

Second hand, recommerce, vertaiskauppa, uusiokauppa:

Second hand -kuluttaja ja kiertokaupan markkina Suomessa 2025

Jaana Kurjenoja

Pääekonomisti

18.9.2025

etu

Erikoiskaupan liitto Etu ry



Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

Sisällys (Lyhentämättömän tutkimuksen sisällysluettelo)

Aluksi	3
Määritelmiä	4
1 Taustaa: Suomalaisten vastuullisuusasenteita	6
2 Käytettyjen tuotteiden ostajien kansainvälistä vertailua	16
3. Kuluttajat kiertokaupan tekijöinä	29
3.1. Suomalaiset second hand -ostajina	32
3.1.1 Tulevaisuuden kiertokaupan asiakkaat – Opiskelijat second hand -ostajina	60
3.2. Suomalaiset second hand -myyjinä	72
3.2.1 Tulevaisuuden kiertokaupan mahdollistajat – Opiskelijat second hand -myyjinä	87
4 Kiertokaupan markkina Suomessa	94
4.1 Suosituimmat käytetyn tavaran kaupat ja vertaisverkkokaupan alustat	96
4.2 Kiertokaupan markkina verkkosivuvierailujen kertomana	110
4.3 Kiertokaupan kuluttajamarkkinan koko	124
Lähteet	128

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

Aluksi

- Kaupan liitto aloitti kiertokaupan ilmiön seuraamisen jo 10 vuotta sitten vuonna 2015 (Kurjenoja, 2015), kun se oli vasta nousemassa erilliseksi kaupankäynnin ilmiöksi.
 - Kuluttajien välinen vertaiskauppa koettiin tuolloin jakamistalouden nousevaksi ilmiöksi, jota myös kaupan yritysten olisi hyvä ymmärtää paremmin.
- Vuoden 2015 tutkimuksessa tarkasteltiin pelkästään vertaisverkkokauppaa, koska käytettyjen tavaroiden myynti yrityksissä oli vielä hyvin perinteistä.
 - Vuonna 2015 vertaisverkkokaupan tarkastelussa mukana olivat myös autot, veneet, loma-asuntojen vuokraus ja pääsylippujen myynti. Nämä tuoteryhmät on jätetty pois myöhemmistä selvityksistä.
 - Käytettyjen autojen myynti on aina ollut merkittävä ja olennainen osa autokauppaa ja myös kuluttajien keskinäistä kauppaa, mutta sitä ei enää vuosien 2023 ja 2025 tutkimuksissa tarkastella osana vertaiskauppaa tai käytettyjen tavaroiden kauppaa.
- Vuonna 2015 ylivoimaisesti suurin vertaisverkkokaupan tuoteryhmä oli kuluttajaelektroniikka. Muodin eri tuoteryhmät olivat vasta kolmanneksi suurin tuoteluokka kuluttajaelektroniikan ja harrastustuotteiden jälkeen.
- Vuosien 2023 ja 2025 tutkimuksissa vertaiskaupan ohella tarkastellaan myös b2c-kiertokauppaa. Kuluttajalle ei aina ole edes selvää, ostaako vai myykö hän tuotteen vertaiskaupassa vai kiertokaupan yrityksen kautta.
- Tämän vuoden tutkimusta on ollut mukana rahoittamassa Erikoiskaupan liitto Etu Ry.

Määritelmiä

- Kiertokaupalle ei ole vakiintuneita suomenkielisiä termejä. Pääasiassa kiertokauppa on käytettyjen tavaroiden kauppaa, mutta siihen sisältyy myös kaupankäyntiä uusilla tuotteilla, jotka olisivat ilman uudelleen myyntiä päätyneet todennäköisesti tuhottaviksi.
- Alla määritellään tässä tutkimuksessa käytettäviä termejä lähinnä kaupankäynnin kanavien mukaan. Esim. Yrjölä ym. (2021) on määritellyt second hand -talouden termejä liiketoimintamallien mukaan.
- Recommerce: Sähköisesti verkossa tapahtuva uudelleen myynti, johon sisältyy
 - Kuluttajien keskinäinen vertaisverkkokauppa, jota käydään pääasiassa siihen suunniteltujen alustojen kautta, kuten tori.fi, tai eBay, tai erilaisten sosiaalisen median sovellusten, kuten Facebook-ryhmien kautta;
 - Second hand -verkkokauppojen B2C-myynti, esim. fonum.fi tai sprkontti.fi;
 - Kauppojen tai verkkokauppojen sähköinen "outlet"-myynti eli uusiokauppa, jossa tuotteet eivät varsinaisesti ole käytettyjä ja jonkun toisen henkilön omistamia (preowned), vaan ne ovat esimerkiksi mallikappaleita, sovitettuja ja palautettuja tuotteita, myymättä jääneitä vanhoja malleja, kakkoslaatua tai virheellisiä tuotteita, jotka olisivat muuten päätyneet tuhottaviksi.
- Second hand -kauppa eli käytetyn tavaran B2C-kauppa:
 - Käytetyn tavaran kauppa fyysisissä myymälöissä ja myymälöiden outlet-osastoilla;
 - Second hand -verkkokauppa, joka on myös osa recommerce-ilmiötä.
- Vertaiskauppa: kuluttajien keskinäinen kaupankäynti, jota käydään
 - Vertaisverkkokaupassa, joka on myös osa recommerce-ilmiötä;
 - Fyysisillä kirpputoreilla tai ostoskeskusten käytetyn tavaran toreilla tai vastaavilla;
 - Kuluttajien suoraan keskenään käymä kauppa ilman sähköisiä tai fyysisiä alustoja, esimerkiksi naapureiden tai ystävien keskenään käymä kauppa.
- Kiertokauppa sisältää kaikki edellä kuvatut ilmiöt ja kaupankäynnin tavat.
- Koska kiertokauppa on niin moninainen kaupan muoto, sen voi yksinkertaistaa ja tiivistää käytetyn tavaran kaupaksi, vaikka se sisältääkin myös ennen omistamattomien tuotteiden uusiomyyntiä sekä vuokraustoimintaa.
- Tässä tutkimuksessa tarkastellaan vähittäiskauppaan liittyvien tuotteiden uudelleen myyntiä ja ostamista. Tutkimuksessa ei tarkastella käytettyjen autojen ja muiden ajoneuvojen tai asuntojen ja kiinteistöjen uudelleen myyntiä ja ostamista tai esimerkiksi pääsylippujen vertaiskauppaa tai jakamistalouteen liittyvää vuokrausta tai palvelua.

Päälähteet

- Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenoja vastaa tutkimusasetelman suunnittelusta sekä tulosten analysoinnista.
- Luvun 2 kuluttajien kansainvälisen vertailun päälähteenä on Statistan kansainvälisen kuluttajakyselyn tietokanta, josta tässä tutkimuksessa on hyödynnetty Suomen, Saksan, Yhdistyneiden Kuningaskuntien ja Ruotsin tuloksia.
 - Suomen tulokset perustuvat 1.7.2024–9.6.2025 välillä tehtyyn kuluttajakyselyyn, jonka otos on 9 565 18 – 64-vuotiasta verkon käyttäjää.
 - Saksan kuluttajakysely tehtiin 1.7.2024–11.6.2025, ja sen otos on 35 978 18–64-vuotiasta verkon käyttäjää.
 - Yhdistyneissä Kuningaskunnissa kysely tehtiin 1.7.2024–19.6.2025, ja otos on 24 122 18–64-vuotiasta verkon käyttäjää.
 - Ruotsin kyselyn otos on 9 589 18–64-vuotiasta verkon käyttäjää, ja kysely toteutettiin 1.7.2024–25.6.2025.

Päälähteet

- Luvun 3 taustalla on kaksi kuluttaja-aineistoa:
 - Kantar Finlandin toteuttaman koko väestöä kuvaavan kuluttajakyselyn aineisto sekä Frank Studentsin kautta kiertokaupassa ostaneille tai myyneille opiskelijoille suunnatun kuluttajakyselyn aineisto.
- Kantar Finland toteutti touko-kesäkuussa 2025 Kaupan liiton tilaaman, koko väestöä kuvaavan otospohjaisen kuluttajakyselyn 3 241:lle 18–79-vuotiaalle mannersuomalaiselle. Kantar Finland vastaa otoksen suunnittelusta ja kyselyn tulosten keruusta.
 - Kysely toteutettiin online-kyselynä Kantarin vastaajapaneelissa, ja se on vertailukelpoinen vuonna 2023 toteutettuun vastaavaan kyselyyn.
- Vastaajat on aineistossa luokiteltu normaalien demografisten tekijöiden mukaan, kuten ikä, sukupuoli, suuralue, koulutus, perhetilanne ja tulotaso. Lisäksi taustamuuttujaksi on luotu kokemus oman kotitalouden taloudellisesta tilanteesta:
 - Kokemusta on kysytty asteikolla 1–5: Tulee erinomaisesti toimeen; Tulee melko mukavasti toimeen; Pärjää, kun tekee ostokset harkiten; Joutuu tinkimään ajoittain tai Joutuu tinkimään lähes kaikesta.
 - Taustamuuttuja on luotu siksi, että oma kokemus toimeentulosta voi olla hyvinkin erilainen kuin vuosituloista voisi päätellä.
- Koko väestöä kuvaavan otospohjaisen kuluttajakyselyn lisäksi haluttiin kohdistaa oma kysely pelkästään opiskelijoille, sillä kiertokauppa on erityisen suosittua alle 30-vuotiaiden keskuudessa. Lisäksi nuorimpien ikäryhmien kulutustavat ja -asenteet voivat myös ennakoita tulevaa ja yleistyä muissakin ikä- ja väestöryhmissä.
- Kiertokaupassa ostaneille tai myyneille opiskelijoille suunnattu kuluttajakysely toteutettiin satunnaisotannalla toukokuussa 2025, ja vastaajamäärä oli 1036 opiskelijaa. Vastaajat saatiin Frank Students -sovelluksen kautta.
 - Näin suuri pelkästään opiskelijoille kohdennettu kysely mahdollistaa ko. vastaajaryhmän tarkemman analysoinnin kuin mitä koko väestölle kohdennettu kysely mahdollistaisi.
 - Kaupan liitto toteutti kyselyn aineiston keruun itse webropol-alustalla.
- Opiskelijakyselyn vastauksia analysoidaan myös opiskeluasteen mukaan.
 - Toisen asteen opiskelijoita kyselyn vastaajista on 32,4 %, ammattikorkeakoulujen opiskelijoita 25,5 %, yliopiskelijoiden ja tutkimuskorkeakoulujen opiskelijoita 36,8 % ja muualla opiskelevia 5,3 %.
- Opiskelijoille suunnattu kysely oli hieman lyhyempi kuin koko väestöä edustava kysely.

Päälähteet

- Luvun 4.1 listat kiertokaupan suosituimmista second hand -kaupoista sekä vertaisverkkokaupan alustoista perustuvat Kantar Finlandin toteuttaman kuluttajakyselyn tuloksiin.
 - Kantar Finlandin toteuttama ja Kaupan liiton suunnittelema kysely on kuvattu tarkemmin luvun 3 alussa.
- Luvun 4.2 päälähteenä on Similarwebin työkalu, joka seuraa ja analysoi verkkovierailuja.
- Luvussa 4.3 on arvioitu Suomen kiertokaupan kuluttajamarkkinan koko euroina. Kokoarvion on tehnyt Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenoja.
 - Arvio perustuu mm. seuraaviin lähteisiin: Consumer Insights, Statista 2025; Kuluttajakysely, Kantar Finland ja Kaupan liitto 2025; Kuluttajakysely opiskelijoille, Kaupan liitto 2025; Market Insights eCommerce, Statista 2025; Similarweb 2025; Tilastokeskus, Väestörakenne 2025.

Lähteet

Fashion United, 2024: With 61.8m Zara items on sale at Vinted, is circular fashion in trouble? 24.6.2024.

<https://fashionunited.com/news/fashion/with-61-8m-zara-items-on-sale-at-vinted-is-circular-fashion-in-trouble/2024062460556> .

Kantar Finland ja Kaupan liitto, 2025: Kuluttajakysely kiertokaupasta, 21.5.–19.6.2025.

Kaupan liitto, 2025: Kuluttajakysely kiertokaupasta opiskelijoille, kesäkuu 2025.

Kurjenoja Jaana, 2024: Digikuluttajan vastuullisuusasenteet taloudellisen epävarmuuden kurimuksessa, 17.9.2024, Kaupan liitto.

Kurjenoja Jaana, 2023: Kiertokauppa ilmiönä ja kiertokaupan markkina Suomessa, 21.9.2023, Kaupan liitto.

Kurjenoja Jaana, 2015: Vertaiskauppa verkossa – Marginaali-ilmiöstä ilmiöksi, 24.11.2015, Kaupan liitto.

OC&C, 2025: Second Hand Fashion, Call to Action for First Hand Brands, January 2025.

Saarijärvi Hannu, 2018: Vertaiskauppa 2018: Volyymi, valta ja vaikutukset. 1.2.2018, Kaupan tutkimuspäivä.

Similarweb, 2025: Web Intelligence -työkalu.

Statista, 2025a: Consumer Insights, Global Survey.

Statista, 2025b: Market Insights, ECommerce.

Tilastokeskus, 2025: Väestörakenne, Väestö iän ja sukupuolen mukaan,

https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_vaerak/statfin_vaerak_pxt_11rd.px/ .

Yrjölä Mika, Hokkanen Harri ja Saarijärvi Hannu, 2021: A typology of second-hand business models, Journal of Marketing Management, vol. 37, nos. 7-8, 761-791, DOI: <https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1880465> .