

RadioMedia

Näin suomalainen kuuntelee

Audion käyttö ja kulutus – tutkimus



Tavoitteet ja menetelmät

R

- Kantar TNS Oy toteutti tutkimuksen suomalaisten audion käytöstä RadioMedian ja IAB Finlandin toimeksiannosta
- Tutkimuksessa selvitettiin kattavasti audion käyttöä Suomessa:
 - Eri audiomuotojen käytön yleisyys ja demografiset tiedot
 - Audion kuunteluun käytetyt laitteet ja aika
 - Audion kuunteluun liittyvät samanaikaiset toiminnot
 - Millaista sisältöä kulutetaan
- Vastaajamäärä N=1050, data on painotettu vastaamaan 15-75-vuotiasta väestöä.
- Kenttätöaika: 10.-14.6.2022
- Tutkimus toteutettiin mobiilioptimoituna web-kyselynä Kantarin väestöä edustavassa Forum Kanava-vastaajapaneelissa. Tiedonkeräys ja -käsittely toteutettu ISO 20252 -standardia noudattaen.

Vastaajarakenne	%	N
Sukupuoli		
Nainen	50	525
Mies	50	525
Ikä		
15-24 v	10	107
25-44 v	31	330
54-64 v	32	333
65+ v	27	281
Kuntatyyppi		
Pääkaupunkiseutu	22	234
Kaupunkimaiset kunnat	55	576
Taajaan asutut kunnat	14	145
Maaseutumaiset kunnat	14	95

- **Radio:** Radiokanavat lähetysaikaan FM-radiolla tai autoradiolla
- **Digitaalinen radio:** Radiokanavat lähetysaikaan verkossa kanavan oman verkkosivun tai kotimaisen radiopalvelun/applikaation kautta, (esim. Yle Areena, Supla, Radioplay, Radiot.fi) sekä radiokanavat lähetysaikaan verkossa ulkomaisten palveluiden kautta, (esim. TuneIn, Deezer, Sonos App.)
- **Tallenteet:** Radio-ohjelmien tallenteet verkossa kanavan oman verkkosivun tai kotimaisen radiopalvelun/applikaation kautta, (esim. Yle Areena, Supla, Radioplay tai Radiot.fi)
- **Podcastit:** Podcastit suomalaisten palveluiden kautta, (esim. Yle Areena, Supla, Podplay tai Radiot.fi) sekä podcastit muiden palveluiden kautta, (esim. Spotify, Youtube, Apple Podcast, Podme)
- **Musiikkipalvelut:** Musiikin kuuntelu maksullisten musiikkipalveluiden kautta, (esim. Spotify) sekä musiikin kuuntelu ilmaisten musiikkipalveluiden kautta, (esim. Spotify, Youtube, SoundCloud)
- **Äänikirjat** äänikirjapalveluiden kautta, (esim. Supla, Storytel, Bookbeat, Elisa Kirja, Suomalainen.com)

Näin suomalainen kuuntelee - tutkimuksen keskeisimmät havainnot

Total audion tavoittavuus

kuunnellut vähintään kerran kuukaudessa, 15-75 vuotiaat

90 %

Kuunnellut vähintään kerran kuukaudessa radiota, digitaalista radiota, podcasteja, ohjelmia tallenteina, musiikkia musiikkipalveluista tai äänikirjoja

A young man with short brown hair, wearing a blue and white checkered shirt over a white t-shirt, is smiling and looking upwards. He is wearing large white over-ear headphones and holding a dark grey tablet in his hands. The background is a bright, out-of-focus outdoor setting with street lamps and buildings. A large, bold, black '66%' is superimposed over the center of the image.

66 %

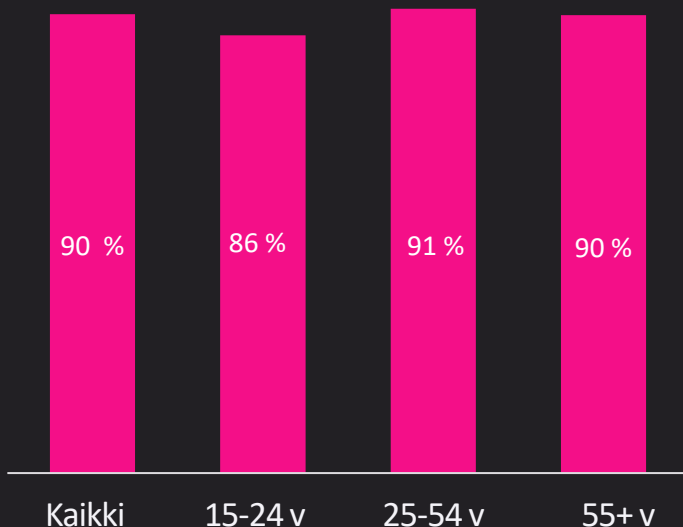
Digitaalisen audion tavoittavuus

kuunnellut digitaalista audiota vähintään kerran kuukaudessa

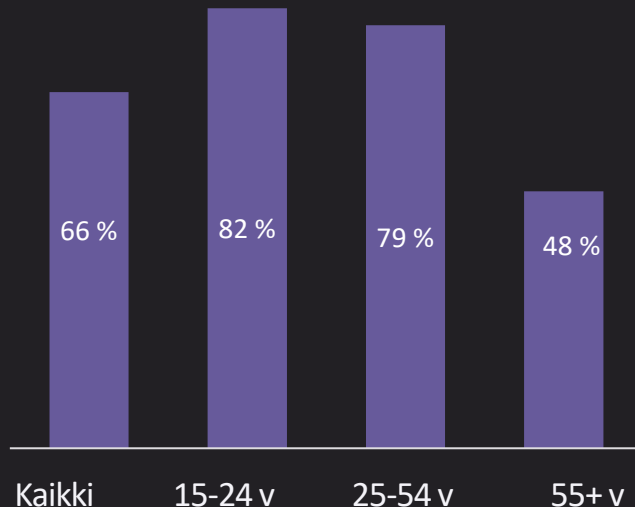
Kuunnellut vähintään kerran kuukaudessa nettiradiota, podcasteja, ohjelmatalenteita, musiikkia musiikkipalveluista tai äänikirjoja. Kaikki 15-75 vuotiaat

Audio tavoittaa kaikissa ikäryhmissä^R

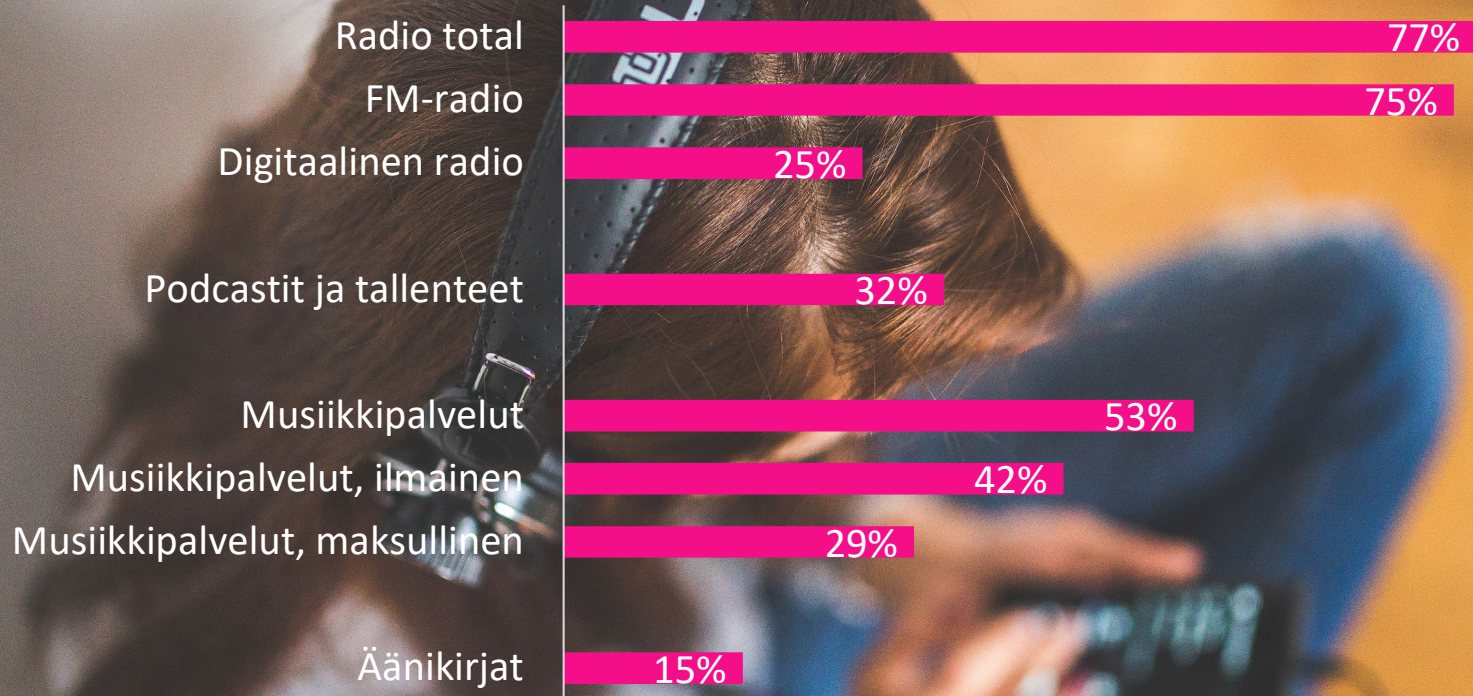
Audio total



Digitaalinen Audio



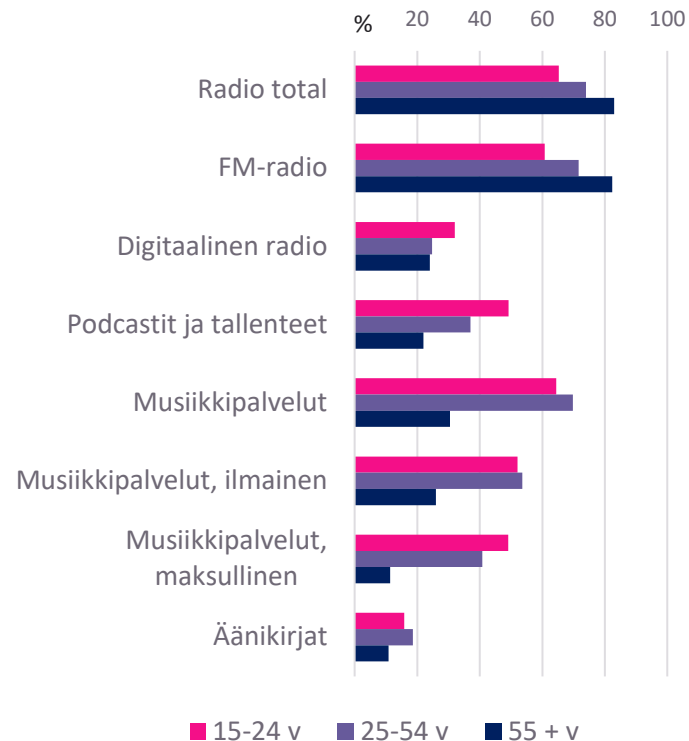
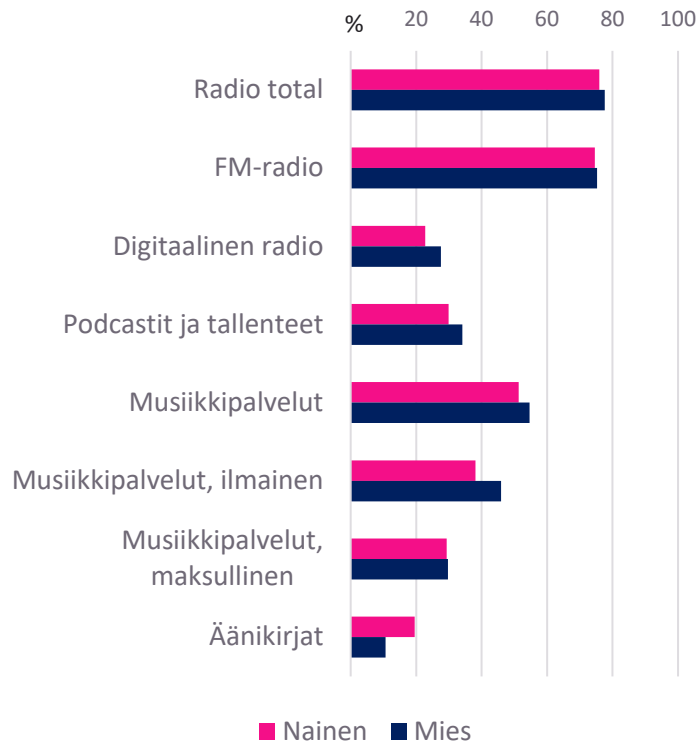
Kaikki 15-75 -vuotiaat. Audio total: Kuunnellut vähintään kerran kuukaudessa FM-radiota, nettiradiota, podcasteja, ohjelmatalenteita, musiikkia musiikkipalvelusta tai äänikirjoja.
Digitaalinen audio: Kuunnellut vähintään kerran kuukaudessa nettiradiota, podcasteja, ohjelmatalenteita, musiikkia musiikkipalvelusta tai äänikirjoja.



Tavoittavuus % audiomuodoittain, kaikki 15-75 vuotiaat, kuunnellut vähintään kerran kuukaudessa

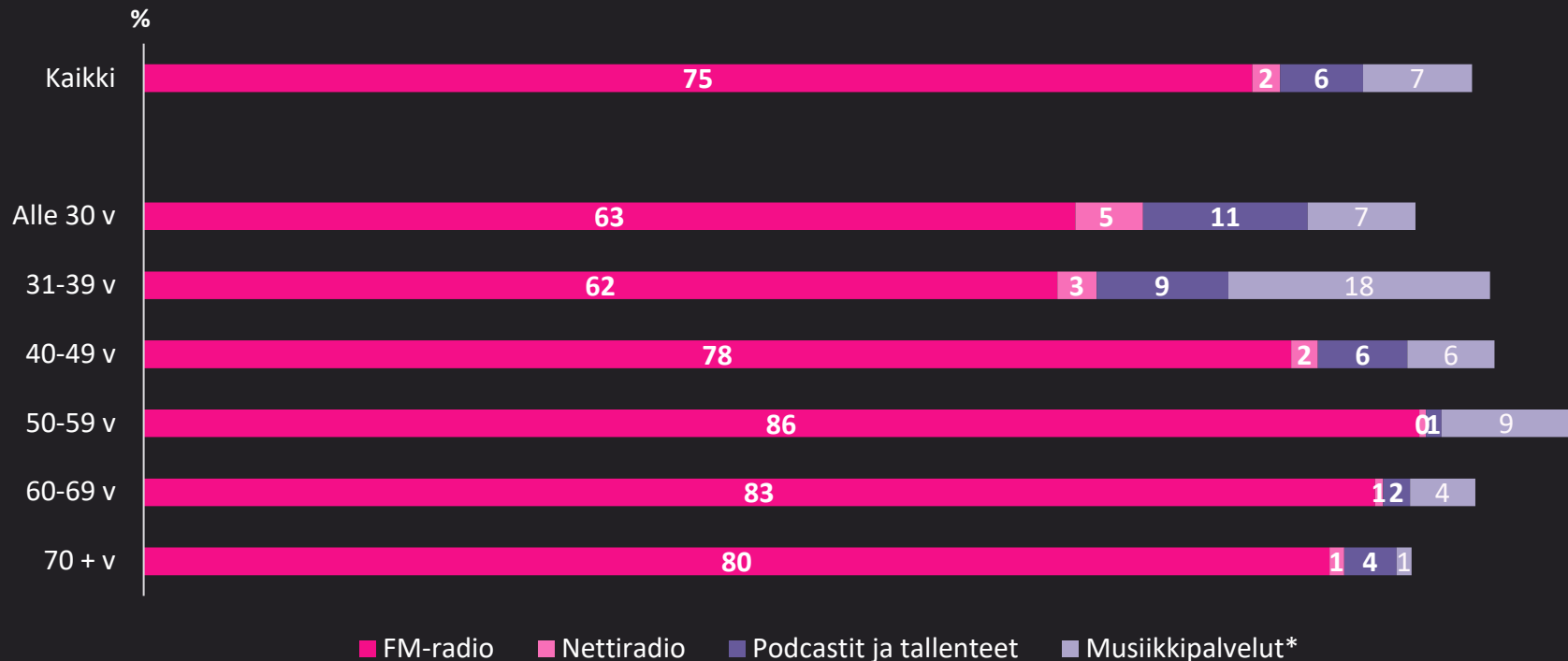
Tavoittavuus % audiomuodoittain ja kohderyhmittäin, kuunnellut vähintään kerran kuukaudessa

R



Digitaalinen audio kasvattaa kokonaistavoittavuutta

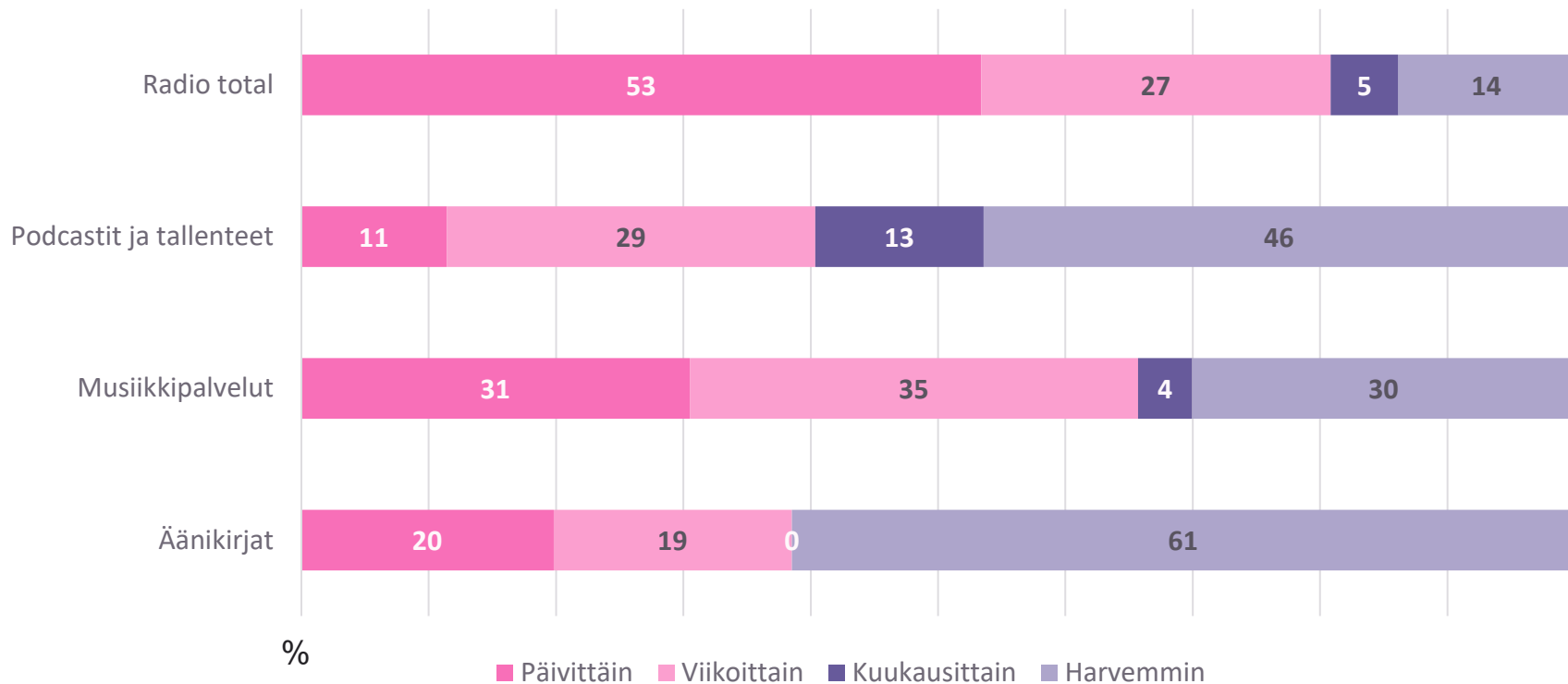
(Audion tuoma lisätavoittavuus % edellisiin audiomuotoihin)



Audion tuoma lisätavoittavuus % audiomuodoittain, kuunnellut vähintään kerran kuukaudessa

*Musiikkipalvelut sisältää ilmaiset ja maksulliset musiikkipalvelut, mm. Youtuben ja Spotifyn

Radio on säännöllisimmin kulutettu audiomuoto



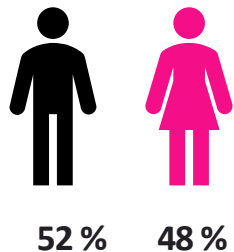
Digitaalisen audion kuuntelijat ja kuuntelukäyttäytyminen

Näin suomalainen kuuntelee - tutkimuksen keskeisimmät havainnot

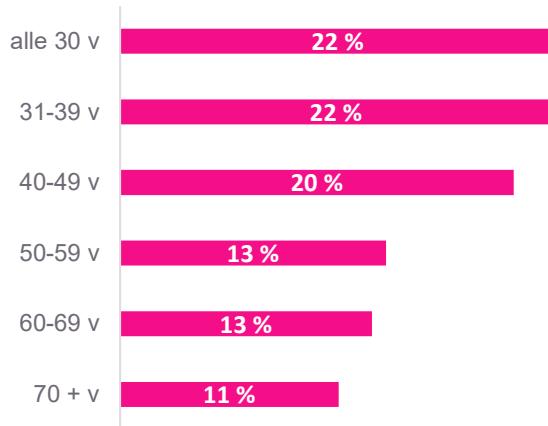
Digitaalisen audion kuuntelijoista lähes puolet on alle 40 –vuotiaita, usein mukavasti toimeentulevia

R

Sukupuoli



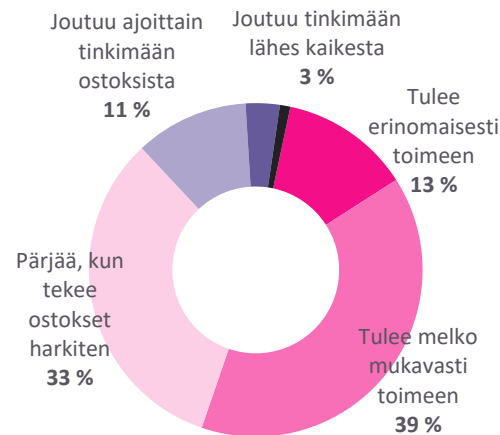
Ikä



Elämänvaihe



Taloudellinen toimeentulo

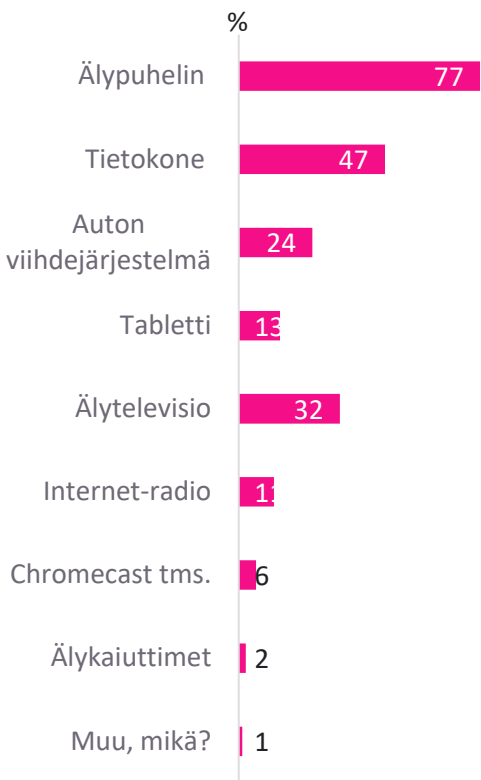


Älypuhelin on käytetyin laite digitaalisen audion kuunteluun

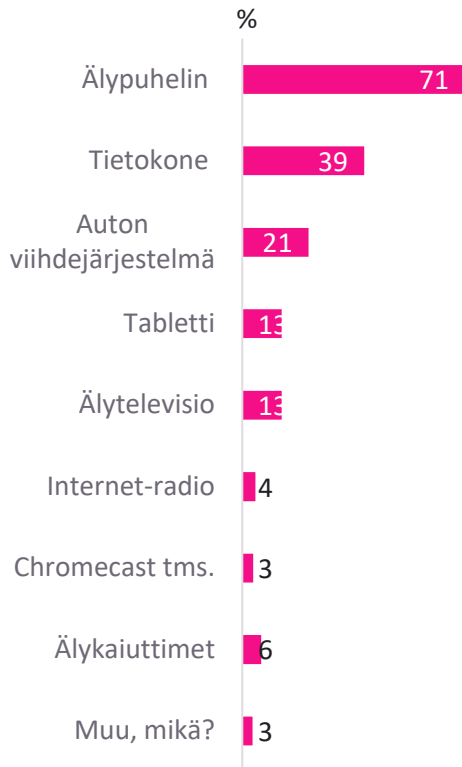


Älypuhelinkuuntelu korostuu nuoremmissa ikäryhmissä, vanhemmilta löytyy vielä tabletti.

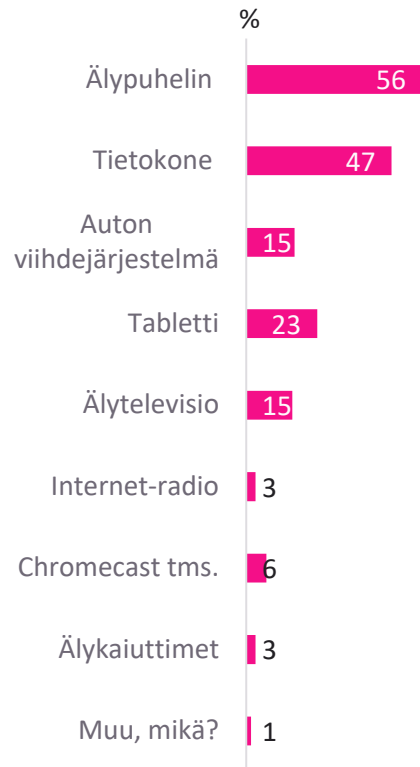
15-24-vuotiaat



25-54-vuotiaat



55 + vuotiaat



A close-up, high-angle shot of a person's hands and torso. They are wearing a grey long-sleeved shirt and dark trousers. A white charging cable is plugged into the bottom of a black smartphone, which is held in their right hand. Their left hand is resting on their lap, wearing a black watch with a yellow face. A red and black bag is visible on their lap. In the background, another person's hand holding a smartphone is partially visible on the right. The overall lighting is dim, with a warm, slightly orange tint.

Audio tavoittaa kuulijan monenlaisissa tilanteissa

Yleisimmät samanaikaiset toimet kuuntelun kanssa ovat autolla ajaminen, kotityöt, opiskelu ja työskentely sekä urheilu

Tekee samaan aikaan, kun kuuntelee

R

Nettiradiota

%



Musiikkipalvelut

%



Podcastit tai tallenteet

%



Top 10 -kuunnelluimmat sisällöt

R

Nettiradiot

- Musiikki, artistit
- Aamushow
- Uutiset, ajankohtaissisältö
- Yleissivistävä sisältö
- Viihde, populaarikulttuuri
- Komedial / huumori
- Urheilu
- Persoonavetoinen sisältö
- Taide / kulttuuri
- Terveys ja hyvinvointi

Podcastit ja tallenteet

- Yleissivistävä sisältö
- Uutiset, ajankohtaissisältö
- Musiikki, artistit
- Aamushow
- Persoonavetoinen sisältö
- Komedial / huumori
- Viihde, populaarikulttuuri
- Urheilu
- Taide / kulttuuri
- Sijoittaminen

Top 10 – kuunnelluimmat sisällöt: Podcastit ja tallenteet

R

15 – 24 -vuotiaat

- Persoonavetoinen sisältö
- Yleissivistävä sisältö
- Komedial / huumori
- Uutiset, ajankohtaissisältö
- Aamushow
- Viihde, populaarikulttuuri
- Urheilu
- Taide / kulttuuri
- Terveys ja hyvinvointi
- Rikos, jännitys, true crime

25 – 54 -vuotiaat

- Yleissivistävä sisältö
- Musiikki, artistit
- Uutiset, ajankohtaissisältö
- Komedial / huumori
- Aamushow
- Viihde, populaarikulttuuri
- Persoonavetoinen sisältö
- Sijoittaminen
- Urheilu
- Rikos, jännitys, true crime

55 + vuotiaat

- Uutiset, ajankohtaissisältö
- Musiikki, artistit
- Yleissivistävä sisältö
- Taide / kulttuuri
- Persoonavetoinen sisältö
- Viihde, populaarikulttuuri
- Urheilu
- Aamushow
- Komedial / huumori
- Terveys ja hyvinvointi

Kuluttajat kokevat digitaalisen audion kuuntelun kasvaneen

Väittämiä audion kuuntelusta, täysin + melko samaa mieltä vastaukset %

- 30 % sanoo kuunnelleensa äänikirjoja nyt enemmän kuin vuosi sitten
- 29 % kuuntelee radiota enemmän netin välityksellä kuin vuosi sitten (nuoret 56 %)
- 22 % nettiradio, -musiikki tai -podcastit ovat tuoneet uutta sisältöä, jota ei ole aiemmin käyttänyt tai josta ei ole ollut tietoinen (nuoret 42 %)
- 21 % on valmis maksamaan audiopalveluista, joilla voi kuunnella nettiradiota, musiikkia tai podcasteja ilman mainoksia
- 20 % kuuntelee podcasteja nyt enemmän kuin vuosi sitten
- 19 % kuuntelee musiikkia tilauspalveluiden kautta nyt enemmän kuin vuosi sitten
- 12 % kertoo käyttävänsä vähemmän aikaa sosiaalisen median/ Internetin selaamiseen nyt kuin vuosi sitten nettiradion, -musiikin tai -podcastien vuoksi



Väittämiä audion kuuntelusta, täysin + melko samaa mieltä

R

Suurin %-luku
Pienin %-luku

%	Kaikki	Nainen	Mies	15-24 v.	25-54 v.	55 + v.
Kuuntelee äänikirjoja nyt enemmän kuin vuosi sitten	30	37	21	29	28	32
Kuuntelee radiota lähetyksiaikaan internetin / verkkoyhteyden kautta, enemmän kuin vuosi sitten	29	27	31	56	29	22
Nettiradio, -musiikki tai -podcastit ovat tuoneet uutta sisältöä, jota ei ole aiemmin käyttänyt tai josta ei ole ollut tietoinen	22	22	22	42	28	10
On valmis maksamaan audiopalveluista, joilla voi kuunnella nettiradiota, musiikkia tai podcasteja ilman mainoksia	21	20	21	37	27	9
Kuuntelee podcasteja nyt enemmän kuin vuosi sitten	20	20	20	39	18	17
Kuuntelee musiikkia tilauspalveluiden kautta nyt enemmän kuin vuosi sitten	19	18	19	37	21	7
Käyttää vähemmän aikaa sosiaalisen median/ Internetin selaamiseen nyt kuin vuosi sitten nettiradion, -musiikin tai -podcastien vuoksi	12	11	14	24	12	9

Key Findings

R

Audio tavoittaa
90 %
suomalaisista

FM-radio on
tavoittavin,
digitaalinen audio
kasvattaa
tavoittavuutta kaikissa
ikäryhmissä

Digitaalisen audion
kuuntelu vie kuluttajien
aikaa pois somesta ja
nettisurffailusta

12 % kaikista ja 24 % nuorista sanoo
käyttävänsä vähemmän aikaa somen tai
internetin selaamiseen nyt kuin vuosi
sitten nettiradion, -musiikin tai -
podcastien vuoksi.

A young man and woman are shown from the chest up, facing each other and smiling. They are outdoors, with a body of water and trees in the background. The man on the left is wearing an orange t-shirt and sunglasses. The woman on the right is wearing a red tank top with blue denim overalls. A single white earphone cord is plugged into both of their ears, and the cord hangs down between them.

Kiitos

riina.aho@radiomedia.fi

iab FINLAND

RadioMedia