

# Näin suomalainen kuuntelee 2024

## Podcast Edition

12.6.2024



# Agenda

1. Tutkimuksen tausta ja määritelmät
2. Audion kulutus

## Podcast Deep Dive:

2. Podcast-kuuntelijan profiili
3. Kuuntelutilanteet, syyt ja sisällöt
4. Kaupallisuus ja vuorovaikutus podcastien kanssa
5. Keskeiset löydökset

# Tutkimuksen tausta ja tavoitteet



## Tausta ja tavoitteet

- ✓ Tutkimuksen tavoitteena on tarjota kattava ymmärrys suomalaisen audiomedian tavoitavuudesta ja kuuntelutottumuksista. Vuoden 2024 tutkimus keskittyy erityisesti podcasteihin.
- ✓ Tutkimuksen tavoitavuusluvut ovat vertailukelpoisia kesäkuun 2023 tutkimukseen.
- ✓ Podcast-kysymyksiin vastasivat kaikki, jotka kuuntelevat podcasteja vähintään viimeisen kuuden kuukauden aikana. Tähän sisältyivät myös radio-ohjelmien tallenteet ja videopodcastit.



## Toteutus

- ✓ Online-kyselytutkimus
- ✓ Otos: 16-64-vuotiaat, väestöä edustavasti
- ✓ Vastajamäärä: 1009
- ✓ Tiedonkeruu aika: 29.4.-3.5.2024
- ✓ Markkina: Suomi

# Raporteissa käytetyt määritelmät ja mediayhdistelmät

<b>Radio</b>	FM radio + nettiradio
<b>On demand –sisältö</b>	Radio-ohjelmien tallenteet + Podcastit
<b>Digitaalinen audio *</b>	Nettiradio + Radio-ohjelmien tallenteet + Podcastit + Musiikin kuuntelu
<b>Digitaalinen audio 2</b>	Nettiradio + Radio-ohjelmien tallenteet + Podcastit
<b>Digitaalinen audio total</b>	Nettiradio + Radio-ohjelmien tallenteet + Podcastit + Musiikin kuuntelu + Videopodcastit
<b>Audio 3 (radio + on-demand)</b>	FM radio + Nettiradio + Podcastit + Radio-ohjelmien tallenteet
<b>Total audio</b>	Kaikki kanavat yhdessä (myös äänikirjat, videopodcastit)

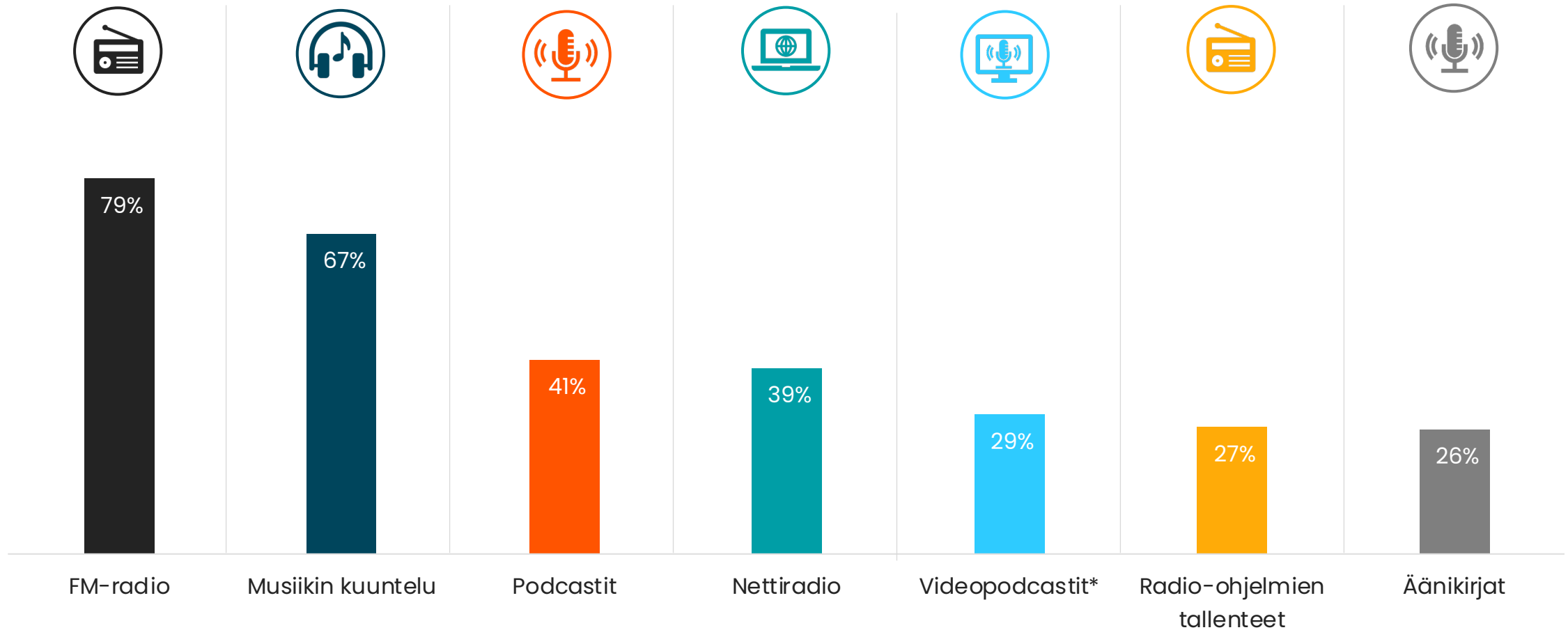
\*Raportissa käytetty "Digitaalinen audio" viittaa tähän

# 1. Audion kulutus



# Digitaalinen audio tavoittaa viikoittain 82 % 16-64 -vuotiaista suomalaisista.

VIIKOITTAINEN KUUNTELU / VIKKOTAVOITTAUVUUS MEDIATYYPEITTÄIN



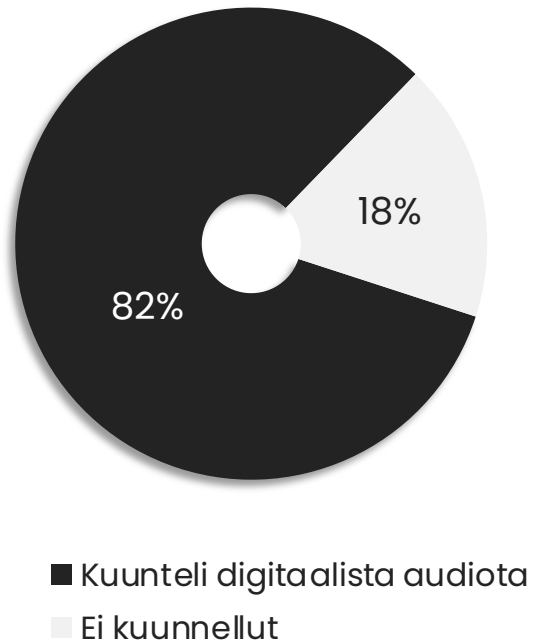
Milloin viimeksi kuuntelit seuraavia?  
Vastaajamäärä: Kaikki vastaajat 1009 IP

\* Tutkimuksessa määritelmä: "Videopodcast, eli podcast, jota voit samanaikaisesti seurata videolla (voit seurata podcastin hosteja videolla)"

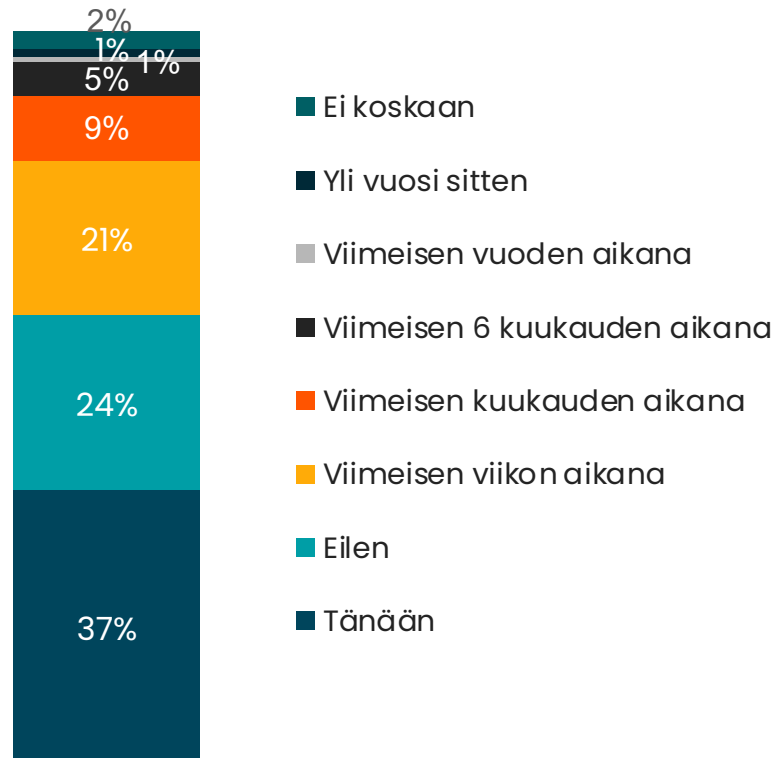
# Digitaalinen audio tavoittaa viikottain 82 % 16–64 –vuotiaista suomalaisista

## DIGITAALINEN AUDIO

### Viikoittainen kuuntelu



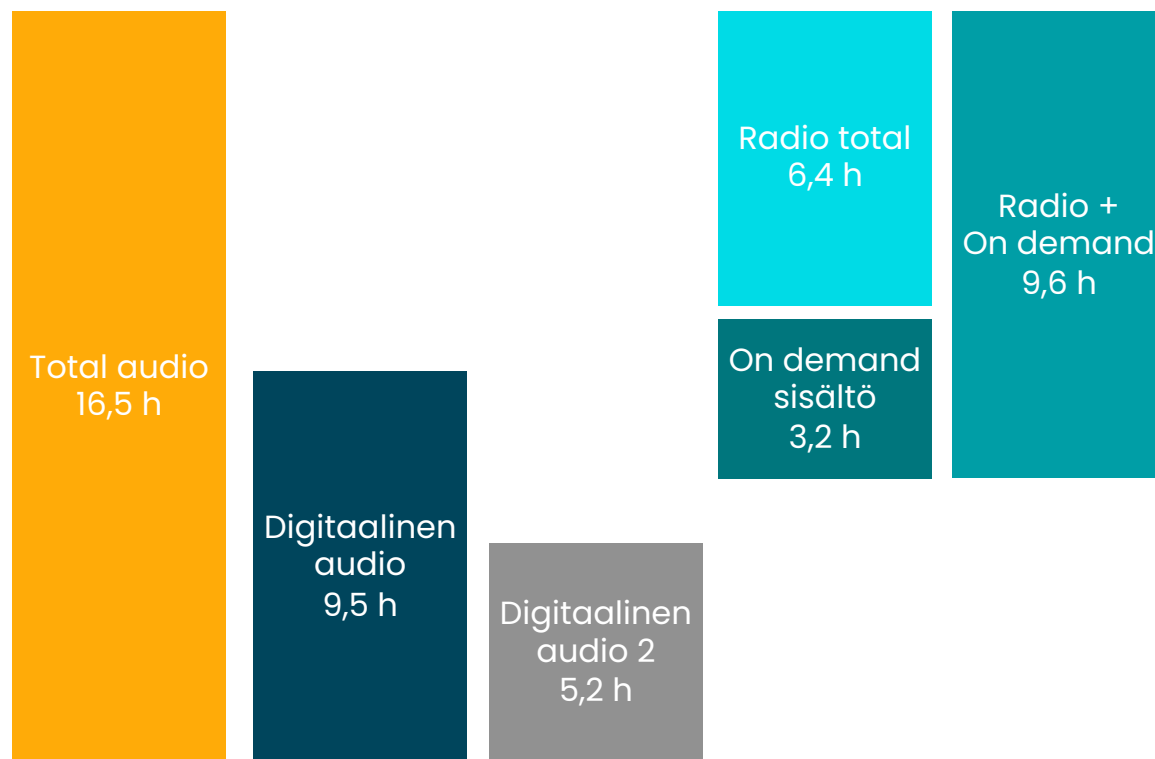
### Viimeisin kuuntelukerta



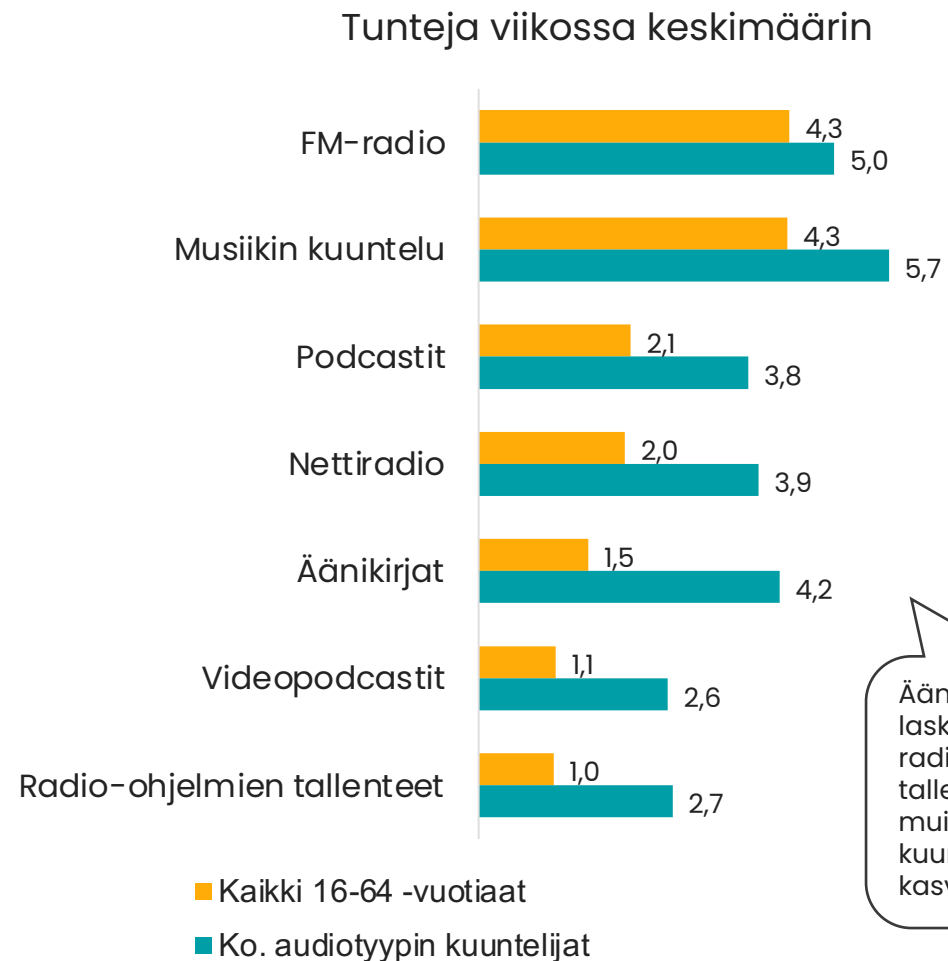
- ✓ Viikoittainen tavoitavuus on samalla tasolla kuin vuosi sitten.
- ✓ Päivittäin digitaalista audiota kertoo kuuntelevansa nyt 37 % - hieman harvempi kuin vuosi sitten.
- ✓ Enää vain 2 % ikäluokasta ei kuuntele digiaudiota lainkaan (2023: 5 %).

# Digitaalista audiota kuunnellaan n. 10 tuntia viikossa.

## KUUNTELUTUNNIT



Digitaalinen audio: Nettiradio + Radio-ohjelmien tallenteet + Podcastit + Musiikin kuuntelu  
Digitaalinen audio 2: Nettiradio + Radio-ohjelmien tallenteet + Podcastit  
Radio total = FM radio + Nettiradio

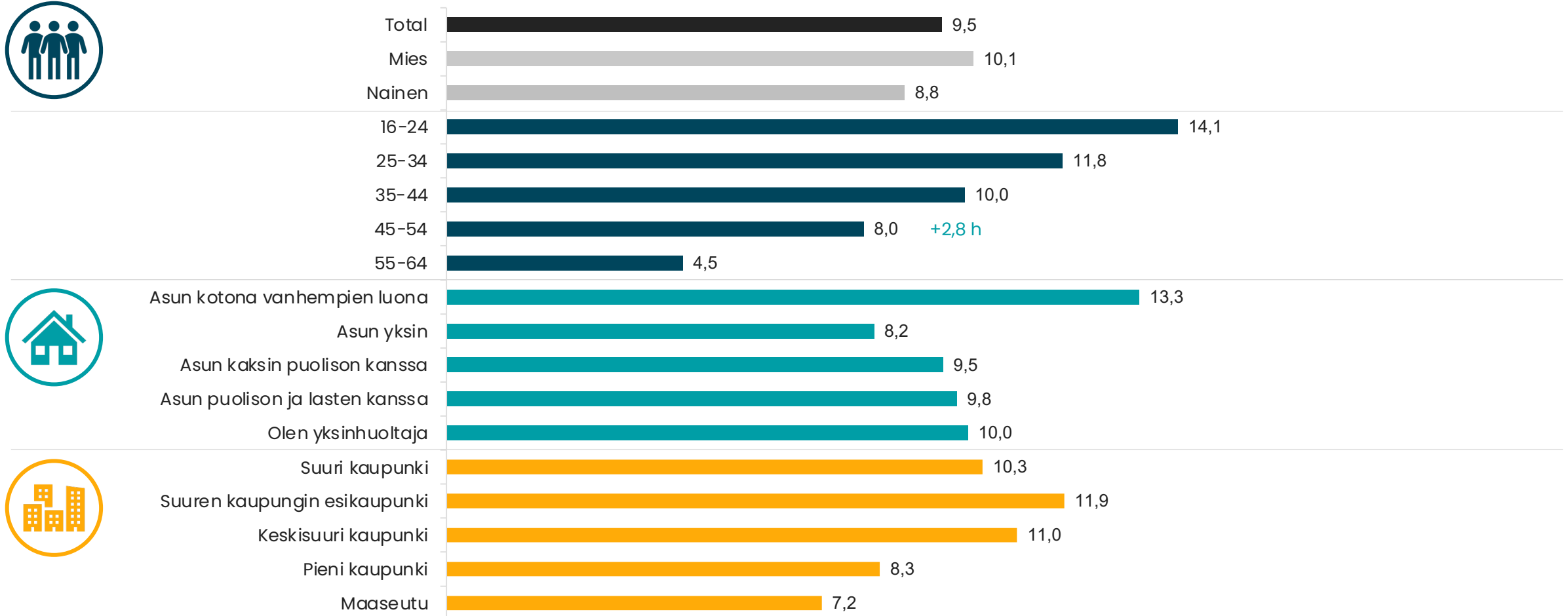


Äänikirjoissa hieman laskua, nettiradio ja radio-ohjelmien tallenteet ennallaan, muissa kuuntelutunnit kasvaneet.



# Digitaalisen audiota kuuntelevat eniten 16-34 -vuotiaat, mutta ikäluokassa 45-54 kuuntelutunnit ovat kasvaneet eniten.

## DIGITAALISEN AUDION VIIKOITTAISET KUUNTELUTUNNIT ERI RYHMISSÄ / DEMOGRAFIOITTAIN



## 2. Podcast- kuuntelijan profiili

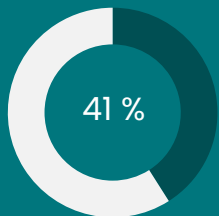


# PODCASTIEN VIIKOITTAISET KUUNTELIJAT

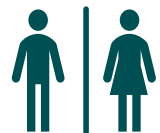
## PROFIILIKORTTI

- Podcasteja kuuntelevat viikoittain kautta linjan hyvin erilaiset suomalaiset. Heitä on 41% 16-64-vuotiaista.
- Suuri ero podcastien viikkokuluttajissa verrattuna koko samankäiseen väestöön näkyy ikäryhmissä: 16-34 -vuotiaat ovat aktiivisempia.
- Podcastien viikoittaiset kuuntelijat asuvat koko väestöä todennäköisemmin suurissa kaupungeissa. He kertovat myös koko väestöä useammin tulevansa melko mukavasti toimeen.

## KOHDERYHMÄN KOKO



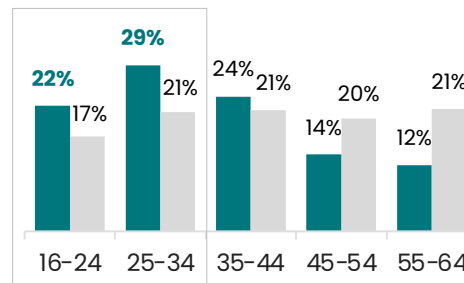
## SUKUPUOLI



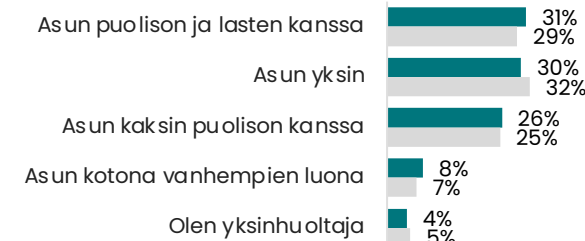
54% 45%

50% 49%

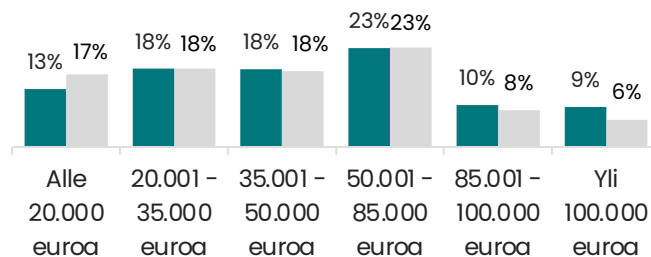
## IKÄRYHMÄT



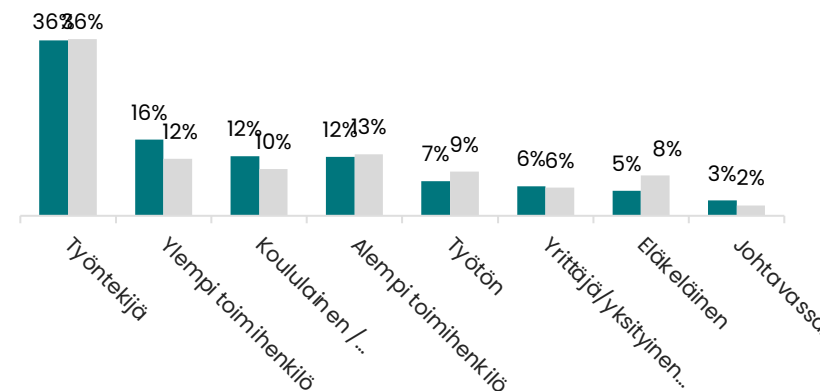
## ELÄMÄNTILANNE



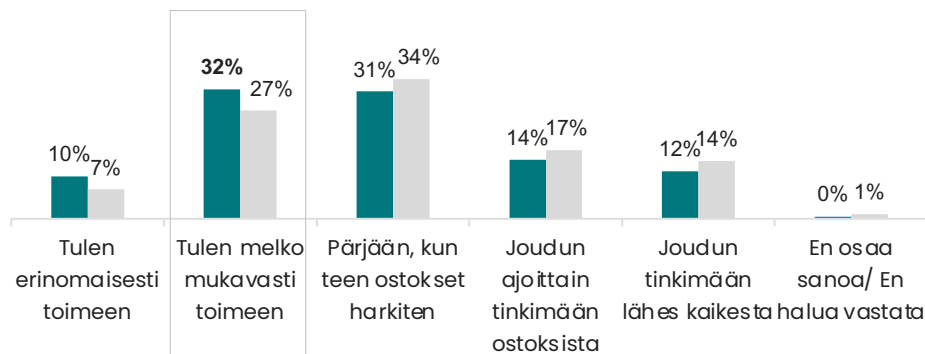
## VUOSITULOT



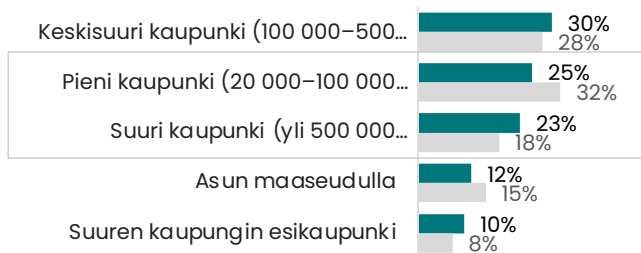
## AMMATTI



## TOIMEENTULO



## ASUINALUE



= Podcastien viikoittaiset kuuntelijat  
 = Koko 16-64 -vuotias väestö

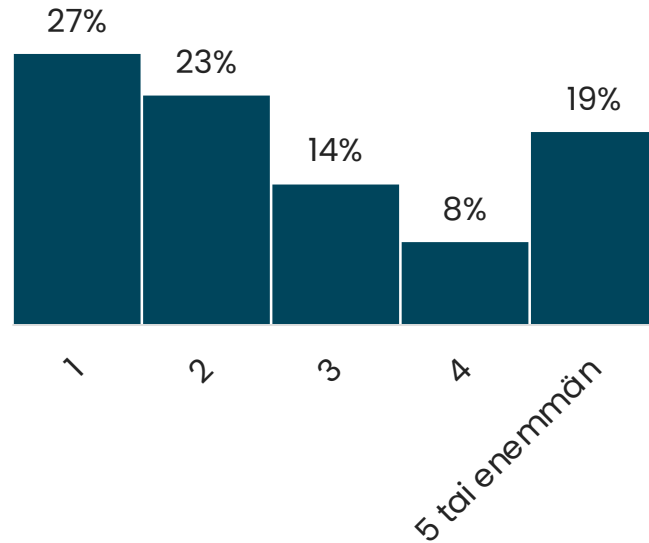
### 3. Podcastien kuuntelu: Tilanteet, syyt ja sisällöt



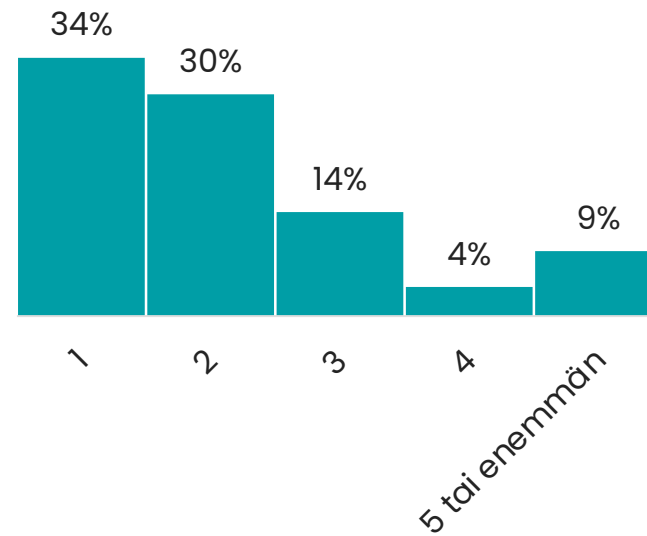
# Suurin osa podcastien kuuntelijoista kuuntelee vain muutaman jakson viikossa, mutta viidennes on suurkuluttajia, jotka kuuntelevat yli 5 jaksoa.

## PODCASTIEN KUUNTELUTOTTUMUKSET

Podcast-jaksoja viikossa  
(keskiarvo: 3,2)



Eri podcast-sarjoja viikossa  
(keskiarvo: 2,2)

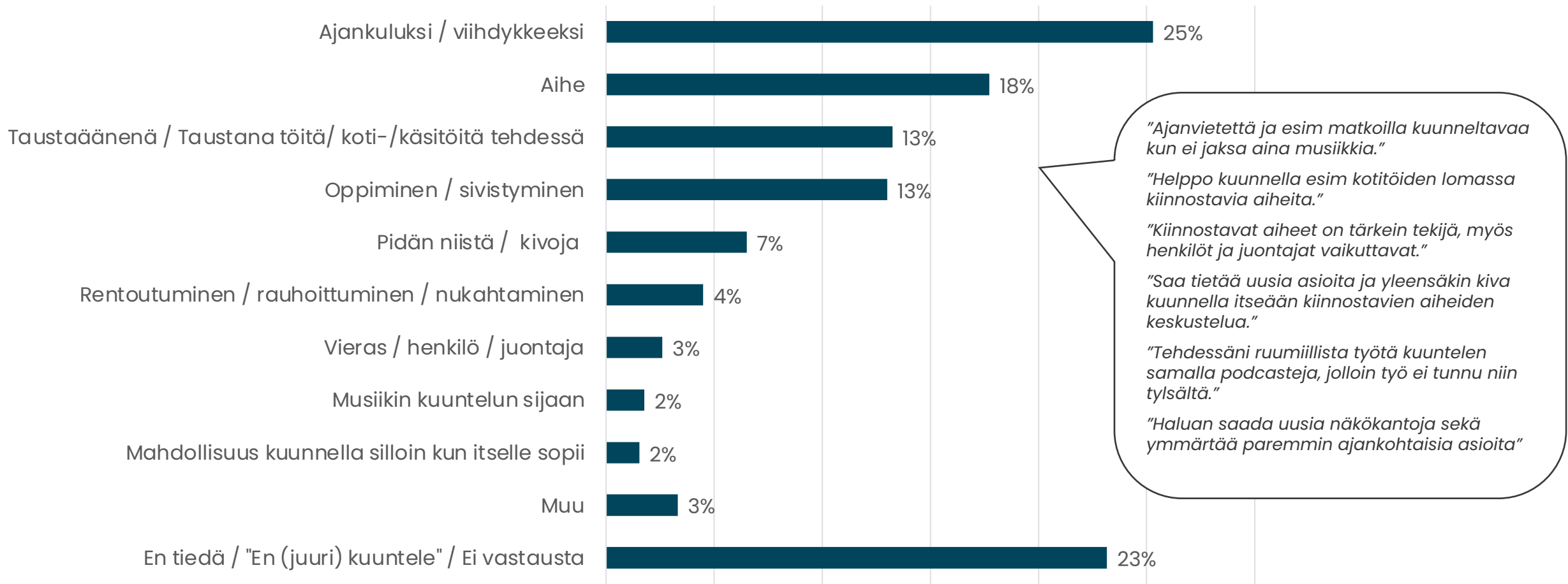


Huom. Kohderyhmä laajempi kuin vuoden 2023 PPT-raportissa.

Kuinka monta podcast-jaksoa kuuntelet keskimäärin viikossa?; Kuinka montaa eri podcast-sarjaa kuuntelet keskimäärin viikossa?  
Vastaajamäärä: Podcasteja tai radio-ohjelmien tallenteita kuuden kuukauden sisällä kuunnelleet 847 IP

# Suomalaiset kuuntelevat podcasteja pääasiassa ajankulukuksi, aiheen takia, yleisemmin sivistyäkseen tai taustaäänenä.

## SYYT KUUNNELLA PODCASTEJA YLIPÄÄTÄÄN



# Podcasteja kuunnellaan useimmin kotitöiden ohessa tai matkustaessa. Neljännes kertoo keskittyvänsä vain kuuntelemiseen.

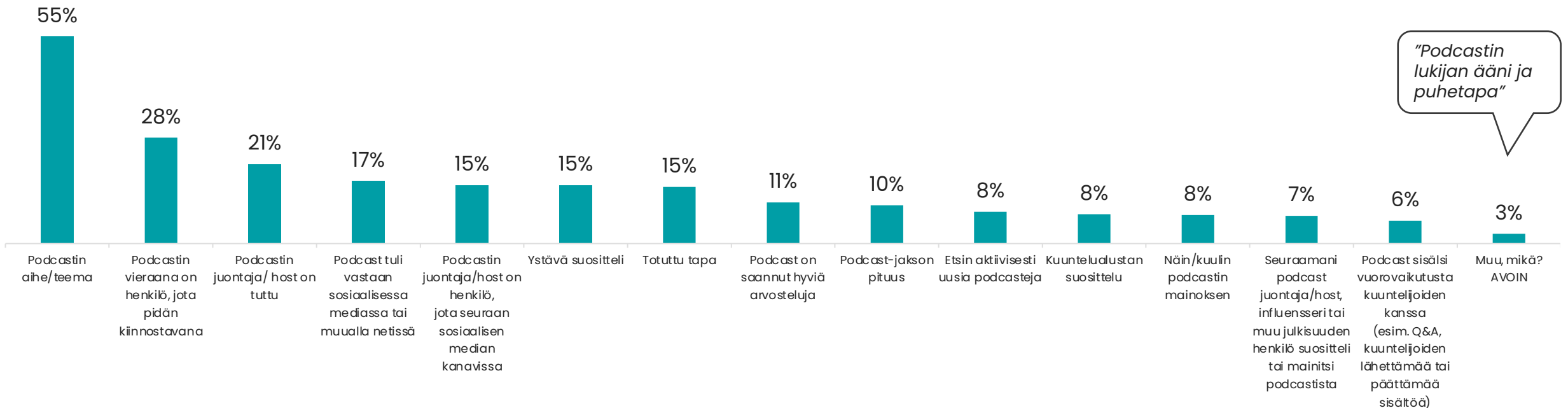
## AKTIVITEETIT KUUNTELUN OHESSA



"Kun laittaudun"  
"Palapeliä tehdessä"

# Podcastin aihe on ykköstekijä valinnassa, sen jälkeen tärkeimmiksi nousevat henkilöt: vieraat ja juontaja.

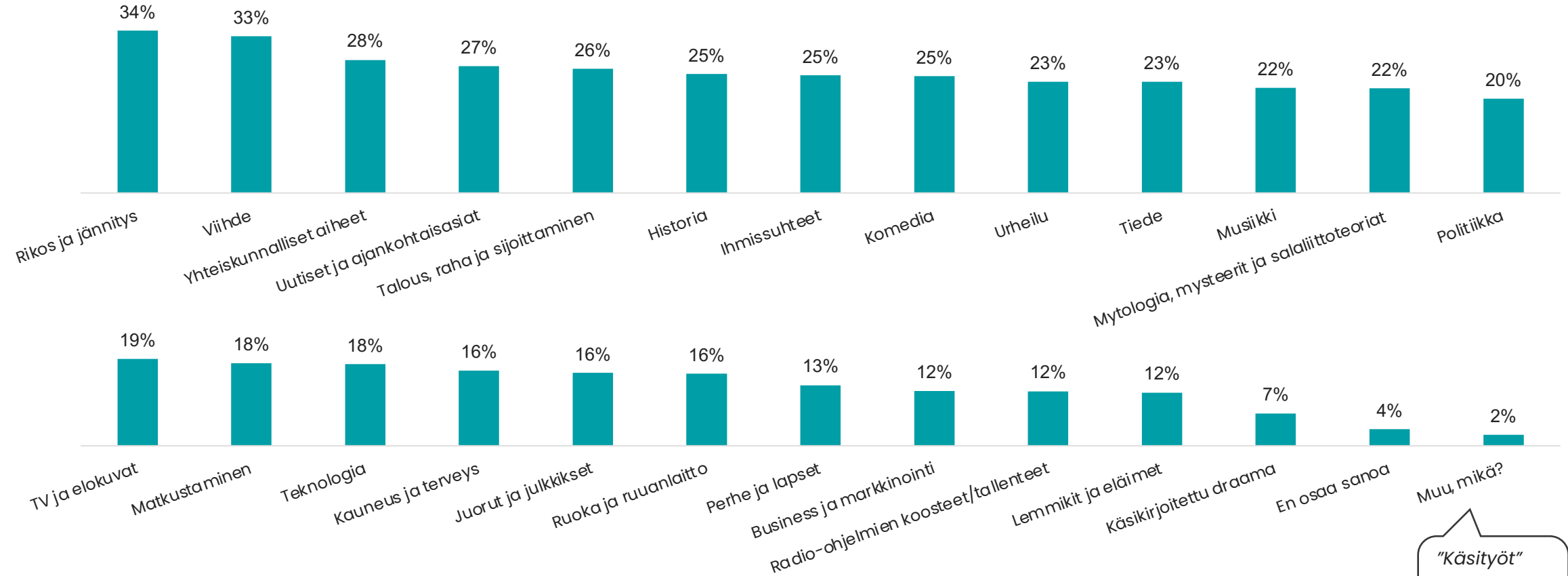
## TEKIJÄT, JOTKA VAIKUTTAVAT PODCASTIN VALINTAAN





# Rikos ja jännitys, viihde sekä ajankohtaiset aiheet korostuvat suosituimmissa podcast-sisällöissä.

## SUOSITUIMMAT PODCAST-SISÄLLÖT



"Käsityöt"  
"Kulttuuri"  
"Kirjallisuus"

Mitä sisältöjä haluat kuunnella podcasteissa tai radio-ohjelmien tallenteissa?

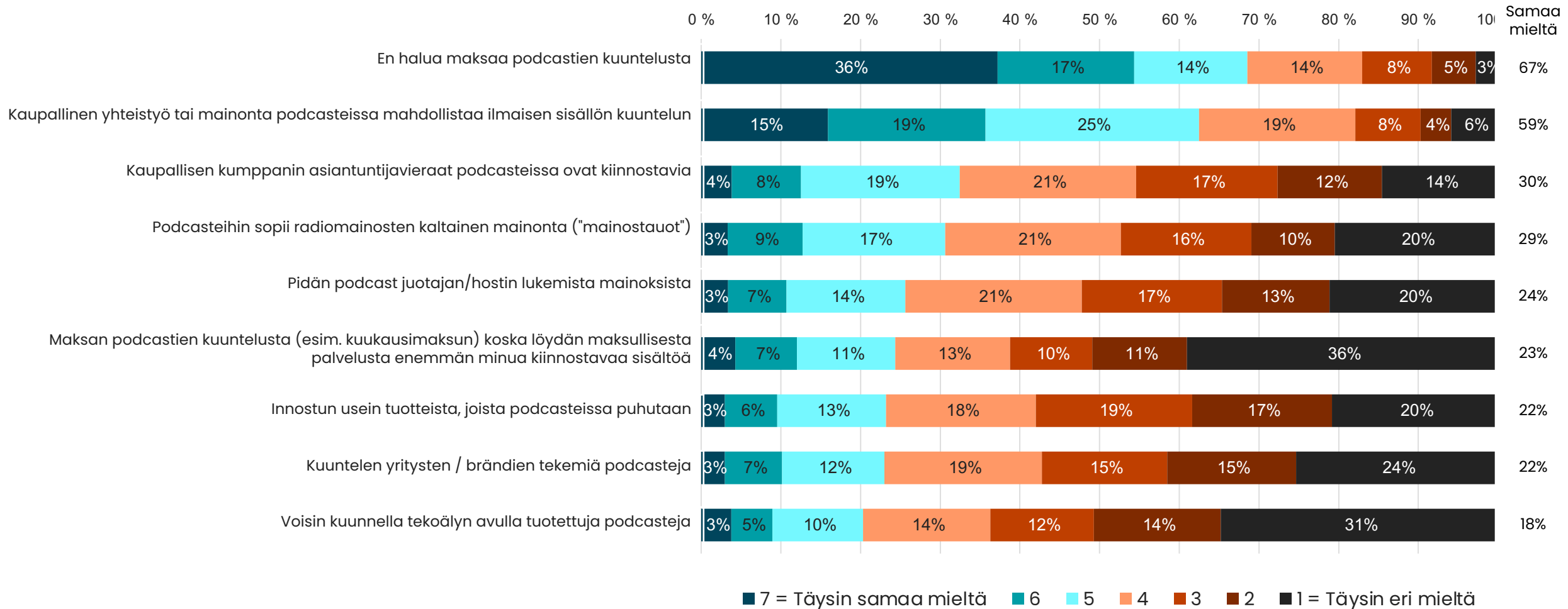
Vastajamäärä: Podcasteja tai radio-ohjelmien tallenteita kuuden kuukauden sisällä kuunnelleet 847 IP

# 4. Kaupallisuus ja vuorovaikutus podcastien kanssa



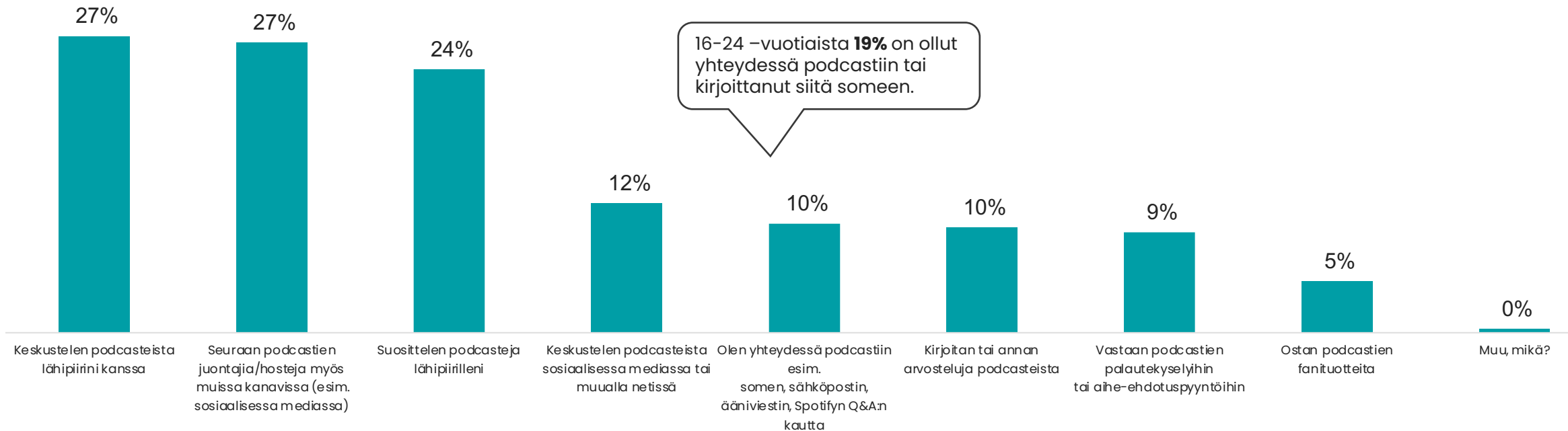
# Kaksi kolmesta podcastien kuuntelijasta ei halua maksaa kuuntelusta. Useimmat kuitenkin ymmärtävät, että kaupallisen yhteistyö mahdollistaa ilmaisen sisällön.

## ASENTEET KAUPALLISUUTTA KOHTAAN



# Neljännes on keskustellut podcasteista tai suositellut niitä lähipiirilleen. Some on podcasteille tärkeä väylä kuulijoiden sitouttamiseen.

## PODCASTIEN SEURAAMINEN MONIPUOLISTUU



## 5. Keskeiset löydökset



# Keskeiset löydökset



Näin suomalainen kuuntelee  
2024

Podcasteista haetaan seuraa ja hiljaisuuden täyttettä. Moni mainitsi uuden oppimisen podcastien kautta – joko itseä jo kiinnostavista aiheista tai yleissivistystä kerryttääkseen.

Podcast valitaan yleensä aiheen perusteella. Myös kiinnostavat vieraat ja tutut juontajat saavat kuuntelemaan, samoin podcastin tuleminen vastaan netissä tai tuttujen suosittelut.

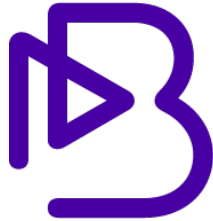
Kaksi kolmesta ei halua maksaa podcastien kuuntelusta. Nuoret ovat avoimempia sisällöstä maksamiselle. Valtaosa ymmärtää, että kaupallinen yhteistyö tai mainonta mahdollistaa ilmaisen sisällön.



# Tutkimuksen mahdollistivat



A-lehdet



Bauer  
Media  
Group



RadioMedia

s a n o m a

Aina tulee sanomista.



suomen  
podcast  
media

Powered by  
pod X

