

Miten suomalainen kuuntelee?

Podcast Edition 2026



nepa

Agenda

- 1 Tutkimuksen tausta ja määritelmät
- 2 Audion kulutus
- 3 Podcastien kuuntelu: tilanteet ja syyt
- 4 Kaupallisuus, podcasteihin liittyvä käyttäytyminen ja podcast-palvelun valinta
- 5 Keskeiset löydökset



Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Tausta

Tutkimuksen tavoitteena on tarjota kattava ymmärrys suomalaisen audion ja digitaalisen audion tavoittavuudesta sekä kuuntelutottumuksista.

Vuonna 2026 tutkimuksen kohderyhmänä olivat 16–74v suomalaiset väestöä edustavasti. Aikaisemmin tutkimus on toteutettu 16–64v keskuudessa.

Tutkimuksen tavoitavuusluvut 16–64v keskuudessa ovat vertailukelpoisia kesäkuun 2024 tutkimukseen, pl. podcastit, jotka vuonna 2026 sisältävät sekä audio- että videopodcastit, kun ne vuonna 2024 mitattiin erikseen.

Muutokset

Tilastollisesti merkitsevät erot aiemmin käytetyssä 16–64v kohderyhmässä vuosien 2024 ja 2026 välillä on merkitty nuolilla.



Kasvanut



Laskenut

Tilastollisesti merkitsevilla eroilla tarkoitetaan eroja, jotka ovat niin suuria, etteivät ne todennäköisesti selity pelkällä satunnaisvaihtelulla. Tämän tutkimuksen otannalla virhemarginaali on noin ± 3 prosenttiyksikköä 95 % luottamustasolla.

Tutkimuksen toteutus

Menetelmä
Online-kyselytutkimus

Otos
16-74-vuotiaat, väestöä edustavasti

Vastaajamäärä
1021

Tiedonkeruu aika
4.–15.6.2026

Markkina
Suomi

Avainlöydökset



Sekä musiikin että podcastien viikkotavoittavuus on kasvanut 16–64-vuotiaiden keskuudessa vuoteen 2024 verrattuna. FM-radiolla on edelleen korkein viikkotavoittavuus.



Podcasteja kuukausittain kuluttavista 41 % kuuntelee sekä podcasteja että katsoo videopodcasteja. Podcast-palvelun valinnassa mahdollisuus katsoa podcastia videolta on myös noussut tärkeämmäksi tekijäksi 16–64-vuotiaiden keskuudessa.



Vaikka maksuttomuus on edelleen tärkein tekijä podcast-palvelun valinnassa, joka kolmas käyttää vähintään yhtä maksullista palvelua. Noin joka viides maksaa myös vähintään yhdestä yksittäisestä podcastista.

OSIO 2

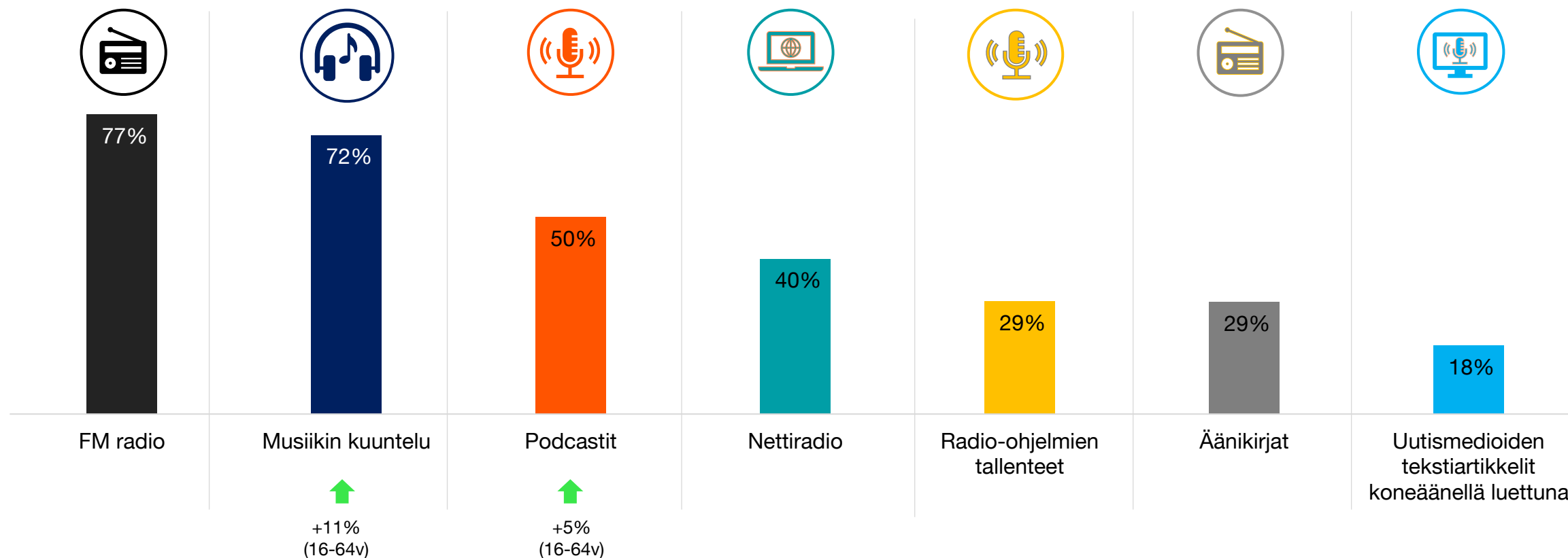
Audion kulutus



VIKOTTAINEN KUUNTELU / VIKKOTAVOITTAVUUS - MEDIATYYPEITTÄIN

FM-radio tavoittaa 77% 16-74-vuotiaista, musiikin kuuntelu 72%.

Musiikin ja podcastien kuuntelu on yleistynyt vuodesta 2024.



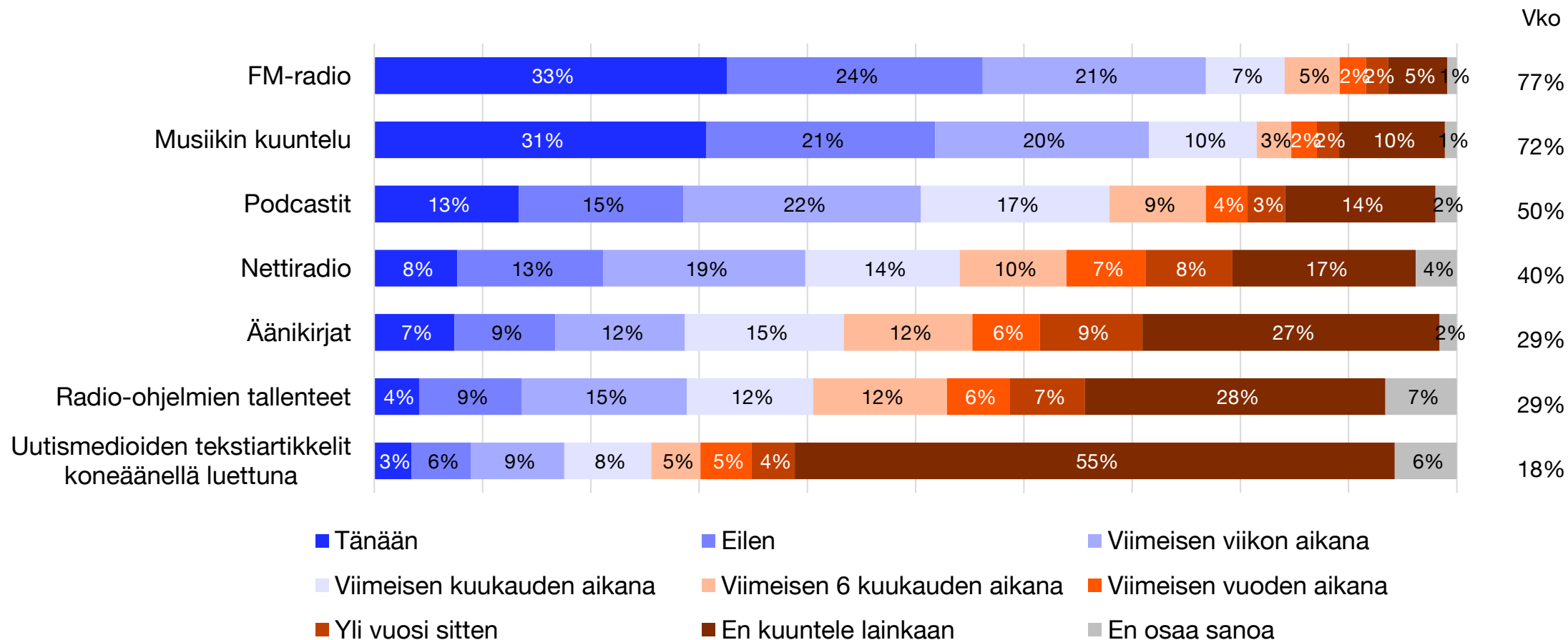
Milloin viimeksi kuuntelit seuraavia?

Sama kysymys kuin 2024. Vuoden 2024 podcastien viikkotavoittavuus sisältää podcastit ja videopodcastit yhdistettynä.

Vastaajamäärä: Kaikki vastaajat 1021 IP; 16-64-vuotiaat 870 IP

AUDION KUUNTELU, EDELLINEN KERTA

FM-radion tavoittavuus on edelleen korkein eri audion muodoista.



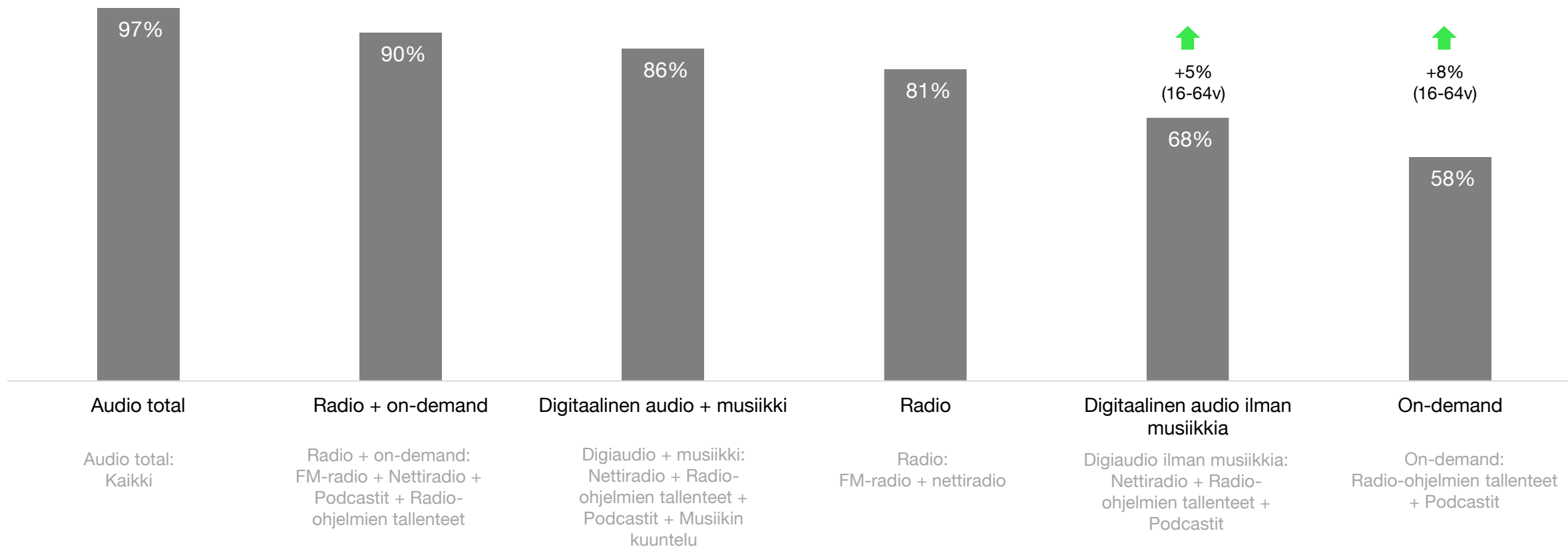
Milloin viimeksi kuuntelit seuraavia?

Sama kysymys kuin 2024. Videopodcastit sisältyvät Podcasteihin sekä lisätty uutismedioiden tekstiartikkelit koneäänellä luettuna tänä vuonna

Vastaajamäärä: Kaikki vastaajat 1021 IP

VIKOTTAINEN KUUNTELU / VIKKOTAVOITTAVUUS – MEDIAYHDISTELMÄT, NETTO

16-74-vuotiaista lähes kaikki kuuntelevat vähintään yhtä audiomuotoa



KUUNTELUTUNNIT

Eri audiomuodoista musiikkia kuunnellaan keskimäärin eniten FM-radion ollessa vahva kakkonen.

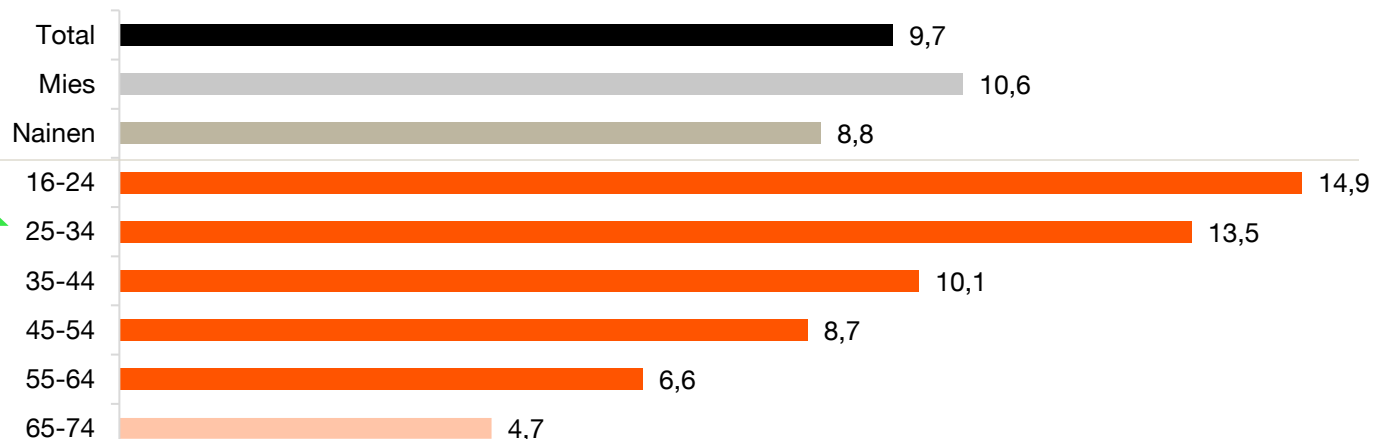


Kuinka kauan kuuntelet keskimäärin viikossa, jos kuuntelet seuraavia?

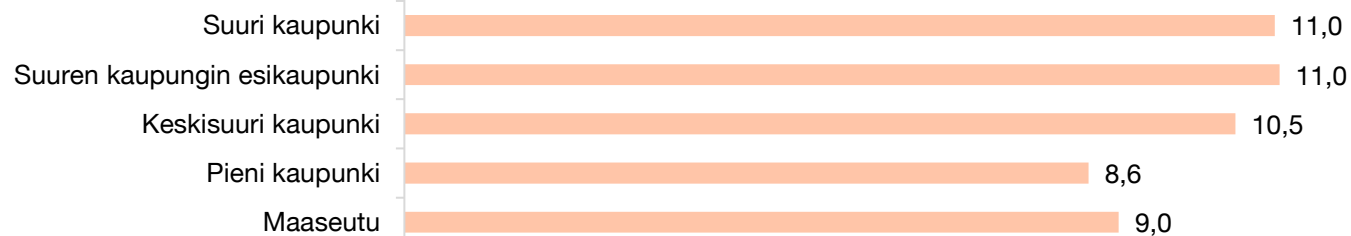
Vastaajamäärä: Musiikin kuuntelijat: 737 IP, FM-radio: 785 IP, Äänikirjat: 295 IP, Podcastit: 519 IP, Nettiradio: 411 IP, Uutismedioiden tekstiartikkelit koneäänellä luettuna: 182 IP, Radio-ohjelmien tallenteet: 297 IP

Alle 35-vuotiaat kuuntelevat digitaalista audiota aktiivisemmin.

Miehet kuuntelevat digitaalista audiota hieman enemmän kuin naiset.



Ikä	2024 tulos (16-64v)
16-24	14,1
25-34	11,8
35-44	10,0
45-54	8,0
55-64	4,5



OSIO 3

Podcastien kuuntelu: Tilanteet ja syyt

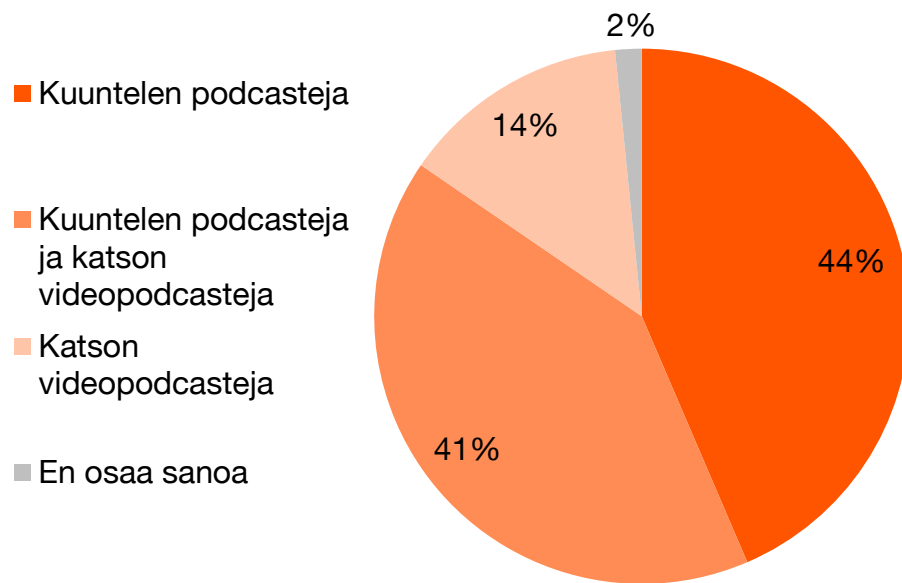


PODCAST-KUUNTELIJAT

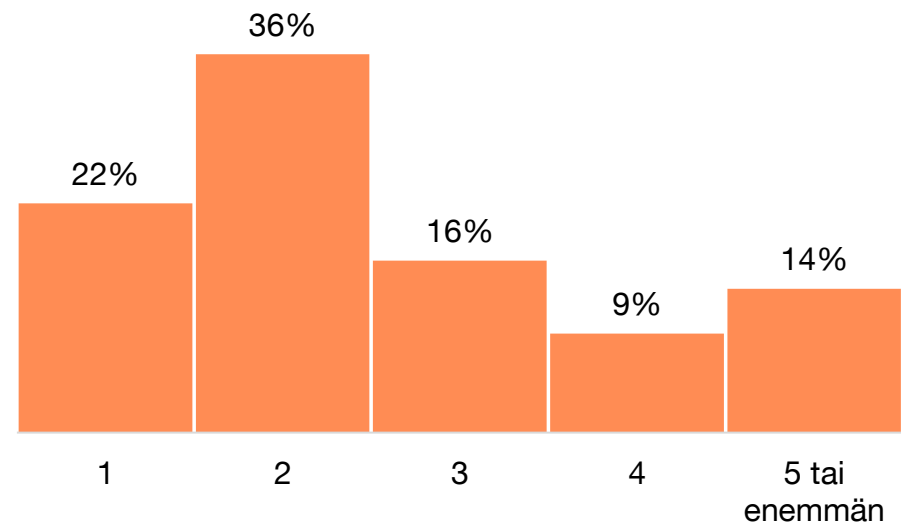
41 % kuluttaa sekä podcasteja että videopodcasteja.

Noin kaksi viidestä kuuntelee vähintään kolmea eri podcast-ohjelmaa viikossa.

Millä tavoin kulutat podcasteja?



Podcast-ohjelmaa viikossa (keskiarvo: 2,8)



Kerroit kuuntelevasi podcasteja. Millä tavoin KULUTAT podcasteja? [Uusi kysymys 2026.](#)

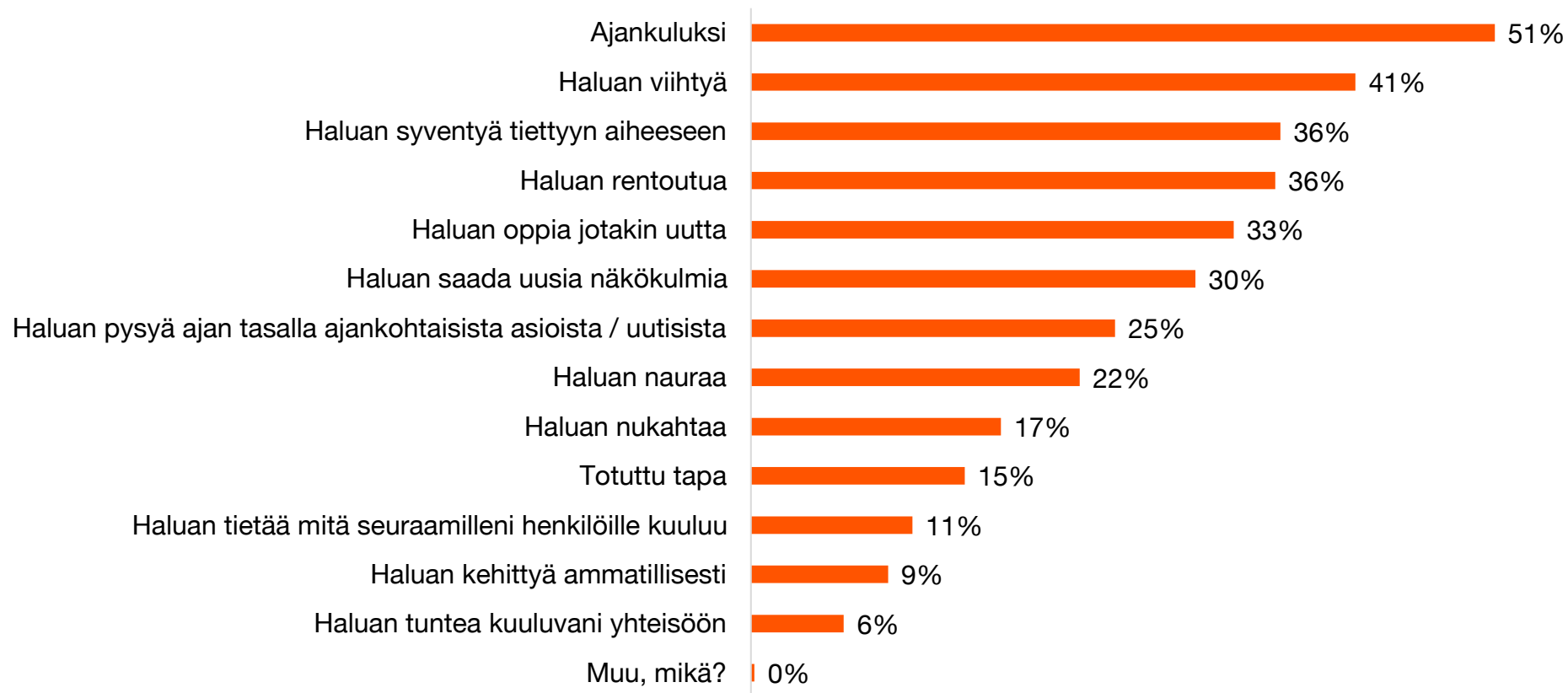
Vastaajamäärä: Viimeisen kuukauden aikana podcasteja kuuntelevat 698 IP

Kuinka montaa eri podcast-ohjelmaa kuuntelet keskimäärin viikossa? Aiemmin kysytty Kuinka montaa eri podcast-sarjaa kuuntelet keskimäärin viikossa?

Vastaajamäärä: Podcasteja tai radio-ohjelmien tallenteita viimeisten 6kk sisällä kuunnelleet 867 IP

SYYT KUUNNELLA PODCASTEJA

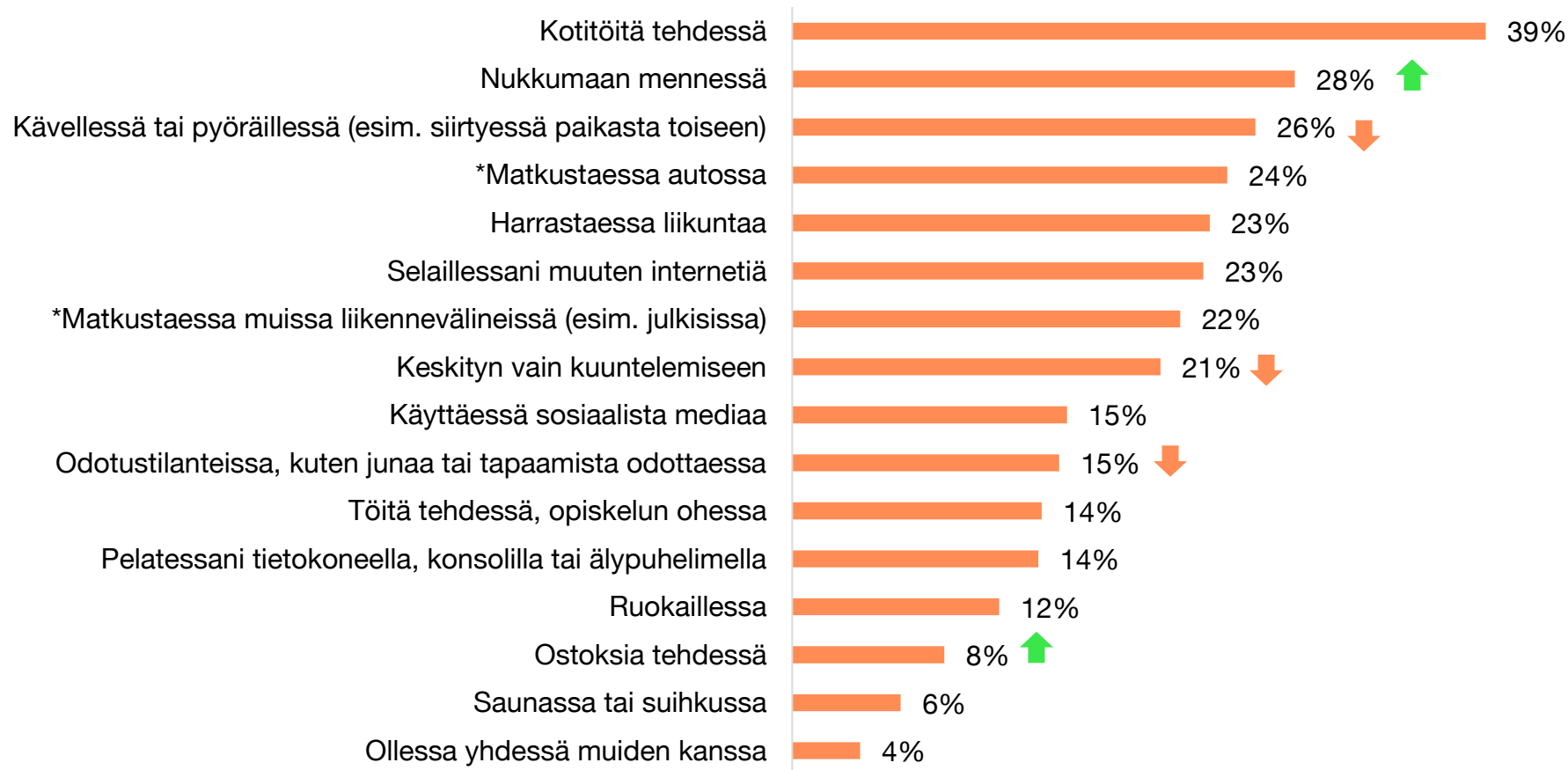
Podcasteja kuunnellaan ajankulukuksi, viihteeseen takia tai koska halutaan syventyä tiettyyn aiheeseen tai rentoutua.



AKTIVITEETIT KUUNTELUN OHESSA

Podcasteja kuunnellaan eniten kotitöiden ohella.

Kuuntelu on lisääntynyt nukkumaan mennessä ja ostoksilla, mutta vähentynyt siirtymä- ja odotustilanteissa sekä kuunteluun keskittyessä.



Millaisissa tilanteissa kuuntelet podcasteja? (Podcastien kuuntelu yleisesti ottaen)

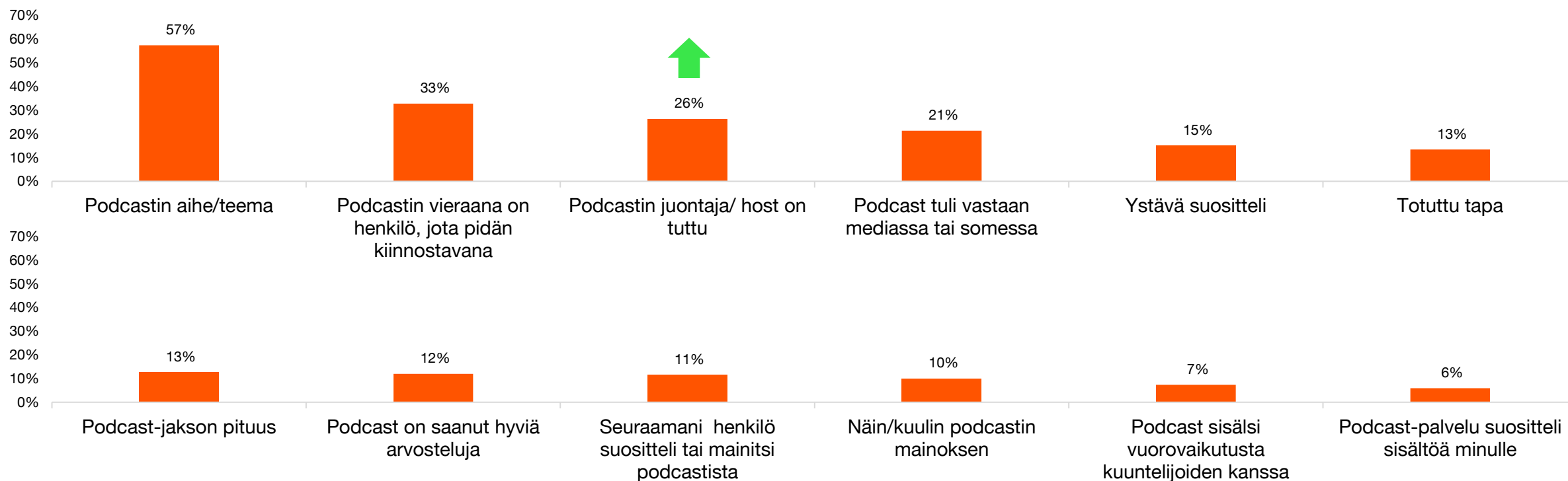
14 Vastaajamäärä: Podcasteja tai radio-ohjelmien tallenteita viimeisten 6kk sisällä kuunnelleet 2026, 16-74v: 867 IP

*Matkustaessa autossa ja muissa liikennevälineissä erotettu omiksi vastausvaihtoehdoikseen: ei vertailudataa 2024.

TEKIJÄT, JOTKA VAIKUTTAVAT PODCASTIN VALINTAAN

Podcastin aihe vaikuttaa vahvasti podcastin valintaan.

Myös kiinnostavat vieraat ja tutut juontajat saavat valitsemaan podcastin.



Mitkä seuraavista tekijöistä yleensä vaikuttavat eniten, kun valitset, mitä podcasteja kuuntelet? Valitse 1–3 tärkeintä

Vastaajamäärä: Podcasteja tai radio-ohjelmien tallenteita viimeisten 6kk sisällä kuunnelleet 867 IP

Kysymys sama kuin aiemmin, mutta vastausvaihtoehdoissa hieman eroja

OSIO 4

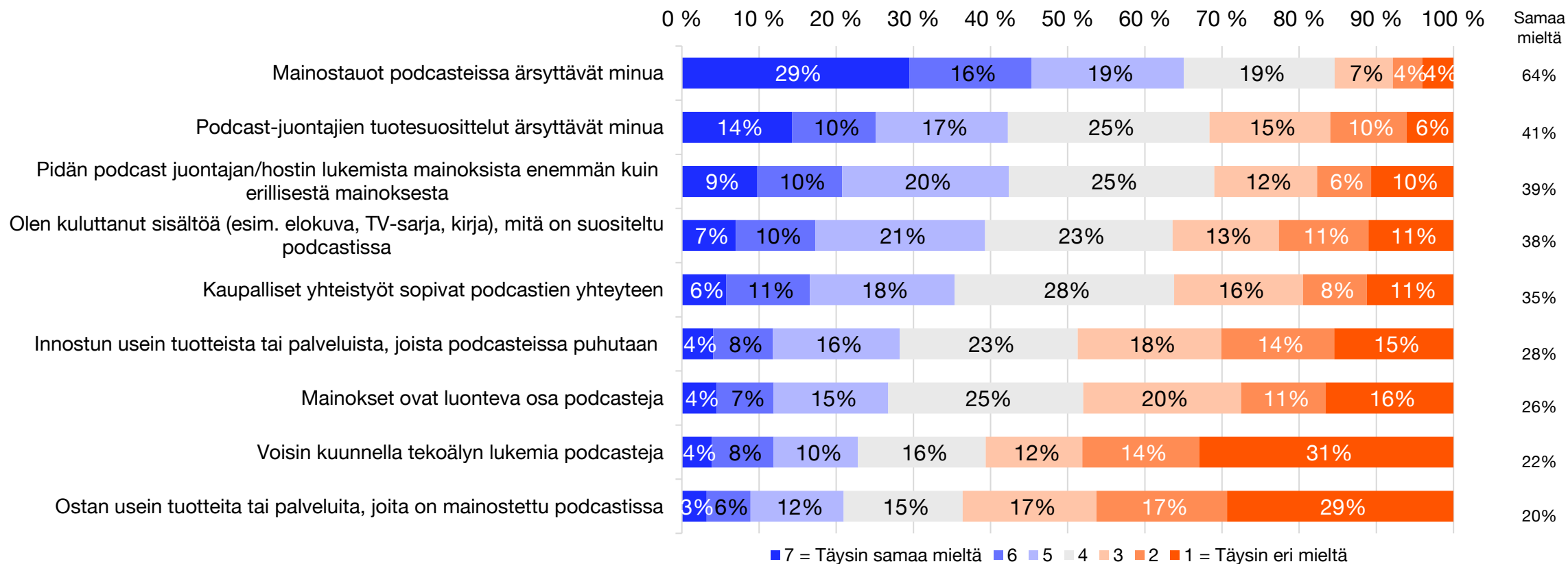
Kaupallisuus, podcasteihin
liittyvä käyttäytymisen ja
podcast-palvelun valinta



ASENTEET KAUPALLISUUTTA KOHTAAN

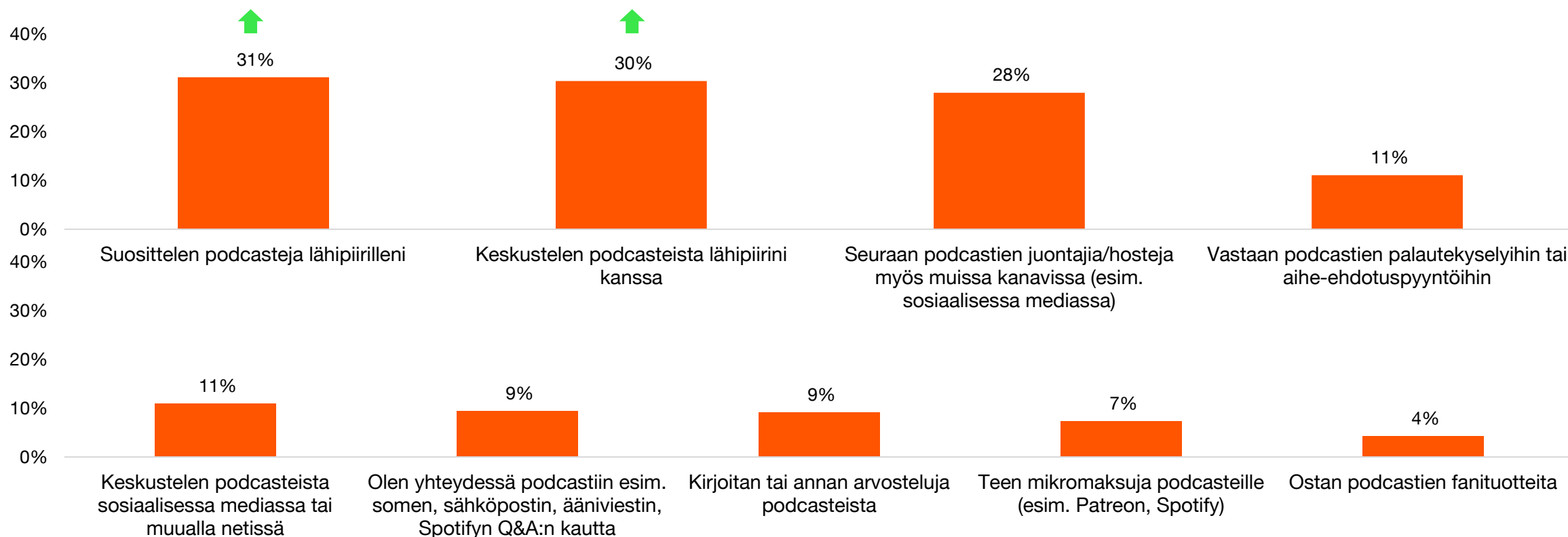
Mainonta ärsyttää, mutta kaupallisuus hyvin siedettyä.

Juontajan lukemista mainoksista pidetään hieman enemmän kuin erillisistä mainoksista.



KÄYTTÄYTYMINEN

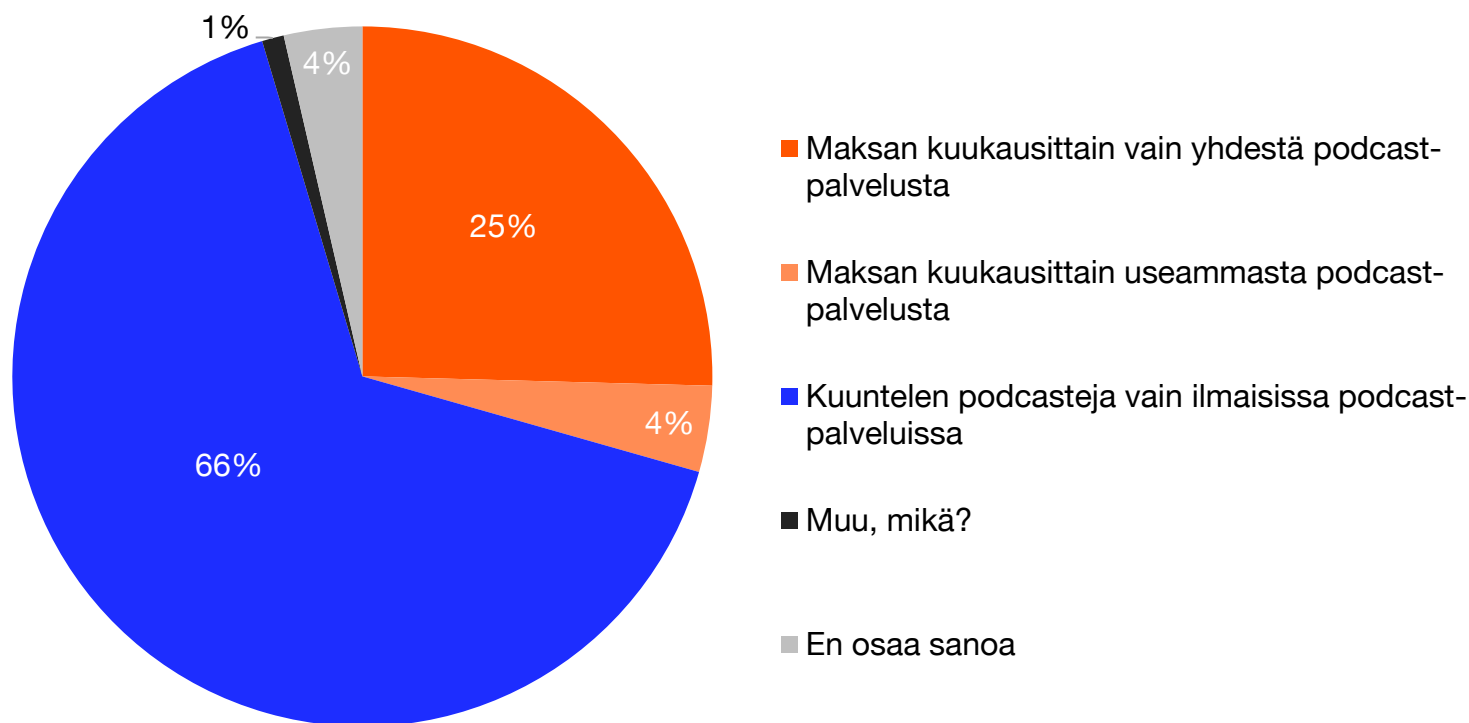
Podcasteja suositellaan ja niistä keskustellaan lähipiirin kanssa yhä enemmän. Podcastien juontajia seurataan mm. somessa.



PODCASTIEN MAKSUHALUKKUUS

Suurin osa vastaajista kuuntelee vain ilmaisia podcasteja, vajaa kolmannes kuuntelijoista maksaa podcast-palvelusta.

Podcast-palvelut



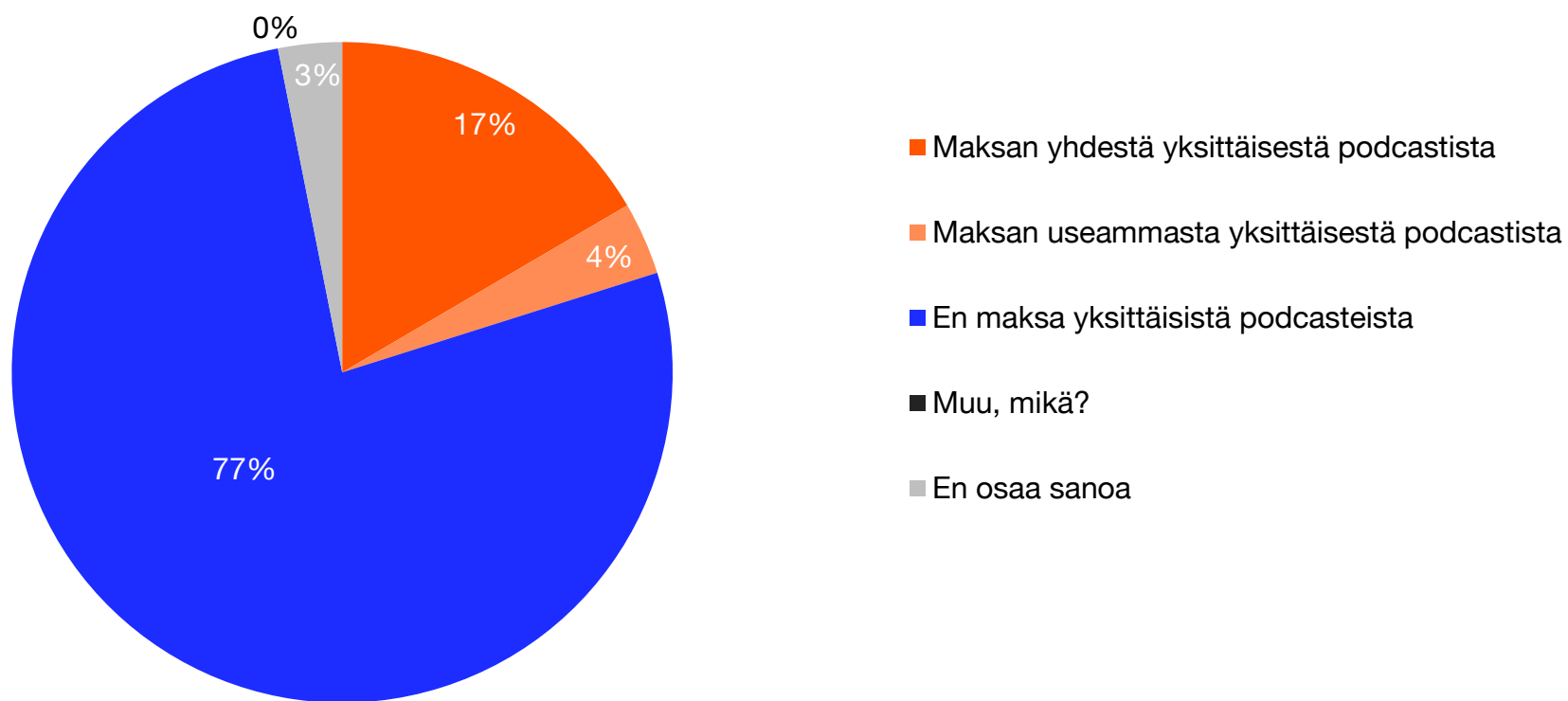
MUITA VASTAUKSIA

- *Maksaa palvelusta, jossa podcastit ovat mukana (mutta ei pääasiallinen syy maksaa)*
- *Maksullisen palvelun hetkittäinen tilaus*

PODCASTIEN MAKSUHALUKKUUS

Podcastien kuuntelijoista noin viidennes maksaa yksittäisistä podcasteista.

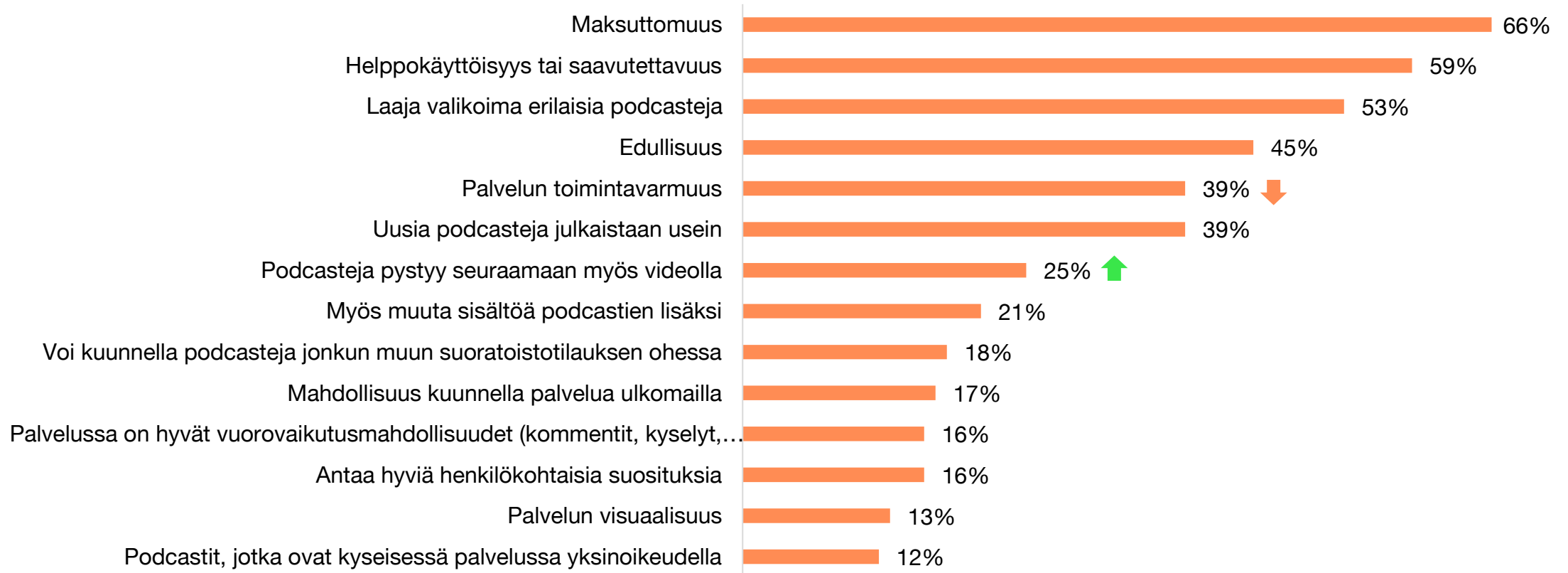
Yksittäiset podcastit



PODCAST-PALVELUT: VALINTAAN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Maksuttomuus on edelleen tärkein tekijä podcast-palvelun valinnassa.

Myös helppokäyttöisyys ja laaja valikoima ovat edelleen erittäin tärkeitä syitä valita podcast-palvelu.



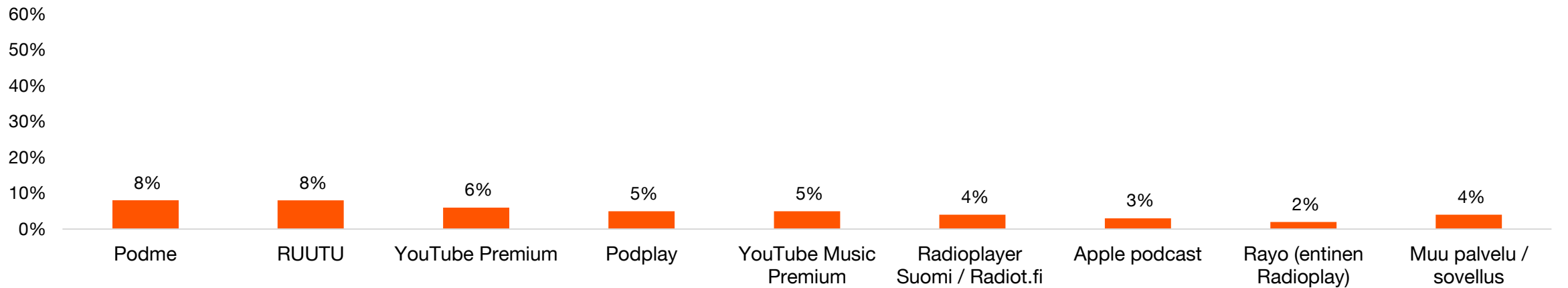
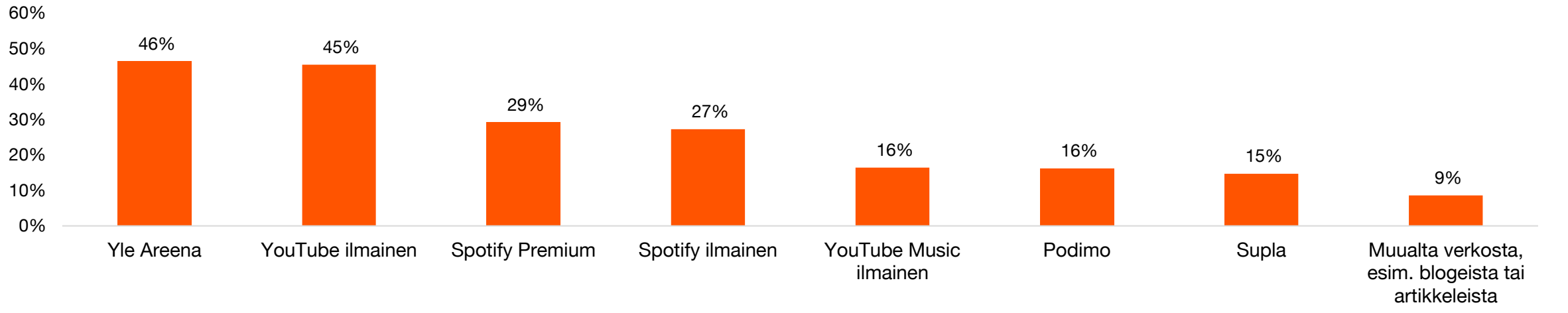
Kiitos vastauksistasi! Lopuksi kysymme vielä podcast-palveluista eli alustoista, joista podcasteja kuunnellaan. Valitse 5 tärkeintä tekijää sen mukaan, miten paljon ne vaikuttavat podcast-palvelun valintaan ja laita ne tärkeysjärjestykseen.

Vastaajamäärä: Podcasteja tai radio-ohjelmien tallenteita viimeisten 6kk sisällä kuunnelleet 867 IP

Kysymys sama kuin aiemmin

PODCAST-PALVELUT: KÄYTETYT PALVELUT

Yle Areena ja YouTube'n ilmaisversio ovat käytetyimpiä podcast-palveluita, ja Spotify seuraa niiden jälkeen.



OSIO 5

Keskeiset löydökset



Näin suomalainen kuuntelee 2026: keskeiset löydökset



01

Joka toinen kuuntelee

Podcasteja kuuntelee viikoittain 50% 16-74-vuotiaista.

Viikkokuuntelijat ovat todennäköisemmin 16-34-vuotiaita ja hieman useammin miehiä. Aktiivikuuntelijat ovat kuitenkin kautta linjan hyvin erilaisia suomalaisia.



02

Video mukana

Kuukausittaisista podcast-kuluttajista 44% kuuntelee podcasteja,

41% sekä kuuntelee että katsoo video-podcasteja, ja 14% katsoo ainoastaan videopodcasteja.



03

Ajankuluksi

Podcasteja kuunnellaan pääasiassa ajankuluksi,

mutta myös koska halutaan viihtyä, syventyä johonkin aiheeseen tai rentoutua. Suosituin aktiviteetti kuuntelun ohessa on kotityöt.



04

Aihe ratkaisee

Podcast valitaan yleensä aiheen perusteella.

Myös kiinnostavat vieraat ja tutut juontajat saavat kuuntelemaan.



05

Juontajan mainos

Juontajan lukemista mainoksista pidetään hieman enemmän kuin erillisistä mainoksista.

Podcast-mainonta toimii parhaiten sisältöjen suositelussa ja ostokiinnostuksen herättämisessä.



06

Maksuton voittaa

Noin kolmannes käyttää maksullisia podcast-palveluja,

mutta maksuttomuus on edelleen tärkein valintakriteeri. Seuraavaksi tärkeimpiä ovat helppokäyttöisyys ja laaja valikoima.

Mikä on muuttunut kahdessa vuodessa 2026 vs. 2024?

Vertailukelpoinen kohderyhmä: 16-64-vuotiaat.



01

Enemmän kuuntelua

Musiikin ja podcastien kuuntelu on kasvanut ja digitaalista audiota¹ kuunnellaan enemmän viikoittain. Kasvu tulee erityisesti 25–34-vuotiaista.



02

Uudet hetket

Podcastien kuuntelu nukkumaan mennessä ja ostoksilla on kasvanut.



03

Juontajan merkitys

Podcastin valinnassa tuttu juontaja/host on tullut tärkeämmäksi valintakriteeriksi.



04

Suosittelu kasvaa

Podcasteista keskustelu ja niiden suosittelu lähipiirille on aiempaa suositumpaa.



05

Video mukaan

Podcast-palveluiden valinnassa mahdollisuus seurata videolla on tullut tärkeämmäksi kriteeriksi.

1) Digitaalinen audio: nettiradio + radio-ohjelmien tallenteet + podcastit + musiikin kuuntelu.

Growth
by
insights nepa