



Secondhand suomalaisten kuluttaja- käyttäytymisessä



Sisältö

1. Secondhand-kasvu Suomessa
2. Näin suomalaiset ostavat ja myyvät secondhandia
3. Secondhand ei vielä houkuttele kaikkia





Secondhand- kasvu Suomessa



Liiketoimintajohdon katsaus

Secondhand siirtyy verkkoon – ja kasvaa vauhdilla

Secondhandin eli käytetyn tavarahan ostamisen ja myymisen suosio on kasvanut jo vuosia, ja viimeisen vuoden aikana olemme nähneet käytetyn tavarahan kaupan siirtyvän vauhdilla verkkoon myös Suomessa.

Niin kutsuttu recommerce on tullut osaksi ecommercea eli verkkokauppaa. Siinä missä uuden tavarahan myynti löysi 90-luvun lopulta alkaen uuden kanavan verkosta, samaa tapahtuu nyt secondhandin osalta – kivijalan rinnalle tulee verkkokauppa.

Käytetyn tavarahan osto- ja myyntialustat, kuten Vinted ja Tori, yhdistävät alustallaan ostajat ja myyjät suoraan toisiinsa. Kuluttajien välisen kaupan verkkokauppaistuminen rantautui Suomeen noin vuosi sitten, kun Euroopassa suosittu liettualainen Vinted lanseerasi Suomessa loppuvuodesta 2024 ja suomalaisille tuttu Tori toi markkinoille ToriDiili-palvelun keväällä 2025. Nämä palvelut ovat tuoneet maksamisen ja kuljetuksen osaksi kuluttajien välistä kauppaa, aivan

kuten ne ovat osa verkkokauppaakin: Toimitustavan valinta ja maksaminen tapahtuvat verkossa osana ostoputkea.

Markkinapaikkojen lisäksi useat brändit, kuten Marimerkko ja Kalevala Koru, ovat tuoneet secondhand-valikoiman osaksi verkkokauppaansa ja kuratoituja valikoimia tarjoavat verkkokaupat, kuten Emmy ja Ninyes, tuovat käytetyt brändituotteet myyntiin luotettavasti tarkastettuna. Verkon kautta ostajat ja myyjät läheltä ja kaukaa löytävät toisensa ja secondhand-valikoima on tullut yhä monipuolisempaa kaikkien ulottuville.

Maailmalla secondhandin verkkokauppaistuminen on alkanut

aiemmin, ja esimerkiksi Euroopassa secondhandin edelläkävijä on Ranska. Tästä esimerkkinä mainittakoon, että French Fashion Insitutuen mukaan Vinted on Ranskan johtava vaatemyyjä volyymissä mitattuna (Q1/25).

Useiden kansainvälisten tutkimusten mukaan recommercen odotetaan kasvavan 3-5 kertaa nopeammin kuin perinteisen verkkokaupan. Muodin tuotekategoriat ajavat kasvua, mutta käytetyn suosio kasvaa muun muassa myös elektroniikassa ja erilaisissa kodin tuotteissa. Z-sukupolvena tunnetut, teini-ikäiset ja nuoret aikuiset ovat tässäkin edelläkävijöitä, ja heille käytetyn ostaminen ja myynti kuuluvat osaksi jokapäiväistä ostokäyttäytymistä.



Osana Secondhand Syyskuu -kampanjaa toteutimme tutkimuksen suomalaisten secondhand-käyttäytymisestä. Tulokset noudattavat maailmalta tuttuja trendejä, ja kertovat myös, että secondhand-kasvun voidaan odottaa jatkuvan vauhdilla. Vaikka käytetyn tavaran ostaminen ja myyminen yleistyvät vauhdilla, neljännes suomalaisista ei ole koskaan ostanut käytettyä, ja jopa 41 % ei ole myynyt tavaroitaan eteenpäin. Ostamista rajoittavat epäilyt laadusta ja luotettavuudesta tai myyminen koetaan vaivalloiseksi. Silti perinteiset kirpputorit ovat yhä suosituin secondhand-kanava, erityisesti vanhemmissa ikäryhmissä. Nuoret sen sijaan ovat aktiivisia verkossa tapahtuvan recommercen käyttäjiä: heille käytetyn ostaminen ja myyminen verkossa on jo osa arkea.

Me Postilla uskomme, että käytetyn ostaminen ja myyminen kasvaa edelleen ja yhä useammat ottavat sen osaksi arkeaan ja kulutustottumuksiaan. Globaalisti suurin kasvu tulee nimenomaan verkossa tapahtuvasta kaupasta, ja näemme saman suuntauksen myös Suomessa. Vanha sanontakin sanoo, että mitä nuoret edellä, sitä vanhat perässä.

Toivotan antoisia lukuhetkiä katsauksen parissa!

Elina Rosenlund

Recommercesta vastaava myyntijohtaja





Tutkimuksen toteutus

Postin vuonna 2025 toteuttama tutkimus käytetyn tavaran ostosta ja myynnistä toteutettiin osana Iro Researchin valtakunnallista kuluttajapaneelia kesäkuussa 2025.

Otos (N=1000) painotettiin iän, sukupuolen, asuinpaikkakunnan tyypin ja maakunnan mukaan vastaamaan suomalaista väestöä.

Tutkimuksen tiedonkeruu tehtiin 10.–22.6.2025, ja tulosten tilastollinen virhemarginaali on enintään noin $\pm 3,2$ prosenttiyksikköä.



**Näin suomalaiset
ostavat ja myyvät
secondhandia**

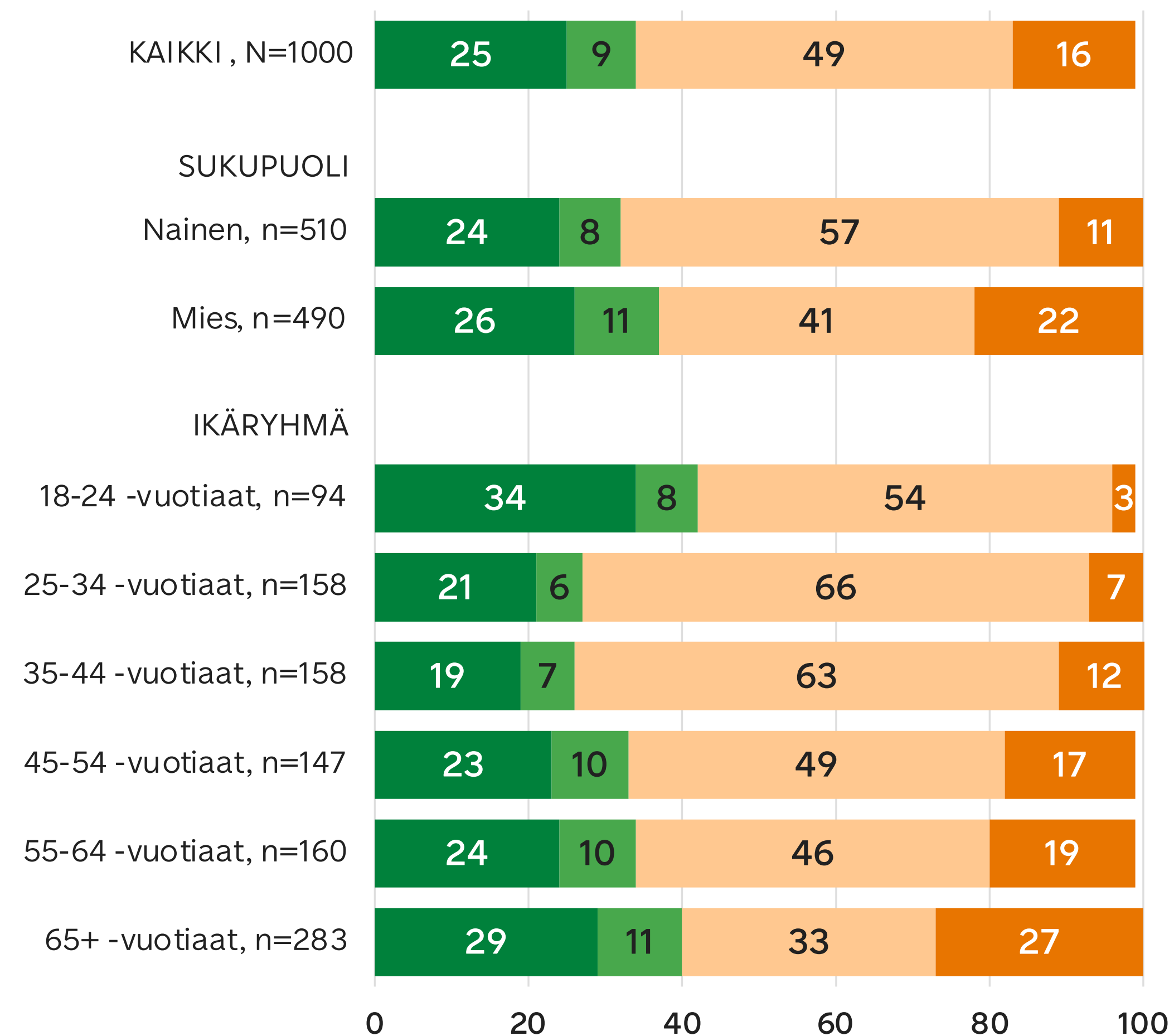
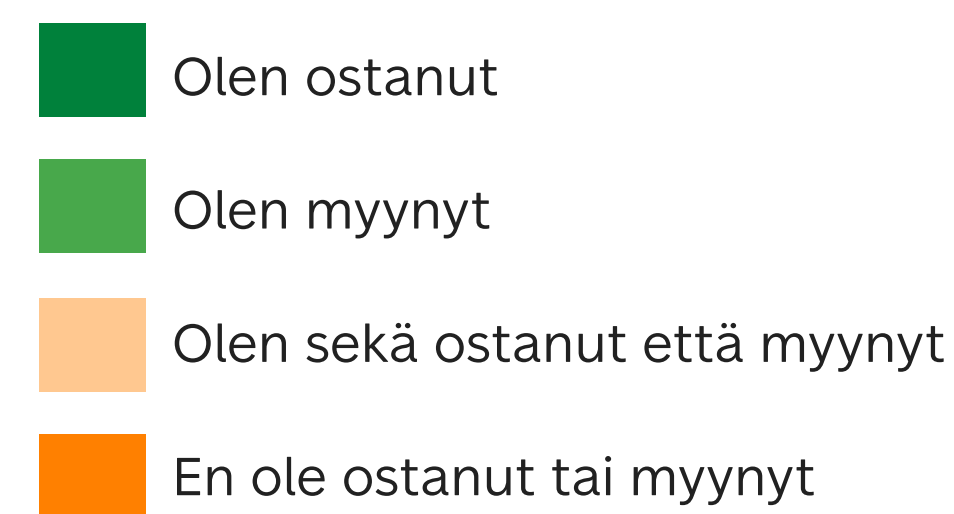




Oletko ostanut tai myynyt käytettyä tavaraa?

Vaikka käytettyjen tavaroiden kierrätys yleistyy, secondhand ei silti kuulu kaikkien arkeen. Joka neljäs suomalainen ei ole koskaan ostanut käytettyä tavaraa, ja jopa 41 % ei ole koskaan myynyt omiaan eteenpäin.

Tutkimus paljastaa selkeitä eroja siinä, ketkä hyödyntävät secondhand-markkinoita.



Sukupuolten välillä on selviä eroja secondhand-käyttäytymisessä.

Suomalaiset naiset ovat miehiä aktiivisempia käytetyn tavarankäyttäjien markkinoilla: naisista 81 prosenttia kertoo ostaneensa käytettyä, kun miehistä vain kaksi kolmesta on tehnyt samoin. Ero näkyy myös myyntiaktiivisuudessa: miehistä yli puolet ja naisista noin kaksi kolmasosaa ovat myyneet kaapeissa lojuvia tavaroita eteenpäin.

”Käytännöllistä, ekologista, edullista.”

”Tunnen mielihyvää varsinkin, jos saan ostettua käytettynä jonkun arvokkaamman (pitkään) himoitsemani tavarankäyttäjän.”

Nuoret aikuiset, erityisesti alle 24-vuotiaat, ovat innokkaimpia secondhandin ostajia ja myyjiä.

18–24 -vuotiaista peräti 88 prosenttia on joskus ostanut käytettyä, ja jopa 62 prosenttia on laittanut tavaroitaan kiertoon. Alle 34-vuotiaat pitävät tavarat aktiivisesti kierrossa: lähes

puolet (46 %) ostaa käytettyä kuukausittain, ja samassa tahdissa 38 prosenttia myös myy tavaroitaan eteenpäin. Kaikista käytettyä jo ostavista kolmasosa (34 %) tekee secondhand-hankintoja vähintään kuukausittain.

”Varsinkin CD- ja LP-levyjä ei tänä päivänä enää löydä mistään, joten siksi ostan niitä paljon kirppiksiltä.”

Secondhandia ostavista joka kolmas tekee ostoksia kuukausittain.



Käytetyn tavarán ostamisen ja myymisen motiivit vastaajien kokemusten perusteella

Käytetyn tavarán ostamiseen vaikuttavat ennen kaikkea hinta ja vastuullisuus. Edullisuus on tärkein syy suomalaisille valita secondhandia, ja lähes puolet mainitsee vastuullisuuden merkittäväksi motiiviksi.

67 prosenttia vastaajista kertoo myyneensä kaapeissa lojuvia tavaroitaan, koska heille on tärkeää, että tavaroiden käyttö jatkuu, vaikka itselle nämä olisivat jääneet tarpeettomiksi. Tavaroita halutaan myös pois nurkista lisätilan tarpeen vuoksi (44 %).

Syyt ostaa

74 %

Edullisempi hinta

49 %

Vastuullisuus

38 %

Mielihyvä eduista ja hyvistä löydöistä

38 %

Persoonalliset löydöt

23 %

Tuotetta ei ole enää saatavilla uutena

23 %

Tuotetta ei ole varaa ostaa uutena

Syyt myydä

67 %

Tuotteen elinkaari jatkuu

44 %

Tarve saada tilaa

28 %

Rahan ansaitseminen

23 %

En halua lahjoittaa tavaraa ilmaiseksi

20 %

Vanhan tuotteen myyminen uuden alta

19 %

Tarve saada rahallista vastinetta arvokkaille esineille



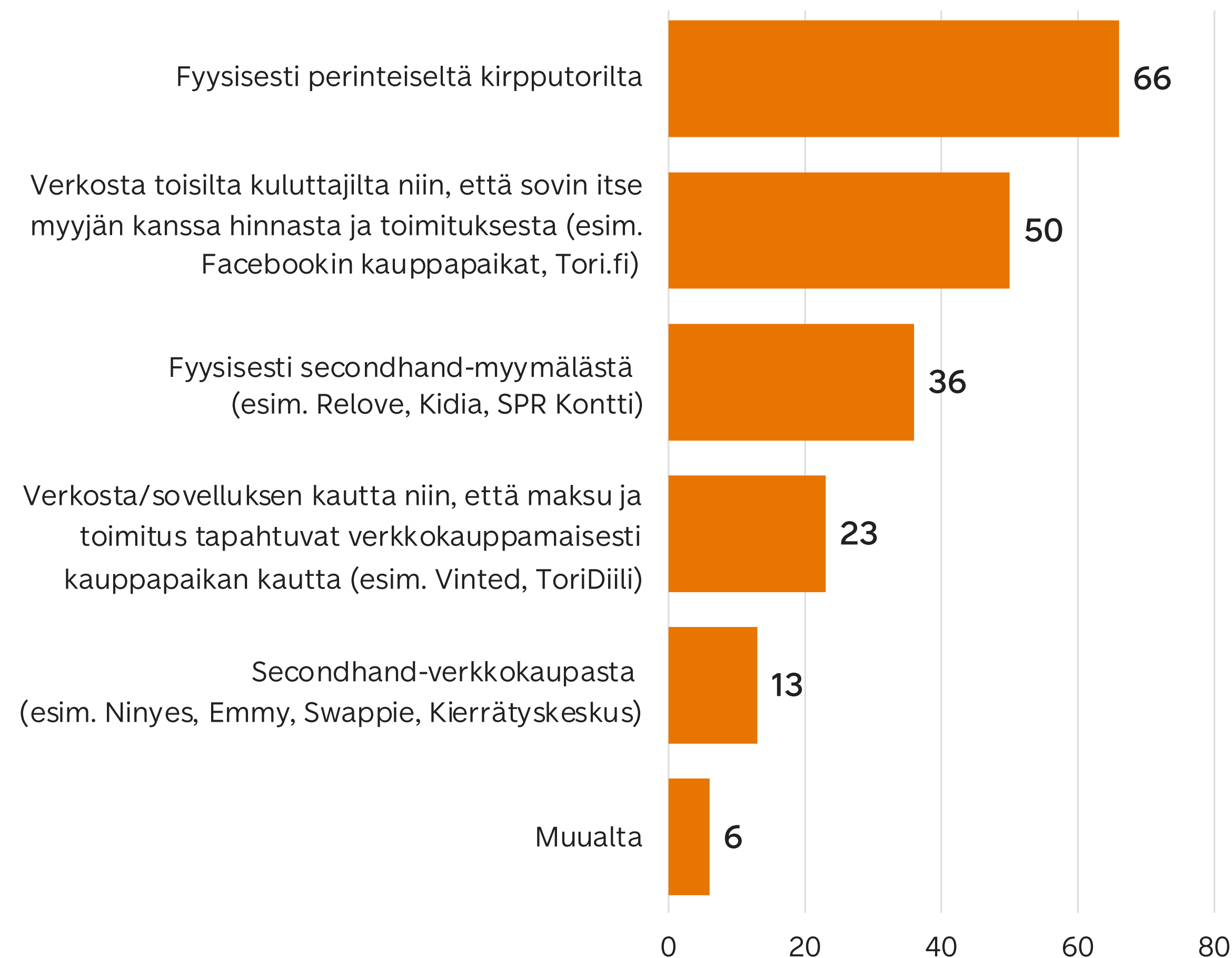
Mistä olet ostanut käytettyä tavaraa?

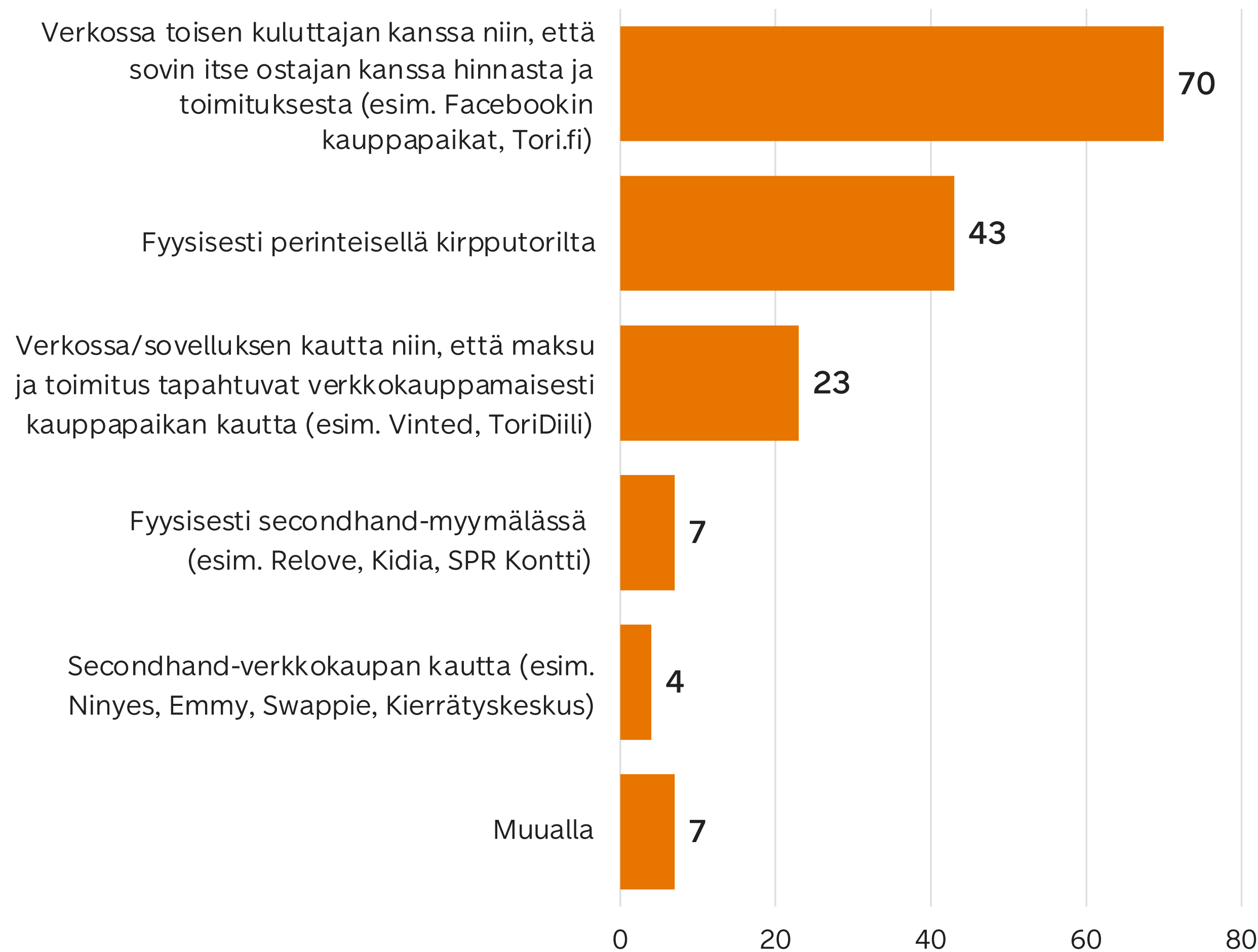
Vastaajat, jotka ovat ostaneet käytettyä tavaraa.

Suomalaiset ostavat käytettyä tavaraa monipuolisesta eri kanavista, mutta perinteiset kirpputorit pitävät edelleen kärkipaikkaa: 66 % vastaajista kertoo ostaneensa käytettyä kirpputoreilta.

Verkossa suoraan toisilta kuluttajilta ilman välikäsiä ostaa 50 %, fyysisistä secondhand-myymälöistä 36 % ja verkkokauppamaisilta alustoilta 23 %.

Nuoret ovat verkkokauppamaisten alustojen aktiivisimpia käyttäjiä: 18–24-vuotiaista jopa 45 % on ostanut tuotteita. 25–34-vuotiaista osuus on 40 %, 35–44-vuotiaista 26 %, kun taas yli 65-vuotiaista vain 5 %.





Missä olet myynyt käytettyä tavaraa?

Vastaajat, jotka ovat myyneet käytettyä tavaraa.

Suomalaiset suosivat käytettyjen tavaroiden myynnissä ennen kaikkea verkon markkinapaikkoja, joissa kauppaa käydään suoraan toisen kuluttajan kanssa siten, että hinta sekä toimitus sovitaan itse.

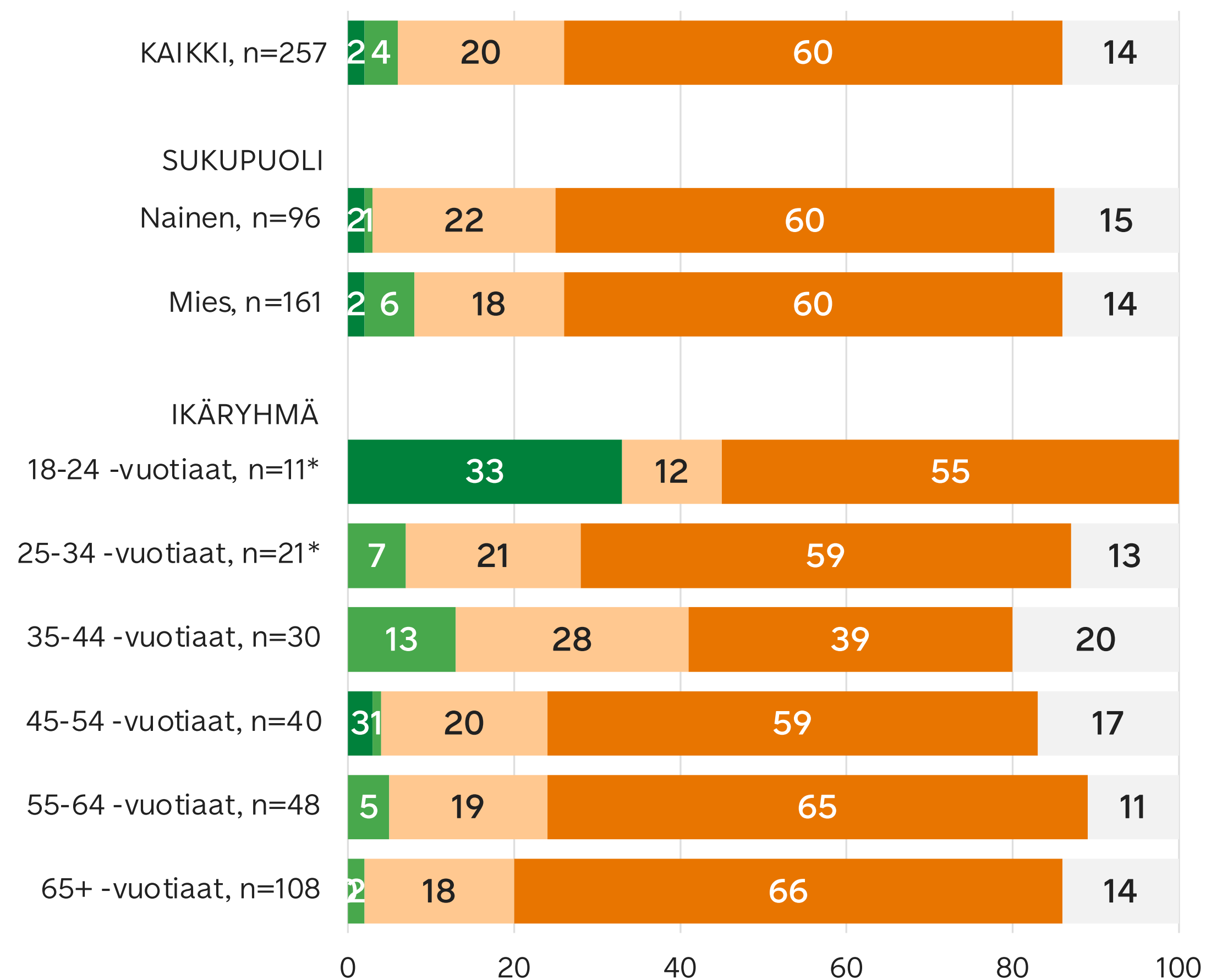
Nuoret ovat jo omaksuneet secondhandin verkkokauppamaisen toimintatavan, jossa maksu ja toimitusvalinta tapahtuvat kauppapaikan kautta: 18–24-vuotiaista jopa 51 % on myynyt tuotteita verkossa kuluttajalta kuluttajalle toimivilla verkkokauppamaisilla alustoilla. 25–34-vuotiaista osuus on 40 %, 35–44-vuotiaista 22 %, kun taas yli 65-vuotiaista vain 9 %.

Sukupuolten välillä on havaittavissa eroja verkkokauppamaisten alustojen käytössä: naisista 28 % on myynyt tuotteita näiden kautta, kun taas miehistä vain 16 %.



**Secondhand ei
vielä houkuttele
kaikkia**

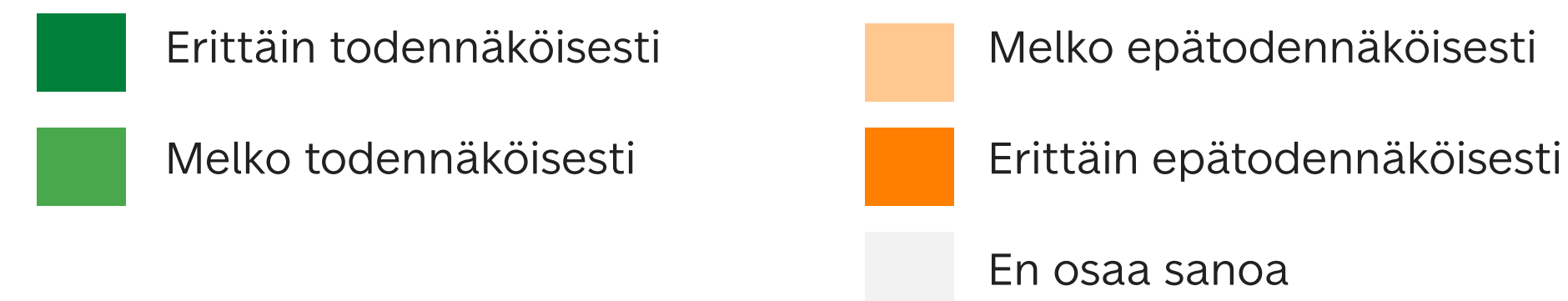




Kuinka todennäköisesti aiot ostaa käytettyä tavaraa seuraavan 12 kuukauden aikana?

Vastaajat, jotka eivät ole ostaneet käytettyä tavaraa.

Secondhand-markkina ei toistaiseksi houkuttele niitä, jotka eivät ole aiemmin ostaneet käytettyjä tuotteita. Peräti 80 % heistä arvioi, ettei aio tehdä ostoksia myöskään seuraavan vuoden aikana. Poikkeuksena ovat 18–24-vuotiaat, joista jopa 33 % aikoo todennäköisesti hankkia käytettyjä tuotteita tulevien kuukausien aikana.





Käytetyn tavaran ostamisen ja myymisen esteet vastaajien kokemusten perusteella

Monet niistä, jotka eivät osta käytettyä, kertovat syyksi epävarmuuden laadusta tai ostamisen luotettavuudesta. Ikäryhmien välillä on selviä eroja: nuoria mietityttää erityisesti palautusoikeuden puute, kun taas vanhemmat kuluttajat epäröivät ostoprosessin monimutkaisuuden sekä tuotteen kunnon ja laadun vuoksi.

Ne, jotka eivät ole myyneet tavaroitaan eteenpäin, kertovat syyksi useimmiten myymisen vaivalloisuuden tai sen, että he lahjoittavat mieluummin tarpeettomat tavarat hyväntekeväisyyteen. Erityisesti naiset (44 %) ja yli 65-vuotiaat (39 %) antavat tavaransa vastikkeetta eteenpäin. Sen sijaan jopa 30 % miehistä kokee, ettei heillä ole mitään myytävää.

Ostamisen esteet

41 %

Epävarmuus laadusta

33 %

Luotettavuus (maksaminen, rehellisyys jne)

22 %

Ostaminen koetaan vaikeaksi ja aikaa vieväksi

21 %

Hygienia

19 %

Sovitusmahdollisuuden puute

17 %

Palautusoikeuden puute

Myymisen esteet

41 %

Myyminen koetaan vaikeaksi

30 %

Lahjoitan mieluummin hyväntekeväisyyteen

25 %

Ei ole mitään myytävää

22 %

Lähettäminen koetaan vaikeaksi

14 %

Luotettavuus (maksaminen, rehellisyys jne)

11 %

Ajan puute



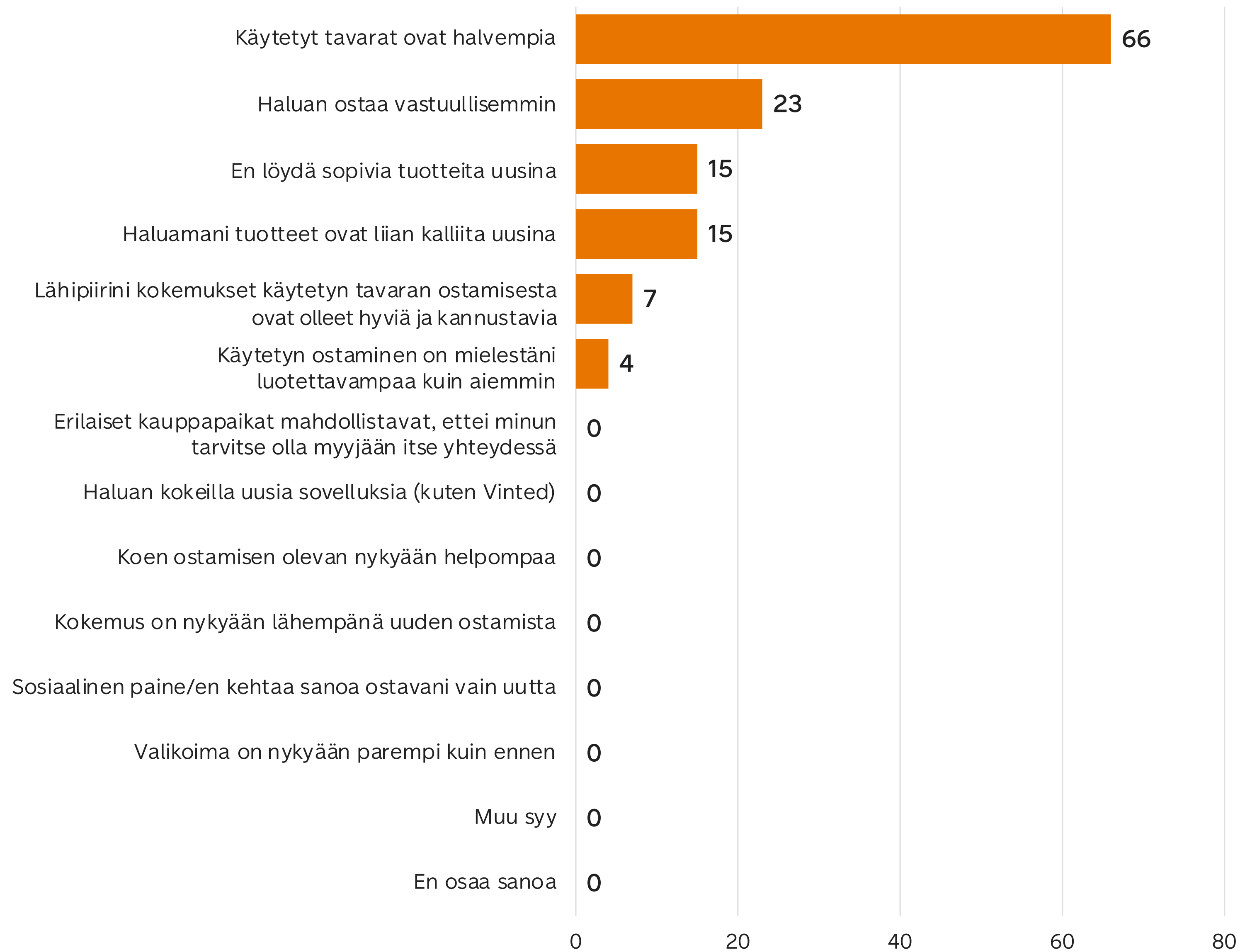
Vaikka käytetyn tavaran ostamiseen liittyy epäilyksiä laadusta ja vaivalloisuudesta, sen sosiaalinen hyväksyttävyys on korkea. Yksikään vastaaja ei kokenut, että ostamisen esteenä olisi häpeä tai pelko muiden mielipiteistä.

0%

**vastaajista kertoo,
että ei kehtaa
ostaa käytettyä**

1%

**vastaajista kokee,
että käytetyt
tavarat eivät ole
trendien mukaisia**



Miksi suunnittelet ostavasi käytettyä seuraavan 12 kk aikana, jos et ole aiemmin ostanut?

Vastaajat, jotka aikovat ostaa käytettyä tavaraa seuraavan 12 kk aikana erittäin tai melko todennäköisesti.

Ensi kertaa käytetyn ostoa harkitsevia secondhand-markkinoille houkuttelisi edullisempi hinta, vastuullisuus sekä sellaiset tuotteet, joita ei löydy uusina.



Mitä ostaisit todennäköisimmin?

Vastaajat, jotka aikovat ostaa käytettyä tavaraa seuraavan 12 kk aikana erittäin taimelko todennäköisesti.

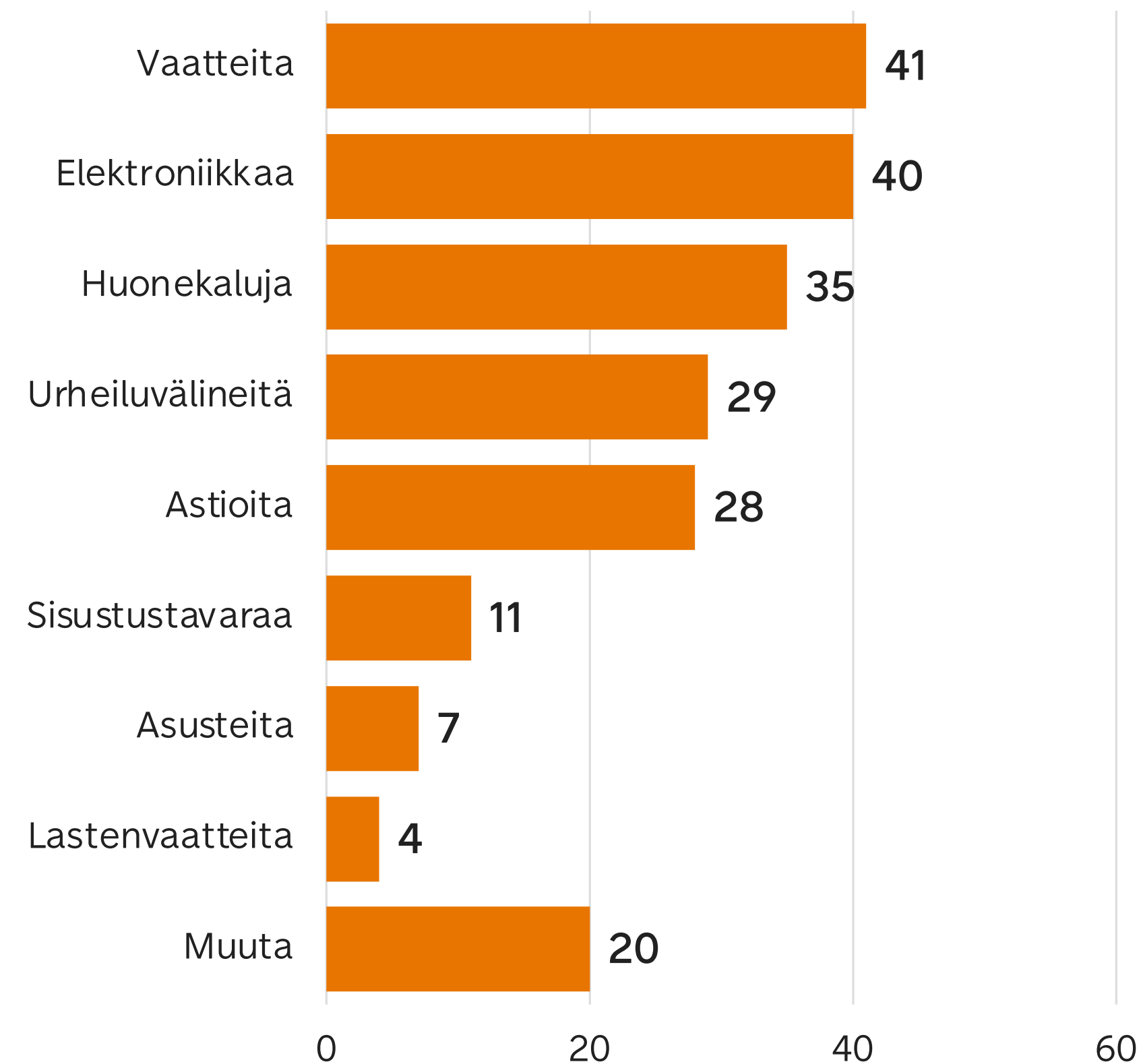
Ensimmäistä kertaa käytetyn ostoa harkitsevat valitsisivat todennäköisimmin vaatteet ja elektroniikan, jotka ovat selvästi suosituimmat tuoteryhmät. Kolmannelle sijalle sijoittuvat huonekalut.

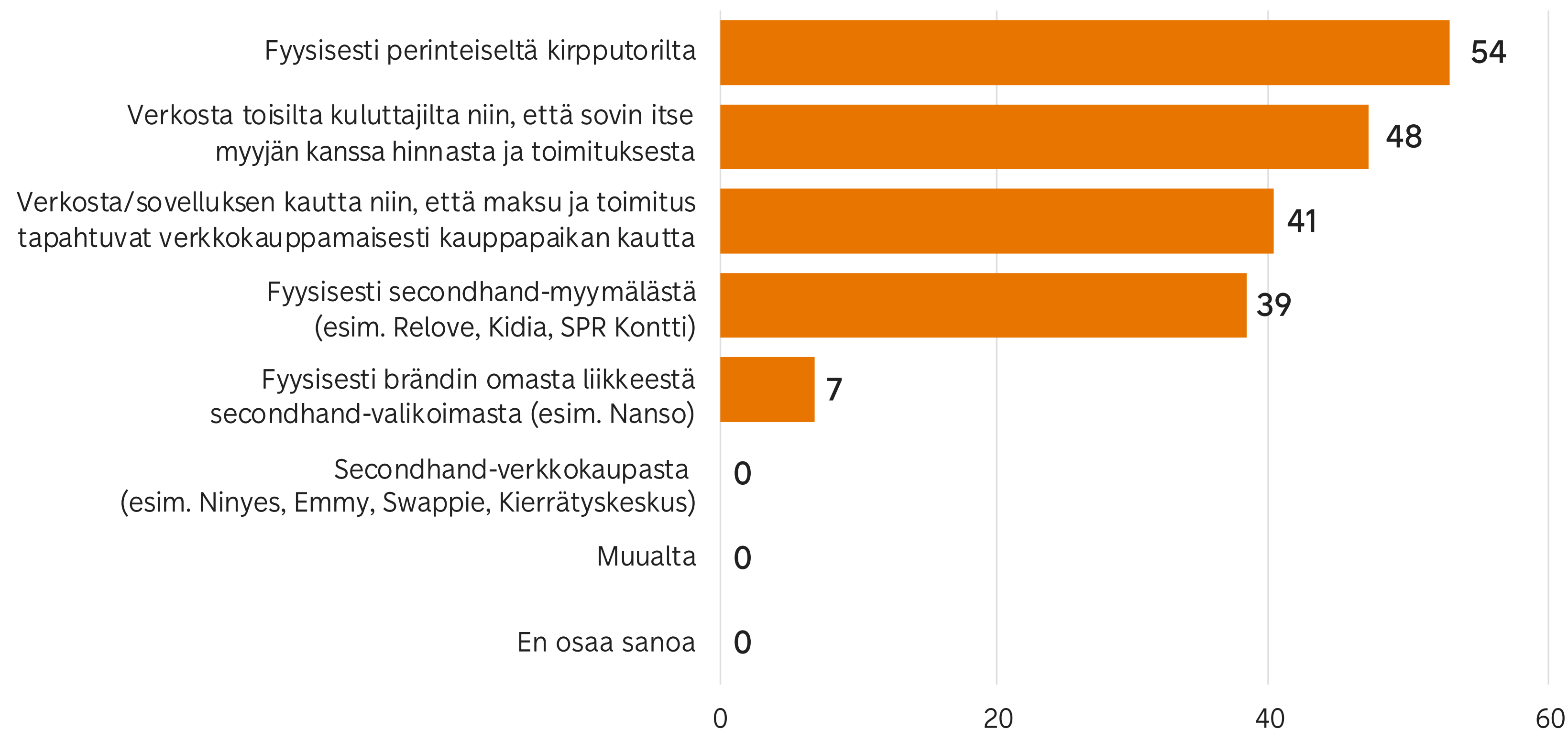
Sukupuolierot osto- kiinnostuksissa ovat selkeitä

Naiset osoittavat huomattavasti suurempaa kiinnostusta vaatteiden

ostamiseen. Peräti 74 % naisista ostaisi todennäköisesti vaatteita, kun taas miehistä vain 36 % tekisi saman valinnan. Naisilla vaatteiden jälkeen kiinnostavimpia tuoteryhmiä ovat lastenvaatteet, asusteet ja astiat.

Miehiä puolestaan kiinnostavat erityisesti elektroniikka, huonekalut ja urheiluvälineet.





Mistä ostaisit todennäköisemmin?

Vastaaajat, jotka aikovat ostaa käytettyä tavaraa seuraavan 12 kk aikana erittäin tai melko todennäköisesti.

Ensimmäistä kertaa käytetyn ostoa harkitsevista yli puolet suuntaisi edelleen perinteiselle kirpputorille. Tässä poikkeuksena on nuorempi väestö, jotka ostavat aktiivisemmin verkon eri alustoilta.

Kaikista vastaaajista verkosta ostaisi 48 % sopien itse hinnasta ja kuljetuksesta toisen kuluttajan kanssa, ja 41 % valitsisi verkkokauppaomaisen alustan tai sovelluksen.

Secondhand tarjoaa mahdollisuuksia

Tutkimus osoittaa, että käytetyn ostaminen on jo nuorempien sukupolvien arkea ja uskomme, että secondhand vakiinnuttaa paikkansa osana jokaisen suomalaisen jokapäiväisiä kulutusvalintoja.

Secondhandin vahva siirtyminen verkkoon sekä kätevät lisäpalvelut, kuten sujuvat toimitukset, helppo vastaanottaminen ja luotettavat maksutavat, ovat vauhdittaneet markkinan kasvua. Käytettyjen

tuotteiden myynti ei ole enää vain kuluttajien välistä kauppaa, vaan osa kiertotaloutta ja yritysten kestävän kehityksen strategiaa.

Yrityksille secondhand tarjoaa mahdollisuuden laajentaa asiakaskuntaa ja rakentaa uutta liiketoimintaa kiertotalouden hengessä. Ne yritykset, jotka eivät vielä ole mukana, voivat menettää kasvavan asiakassegmentin – erityisesti nuorissa aikuisissa, joille käytetyn ostaminen on jo arkipäivää.

Haluamme kannustaa yrityksiä tarttumaan rohkeasti kiertotalouden tuomiin uusiin mahdollisuuksiin, joissa yhdistävät positiiviset vaikutukset sekä liiketoimintaan että ympäristöön. Hyviä esimerkkejä löytyy jo, kuten **Nanson ja Postin menestystarina**, joka tarjoaa hyvän esimerkin vastuullisuudens sekä liiketaloudellisen kasvun ja tehokkuuden yhdistymisestä. Jatkossa korostuvat helppous ja luotettavuus, sillä asiakkaat arvostavat vaivattomia tapoja ostaa ja myydä käytettyä.





Vastuullisuus on yksi strategiamme kulmakivistä, ja haluamme auttaa yrityksiä siirtymään kohti kestävämpiä toimintatapoja ja integroimaan kiertotalouden osaksi muuta toimintaa. Postin kiertotalouspalvelut tarjoavat logistisen alustan, joka kattaa käytettyjen tuotteiden varastoinnin, kuljetuksen, jakelun ja seurannan. Lisäksi palveluihimme kuuluvat tuotteiden kuntotarkastus, korjaus ja viimeistely myyntikuntoon.

Secondhand-markkinassa on valtava potentiaali, joka tukee sekä liiketoiminnan kasvua että vastuullisuustavoitteita. Halumme olla mukana kehittämässä ja mahdollistamassa parhaimmat ratkaisut muuttuvassa markkinassa. Yhdessä me voimme tarjota entistä vastuullisimpia vaihtoehtoja ja me Postilla – strategiamme mukaisesti – toimitamme vastuullisesti sen millä on sinulle merkitystä.

Elina Rosenlund

Recommercesta vastaava myyntijohtaja



Mikä on Secondhand Syyskuu?

Secondhand-markkina kasvaa vauhdilla ja samalla kysyntä uusille myyjille ja myytävälle tavaroille on suuri. Posti ja 14 tunnettua secondhand-alan toimijaa yhdistivät voimansa Secondhand Syyskuun ajaksi edistääkseen vastuullisempaa kulutuskulttuuria ja tuodakseen esiin käytettyjen vaatteiden ja tavaroiden markkinoiden monipuolisuuden.

Secondhand Syyskuun tavoitteena oli inspiroida yhä useampia pohtimaan, voisiko seuraava hankinta olla käytetty – ja voisiko omasta kaapista löytyä

tavaroita, joille joku muu antaisi uuden elämän. Alalle kaivataan kiertoon yhä enemmän käyttämättömänä olevia tavaroita.

Vuonna 2025 Postin lisäksi kampanjassa olivat mukana **Bought, Emmy, Flip1, Gugguu Preloved, Huuto.net, Kalevala Pidetty, Kidli, Luhta ReUse, Marimekko Preloved, Nanso, Ninyes, Tori, Vaihtokapula ja Varusteleka**. Syyskuun aikana kampanjan yhteistyökumppanit tarjosivat yhdessä Postin kanssa erilaisia etuja ja alennuksia, kuten esimerkiksi kuljetuspalveluihin liittyviä tarjouksia.



posti

