

# Suomi lukee

ja kuuntelee kirjoja

2021

# Sisällysluettelo

1	Johdanto .....	2
2	Koronavuosi ja markkinan muutos .....	3
3	Lukeminen pitää pintansa ajanvietteenä.....	3
3.1	Eniten luetaan kaunokirjallisuutta .....	4
3.2	Miksi sähköinen kirja?.....	6
4	Yhä useampi ostaa kirjansa sähköisenä.....	7
4.1	Painettuihin kirjoihin käytettiin yli sata euroa vuodessa .....	7
4.2	Lukuaikapalvelut kolminkertaistaneet käyttäjämääränsä .....	8
5	Kirjojen ostaminen jakautuu tasaisemmin kuin ennen .....	9
5.1	Suurkuluttajat ja kirjankarttelijat 2020.....	9
5.2	Kirjoja ostaneet.....	10
6	Ostopäätös on harkitumpi, sisältö ratkaisee .....	12
6.1	Yhä useampi kirja ostetaan lahjaksi .....	14
7	Ammattikirjallisuus ja oppikirjat.....	16
7.1	Oppikirjojen ostaminen muuttuu maksuttoman toisen asteen myötä .....	17

# 1 Johdanto

Suomalaiset ostivat vuonna 2020 painettuja kirjoja noin 316 miljoonalla eurolla, noin 15 miljoonaa kappaletta. Kirjojen lukeminen on edelleen suomalaisille mieluisin tapa käyttää aikaa, ja lähes joka kolmas koki, että koronavuosi on lisännyt lukemista.

Äänikirjojen kuuntelu ja ostaminen lähti toden teolla nousuun: Kahden vuoden takaiseen tutkimukseen verrattuna lukuaikapalveluita käyttävien määrä kolminkertaistui.

Kirjojen ostaminen ja lukeminen vaikuttaa jakautuvan aiempaa tasaisemmin. Painettujen kirjojen markkinoilla yli kahdeksan kirjaa ostavien suurkuluttajien painoarvo on laskenut. Lukuaikapalvelut ovat tuoneet kirjallisuuden pariin myös uusia yleisöjä: lukuaikapalveluiden käyttö kasvaa nopeasti myös niiden joukossa, jotka eivät osta painettuja kirjoja.

Eniten lukuaikapalveluja käyttävät silti ne, jotka lukevat myös paljon painettuja kirjoja. Erityisesti naiset ovat siirtyneet lukuaikapalveluiden käyttäjiksi. Tämä on nostanut miehet naisten ohi painettujen kirjojen markkinoilla: Miesten käyttämä rahasumma painettuihin kirjoihin on jo naisia suurempi.

Suomi lukee -tutkimuksessa selvitetään yleisen kirjallisuuden lukemista ja ostamista omalla rahalla. Tutkimus on tehty vuosina 1995, 2003, 2008, 2013, 2018 ja 2020. Virikkeenä tutkimuksen tekemiseen jo kahden vuoden kuluttua edellisestä oli Suomen kirjamarkkinoiden yhä nopeampi muuttuminen. Vuonna 2013 tutkimusmenetelmä oli kirjekysely, vuosina 2018 ja 2020 verkkokysely.

Kohderyhmä ovat 15–79-vuotiaat mannersuomalaiset. Tutkimuksen ovat tilanneet Kirjakauppaliitto ja Suomen Kustannusyhdistys, ja sen on toteuttanut Taloustutkimus.

Lähteet: Taloustutkimus Oy, Kirjakauppaliitto ja Suomen Kustannusyhdistys

Lisätietoja

- Kirjakauppaliitto ry, Laura Karlsson
- Suomen Kustannusyhdistys, Sakari Laiho

## 2 Koronavuosi ja markkinan muutos



Vuotta 2020 leimasi koronan aiheuttama poikkeustila. Noin 30 % vastaajista koki, että koronakriisi on lisännyt kirjojen lukemista. Vain kolme prosenttia vastasi vähentäneensä lukemista korona-aikana. Erityisesti koronakriisi on lisännyt 20–29-vuotiaiden lukemista.

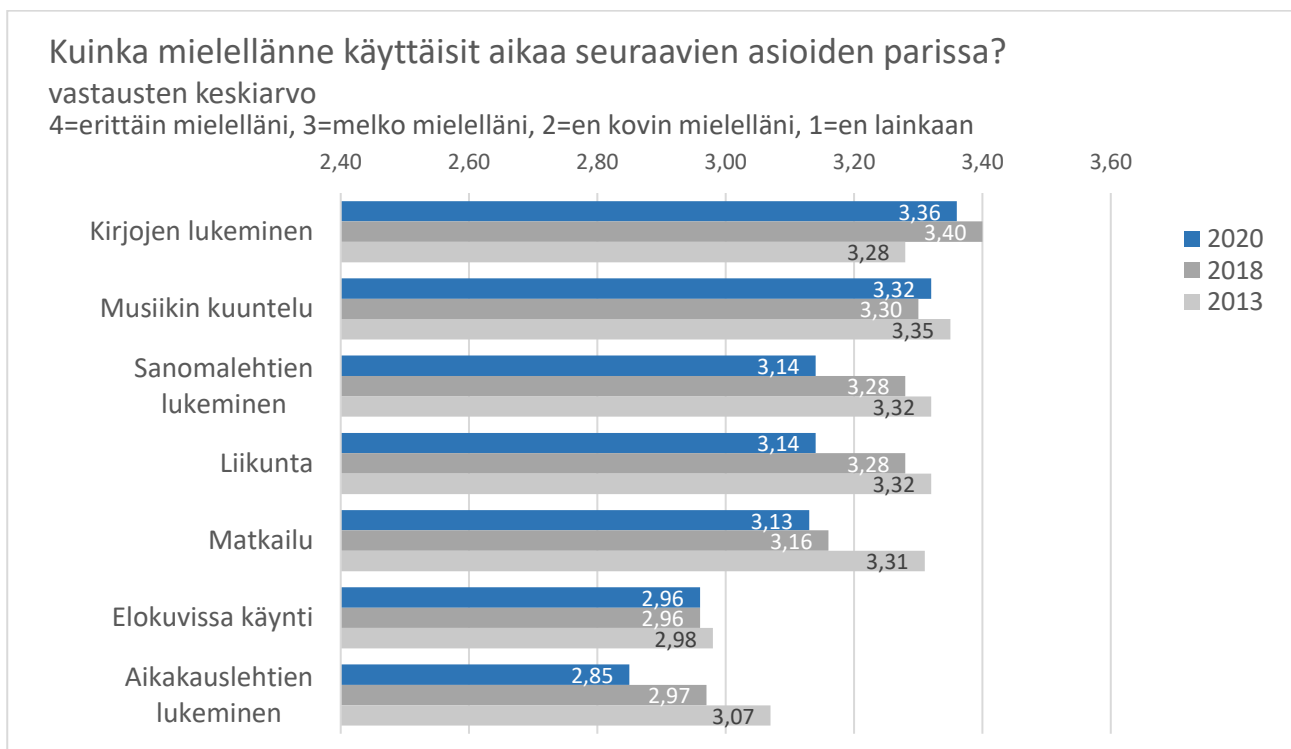
Koronatilanteen vaikutuksia voidaan nähdä myös tutkimuksen muissa tuloksissa: Kun kaupoissa käyminen vaikeutui, verkkokauppa ja lukuaikapalvelut nostivat suosiotaan, ja heräteostojen osuus kirjamyynnistä väheni.

Edellisestä tutkimuskerrasta ääni- ja sähkökirjojen lukuaikapalveluita käyttäneiden osuus kasvoi kuudesta 17 prosenttiin ja lukuaikapalveluiden kautta kulutettujen kirjojen kappalemäärä yli kahdeksaan miljoonaan.

## 3 Lukeminen pitää pintansa ajanvietteenä

Kirjojen lukeminen on edelleen yksi suomalaisten suosituimmista ajanvietetavoista. 85 % vastaajista käyttäisi erittäin tai melko mielellään aikaa kirjojen lukemiseen.

Keskiarvolla mitattuna kirjojen lukeminen on tutkimuksessa tarjotuista ajankäyttötavoista suosituin. Kirjojen lukeminen saa myös tarjotuista vaihtoehdoista suurimman erittäin mielelläni -vastausten osuuden.

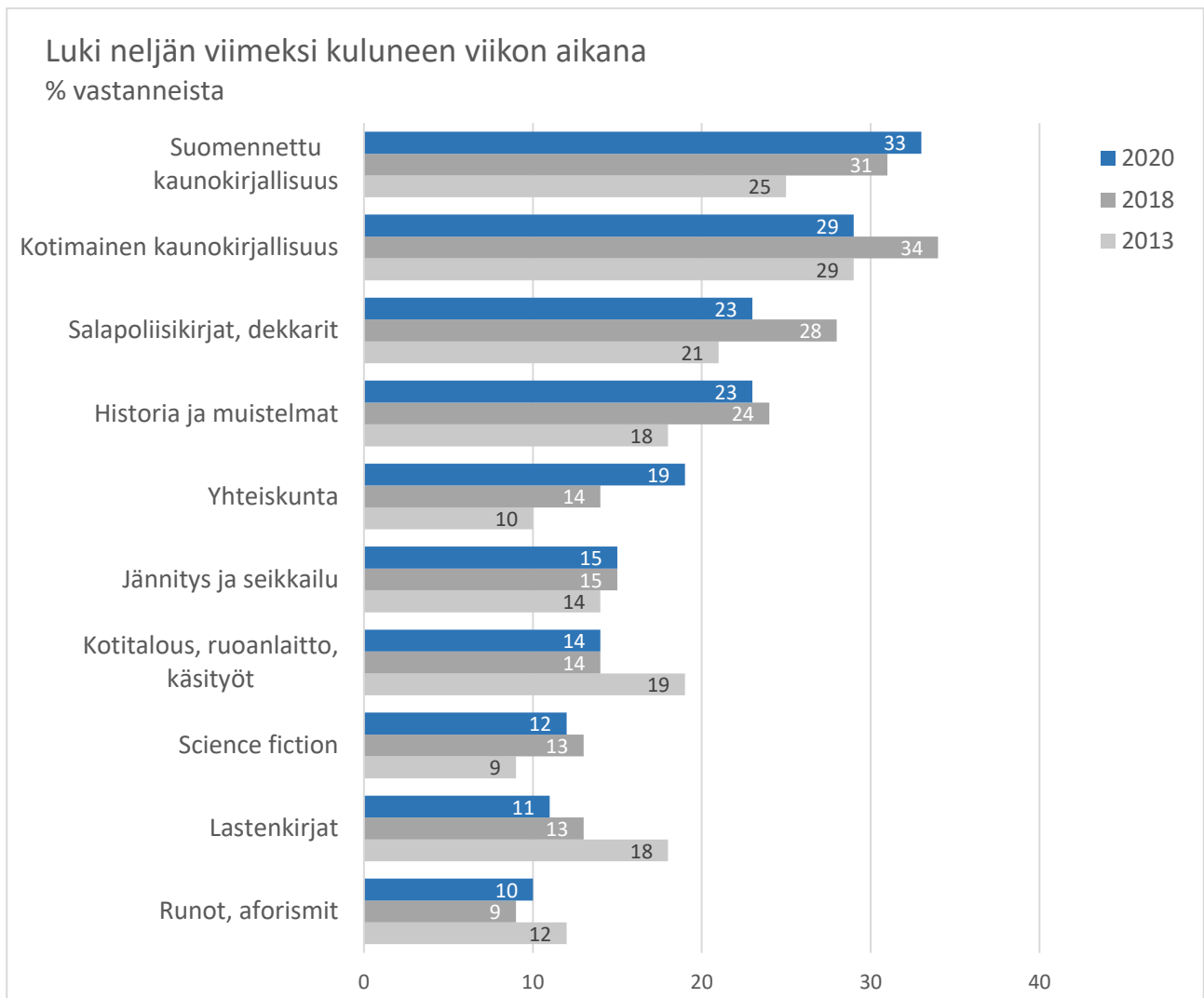


Kaavio 2. Kuinka mielellänne käyttäisitte aikaa seuraavien asioiden parissa? Vastausten keskiarvo.

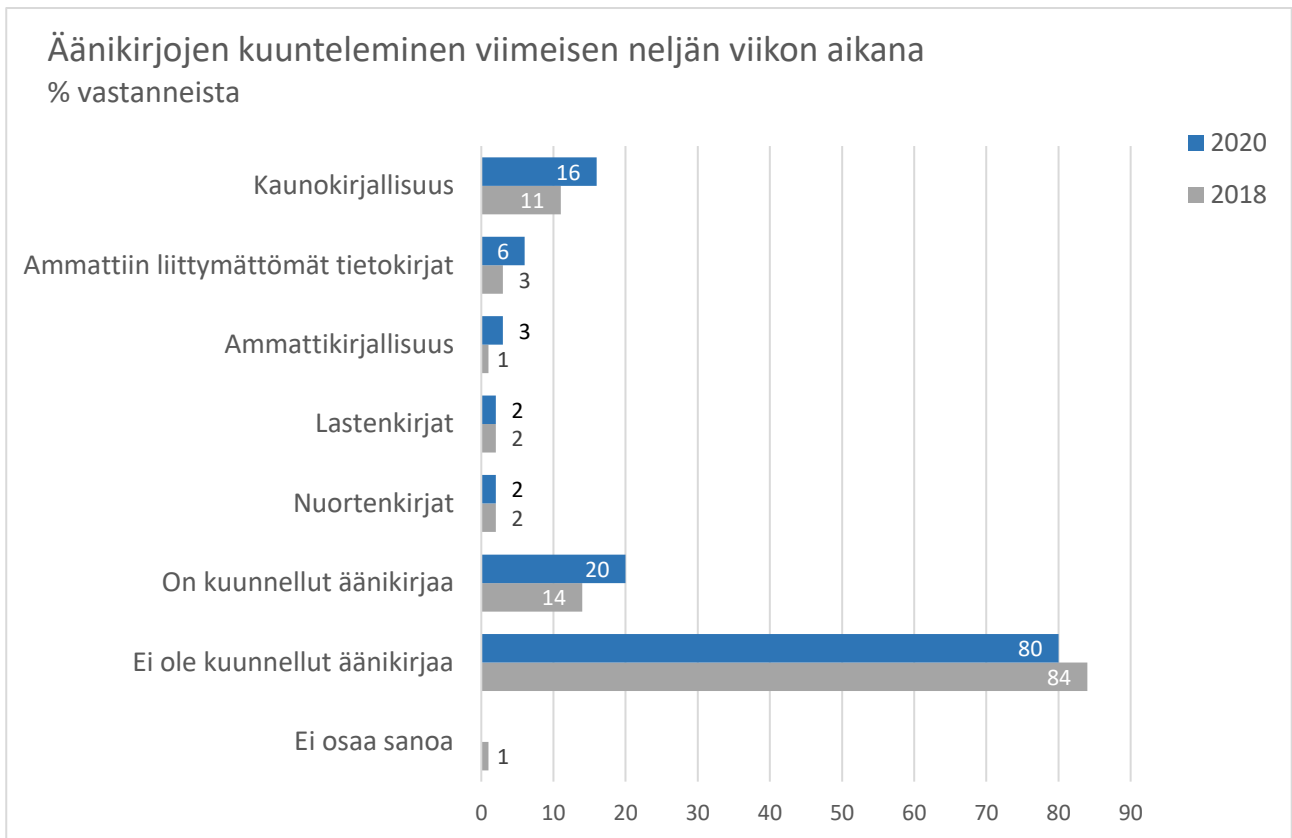
### 3.1 Eniten luetaan kaunokirjallisuutta

Kun tarkastellaan kyselyajankohtaa edeltävien neljän viikon aikaista lukemista, suomalaiset lukevat nyt hieman vähemmän kirjoja kuin 2018. Viimeisen neljän viikon aikana jotain kirjallisuuden lajia oli lukenut 83 % vastaajista. Äänikirjoja oli viimeisen neljän viikon aikana kuunnellut 20 % vastaajista ja sähkökirjoja lukenut 24 %.

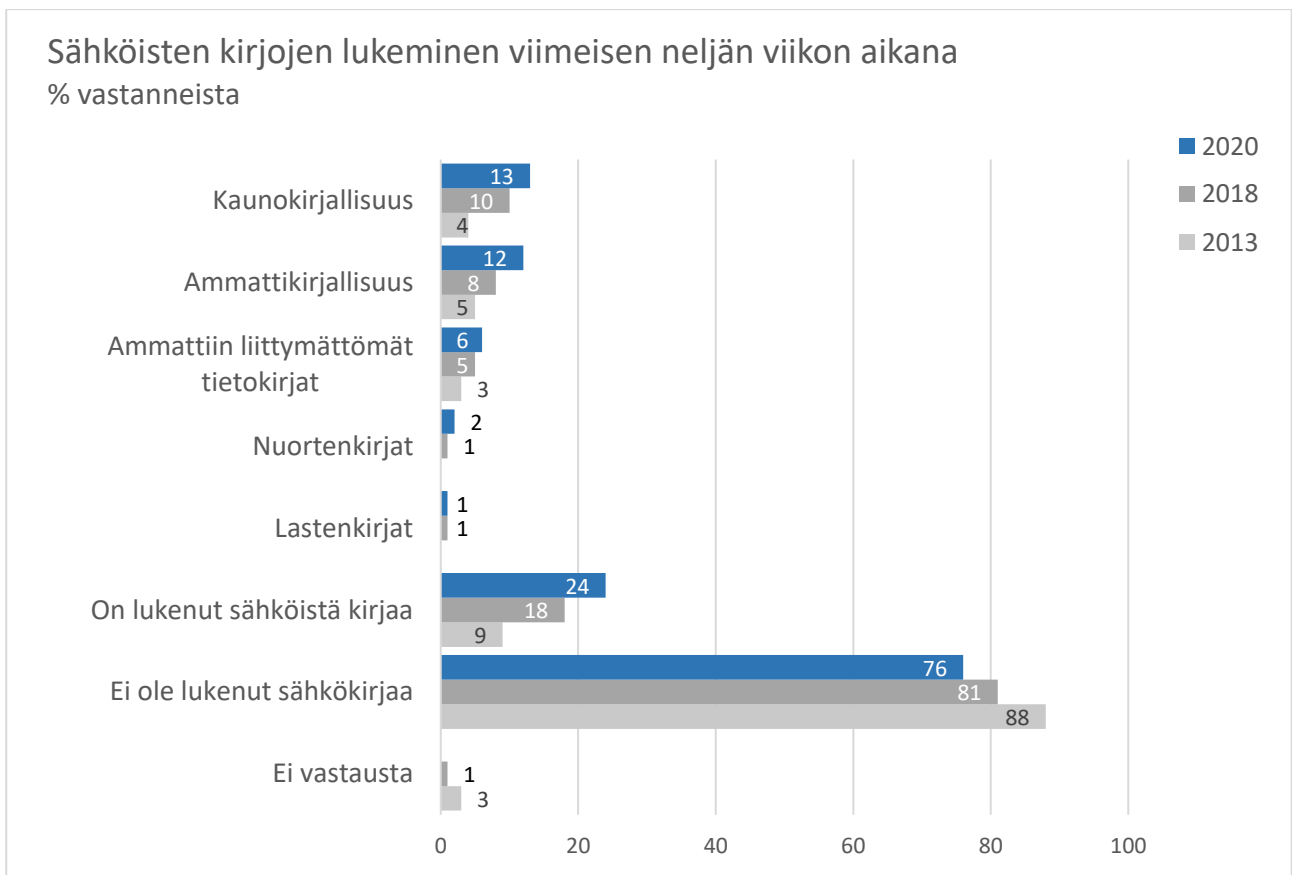
Suosituimpia genrejä olivat suomennettu ja kotimainen kaunokirjallisuus niin painetuissa kuin sähköisissä kirjoissa.



Kaavio 3. Luki neljän viimeksi kuluneen viikon aikana.



Kaavio 4. Äänikirjojen lukeminen viimeisen neljän viikon aikana.



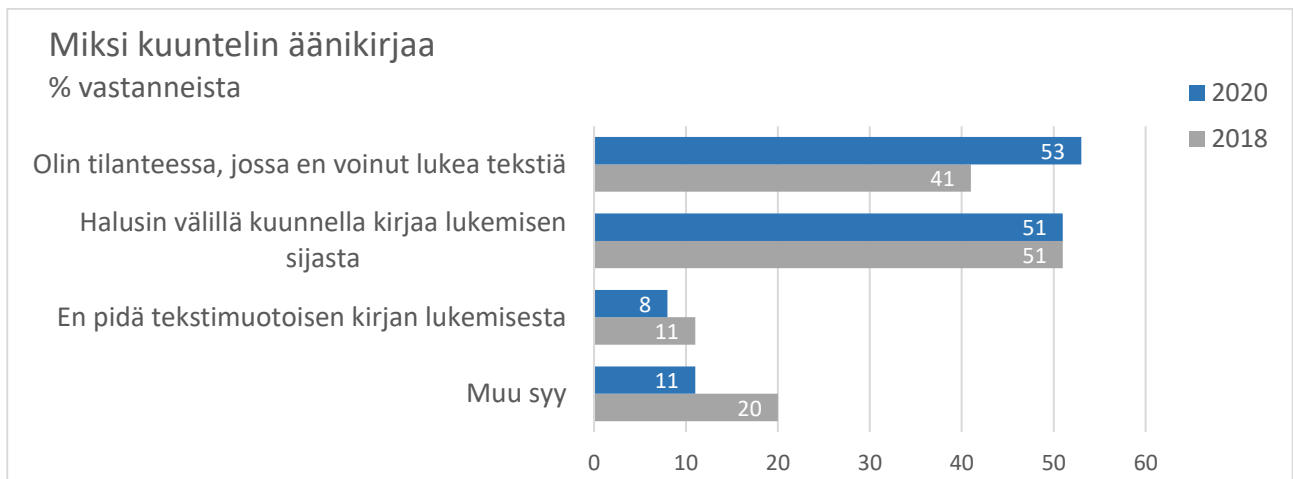
Kaavio 5. Sähköisten kirjojen lukeminen viimeisen neljän viikon aikana.

### 3.2 Miksi sähköinen kirja?

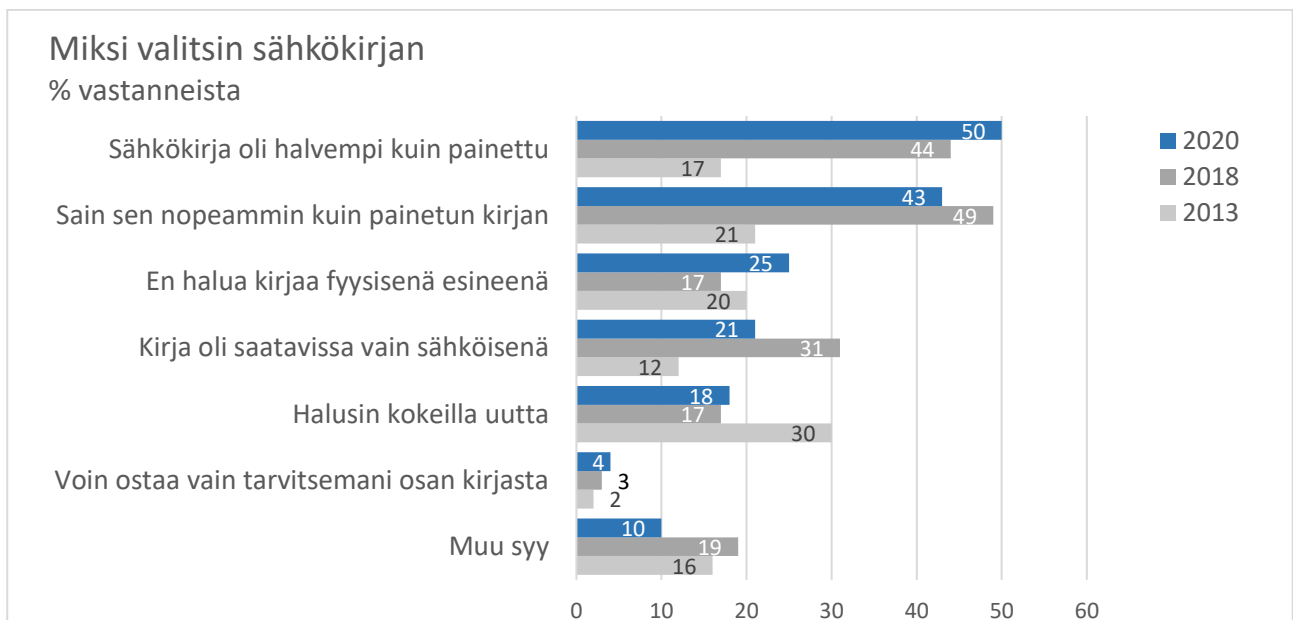
Äänikirja valitaan luettavan kirjan sijaan useimmiten tilannesidonnaisista syistä: tilanteessa, jossa ei voi lukea (53 %) tai halua vaihteeksi kuunnella lukemisen sijaan (51 %). Kahdeksan prosenttia ilmoitti valintaperusteeksi sen, että ei pidä lukemisesta.

Sähkökirjan valintaan vaikuttavat saatavuustekijät: sähköinen kirja on halvempi (50 % vastaajista), se on saatavilla nopeammin (43 %) tai kirja on saatavilla ainoastaan sähköisenä (21 %). Joka neljäs vastaaja ilmoitti sähkökirjan valintaperusteeksi sen, että ei halunnut fyysistä esinettä.

Äänikirjan ja sähkökirjan valintaperusteita ei tule tässä tutkimuksessa vertailla keskenään, koska tarjotut vaihtoehdot olivat keskenään erilaiset.



Kaavio 6. Miksi kuuntelin äänikirjaa.

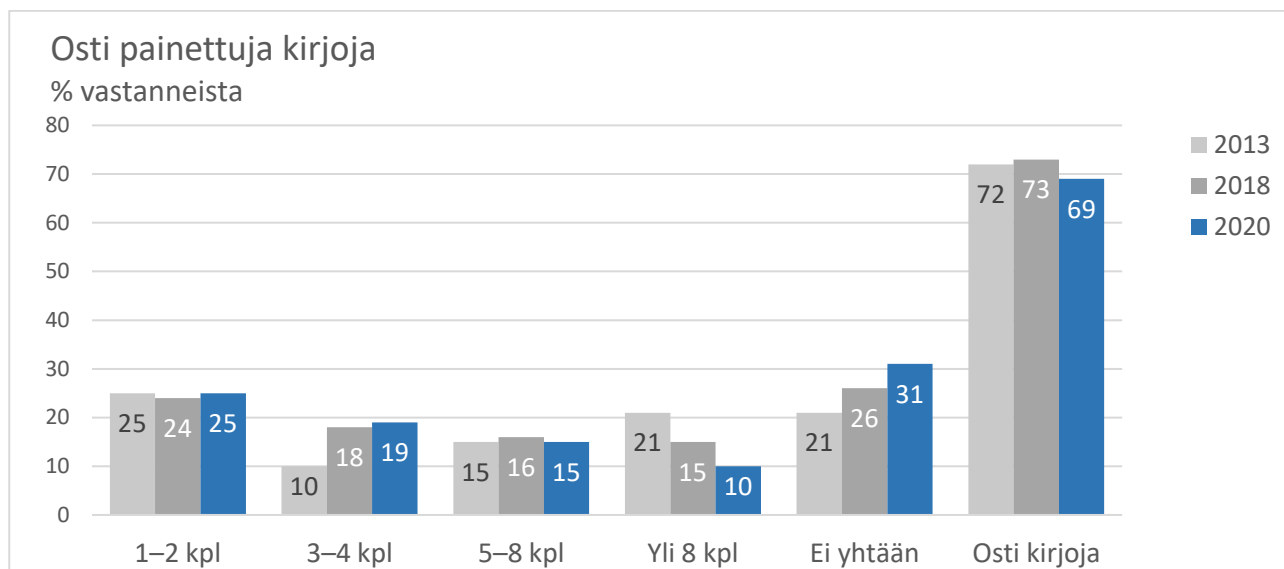


Kaavio 7. Miksi valitsin sähkökirjan.

## 4 Yhä useampi ostaa kirjansa sähköisenä

Painettuja kirjoja on viimeisen 12 kuukauden aikana ostanut 69 % suomalaisista. Osuus on laskenut neljä prosenttiyksikköä vuodesta 2018, mutta on huomattava, että vuoteen 2018 saakka kyselyssä ei erikseen tarkennettu kysymyksen koskevan vain painettuja kirjoja, vaan kirjojen ostamista ylipäänsä.

Edellä mainituilla tiedoilla laskien suomalaiset ostivat vuonna 2013 noin 21 miljoonaa painettua kirjaa, vuonna 2018 noin 18 miljoonaa ja vuonna 2020 vajaat 15 miljoonaa painettua kirjaa.



Kaavio 8. Osti painettuja kirjoja 12 kuukauden aikana.

Samalla kun suurkuluttajien määrä on laskenut, on laskenut myös heidän ostamiensa kirjojen yhteismäärä. Vuonna 2020 yli 8 kirjaa ostaneet ostivat yhteensä 6,2 miljoonaa painettua kirjaa, kun 1–8 kirjaa ostaneet kattoivat yli puolet kappalemääräisestä myynnistä (8,4 miljoonaa kirjaa).

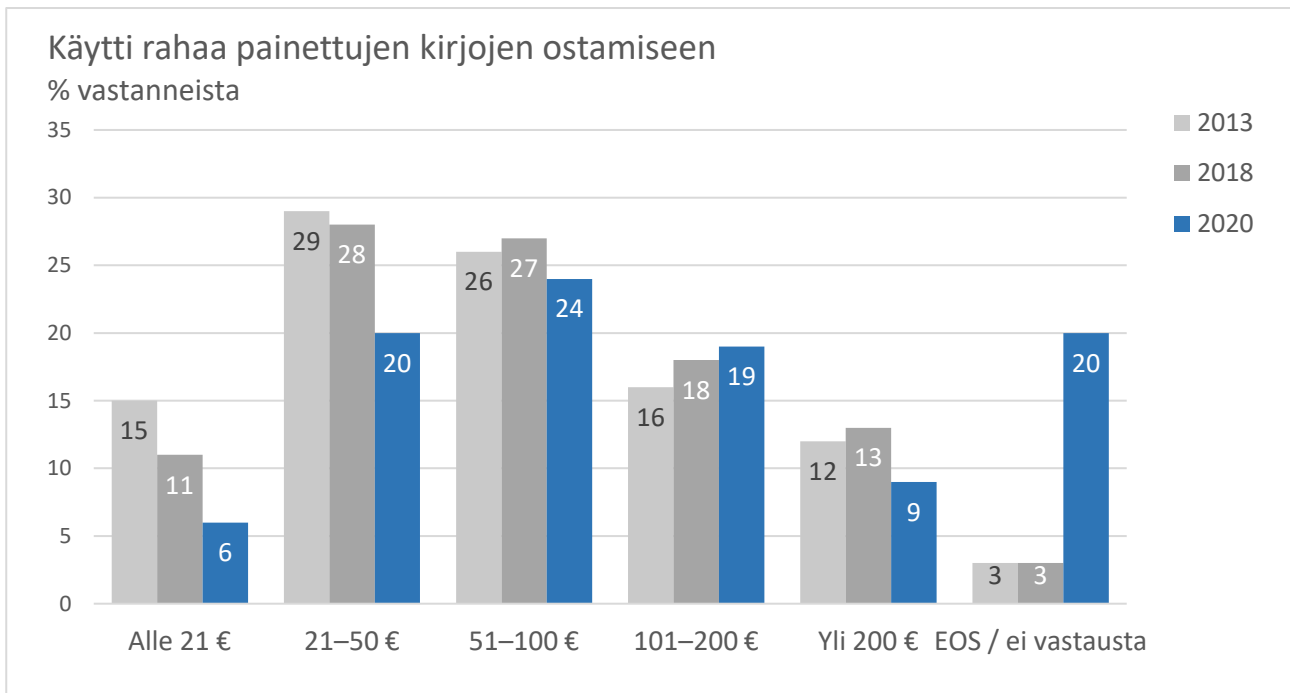
### 4.1 Painettuihin kirjoihin käytettiin yli sata euroa vuodessa

Kirjoja ostaneet käyttivät siihen 12 kuukauden aikana keskimäärin 112 euroa vuonna 2013, 121 euroa vuonna 2018 ja 131 euroa vuonna 2020.

Tämän vuoden kyselyssä merkittävä osa (27 %) vastaajista ei osannut tai halunnut vastata kysymykseen, minkä vuoksi summien arviointiin liittyy huomattavaa epätarkkuutta. Aiemmin EOS-vastausten osuus on ollut huomattavasti pienempi, vain kolme prosenttiyksikköä.

Yli kahdeksan kirjaa ostaneiden osuus kirjojen ostamiseen käytetystä rahasta oli 60 prosenttia vuonna 2013, ja 45 prosenttia vuosina 2018 ja 2020.



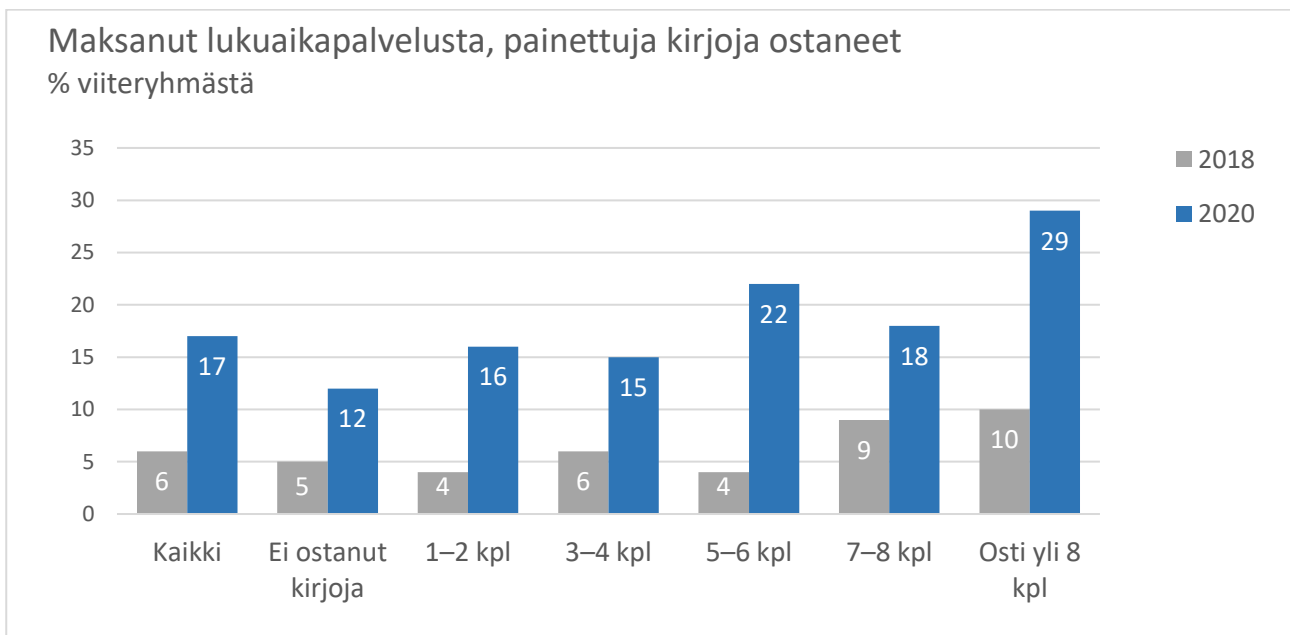


Kaavio 9. Käytti rahaa painettujen kirjojen ostamiseen.

## 4.2 Lukuaikapalvelut kolminkertaistaneet käyttäjämääränsä

Sähköisten kirjojen myynti kuluttajille tapahtui vuonna 2020 jo lähes kokonaan lukuaikapalvelujen kautta. Kirjallisuuden hankkiminen kasaantuu. Lukuaikapalveluja ostavat eniten ne, jotka ostavat eniten myös painettuja kirjoja. Tietokirjojen ostajista niitä on hankkinut pienempi osa kuin muista.

Lukuaikapalvelut näyttävät tavoittaneen myös niitä, jotka eivät ole ostaneet painettuja kirjoja. Sekä Suomi lukee -tutkimuksen että kustantajien myyntitilastojen perusteella lukuaikapalvelua kuvaasi realistisemmin termi kuunteluaikapalvelu. Suurin osa lukuaikapalveluita käyttävistä painottaa käytössä nimenomaan äänikirjojen kuuntelua.



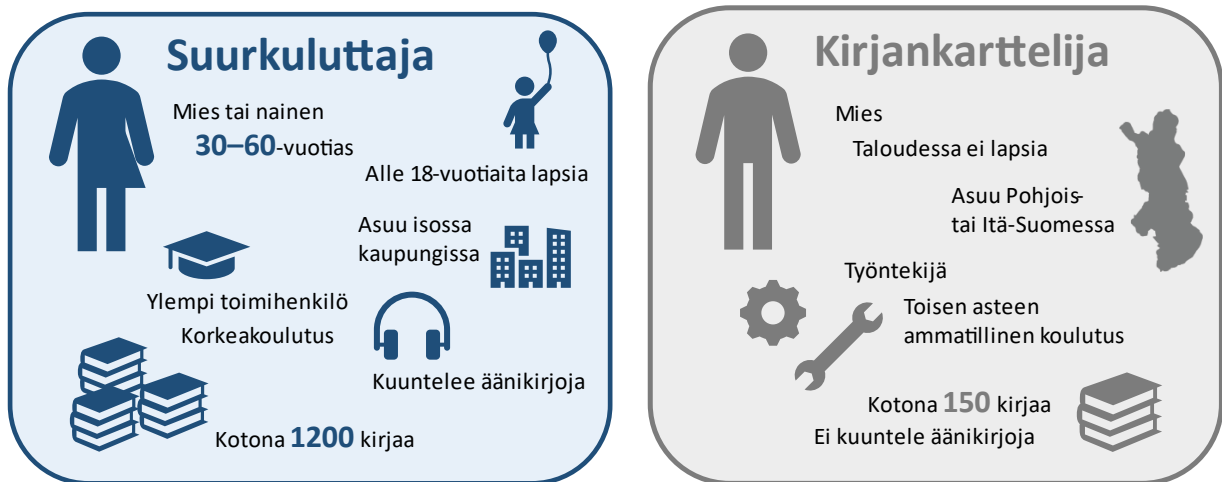
Kaavio 10. Maksanut lukuaikapalvelusta, painettuja kirjoja ostaneet.

## 5 Kirjojen ostaminen jakautuu tasaisemmin kuin ennen

### 5.1 Suurkuluttajat ja kirjankarttelijat 2020

Ostotottumusten mukaan voidaan hahmottaa painettujen kirjojen *suurkuluttajan* ja *kirjankarttelijan* profiilit. Suurkuluttaja osti 12 viimeksi kuluneen kuukauden aikana enemmän kuin kahdeksan painettua kirjaa. Kirjankarttelija on henkilö, joka ei ole kyseisenä aikana ostanut painettuja kirjoja.

Suurkuluttajan ja kirjankarttelijoiden profiilit ovat vuonna 2020 sumeammat kuin ennen. Molemmat viihdekäyttävät internetiä 1–3 tuntia päivässä. Kummallakaan television ilmaiskanavien katselu, podcastien kuuntelu ja blogien tai vlogien säännöllinen seuraaminen ei eroa keskiarvosta.



#### Suurkuluttajan tuntomerkkejä

Suurkuluttaja on iältään jotain muuta kuin 20–29-vuotias tai 60–79-vuotias. Hän on yhtä todennäköisesti mies kuin nainen. Suurkuluttaja asuu pääkaupunkiseudulla tai muussa isossa kaupungissa, hänellä on korkeakoulututkinto ja kotona asuu alle 18-vuotiaita lapsia. Hän ostaa omaksi suuremman osan kirjoista kuin muut. Suurkuluttaja on ylempi toimihenkilö tai opiskelija.

Suurkuluttajalle tietyn aihepiirin ja kirjailijan seuraaminen on paljon tärkeämpi kirjan valintaa ohjaava peruste kuin muilla. Ostaako hän kirjoja yksipuolisemmin kuin muut? Onko uuden kirjailijan vaikeampi herättää hänen huomionsa? Onko uuteen aihepiiriin tutustumisen kynnys hänelle korkea?

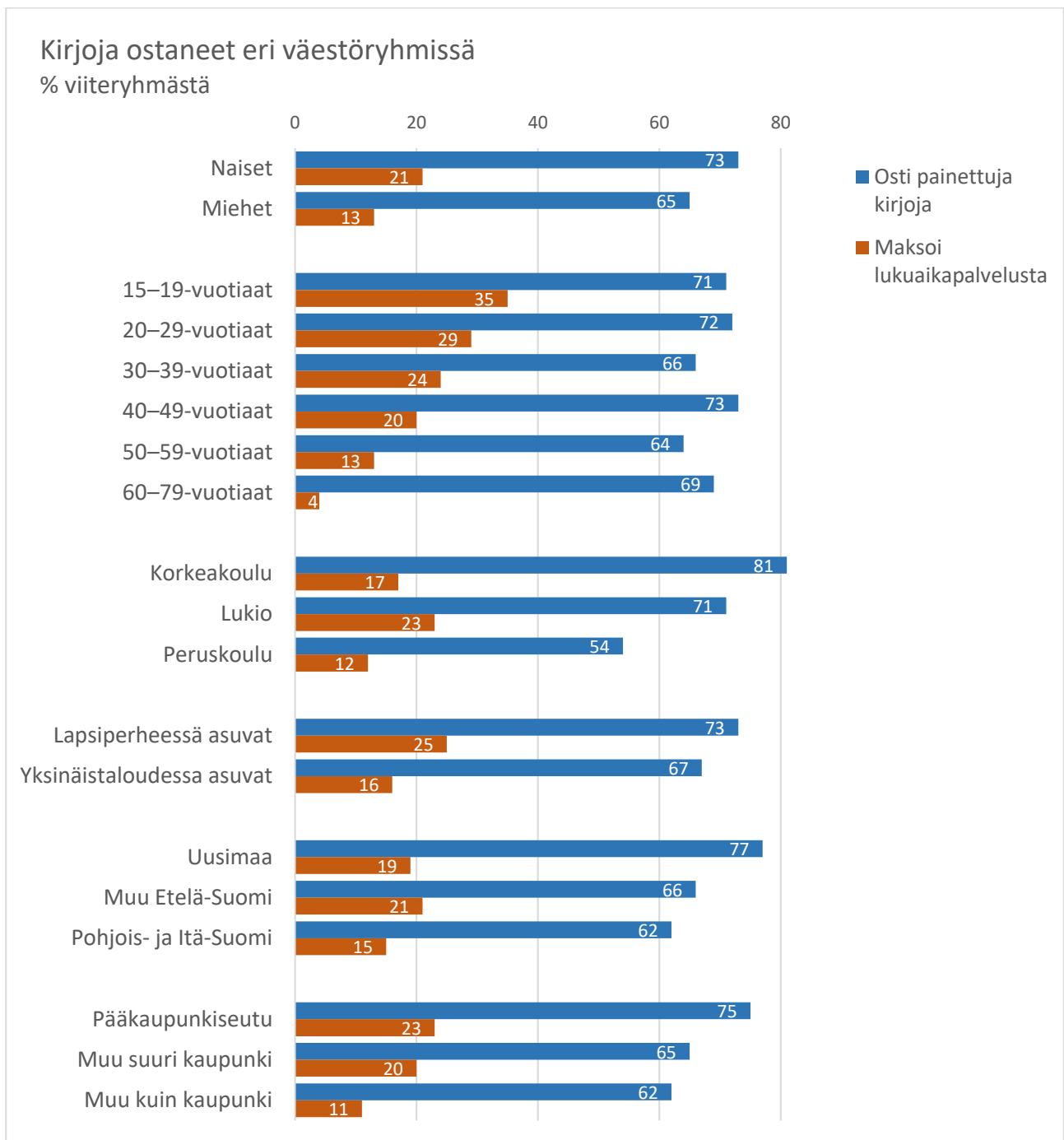
Suurkuluttaja lukee ja kuuntelee kirjoja kaikissa formaateissa. Heistä selvästi suurempi osa kuin muista ostaa myös lukuaikapalveluja. Korona-aika on lisännyt kirjojen ostamista enemmän kuin muilla. Suurkuluttajalla on kotonaan keskimäärin 1 200 kirjaa (koko tutkimusjoukon keskiarvo on 390).

#### Kirjankarttelijan tuntomerkkejä

Kirjankarttelija on todennäköisemmin mies kuin nainen. Hän asemoi itsensä työntekijäksi ja hänellä on takanaan toisen asteen ammatillinen koulutus. Hän asuu Pohjois- tai Itä-Suomessa

Kirjankarttelija löytyy varmimmin taloudesta, jossa asuu vain aikuisia. Hänellä on kotonaan keskimäärin 150 kirjaa (koko tutkimusjoukon keskiarvo on 390).

## 5.2 Kirjoja ostaneet



Kaavio 11. Kirjoja ostaneet eri väestöryhmissä.

### Sukupuoli

Vuoden 2018 jälkeen painettuja kirjoja ostamattomien osuus naisista on kasvanut jyrkemmin kuin heidän osuutensa miehistä. Sen sijaan lukuaikapalveluiden käyttö kasvaa naisilla nopeammin kuin miehillä. Vuonna 2018 niitä osti kuusi prosenttia sekä miehistä että naisista, vuonna 2020 13 prosenttia miehistä ja 21 prosenttia naisista.

Painettuja kirjoja ostavien miesten keskimääräinen rahankäyttö kirjoihin ylitti naisten käyttämän rahamäärän vuonna 2018 ja ero on kasvamassa. Vuonna 2020 miehet yhteensä käyttivät rahaa

painettuihin kirjoihin enemmän kuin naiset yhteensä. Näin siitä huolimatta, että kirjoja ostaneita naisia oli enemmän.

Tulosta selittänee sekä naisten siirtyminen lukuaikapalveluiden käyttäjiksi että se, että miesten kirjaostot painottuivat entistä enemmän tietokirjoihin ja naisten ostot kaunokirjallisuuteen sekä lastenkirjoihin, joiden keskimääräinen hinta on tietokirjallisuutta alempi. Miesten ostopäätöksiin kirjan hinta myös vaikuttaa naisia vähemmän.

### **Koulutustausta**

Korkeimmin koulutetut ostavat eniten sekä painettuja kirjoja että lukuaikapalveluita. Korrelaatio on kuitenkin hieman säröytynyt, sillä paljon kirjoja ostaneiden määrä vähenee myös korkeakoulutetuissa, ja lukuaikapalveluiden osto on moninkertaistunut myös vähiten koulutetuissa ryhmissä.

### **Ikä**

Painettuja kirjoja ostamattomien osuus kasvoi kaikissa ikäluokissa lukuun ottamatta 20–29-vuotiaita. Erityisen suurta kasvu oli ikäluokissa 30–39 ja 50–59. Näissä ikäluokissa myös lukuaikapalveluiden käyttö kasvoi muita ikäryhmiä vähemmän. Lukuaikapalveluita käyttävät erityisesti nuoret, 15–19-vuotiaista jo joka kolmas – tosin tämän ikäluokan kohdalla vastaajia on niin vähän, että virhemarginaali on merkittävä. Käyttö on kuitenkin vahvassa kasvussa kaikissa ikäryhmissä.

### **Elinvaihe**

Lukuaikapalvelut ovat tavoittaneet lapsitaloudessa asuvat runsaslukuisemmin kuin muissa talouksissa asuvat. Lapsitaloudessa asuvista 25 prosenttia osti vuonna 2020 lukuaikapalveluja, muissa talouksissa asuvista 15 prosenttia. Vuonna 2018 eroa muihin talouksiin ei ollut. Painettujen kirjojen myynnin muutos on ollut laskusuuntaista kaikentyypisissä talouksissa.

### **Asuinpaikka**

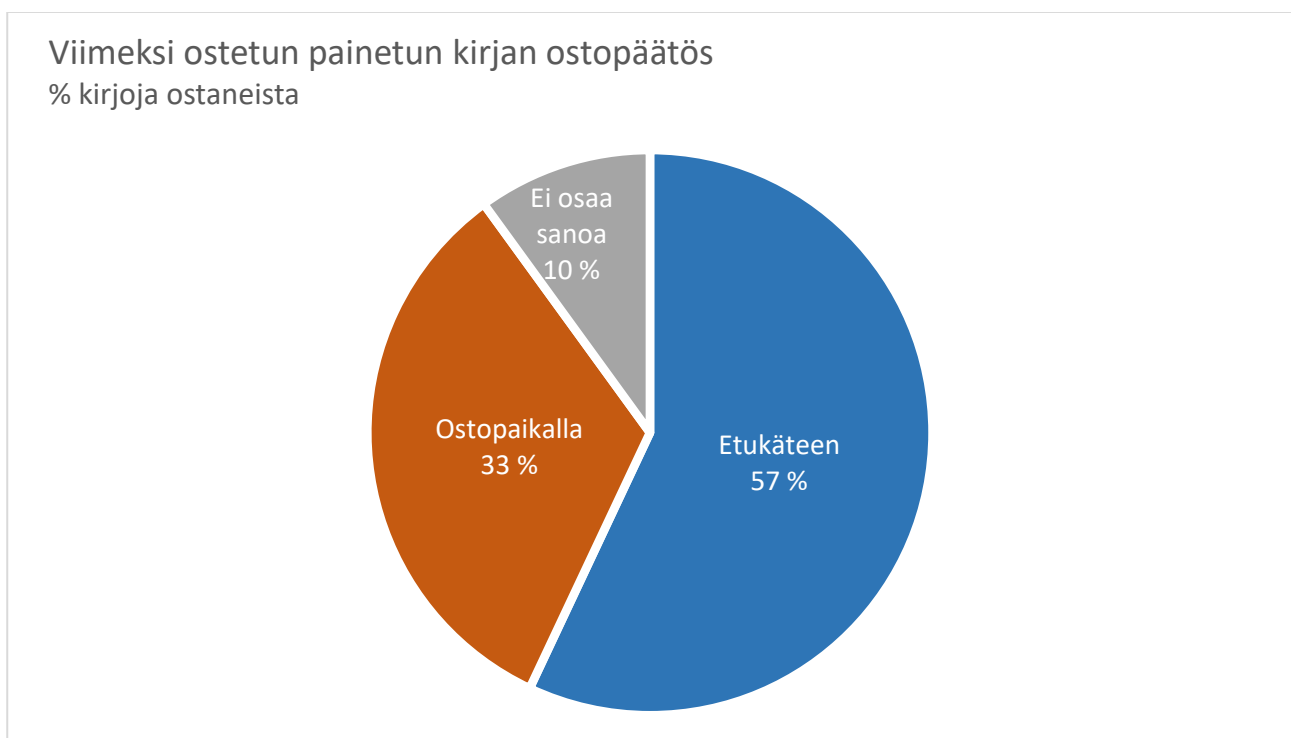
Painettuja kirjoja ostaneiden osuus on suurin pääkaupunkiseudulla, mitä selittää osin väestön keskimääräinen koulutustausta. Lukuaikapalveluiden käyttö on nousussa kaikkialla. Vahvimmin niiden käyttö kasvaa Uudenmaan ulkopuolisessa Etelä-Suomessa sekä pääkaupunkiseudun ulkopuolisissa suurissa kaupungeissa, joissa käyttö on peräti seitsenkertaistunut kolmesta 20–21 prosenttiin. Pohjois- ja Itä-Suomessa lukuaikapalveluita käyttävien osuus on pienin (15 prosenttia), mutta silti viisinkertaistunut.

## 6 Ostopäätös on harkitumpi, sisältö ratkaisee

Painettujen kirjojen ostaminen on entistä harkitumpaa. Ostopäätöksen teki etukäteen 41 prosenttia vuonna 2013, 48 prosenttia vuonna 2018 ja 57 prosenttia vuonna 2020. Vuonna 2020 koronalla lienee ollut vaikutusta: kirjavalinta on tehty jo etukäteen ja käyty vain hakemassa kaupasta.

Verkkokauppa on kasvattanut osuuttaan kirjojen jakelutienä. Suomi lukee -tutkimuksessa verkkokaupasta ostamista on eri vuosina kysytty eri tavoin, joten yksityiskohtainen vertailu vuosien välillä on hankalaa. Varmaa on kuitenkin se, että painetuista kirjoista koko ajan kasvava osa on ostettu verkkokirjakaupasta, muusta verkkokaupasta tai perinteisen kirjakaupan verkkopalvelusta.

Viimeksi ostettu kirja oli vastaajilla todennäköisimmin kaunokirja (51 % vastaajista). Vain 10 %:lla viimeksi ostettu kirja oli lastenkirja.

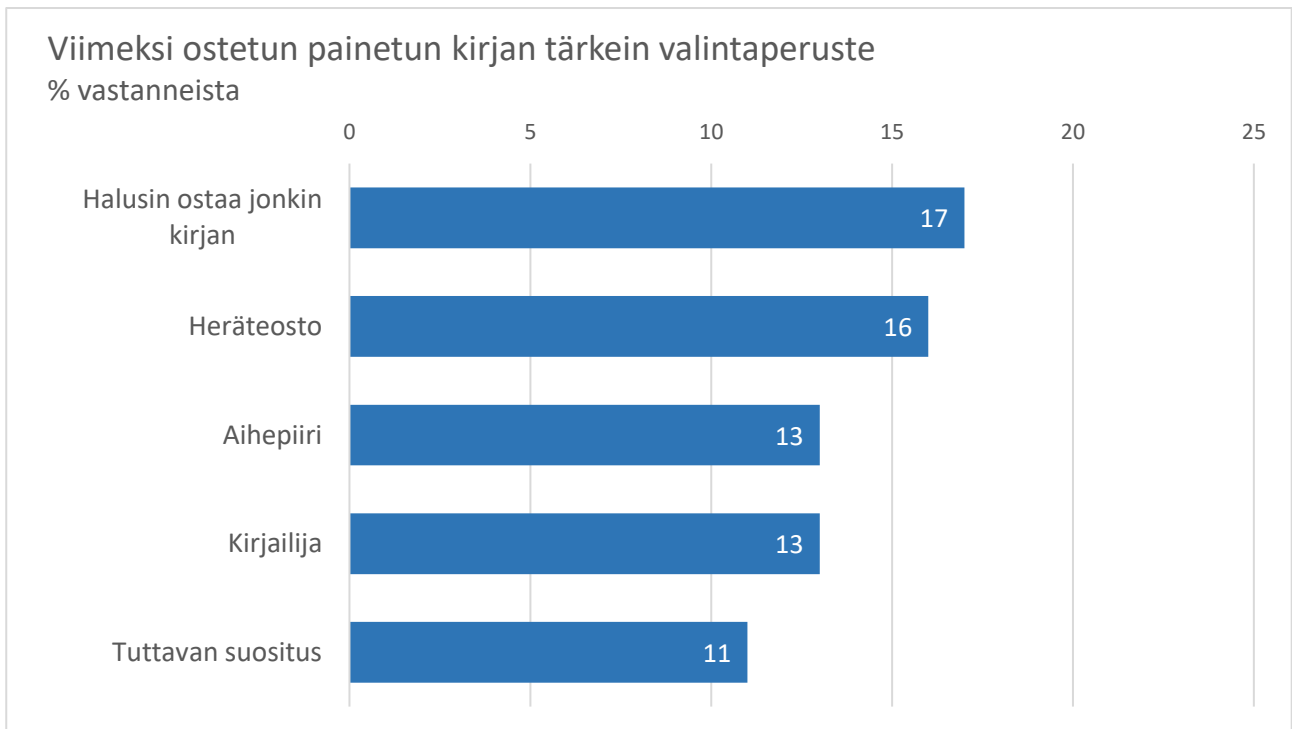


Kaavio 12. Viimeksi ostetun painetun kirjan ostopäätös.

Vastaajaa pyydettiin nimeämään tärkein peruste viimeksi ostetun kirjan valinnalle. Viisi tärkeintä virikettä kattavat 70 prosenttia vastanneista. "Halusin ostaa jonkin kirjan" nousi vuoden 2018 kakkostilalta tärkeimmäksi ostoperusteeksi viimeisimmälle hankinnalle. Kysymyksen sanamuoto viittaa siihen, että haluttu kirja ei ollut vielä yksilöity vaan ostopaikalla valittiin jokin kirja tarjolla olevista.

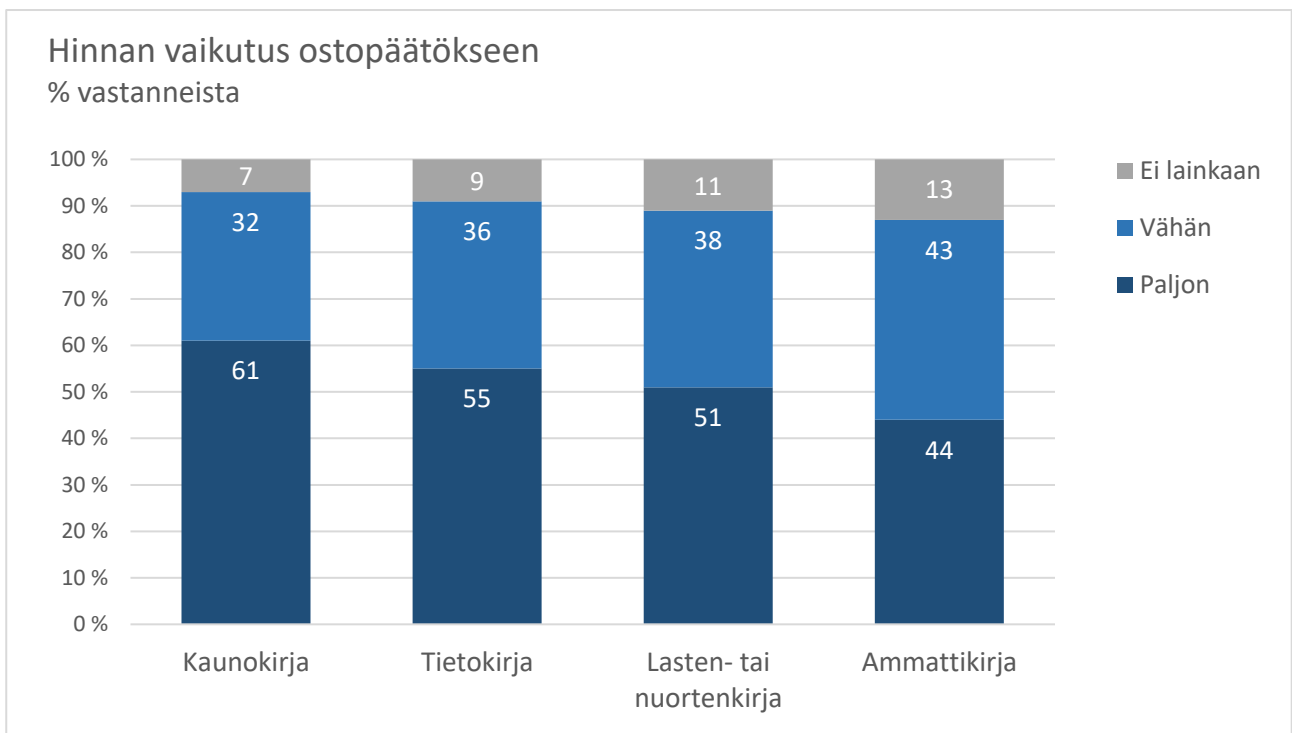
Puhdas heräteosto tärkeimpänä valintaperusteena putosi listalla toiseksi, 16 prosenttiin vuonna 2020. Vuonna 2013 nimesi tärkeimmäksi valintaperusteeksi 25 prosenttia ja 18 prosenttia vuonna 2018.

Aihepiiri oli hieman tärkeämpi valintaperuste kuin kaksi vuotta aiemmin. Vahvimmat nousijat olivat kuitenkin kirjailija (kuudesta prosentista 13 prosenttiin) ja tuttavien suositus (neljästä prosentista 11 prosenttiin).



Kaavio 13. Viimeksi ostetun painetun kirjan tärkein valintaperuste.

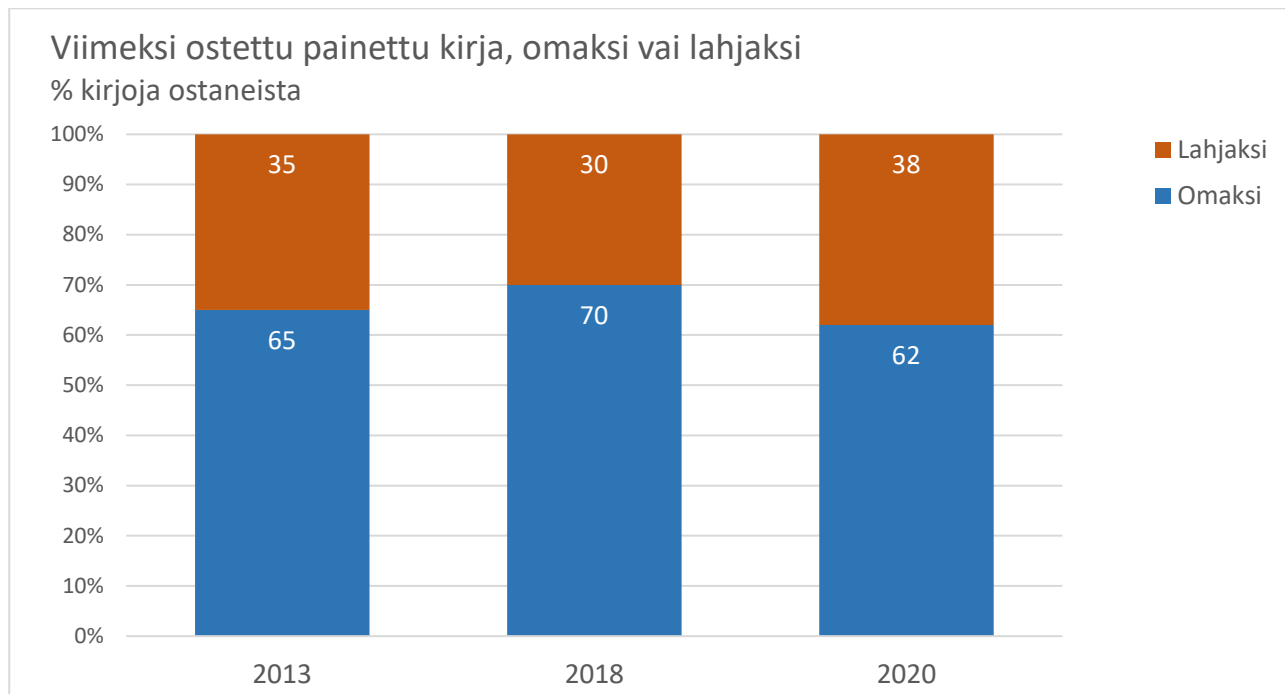
Kirjallisuuslajikohtaisesti kysyttynä hinnan vaikutus ostopäätökseen on pitkälti ennallaan. Suurin vaikutus hinnalla on kaunokirjallisuudessa, jossa erittäin suuri vaikutus on alentunut ja vähäinen vaikutus lisääntynyt.



Kaavio 14. Hinnan vaikutus ostopäätökseen.

## 6.1 Yhä useampi kirja ostetaan lahjaksi

Vuonna 2020 aiempaa suurempi osuus viimeksi ostetuista painetuista kirjoista oli hankittu lahjaksi. Tutkimuksessa ei selvitetty sähköisten kirjojen ostamista lahjaksi.



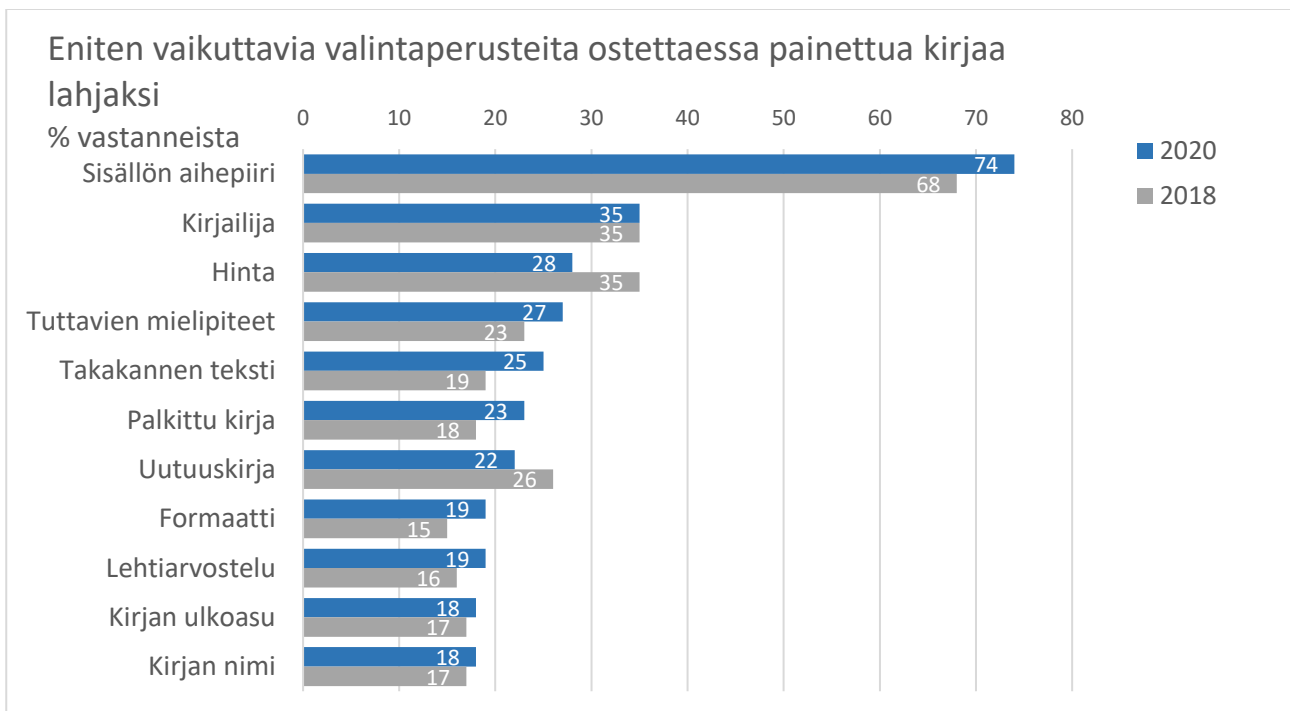
Kaavio 15. Viimeksi ostettu painettu kirja, omaksi vai lahjaksi.

Sekä omaksi että lahjaksi ostetuissa kirjoissa tärkeimmät valintaa puoltavat tekijät ovat sisällön aihepiiri sekä kirjailija. Hinnan merkitys kirjan valinnassa on molemmissa ostotarkoituksissa vähentynyt selvästi, kun hintaa vertaillaan muihin valintaperusteisiin.

Takakannen tekstin merkitys itselle kirjoja ostaessa on vahvistunut aiempaan tutkimukseen verrattuna. Sen sijaan kirjan kansi ei ole yltänyt tärkeimpien valintaperusteiden listalle. Lahjaksi ostettaessa merkittävimpien puoltavien tekijöiden listalle nousevat palkittu kirja, uutuus, kirjan ulkoasu ja kirjan nimi.



Kaavio 16. Eniten vaikuttavia valintaperusteita ostettaessa painettua kirjaa omaksi.



Kaavio 17. Eniten vaikuttavia valintaperusteita ostettaessa painettua kirjaa lahjaksi.

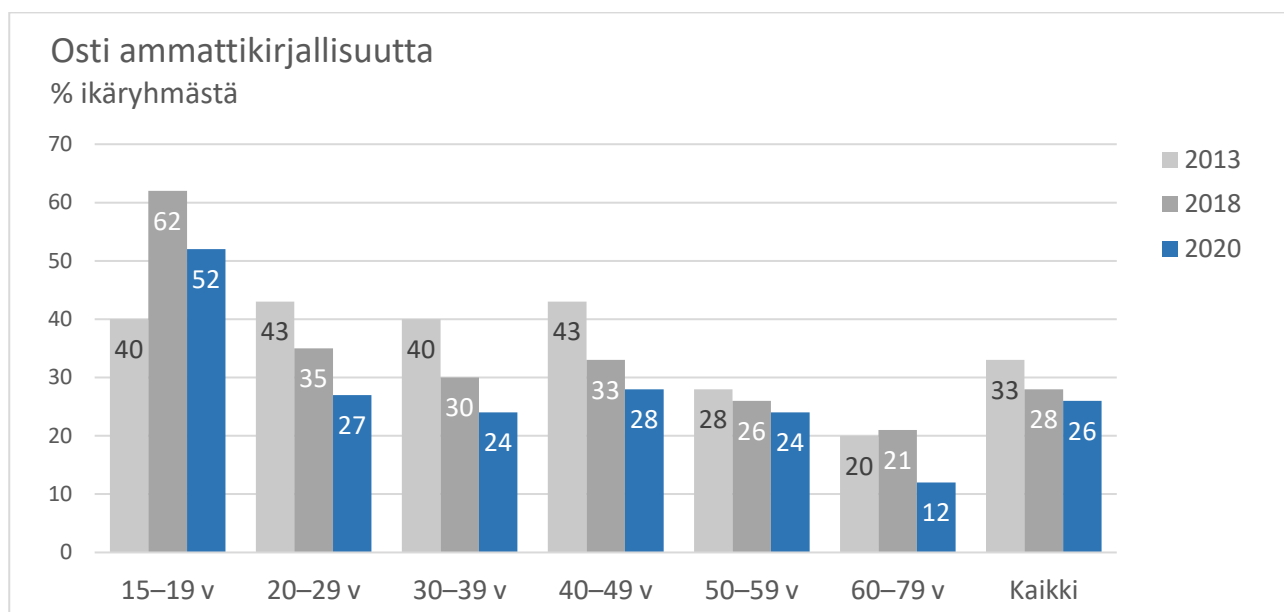


## 7 Ammattikirjallisuus ja oppikirjat

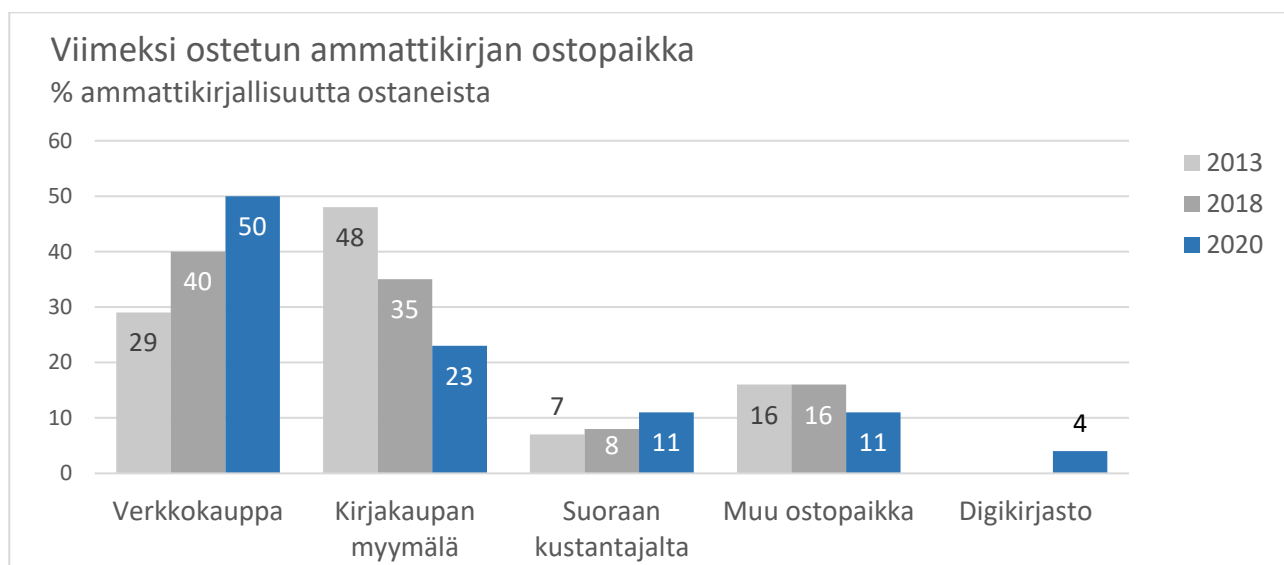
Ammattikirjallisuutta ilmoitti ostaneensa edellisen vuoden aikana 26 % vastaajista. Kysymyksessä ei eritelty, oliko kyse painetusta vai sähköisestä kirjasta. Ammattikirjallisuutta osti vuonna 2013 12 %, vuonna 2018 14 % ja vuonna 2020 kahdeksan prosenttia niistäkin, jotka eivät ostaneet muita kirjoja. Mitä enemmän vastaaja on ostanut painettuja kirjoja, sitä enemmän hän on ostanut myös ammattikirjoja, tai sitä suurempaa osaa ostamistaan kirjoista hän on pitänyt ammattikirjallisuutena.

Vuoden 2013 jälkeen ammattikirjallisuuden hankkiminen ei välttämättä ole vähentynyt niin paljon kuin taulukosta voisi päätellä. Kirjat on vain hankittu yksittäisinä tai ammatillisiin digikirjastoihin sisältyvinä e-kirjoina. Ammatillisista digikirjastoista tosin vain pieni osa on omalla rahalla hankittua.

Verkkokaupan osuus hankintapaikkana kasvaa edelleen, nyt jo puolet ammattikirjallisuudesta ostetaan verkosta, ja enää alle neljännes kirjakaupan myymälästä. Vuonna 2020 yhtenä ostopaikkavaihtoehtona oli digikirjasto, jonka kautta neljä prosenttia oli hankkinut viimeisimmän ammattikirjansa.



Kaavio 18. Osti ammattikirjallisuutta, % ikäryhmästä.



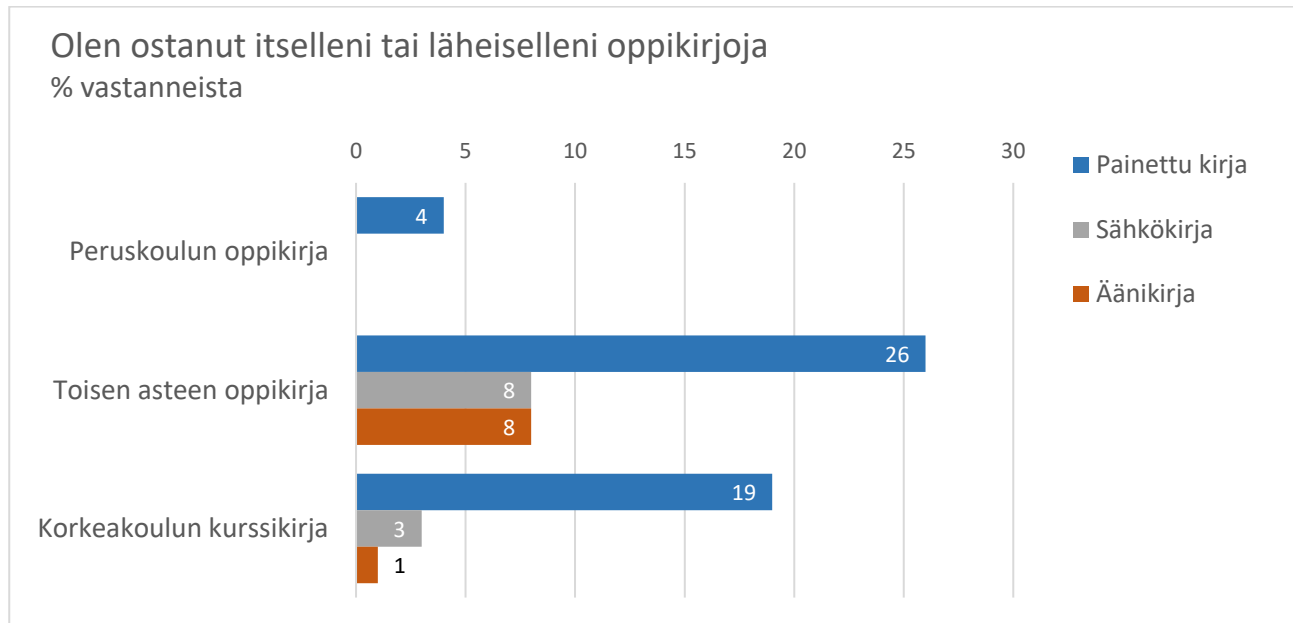
Kaavio 19. Viimeksi ostetun ammattikirjan ostopaikka.

## 7.1 Oppikirjojen ostaminen muuttuu maksuttoman toisen asteen myötä

Tutkimus painottuu yleisen kirjallisuuden ja ammattikirjallisuuden ostamiseen. Vuonna 2020 kysyttiin kuitenkin erikseen oppikirjojen ostamisesta.

Peruskoulun oppimateriaali on lähtökohtaisesti maksutonta. Painettuja peruskoulun oppikirjoja ostetaan siksi, että halutaan kierrätetyn kirjan sijaan uusi kirja tai lisämateriaalia, jota koulutuksen järjestäjä ei ole hankkinut kaikille yhteisesti.

Vuodesta 2021 alkaen siirrytään vähitellen siihen, että myös toisen asteen oppimateriaalin hankkii koulutuksen järjestäjä.



Kaavio 20. Olen ostanut itselleni tai läheiselleni oppikirjoja.