on tullut viime vuosina yhä ohuempia.

- Myös sisäpakkauksista on tingitty kustannus- ja ympäristösyistä. On tietenkin hyvä, ettei pakkauksissa ole ylimääräistä ilmaa, mutta samalla on vaarana, että tuotteiden suoja heikkenee.

Larsson vierailee joskus asiakkaiden luona opas-
tamassa, miten tuotteet tulisi pakata vahinkoriskin minimoimiseksi. Hän on vieraillut esimerkiksi lastentarvikkeita verkossa myyvän Jollyroomin sekä varaosatukumyyjä Lagagruppenin luona.

- Käyntimme jälkeen Jollyroom päätti luopua erilisistä pakkauksista joidenkin tilaa vievien tavaroiden kohdalla ja kääri ne sen sijaan vahvaan isokuplaiseen kuplamuoviin sekä kiinnittää osoitelapun suoraan päälle. Lopputulos ei ehkä ole kovin tyylikäs, mutta kuplamuovi suojaa tuotteita erittäin hyvin käsittelyn aikana.

Jollyroomin logistiikkapäällikön Cecilia Olssonin mu-

kaan saman pakkausratkaisun käyttö kaikille tuotteille on kuitenkin mahdollonta.

- Valikoimaamme kuuluu 80 000 tuotetta. Ei ole mahdollista löytää pahvilaatikoita, jotka sopisivat kaikille tuotteillemme. Esimerkiksi suksia on vaikea lähettää pahvilaatikossa.

Sen sijaan yritys käyttää useita erilaisia pakkausratkaisuja tehdäkseen kuljetuksista kestävämpiä ja tehokkaampia. Tilaa vievät tavarat kääritään suoraan kuplamuoviin, mikä vähentää kuljetusmaksuja ja pienentää lähetyksen tilavuutta. Samalla se vähentää kuljetusvaurioita.

VUONNA 2018 Jollyroom teki suurinvestoinnin automaatioon, muun muassa pientavaroiden pakkauskoneeseen, joka tunnistaa pahvilaatikon sisällön ja sovittaa laatikon koon automaattisesti sisältöön sopivaksi.

- Pakkauskoneesta on ollut meille suurin hyöty. Pientavaroiden kohdalla olemme onnistuneet vähentämään pakkausten painoa 20 prosentilla, eli pakkauksissa on nyt 20 prosenttia vähemmän ilmaa.

”Ei ole mahdollista löytää pahvilaatikoita, jotka sopisivat kaikille tuotteillemme.”

6 pakkausvinkkiä kannattavaan ja kestäväan logistiikkaan



Suojaa

Käytä pakkauksia, jotka soveltuvat verkkokaupan kappalerahtiin ja kestävät verkkokauppalogistiikan aiheuttaman kuormituksen.



Sovita

Valitse pakkauksen koko tuotteen koon ja muodon perusteella. Kuljetuskustannukset määräytyvät sekä paketin painon että sen tilavuuden mukaan, joten ilman kuljettaminen tulee kalliiksi. Panosta siksi erikokoisiin pakkauksiin, vaikka ne maksaisivat hieman enemmän.



Älä pihistä väärissä asioissa

Tuhoutunut tuote on lähes aina huonompi vaihtoehto ympäristön, kukkaron ja asiakastytyväisyyden kannalta kuin se, että valitaan hieman kalliimpi mutta paremmin suojaava pakkaus.



Huomioi logistiikka

Valitse pakkaus sekä tuotteen että logistiikan pohjalta. Kaksi senttiä lyhyempi pahvilaatikko voi tarkoittaa sitä, että lavalle mahtuu kaksinkertainen määrä laatikoita, ja maksikirjeenä lähetettävä tuote voidaan toimittaa postilaatikkoon.



Vähennä muovin määrää järjellä

Vähennä mielellään materiaalin määrää ja muovin käyttöä pakkauksissa, mutta älä tingi tuotteen suojaamisesta.



Kierrätä

Käytä pakkauksia, jotka on helppo kierrättää tai ottaa uudelleen käyttöön. Lisää myös pakkaukseen tarvittavat tiedot, jotta asiakkaan on mahdollisimman helppo palauttaa tai kierrättää pakkaus oikein.

Tyhjän tilan minimoimisessa on monia merkittäviä etuja. Näin uskoo Olsson.

- Meille on tärkeää, että vähennämme hiilijalanjälkeämme ja käytämme mahdollisimman vähän pakkausmateriaalia. Pakkausten kestävydessä on kuitenkin kyse myös siitä, että tuotteet suojataan rik-
koutumiselta. Ajan mittaan tämä johtaa kannattavuuden paranemiseen ja entistä tyytyväisempiin asiakkaisiin.

LAGAGRUPPEN MYY käytettyjä ajoneuvojen varaosia 68 konepajasta ja autoromuttamosta koostuvan verkostonsa kautta. Yhtiössä järjestettiin yhteistyössä pakkaustoimittaja PacsOnin kanssa työpaja, jossa tutustuttiin parempiin pakkausratkaisuihin.

- Saimme työpajassa aikaan uuden pakkausratkaisun, joka soveltuu tuotteillemme, ja opimme myös, miten verkostoomme kuuluvien pajojen tulisi pakata ja suojata tuotteet kuljetusvaurioiden minimoimiseksi, kertoo Lagagruppenin toimitusjohtaja Thomas Forsgård.

Lagagruppen-verkoston jäsenet myyvät pääasiassa käytettyjä varaosia konepajoille ja yksityishenkilöille, mikä tarkoittaa, että tavarain arvo on yleisesti ottaen melko alhainen. Tuotteet vaihtelevat laidasta laitaan, aina jarrupolkimista kokonaisiin moottoreihin. Valitettavasti uusi pakkausikäntö ei lyönyt itseään läpi niin hyvin kuin Forsgård oli toivonut.

- Vain harva romuttamo otti uuden pakkausjärjestelmän käyttöön. Yksi syy tähän on se, että uusi pakkaus on kalliimpi, ja hinnalle on vaikea löytää perustetta, jos tavarain arvo on pieni. Lisäksi on vaikea vakiinnuttaa uusia käytäntöjä meidän tyyppiseen organisaatioon, joka koostuu itsenäisistä jäsenyrityksistä.

ON TAVALLISTA, että paremman pakkauksen kustannuksia punnitaan suhteessa tavarain arvoon.

- Kuljetusvauriot eivät ole meille suuri ongelma, mutta on toki selvää, että joitakin varaosia voi olla vaikea löytää. Joskus koko maassa voi olla jotakin varaosaa vain yksi kappale. Silloin asiakkaalle on äärimmäisen tärkeää, että osa tulee perille ehjänä, vaikka sen rahallinen arvo ei olisikaan kovin suuri. ■

Pakkauksen matka - kohti kestävämpää verkkokauppaa

E-barometrin mukaan on olemassa kuilu sen välillä, millaisia kestäviä toimitusvaihtoehtoja kuluttajat vaativat ja kuinka valmis verkkokauppa-ala on luomaan tällaisia ratkaisuja. Raportin mukaan kuluttajat ovat valmiit maksamaan keskimäärin noin 50 senttiä enemmän toimitusta kohti ja odottamaan toimitusta 1,2 päivää pidempään, jos he tietävät, että kuljetus tapahtuu kestävällä tavalla. Toki on vaikea määritellä, millainen kuljetus on kestävä, eikä kestäville toimituksille olekaan toistaiseksi vakiintuneita määritelmiä tai alan standardeja.

Pakettien ja ajoneuvojen täyttöasteen parantaminen on kuitenkin tärkeää paitsi ympäristön kannalta myös kasvavien pakettimäärien käsittelyn tehostamiseksi. PostNord on perustanut yhdessä Lundin teknillisen korkeakoulun pakkauslogistiikan laitoksen sekä verkkokauppa-alan ja pakkausteollisuuden edustajien kanssa asiantuntijaryhmän, joka selvittää pakkauksen matkaa sekä sitä, miten pakkauksista voitaisiin tehdä pienempiä ja ympäristöystävällisempiä.

RePackin ratkaisu: palauta tyhjät pakkaukset

Suomalaisen RePackin kehittämä pakkaus-ratkaisu, jossa tyhjä pakkaus lähetetään takaisin uudelleenkäyttöä varten, vähentää päästöjä huomattavasti kertakäyttöpakkauksiin verrattuna.
- Verkkokauppa on osa arkaamme, joten meidän on pyrittävä vähentämään sen aiheuttamia päästöjä, sanoo RePackin perustaja Jonne Hellgren.

REPACK LANSEERASI uudelleenkäytettävän pakkausratkaisunsa kuusi vuotta sitten, ja nykyään ratkaisua käyttää noin 60 verkkokauppaa 15 maassa. Pohjoismaissa yrityksen asiakkaita ovat muun muassa Makia, Ganni, Asket ja Addnature. Syksyllä myös vaateketju Weekday alkaa tarjota asiakkailleen RePack-pakkausratkaisua kaikilla 19 markkina-alueellaan Euroopassa.

- Kun kuluttaja on vastaanottanut tuotteensa, tarkoituksena on, että hän taittelee pakkauksen kirjekuoren kokoiseksi ja tiputtaa sen postilaatikkoon, olipa hän missä päin maailmaa tahnassa. Siten pakkaus palautuu meille, ja voimme puhdistaa sen ja ottaa sen uudelleen käyttöön, sanoo RePackin toimitusjohtaja Jonne Hellgren, joka on myös yksi yrityksen perustajista.

NILLE, JOIDEN MIELESTÄ tyhjen pakkausten lähettäminen logistiikkajärjestelmän kautta ei vaikuta kestävältä ratkaisulta, Hellgrenillä on vastaus valmiina:

- Euroopassa lähetettävän keskivertokirjeen hiilidioksidipäästöt ovat keskimäärin 37 grammaa, kun muovipussin valmistaminen tuottaa 200-400 grammaa ja pahvilaatikon valmistaminen 100-200 grammaa hiilidioksidia. Ero kertakäyttöpakkauksiin on siis merkittävä.

REPACK-PAKKAUKSISSA lähetetään ennen kaikkea verkkokaupoista ostettuja



”Tarkoituksena on, että pakkaus taitellaan kirjekuoren kokoiseksi ja tiputetaan posti-laatikkoon.”



RePackin toimitusjohtaja ja perustaja Jonne Hellgren.

vaatteita. Polypropeenista valmistetusta pakkauksesta on saatavilla eri kokoja, ja sitä voidaan käyttää uudelleen jopa 50 kertaa. Pakkausta on mahdollista käyttää myös tuotteiden palauttamiseen.

- Yrityksemme kasvaa, mutta järjestelmän saaminen kannattavaksi edellyttää entistä suurempia volyymejä. Saimme EU-komissiolta hiljattain kahden miljoonan euron tuen toimintamme laajentamiseen, sillä verkkokaupan ympäristövaikutusten pienentäminen on kaikkien yhteinen etu.

JOTTA KIERRÄTYS TOIMISI, RePackin valinnut verkkokaupat saavat usein palkkioksi alennuskoodin, kun he palauttavat pakkauksen. Pakkauksen postittaminen on kuluttajalle maksutonta.
- Aloitimme ekologisen suunnittelutoimistona, ja siellä syntyi myös idea RePackista. Halusimme tuoda kiertoajattelun verkkokauppa-alan pakkausjärjestelmään kehittämällä ratkaisun, joka muistuttaa muiden pakkausten keräysjärjestelmiä Suomessa.

Vastuullisuus vetää verkkokauppaa

Entistä useampi kuluttaja kaipaa tietoa verkko-ostostensa vastuullisuudesta. Samalla moni vastuullisena tunnettu suomalaisbrändi pyrkii maailmalle verkon välityksellä.

TEKSTI ANNE SALOMÄKI KUVAT ISTOCK

Verkkokauppa jatkaa kiivasta kasvuaan - mutta ei mihin tahansa suuntaan. PostNordin verkkokauppa-asiantuntija Mika Granath ja verkko-kauppoihin perehtynyt väitöstutkija Mikko Hänninen Aalto-yliopistosta ovat kumpikin havainneet vastuullisuuden vievän verkkokauppaa ympäristöystävällisempään suuntaan.

Samaa viestiä kertoo myös PostNordin syksyllä julkaistava Verkkokauppa Pohjoismaissa -puolivuotisraportti. Tällä kyselykierroksella PostNord selvitti ensimmäistä kertaa kuluttajien asenteita vastuullisuutta kohtaan. Vastaajilta kysyttiin, miten he ottavat huomioon vastuullisuuden ja kestävyuden sekä niihin liittyvät teemat ostopäätöksiä tehdessään.

- Ihmisten oman arvion mukaan vaikutus on niin suuri, ettei se voi olla merkityksetön, ja ilman muuta se tulee vain kasvamaan jatkossa, Granath sanoo.

Kyselytutkimuksissa ihmiset toki saattavat vastata ihanneminänsä mukaisesti, eli vaikka vastuullisuus painaa sanoissa, tekoihin asti se ei välttämättä ulotu. Mitattavia muutoksia on kuitenkin tapahtunut: Pohjoismaista

erityisesti Suomessa ulkomailta tehtyjen verkko-ostojen osuus on laskenut, eivätkä suomalaiset ole enää yhtä innostuneita kiinalaisten verkkokauppojen suuresta tarjonnasta ja alhaisista hinnoista.

Raportissa arvioidaan tämän olevan seurausta kotimaisen tuotetarjonnan kehityksestä ja kuluttajien kasvava ympäristötietoisuudesta. Myös Granath uskoo, että kotimaisten verkkokauppojen suosiminen kiinalaisten kustannuksella liittyy nimenomaan vastuullisuuden merkityksen kasvuun.

Hänninen on samaa mieltä.

- Nykyään mietitään fiksummin, mitä ja mistä tilataan, ja krääsän ostaminen on vähentynyt. Ympäristön kannalta tilanne näyttää paljon lupaavammalta kuin vielä vuosi sitten, hän toteaa.

Hännistä harmittaa tosin se, etteivät monet verkkokaupat osaa viestiä vastuullisuudestaan. Vaikka kuluttaja haluaa ottaa asioista selvää, tieto on joko piilotettu tai sitä ei ole lainkaan saatavilla.

VASTUULLISUUS VIE myös kotimaisia verkkokauppoja ulkomaille. Hänninen huomauttaa, että monet suomalaiset kauppiat ovat ryhtyneet kansainvälistymään toisissaan

Lue lisää →





→ myös Pohjoismaiden ulkopuolelle. Suomalaisia auttaa maine vastuunsa tuntevina ja luotettavina toimijoina.

Taustalla on Hännisen arvion mukaan pienten verkkokauppojen ymmärrys siitä, ettei Suomen markkinan koko riitä.

- Kivijalka ei enää vedä samalla tavalla, joten ainoa tapa hakea kasvua on verkosta joko markkinapaikkoja hyödyntämällä tai avaamalla omaa verkkokauppaa ulkomaille.

Suomalaiset ottavat muita Pohjoismaita kiinni myös verkkokaupan kuluttajina. Granathin mukaan Suomi saavuttaa naapureitaan niin verkkokauppaan käytetyissä euroissa kuin ostotiheydessäkin, vaikka kuukausittaisten ostajien määrässä Suomi ei olekaan vielä esimerkiksi Ruotsin ja Norjan tasolla.

Verkkokauppaa kasvattavat muun muassa päivittäistavarat. Granath sanoo, että Suomi tulee muihin Pohjoismaihin verrattuna takamatkalta, mutta hiljalleen meikäläisetkin kotitaloudet ovat alkaneet opetella ruoan tilaamista kotiinkuljetuksella.

Hänninen arvioi, että kasvua tuovat paitsi ihmisten tottumusten muuttuminen myös aggressiiviset kokeilut. Kun aiemmin ruokakauppatilausta piti odottaa jopa pari päivää, nyt jotkin toimijat ovat testanneet tunnin tai kahden toimitusaikaa. Silloin ihmisiä alkaa kiinnostaa, koska kakkailuja ei tarvitse suunnitella monen päivän päähän.

VERKKOKAUPAN TULEVIEN vuosien mullistuksia määrittää teknologia. Maksamisen muutokset aiheuttavat jo

”Nykyään mietitään fiksummin, mitä ja mistä tilataan, ja krääsän ostaminen on vähentynyt.”

nyt sen, että kuluttajilla on entistä enemmän valinnanvaraa päättää, miten ja kenen kautta rahat kulkevat.

Logistiikassakin kuluttajat odottavat vapautta valita itselleen parhaiten sopiva tapa. Granath painottaa, että verkkokauppojen asiakaskokemukseen vaikuttaa merkittävästi se, miten toimitus tapahtuu ja millaisista vaihtoehdoista tilaaja pääsee valitsemaan.

Kuljetuksissa ja pakkauksissakin asiakkaita kiinnostaa vastuullisuus. Granathin mukaan PostNord on onnistunut kymmenessä vuodessa puolittamaan pakettikohtaiset päästöt. Vaikka kuljetettavien pakettien määrä on kasvanut samaan aikaan huomattavasti, myös kokonaispäästöt ovat vähentyneet.

Yksi verkkokaupan hiilijalanjälkeen vaikuttava tekijä on pakettien kulkeminen edestakaisin, kun asiakkaat eivät olekaan tuotteisiin tyytyväisiä. Tähänkin Granath uskoo teknologian tuovan uudenlaisia ratkaisuja.

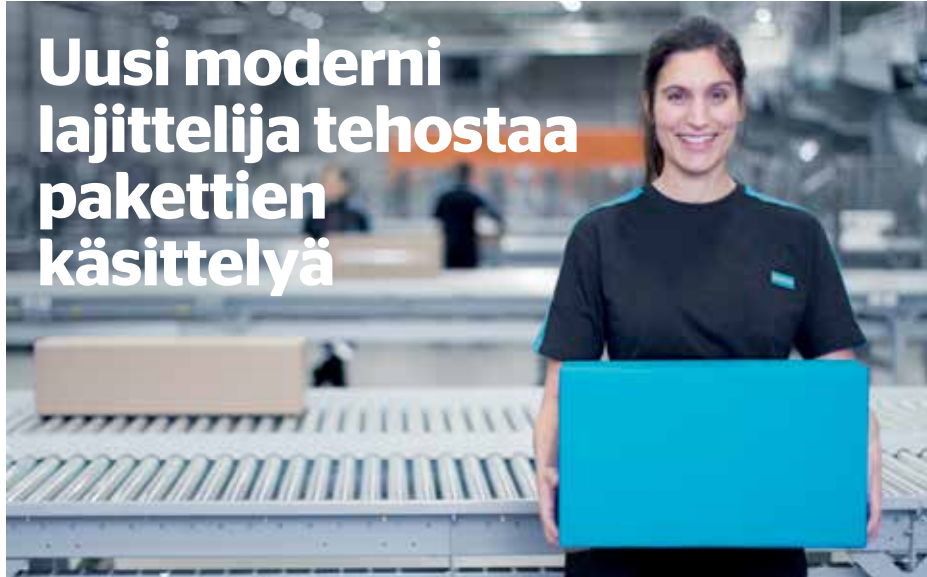
- Esimerkiksi tekoälyn avulla voidaan vaikuttaa siihen, että palautusten ja vaihtojen tarpeita on mahdollisimman vähän ja että kauppiaat osaavat mitoitaa sisäänostonsa mahdollisimman oikein. Näin vähenee vaikkapa tuhattavien tuotteiden määrä, mikä on iso ongelma muodin parissa, hän sanoo.

Hänninen arvioi teknologisten innovaatioiden myös maustavan tulevaisuuden ostokokemusta ja elämyksellisyyttä.

- Kiinassa jo näkee hyödynnettävän paljon keinotodellisuutta. Kun laittaa älylasit päähän, kotonakin voi kuvitella shoppailevansa luksustavaratalossa. ■

Uutisia

Uusi moderni lajittelija tehostaa pakettien käsittelyä



→ PostNord ja Matkahuolto syventävät operatiivista yhteistyötään ja alkavat lajitella paketteja PostNordin Turun terminaalissa uudella modernilla pakettilajittelijalla. Pakettilajittelija mahdollistaa huomattavasti aiempaa tehokkaamman ja samalla hellävaraisemman käsittelyn. Aiempaan verrattuna paketteja voidaan käsitellä uuden lajittelijan avulla kaksinkertainen määrä samassa ajassa – jopa 100 000 pakettia vuorokaudessa. Palvelu lähetettävälle yrityksille paranee ja vastaanottajat saavat pakettinsa entistäkin nopeammin.

Uusi lajittelija on nyt testikäytövaiheessa ja tulee olemaan täydessä valmiudessa Black Friday'sta joulukuun jatkuvaan pakettiesonkiin mennessä.

Investointi on toteutettu yhteistyössä Matkahuollon kanssa, jonka pakettinlajittelutoiminta siirtyy uudistuksen yhteydessä liikkeen luovutuksella Matkahuollon Postikadun terminaalista PostNordin Ovakonkadun terminaaliin. Samassa yhteydessä 29 Matkahuollon lajittelutyötä tekevää työntekijää siirtyy vanhoina työntekijöinä PostNordin palvelukseen ja työskentelemään uudistettuun terminaaliin.

Ennätysmäärä stipendejä vähävaraisille perheille

→ PostNordin, Suomen Koripalloliiton ja Koripallোসäätiön perustama We deliver -rahasto jakoi syyskuussa 80 stipendiä vähävaraisien perheiden koripallon harrastamisesta aiheutuvien kulujen kattamiseen.

Ensimmäisen kerran tukia jaettiin tammikuussa 2019, jolloin rahasto jakoi 26 stipendiä. Kaikkiaan rahasto on avustanut tänä vuonna 106 perhettä yhteensä 25 100 eurolla. Tukea on voinut hakea esimerkiksi seuran kausimaksuihin, uusien korisvarusteiden hankkimiseen tai pelaajan turnausmatkoihin sekä harjoitusleirien kustannuksiin. Seuraava hakukierros järjestetään vuodenvaiheessa.



Kaksi uutta HCT-rekkaa tien päälle

→ PostNordin Turun ja Oulun terminaalien välisissä kuljetuksissa on otettu käyttöön kaksi uutta HCT-rekkaa. Panostus nostaa PostNordin käyttämien HCT-rekkojen kokonaismäärän kolmeen.

PostNordin ensimmäinen HCT-rekka otettiin käyttöön Turun ja Vantaan terminaalien välisissä kuljetuksissa syksyllä 2017. Kokemukset erityispitkistä ajoneuvoista ovat olleet hyviä. Niiden hyödyntämisen tavoitteena on lisätä kuljetusten tehokkuutta, kuljettaa pienemmillä polttoainemäärillä enemmän tavaraa ja pienentää kuljetusten hiilidioksidipäästöjä. Isompi yksikkö säästää ilmaston lisäksi myös tiestöä verrattuna useampaan normaalikokoiseen kuljetusyksikköön. Purku- ja lastausvaiheessa saadaan myös työturvallisuutta ja tehokkuutta.



Muutoksia Turun ja Vantaan terminaaleissa

→ PostNord irtisanoi vakituista terminaalityövoimaa koskevan sopimuksen Transvalin kanssa. Tämän myötä Turun terminaalissa työskentelevät Transvalin työntekijät siirtyivät liikkeen luovutuksessa vanhoina työntekijöinä PostNordin palvelukseen 1. marraskuuta. Vantaan terminaalissa kumppanina aloitti Wippii Work Logistiikka Oy. Työt jatkuvat kummassakin terminaalissa normaalisti.

Turun terminaalityöntekijöitä koskevan liikkeen luovutuksen jälkeen PostNord Oy:n palveluksessa työskentelee noin 300 henkilöä. Yhteensä se työllistää noin 500 terminaali- ja varastotyöntekijää, kuljettajaa sekä toimistotyöntekijää.

Tekniikka

Robotteja testataan toimituksissa ympäri maailmaa

→ Monet yritykset eri puolilla maailmaa testaavat pakettitoimituksissa erityyppisiä robotteja, kirjoittaa alan lehti Post & Parcel. Japanissa verkko-kauppa Rakuten kokeilee yhdessä logistiikkayritys Yamato Transportin

kanssa robotteja, jotka kulkevat liikenteessä ja toimittavat paketit suoraan asiakkaille. Erään raportin mukaan harkinnassa on myös liikenne-lakien muuttaminen, jotta

Japanilainen robotti.



kameroilla ja GPS:llä varustetuille roboteille voitaisiin antaa täysi liikkumavapaus. Alankomaissa robotteja ei ole sitä vastoin sallittua päästää yleisille teille. Esimer-

kiksi päivittäistavaraketju Albert Heijn on käyttänyt robotteja lounasruoan toimittamiseen Eindhovenissa sijaitsevassa yrityskylässä. Robotit käyttävät virtuaalista karttaa ja antureita välttääkseen yhteen törmäykset.



Tehokkaampaa logistiikkaa automaatiolla

Logistiikka-alalla vallitsee korkeapaine, ja yhä useampi yritys päättää automatisoida toimintojaan. Erityisesti verkkokauppa edellyttää tehokkaampaa logistiikkaa. Epävarmuustekijöitä on kuitenkin runsaasti. Mitä automaatioprojektissa onnistuminen vaatii? Tempo auttaa sinua suunnistamaan automaatioviidakossa.

TEKSTI HILDA HULTÉN KUVAT PETER HOLGERSSON

Alhaisten asukastiheyden ja logistiikka-toiminnan verraten pienen mittakaavan vuoksi varastoautomaatio ei ole Pohjoismaissa vielä yhtä pitkälle kehittynyttä kuin monissa muissa teollisuusmaissa. Tästä huolimatta viime vuosina yhä useampi pohjoismaainen yritys on päättänyt automatisoida varastotoimintonsa, ja myös varastointi- ja lisäarvopalveluiden tarjoajat ja verkkokauppayritykset ovat alkaneet investoida automaatioon toden teolla.

Verkkokauppalogistiikka poikkeaa merkittävästi perinteisen vähittäiskaupan logistiikasta. Käsiteltävien tilausrivien määrä on kasvanut räjähdysmäisesti, mikä lisää pinta-alan tarvetta ja kasvattaa työvoiman merkitystä logistiikka-alalla. Myös jakelu lisääntyy ja saa uusia muotoja sitä mukaa kuin logistiikassa siirrytään koordinoiduista myymälätoimituksista pakettien jakeluun suoraan kuluttajille.

PostNord on viime vuosina tehnyt mittavia investointeja terminaleihin ja automaatioon vastatakseen pakettimäärien kasvuun.

- Logistiikka- ja B2C-toimintamme kasvavat koko ajan, joten prosessiemme tehostaminen on tärkeää paitsi kapasiteettimme varmistamiseksi myös asiakastarjonnan parantamiseksi, PostNordin Network & Technology -osastolla strategisena tekniikan kehittäjänä toimiva Désirée Roxberger sanoo.

INTIASSA PostNordilla on yhdessä TCS:n kanssa käynnissä pilottiprojekti, jossa testataan keräilyrobotteja pakettien lajittelussa. Tähän mennessä pakettien lajittelua on ollut vaikea robotisoida, sillä erityyppisten pakettien käsittelyyn on ollut pakko käyttää erilaisia robottikäsia.

- Tekniikka on kuitenkin kehittynyt valtavasti pelkästään viimeisten kahden vuoden aikana. Testaa-

mamme robotit voivat keräillä paketteja aina 50 gramman painoisista pienistä paketeista 25–30 kiloa painaviin suuriin paketteihin sekä lajitella ne eri kuljetusyksiköihin.

Tähän mennessä projektin tulokset ovat olleet erinomaiset. Myös Ruotsissa PostNord testaa pakettien lajittelussa automaattisia mobiilirobotteja (AMR) osana soveltuvuus selvitystä yhdessä Prime Visionin kanssa. Tavoitteena on pystyä pitkällä aikavälillä korvaamaan perinteiset kookkaat lajittelukoneet joustavilla ratkaisulla.



VERKKOKAUPAN KASVU edellyttää tehokasta logistiikkaa, minkä vuoksi automaatio on alkanut saada tuulta alleen myös varastointi- ja lisäarvopalveluissa. Norrköpingissä PostNord on kuluneen vuoden aikana investoinut kahteen suureen automaatiotratkaisuun asiakkaidensa lukuun. Ensimmäinen on SSI Schäferin toimittama sukkularatkaisu Apotek Hjärtat -apteekkiketjulle. Myös toinen ratkaisu on sukkularatkaisu, jonka asiakas Stadium ottaa käyttöön syksyllä. Taustalla vaikuttaa se, että Stadiumin verkkokauppa on kasvanut räjähdysmäisesti ja vallannut nopeasti tilaa Norrköpingissä sijaitsevasta 58 000 neliön suuruudesta keskusvarastosta.

- Olen erittäin toiveikas. Meillä on nykyään manuaalinen ratkaisu, joka on riittämätön verkkokauppatoimituksillemme. Kun verkkokauppa vain jatkaa kasvuun, en logistikkona näe mitään muuta mahdollisuutta kuin automatisoida toimintaamme, sanoo Stadiumin logistiikkapäällikkö Daniel Johansson.

VERKKOKAUPPALOGISTIIKKA SIIRTYY nyt PostNordin lähellä sijaitsevaan varastoon, jonka käytämissä sukkularatkaisussa 102 robottia huolehtii tuotteiden keräilystä, minkä jälkeen pakkaaminen tapahtuu manuaalisesti. Ratkaisun odotetaan tehostavan Stadiumin verkkokauppalogistiikkaa huomattavasti. Uuden ratkaisun käyttöönotto on kuitenkin haastavaa, etenkin kun puhutaan IT-toimintojen ja erilaisten järjestelmien integroinnista.

- Toiveena on, että kaikki on toiminnassa joulumyynnin alkuan mennessä, Johansson toteaa.

PostNord omistaa automaatiotratkaisun, ja toimitilat on suunniteltu siten, että niissä voidaan käsitellä myös muiden asiakkaiden tavaravirtoja. Toimeksiantoon sisältyvät myös logistiikan ja varaston hallinta, keräily ja pakkaaminen sekä joukko erilaisia lisäpalveluita. ■



Ihminen vastaan kone

→ Automaatio tarkoittaa, että koneet tai muut tekniset ratkaisut suorittavat sellaiset työvaiheet, joista aiemmin huolehdittiin ihmisvoimin. Jotkin varastologistiikan toiminnot, kuten tavarantoimittaminen, on muita helpompi automatisoida. Koneet voivat

huolehtia myös muista työvaiheista, kuten pahvilaatikoiden kokoamisesta, osoitetarjien kiinnittämisestä sekä pakettien sulkemisesta ja lajittelusta. Vaikeimmin automatisoitavia toimintoja ovat keräily ja pakkaaminen, sillä ihminen kykenee käsittelemään joustavammin erityyppisiä tavaroita.

Vinkkejä sinulle, joka harkitset automaatiota

1 Muista, että automaatio on vain yksi keino tehostaa prosesseja. Jos automaatiotratkaisu näyttää voivan tehostaa logistiikkaasi radikaalisti, et ole ehkä osannut vielä hyödyntää manuaalista käsittelyä riittävästi.

2 Automaatiotratkaisu on osa laajempaa järjestelmää. Vaikka tunnissa kerättyjen tilausrivien määrää voitaisiin lisätä, siitä on vain hyvin vähän hyötyä, jos muut sisäisen logistiikan prosessit, kuten varastointi, pakkaaminen, lajittelu ja lastaaminen, eivät ole riittävän tehokkaita.

3 Useimmat palveluntarjoajat hallitsevat laitteet ja toimittavat hyviä ratkaisuja, joten kannattaa tarkistaa yrityksen referenssit ja valita toimittaja, johon itse luotat ja jolla on kokemusta toimialasi logistiikasta sekä vakiintunutta jälkimarkkina- ja huoltotoimintaa alueellasi.

4 Valitse mieluiten sama toimittaja laitteille ja ohjelmistoille sekä muille tuotantoon liittyville järjestelmille.

5 Valitse integraattori, jolla on kokemusta kyseisestä vastuusta ja joka tietää, mitä se pitää sisällään.

6 Pysytte aina tiukasti ajan tasalla virroista ja toiminnoista sekä ilmoita tarpeesi ja vaatimuksesi selkeästi palveluntarjoajalle. Tilaaosaaminen on tärkein tekijä automaatioprojektin onnistumisen kannalta. Älä myöskään unohta laadunvarmistusta projektin aikana.

7 Sovi pitkistä testi- ja hienosäätöjaksoista, jossa mennään mahdollisimman lähelle maksimikuormitusta. Näin voidaan havaita mahdollisimman monta virhettä ennen järjestelmän käyttöönottoa.

8 Älä automatisoi liikaa. Monimutkainen ja staattinen kokonaisuus syö joustavuutta ja lisää paikoilleen jumitumisen riskiä.

Lähde: Désirée Roxberger, PostNord

Nordic update

→ POHJOISMAISET MARKKINAT LUKUINA

Verkkokauppakulutus. Kestävästä kehityksestä on lyhyessä ajassa tullut yksi tärkeimmistä yhteiskunnallisista kysymyksistä pohjoismaalaisten kuluttajien keskuudessa. Kolme neljästä pohjoismaalaisesta verkko-ostajasta ilmoittaa ottavansa kestävyysasiat huomioon aina, usein tai joskus. Tanskalaiset ovat pohjoismaalaisista kaikkein tietoisimpia kestävyyskysymyksistä.

Tanskalaiset ja ruotsalaiset tietoisimpia kestävyysasioista

ILMASTO NOUSEE ENSIMMÄISENÄ esille, kun pohjoismaalaiset verkko-ostajat pohtivat kestävyyttä, vaikka kestävyys onkin laaja käsite, joka kattaa ympäristön lisäksi sosiaalisia ja taloudellisia kysymyksiä. Tulokset käyvät ilmi PostNordin Verkkokauppa Pohjoismaissa 2019 -puolivuotisraportista.

Kuluttajille on tärkeintä pystyä tekemään kestäviä ostoksia sellaisissa tuoteryhmissä, jotka on tarkoitettu nautittaviksi tai käytettäväksi lähellä kehoa. Elintarvikkeita, kauneudenhoitotuotteita ja muotialan tuotteita kulutetaan lisäksi niin tiheään tahtiin, että niillä on kuluttajien mielestä monesti merkittävä vaikutus omaan terveyteen ja ympäristön hyvinvointiin.

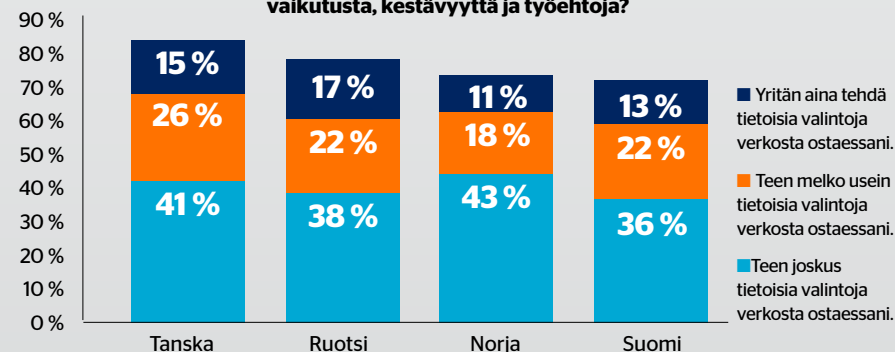
Yleisesti ottaen naisille on miehiä tärkeämpää se, että heidän verkosta ostamansa tuotteet valmistetaan ja toimitetaan kestäväällä tavalla. Ikäryhmien välillä ei sitä vastoin ole merkittäviä eroja.

POHJOISMAALAIKSI KULUTTAJISTA tanskalaiset ovat kaikkein tietoisimpia kestävyyskysymyksistä ruotsalaisten seurattessa heti kannoilla. Tämä on todennäköisesti sidoksissa siihen, että tanskalaisissa ja ruotsalaisissa päivittäistavara-kaupoissa on pitkään tarjottu eettisiä ja ympäristömerkittyjä tuotteita.

Tutkimuksesta käy myös ilmi, että joka kolmas on valmis maksamaan ilmastokompensoidusta toimituksesta. Norjalaiset ovat valmiita käyttämään suurimman summan (0,91 euroa) tanskalaisten ja norjalaisten tullessa heti perässä. Suomalaiset ovat valmiita maksamaan ilmastokompensoidusta toimituksesta vähiten (0,71 euroa). ■

Näin usein pohjoismaalaiset verkko-ostajat tekevät tietoisia valintoja

Mikä kuvastaa parhaiten sinua verkko-ostajana, kun ajatellaan esimerkiksi ympäristövaikutusta, kestävyyttä ja työehtoja?



Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia kesäkuussa 2019 tehneet (Tanska, Norja ja Suomi) sekä verkko-ostoksia maaliskuussa 2019 tehneet (Ruotsi).

53 %

tutkimukseen osallistuneista ruotsalaisista katsoo, että verkkokaupat voisivat sovitaa pakkausten koon tuotteen kokoon paremmin. Samaa mieltä on 46 prosenttia suomalaisista, 42 prosenttia norjalaisista ja 37 prosenttia tanskalaisista. Tämä kysymys on tärkein myös niiden pohjoismaalaisten keskuudessa, joilla on mielipide siitä, miten verkkokaupat voisivat kehittää pakkauksiaan.



Kiina on maa, jonka kohdalla useimmat pohjoismaalaiset verkko-ostajat ovat epävarmoja tuotteiden ympäristöystävällisyydestä, turvallisuudesta, kemikaalien käytöstä ja muista vastaavista tekijöistä. Tanskalaiset ovat kaikkein epävarmimpia. Sitä vastoin useimmat pohjoismaalaiset kokevat voivansa tehdä turvallisin mielin verkko-ostoksia Saksasta.

Tietoja raportista

Verkkokauppa Pohjoismaissa -puolivuotisraportti perustuu kuluttajatutkimuksiin, jotka tehtiin kuukausittain Ruotsissa, Tanskassa, Norjassa ja Suomessa tammikuun ja kesäkuun välisenä aikana vuonna 2019.

Tutkimuksiin osallistui 43 468 vastaajaa. Kuluttajatutkimuksiin osallistui valtakunnallisesti kattava otanta 18-79-vuotiaita vastaajia kustakin maasta, ja ne toteutettiin TNS SIFO:n verkkopaneelin avulla.



Näin tärkeä kestävyyskysymys on (kolme tärkeintä toimialaa kuluttajien mielestä)

Kuinka tärkeää on, että seuraavat verkosta ostamasi tuotteet valmistetaan ja toimitetaan mahdollisimman kestäväällä tavalla?

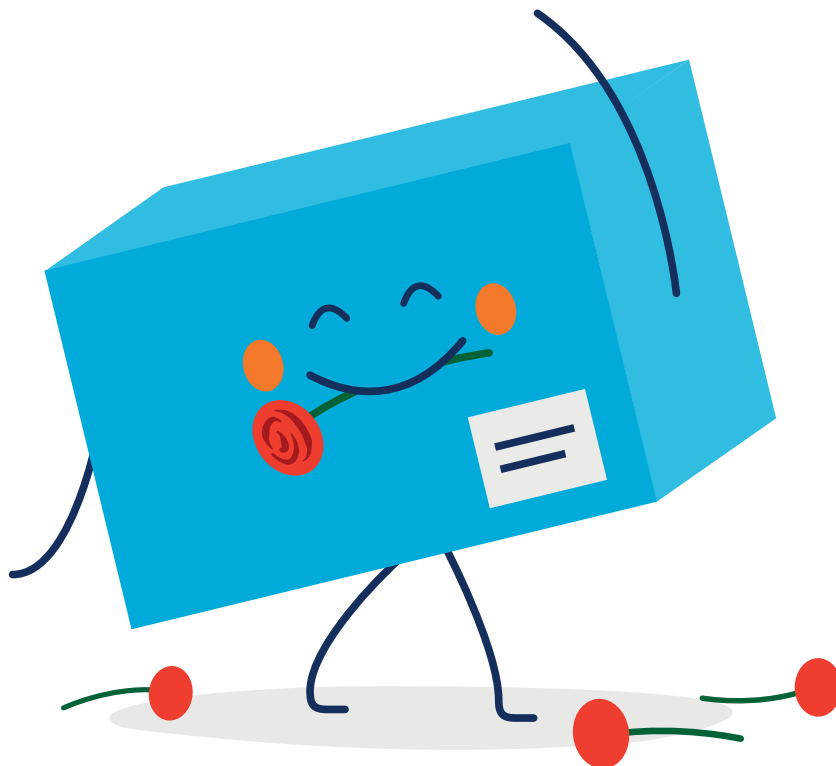


Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia kesäkuussa 2019 tehneet (Tanska, Norja ja Suomi) sekä verkko-ostoksia maaliskuussa 2019 tehneet (Ruotsi).

	Tanska	Suomi	Norja	Ruotsi
Näin suuri osa pohjoismaalaisista on valmis maksamaan ilmastokompensoidusta toimituksesta.	34 %	32 %	35 %	40 %

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia kesäkuussa 2019 tehneet (Tanska, Norja ja Suomi) sekä verkko-ostoksia maaliskuussa 2019 tehneet (Ruotsi).

PostNord Oy
Ansatie 6a A
01740 Vantaa



Logistiikka? Pelkkää ruusuilla tanssimista.

Helppoa ja läpinäkyvää logistiikkaa.
www.postnord.fi

We deliver.

postnord