

Eestlased söövad kuumadel suvepäevadel poole rohkem jäätist kui muidu

Wolt Marketi 2025. aasta suve ostustatistika näitab, et soojad ilmad muudavad oluliselt tarbijate käitumist. Temperatuuri tõustes kasvab nõudlus toodete järele, mis aitavad kuumal ilmaga toime tulla. Näiteks eelmise aasta juulis osteti ligi 50 protsenti rohkem jäätist võrreldes kevadkuudega.

Wolt Marketi andmetel osteti juulis jäätist ligi 50 protsenti rohkem kui kevadkuudel. Eriti selgelt kasvas nõudlus kuu teises pooles, sest siis olid ilmad aastases võrdluses kõige soojemad. 30. juulil, mil temperatuur Tallinnas tõusis 30-kraadini, müüdi jäätist suisa poole rohkem kui juulikuu ühes päevas keskmiselt. Wolt Market Eesti kategooriajuhi Kristi Jakobsoni sõnul näitavad jäätise müüginumbrid selgelt, kui kiiresti ilm inimeste ostukäitumist mõjutab. „Eestlased on selgelt suured jäätisesõbrad. Kui õues on palav, otsivad inimesed midagi külma, kiiret ja lihtsat ning jäätis vastab sellele ootusele väga hästi,” ütles Jakobson.

Tema sõnul ei kasva suvel ainult jäätise tarbimine, vaid muutub ka see, millist jäätist inimesed ostavad. „Külmemal ajal eelistatakse rohkem suuremaid nn perepakke, suvel aga ostetakse rohkem portsjonjäätiseid ja väiksemaid jahutavaid vahepalasid. See näitab, et suvel on jäätis sageli osa spontaansetest hetkest, näiteks jalutuskäigust, piknikust või lihtsalt palavast pärastlõunast,” sõnas kategooriajuht.

Suvine ostukorv muutus talvisega võrreldes kergemaks

Veidi rahulikum kasvutrend paistis välja karastusjookide müüginumbritest: kui jäätise müük reageeris kuumale ilmale väga järsult, siis karastusjoogid olid ostukorvis stabiilselt olulisel kohal. „Jäätis on kuumal ilmal sageli emotsionaalne ost, karastusjoogid aga praktilisem osa suvisest ostukorvist. Kui ees on soe nädalavahetus või sõpradega koosviibimine, ostetakse külmad joogid tihti juba ette valmis,” rääkis Jakobson.

Wolt Marketi andmetest on märgata ka üldisemat muutust ostukorvis: suvel muutub see kergemaks, värskemaks ja mugavamaks. See tähendab, et inimesed ostavad rohkem näiteks marju, puuvilju, salateid, valmistoitu, jäätist ja külmi jooke. Samal ajal jäävad sel ajal rohkem tagaplaanile erinevad maiustused, šokolaad ja tooted, mida tavapäraselt varutakse ette.

Puuviljade ja marjade ostmise osakaal kasvas juba kevadest alates ning püsis kõrgel ka augustis. Valmistoitude soetamise kasv näitab aga, et suvel eelistavad inimesed sagedamini kiireid ja vähese vaevaga lahendusi. Wolt Marketi kategooriajuhi Kristi Jakobsoni hinnangul viitab see sellele, et suvel tehakse vähem pikki toiduvalmistamise plaane ning ostuotsused langetatakse lähtudes ilmast, päevakavast või spontaansetest plaanidest.

Teave Wolt kohta

Wolt on Helsingis asuv tehnoloogiaettevõte, mis pakub veebiplatvormi tarbijatele, kaupmeestele ja kulleritele. Platvorm ühendab inimesi, kes soovivad tellida toitu ja muid kaupu, nende müümisest ja kohaletoomisest huvitatud inimestega. Selleks arendab Wolt erinevaid tehnoloogilisi lahendusi alates kohalikust logistikast kuni jaemüügitarkvara ja finantslahendusteni. Platvorm opereerib Wolt Market kaubamärgi all oma toidupoode. Wolt'i teenuste hulka kuuluvad Wolt+ (tellimusteenus klientidele), Wolt at Work (toidu tellimine töötajatele ja kontoritesse kohalevedu), Wolt Drive (kiire viimase miili tarne kaupmeestele) ja Wolt Self-Delivery (teenus kaupmeeste partneritele, kellel on oma kullerid). Wolt'i missioon on muuta kohalikku kogukonda panustamisega linnaelu paremaks. Wolt asutati 2014. aastal ja ühendas 2022. aastal jõud DoorDashiga.

Kontaktandmed

Piret Pert

Head of Communications, North Region

press@wolt.com

Kopeeri link

<https://press.wolt.com/et-EE/268209-eestlased-soovad-kuumadel-suvepaevadel-poole-rohkem-jaatist-kui-muidu/>