



S U O M E N   A S U N T O M E S S U T

# ASUNTOMESSUT ESPOOSSA 2006 KÄVIJÄTUTKIMUS

Tämä raportti perustuu Espoon Asuntomessuilla tehtyyn kävijätutkimukseen.  
Tutkimukseen osallistui yhteensä 11.428 kävijäperhettä.



# SUOMEN ASUNTOMESSUT

<b>SISÄLLYSLUETTELO</b>	2
<b>1. JOHDANTO</b>	3
<b>2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT</b>	
Messujen kävijämäärät	4
Kävijämäärät päivittäin	5
Messumatkan pituus	6
<b>3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFIILI</b>	
Kävijät ympäristöstä	7
Kävijät maakunnittain	8
Maakunnat	9
Messukävijöiden profiili	10
Ammattiryhmät	11
Ikäjakama	12
Rakennus- ja remonttiaikomukset	13
Remonttiaikomukset	14
Kiinnostavimmat tuotteet/hankinnat	15
<b>4. MESSUILLE TULO</b>	
Mikä sai lähtemään messuille	16
Päätös lähteä messuille	17
Aiemmat käynnit	18
Kulkuväline ja messumatkan luonne	19
<b>5. MESSUILLA OLO</b>	
Tutustumisaika ja käynnit näyttelykohteissa	20
Asuntomessujen www-sivuihin tutustuminen	22
Messupalvelut	23
Palveluiden hinnat	24
<b>6. TYYTYVÄISYYS MESSUIHIN</b>	
Olitko tyytyväinen palveluihin	25
Messutarjonnan riittävyys	26
Yleisarvosana	27
Palaute hyvää omin sanoin	28
Palaute huonoa omin sanoin	29
<b>7. MESSUVIESTINTÄ</b>	
Mistä parasta ennakkoinfoa	30
Aita- ja äänimainonta	32
Messuluettelon hankinta	33
Messutiedotus	34
<b>8. VIIPYMINEN JA MIELIPITEET MESSUPAIKAKUNNASTA</b>	
Messumatkan kokonaiskesto	35
Messupaikkakunnan palveluiden käyttö	36
Espoossa vierailu	37
<b>9. TULEVAT MESSUT</b>	
Loma-asuntomessut Porissa 2008	39
Asuntomessut Hämeenlinnassa 2007	40
<b>10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT</b>	
Miten haluat asua	41
Minkälaisen asunnon rakentaisit	42
Mielipiteet väittämistä	44
Paras talo -äänestys	45
<b>11. ASUNTOMESSUKUVAAJA</b>	
Asiakasmielikuva asuntomessutapahtumasta	46
<b>12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS</b>	47



## JOHDANTO

### Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on antaa palautetta messujärjestäjille ja osallistujille messujen kehittämistä varten. Tutkimusta voidaan hyödyntää myös mm. tiedottamisessa.

### Tutkimuksen toteutus

Tutkimuslomake jaettiin messuvieraille pääsylipun oston yhteydessä, jokainen perhe sai yhden lomakkeen. Samalla lomakkeella sai myös äänestää mielestään parasta taloa. Kaikissa lomakkeissa oli rakentamis-, remontointi- ja asunnon ostoaikomuksia selvittävä osa. Lomakkeen alaosassa oli muuttuväisältöinen kävijätutkimus, joka sisälsi suurimman osan tässä raportissa esitetyistä kysymyksistä. Messuvieraat saivat palauttaa tutkimuksen messualueella oleviin laatikoihin tai Suorakanava Oy:n pisteeseen.

Messujen tunnusluvut

- kävijöitä 174.305
- perheitä 66.276
- keskimääräinen perheenkoko 2.63
- palautettuja tutkimuslomakkeita 11.428
- palautus-% perheistä 17.2 %.

### Tutkimuksen raportointi

Tutkimus on raportoitu kysymys kysymykseltä graafisesti ja taulukoina. Soveltuvien osien tuloksia verrattu myös edellisiin messuihin. Raportoinnissa on hyödynnetty joissain kohdissa myös Tilastokeskuksen ja Suorakanava Oy:n tutkimustietoja.

Tutkimuksia koskevissa kysymyksissä lisätietoja antaa viestintäjohtaja Raimo Holopainen.

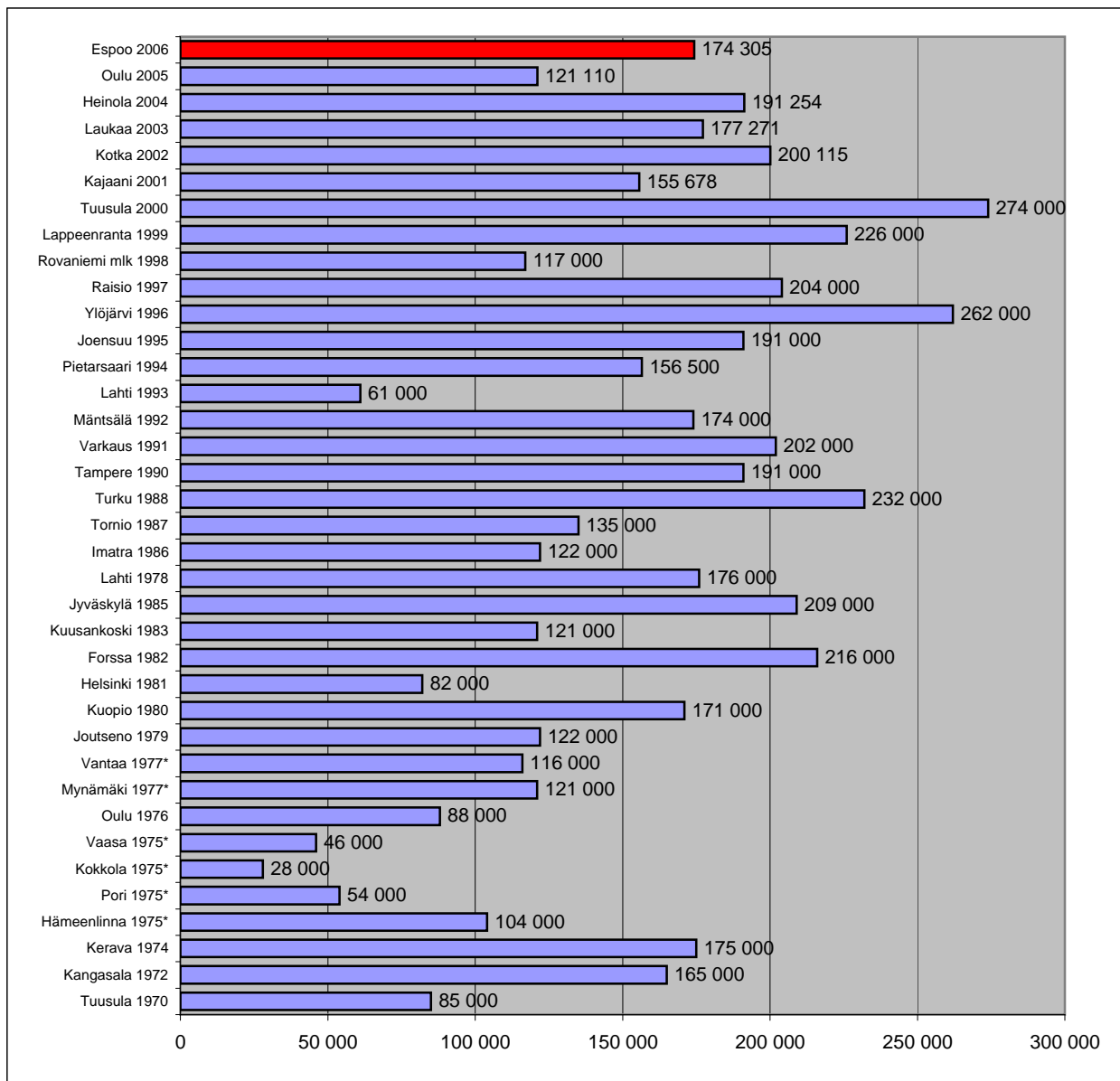
### Suorakanava Oy

Luotsinmäenpuistokatu 1  
28100 PORI  
Puhelin 02-634 6400  
E-mail: etunimi.sukunimi@rakentaja.fi

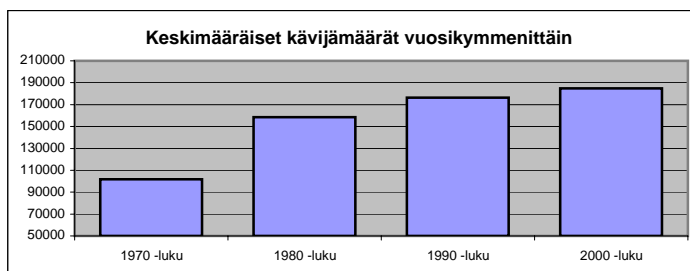


## 2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT

### Asuntomessut 1970-2006

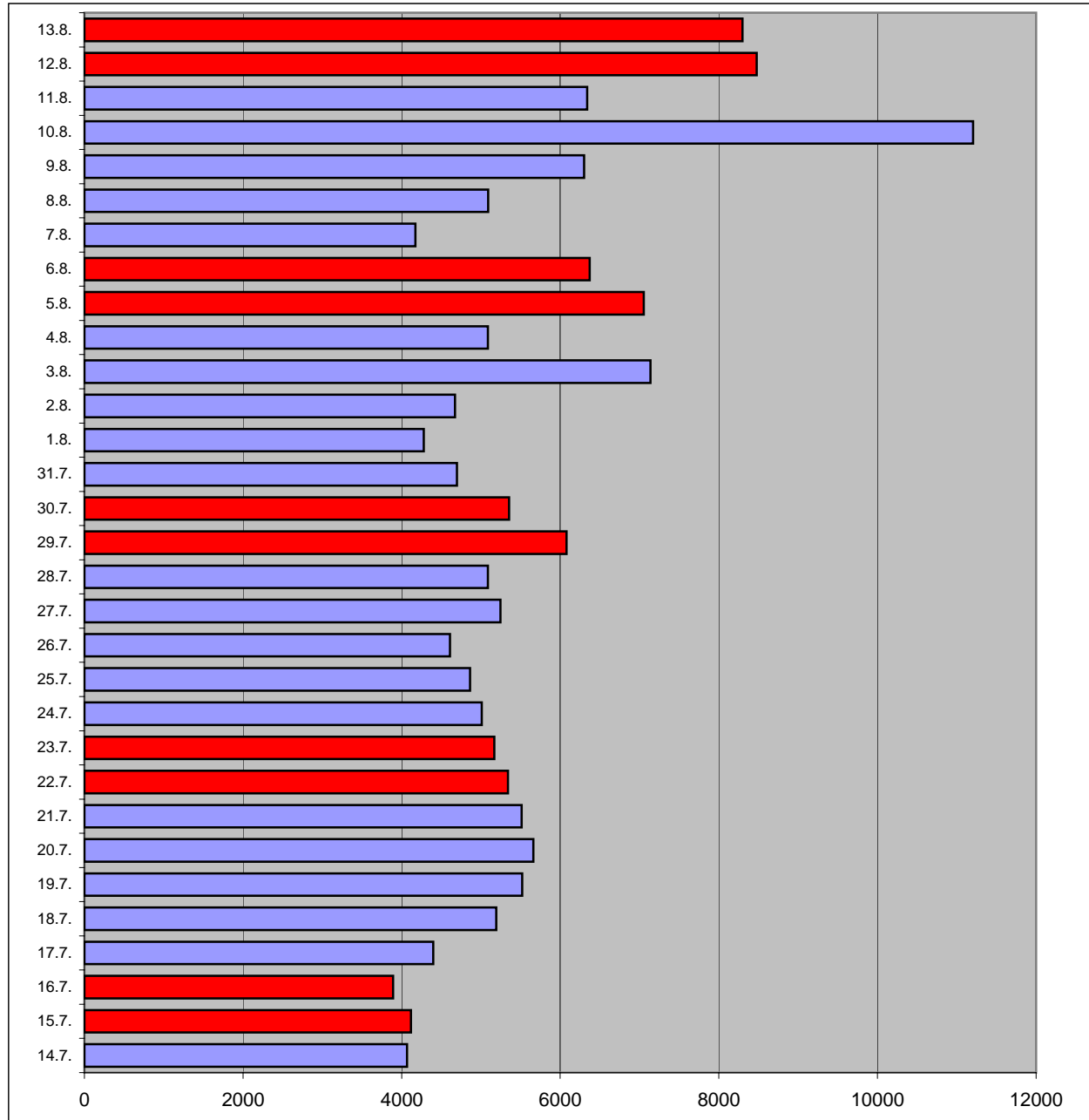


Espoon kävijämäärä ei noussut kärkikymmenikköön, mutta oli 2000-luvun keskiarvoa

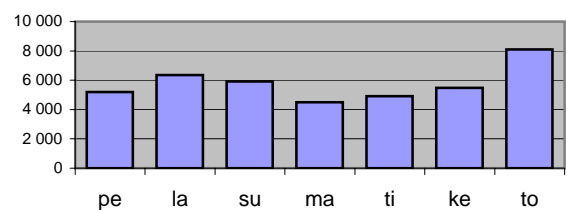




## Espoon kävijät päivittäin

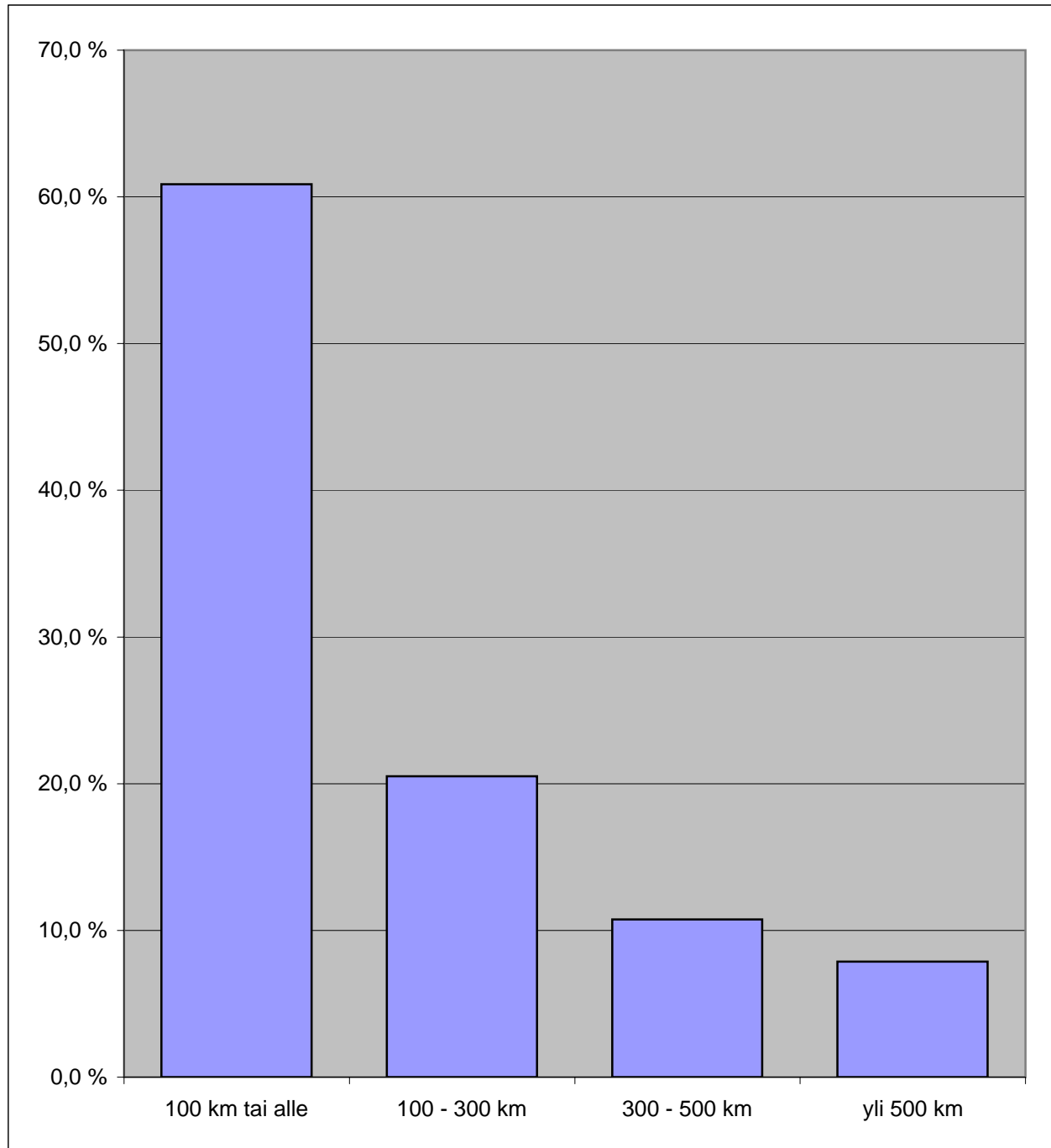


Viimeisinä messupäivinä oli kiinnostus jälleen suurinta. Silti vain yhtenä päivänä kävijäluku ylitti 10 000 rajan.





## Messumatkan kokonaispituus edestakaisin



### Messumatkan kokonaispituus

#### edestakaisin

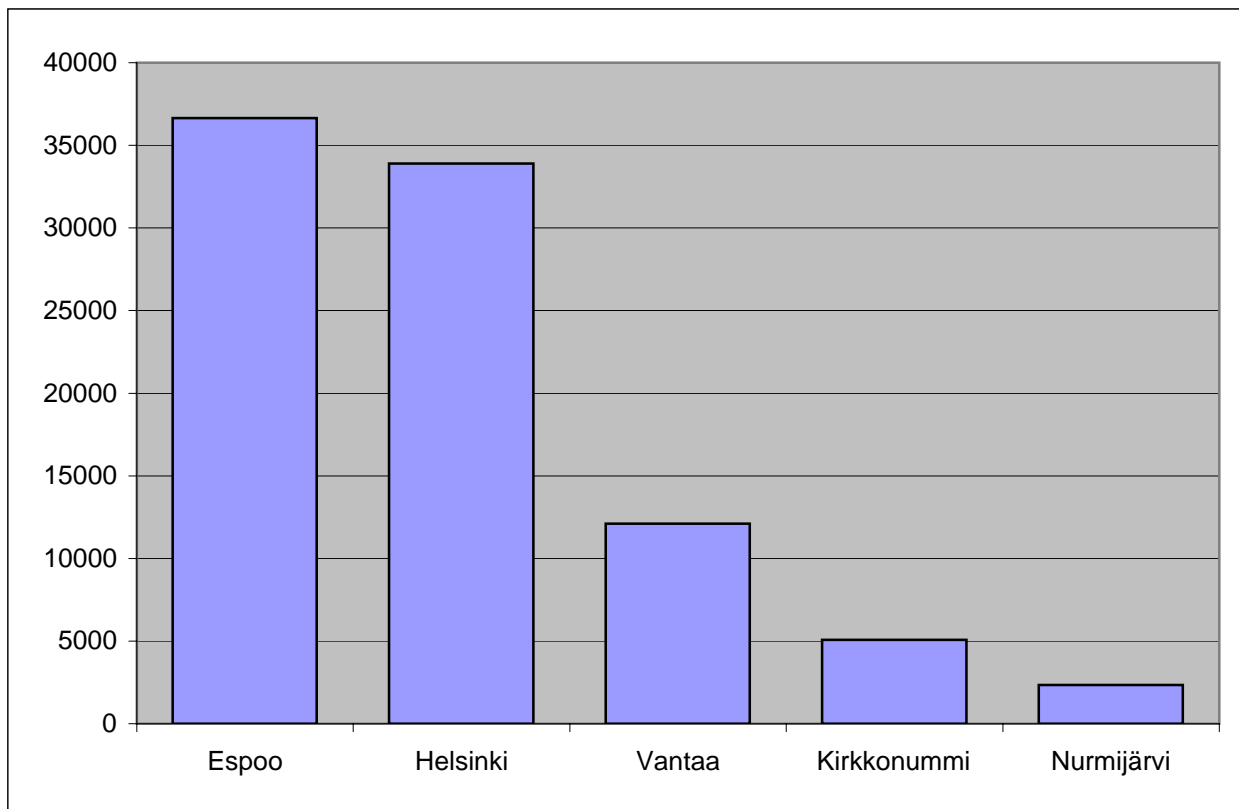
	vastanneet	%-osuus
100 km tai alle	549	60,9 %
100 - 300 km	185	20,5 %
300 - 500 km	97	10,8 %
yli 500 km	71	7,9 %

Messuvieraista peräti 82 % tuli alle 150 kilometrin päästä. Messut olivat "paikallisemmat" kuin koskaan.



## 3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFILI

### Lähialueen kävijät

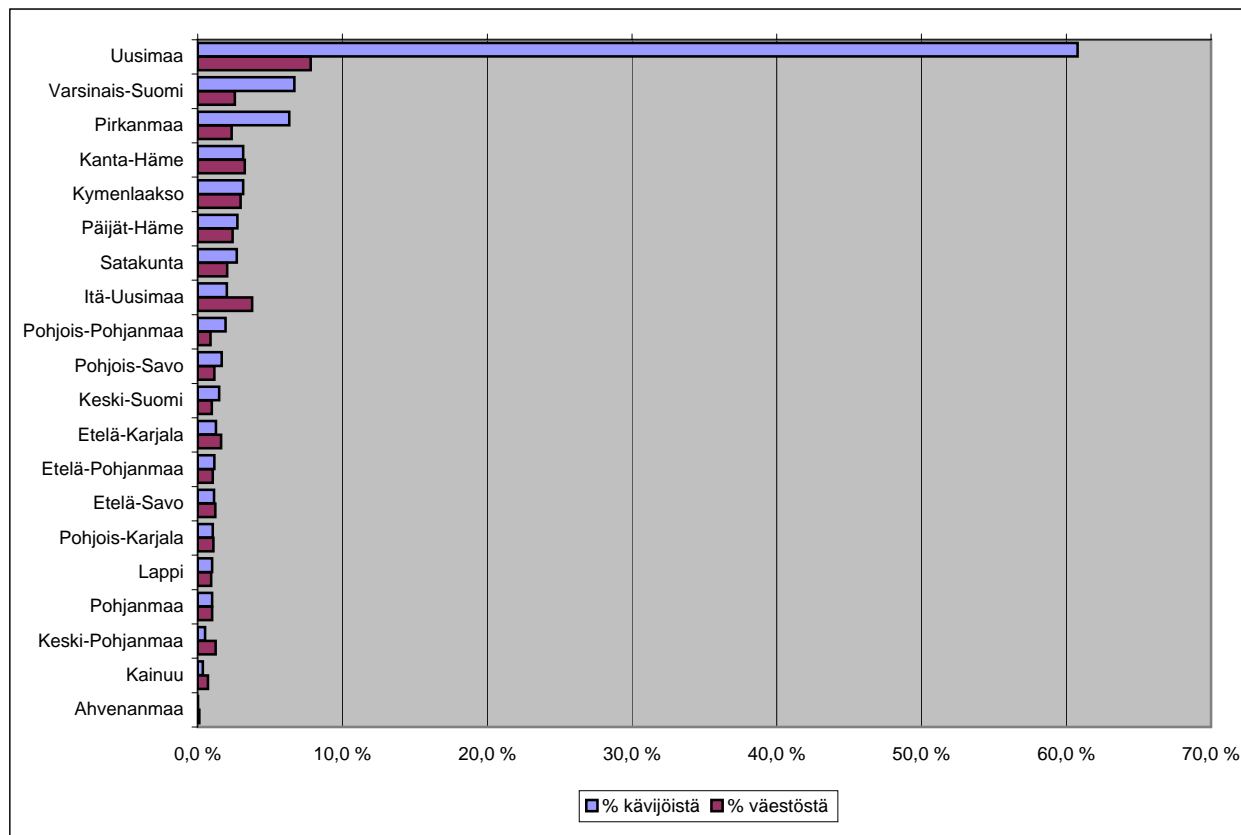


Lähikuntien kävijät	vastanneet	kävijät	%-osuus kävijöistä	%-osuus väestöstä
Espoo	2403	36652	21,0 %	16,1 %
Helsinki	2223	33906	19,5 %	6,1 %
Vantaa	794	12110	6,9 %	6,5 %
Kirkkonummi	333	5079	2,9 %	15,5 %
Nurmijärvi	154	2349	1,3 %	6,4 %
Kerava	145	2212	1,3 %	7,1 %
Tuusula	144	2196	1,3 %	6,4 %
Hyvinkää	142	2166	1,2 %	5,0 %
Vihti	137	2090	1,2 %	8,2 %
Järvenpää	127	1937	1,1 %	5,2 %
Porvoo	121	1846	1,1 %	3,9 %
Lohja	97	1479	0,8 %	4,1 %
Sipoo	72	1098	0,6 %	6,0 %
Kauniainen	69	1052	0,6 %	12,4 %
Mäntsälä	31	473	0,3 %	2,6 %
Karjaa	23	351	0,2 %	3,9 %
Tammisaari	22	336	0,2 %	2,3 %
Siuntio	20	305	0,2 %	5,7 %

Kun Heinolassa 2004 ja Oulussa 2005 kävi oman kaupungin väestöstä noin kolmannes messuilla, niin espoolaisista vain joka seitsemäs. Muukaan pääkaupunki-seudun väestö ei innostunut juuri kuutta prosenttia enempää.



## Kävijät maakunnittain



Maakunta	väestö	vastanneet	kävijät	% kävijöistä	% väestöstä
Uusimaa	1 359 150	6 946	105 944	60,8 %	7,8 %
Varsinais-Suomi	455 584	763	11 638	6,7 %	2,6 %
Pirkanmaa	468 986	722	11 012	6,3 %	2,3 %
Kanta-Häme	168 381	360	5 491	3,2 %	3,3 %
Kymenlaakso	185 196	359	5 476	3,1 %	3,0 %
Päijät-Häme	198 975	314	4 789	2,7 %	2,4 %
Satakunta	229 966	308	4 698	2,7 %	2,0 %
Itä-Uusimaa	92 933	229	3 493	2,0 %	3,8 %
Pohjois-Pohjanmaa	378 006	220	3 356	1,9 %	0,9 %
Pohjois-Savo	250 064	190	2 898	1,7 %	1,2 %
Keski-Suomi	267 902	169	2 578	1,5 %	1,0 %
Etelä-Karjala	135 604	144	2 196	1,3 %	1,6 %
Etelä-Pohjanmaa	193 812	132	2 013	1,2 %	1,0 %
Etelä-Savo	160 507	128	1 952	1,1 %	1,2 %
Pohjois-Karjala	168 322	119	1 815	1,0 %	1,1 %
Lappi	185 800	113	1 724	1,0 %	0,9 %
Pohjanmaa	173 627	113	1 724	1,0 %	1,0 %
Keski-Pohjanmaa	70 696	57	869	0,5 %	1,2 %
Kainuu	85 303	40	610	0,4 %	0,7 %
Ahvenanmaa	26 766	2	31	0,0 %	0,1 %
<b>Yhteensä</b>	<b>5 255 580</b>	<b>11 428</b>	<b>174 305</b>		

Vaikka  
pääkaupunkiseudun  
suur kuntien väestö  
oli suhteellisesti  
"huonosti" liikkeellä,  
niin kokonais-  
volyymista 60 %  
painottui kuitenkin  
Uudenmaan lääniin.



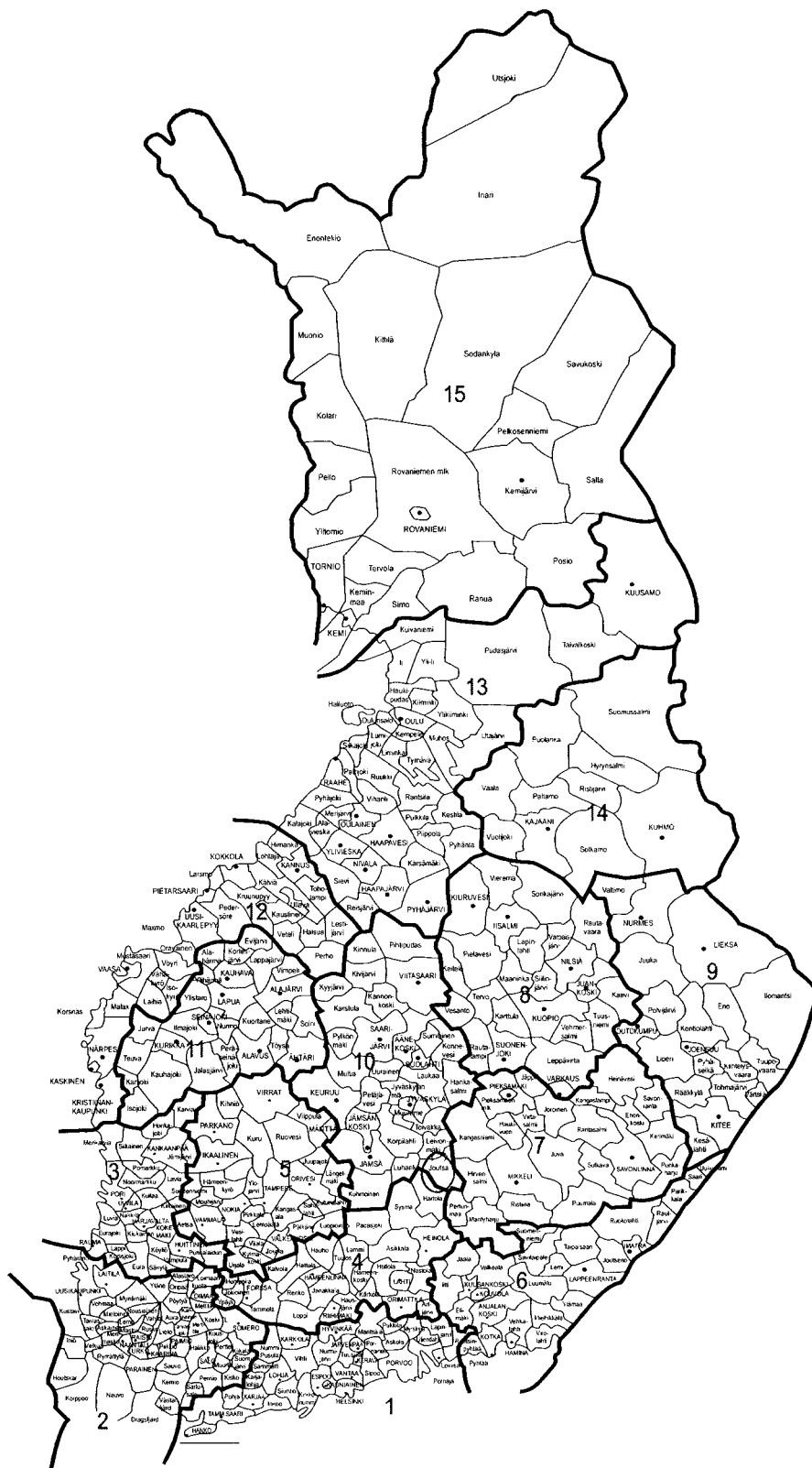


# SUOMEN ASUNTOMESSUT

## Maakunnat

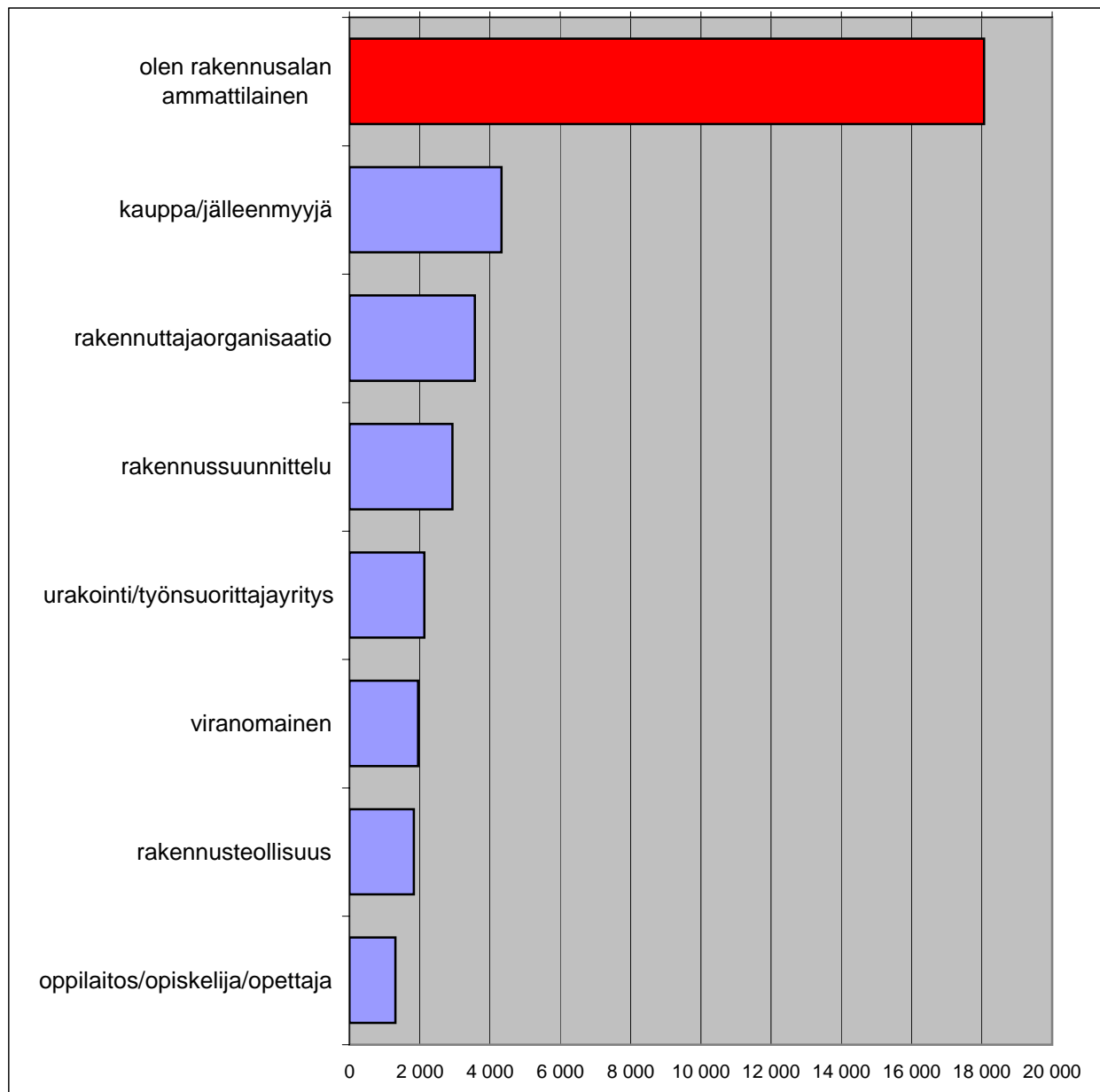
### Maakunta

- Uusimaa
- Varsinais-Suomi
- Pirkanmaa
- Kanta-Häme
- Kymenlaakso
- Päijät-Häme
- Satakunta
- Itä-Uusimaa
- Pohjois-Pohjanmaa
- Pohjois-Savo
- Keski-Suomi
- Etelä-Karjala
- Etelä-Pohjanmaa
- Etelä-Savo
- Pohjois-Karjala
- Lappi
- Pohjanmaa
- Keski-Pohjanmaa
- Kainuu
- Ahvenanmaa





## Messuilla käyneet rakennusalan ammattilaiset



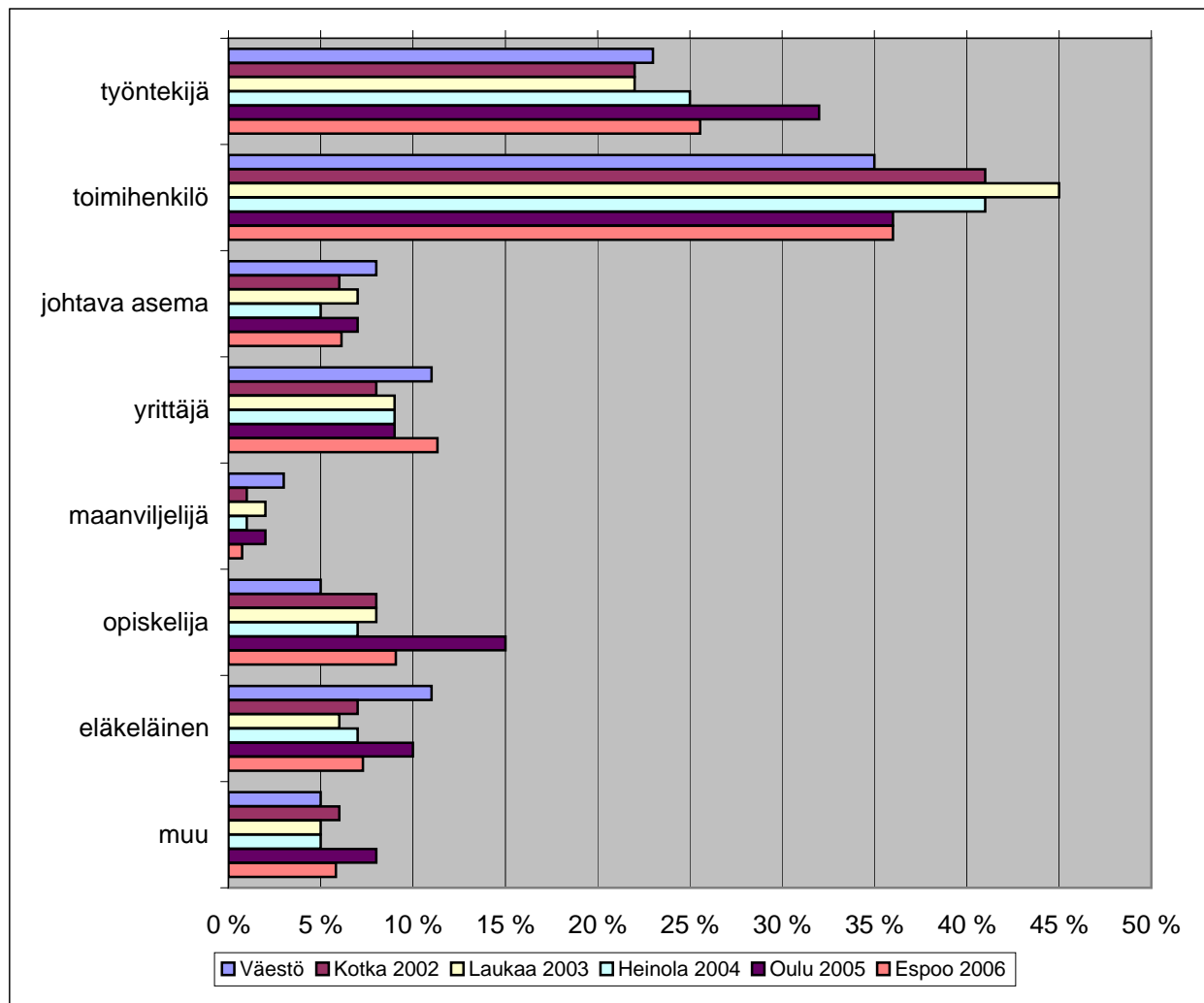
### Messuilla käyneet rakennusalan ammattilaiset

	vastanneet	%-osuus	volyymi
<b>olen rakennusalan ammattilainen</b>	<b>1184</b>	<b>10,4 %</b>	<b>18 059</b>
kauppa/jälleenmyyjä	284	2,5 %	4 332
rakennuttajaorganisaatio	234	2,0 %	3 569
rakennussuunnittelu	192	1,7 %	2 928
urakointi/työnsuorittajayritys	140	1,2 %	2 135
viranomainen	128	1,1 %	1 952
rakennusteollisuus	120	1,1 %	1 830
oppilaitos/opiskelija/opettaja	86	0,8 %	1 312

Messuilla vieraili 18 000 rakennusalan ammattilaista.



## Ammattiryhmät

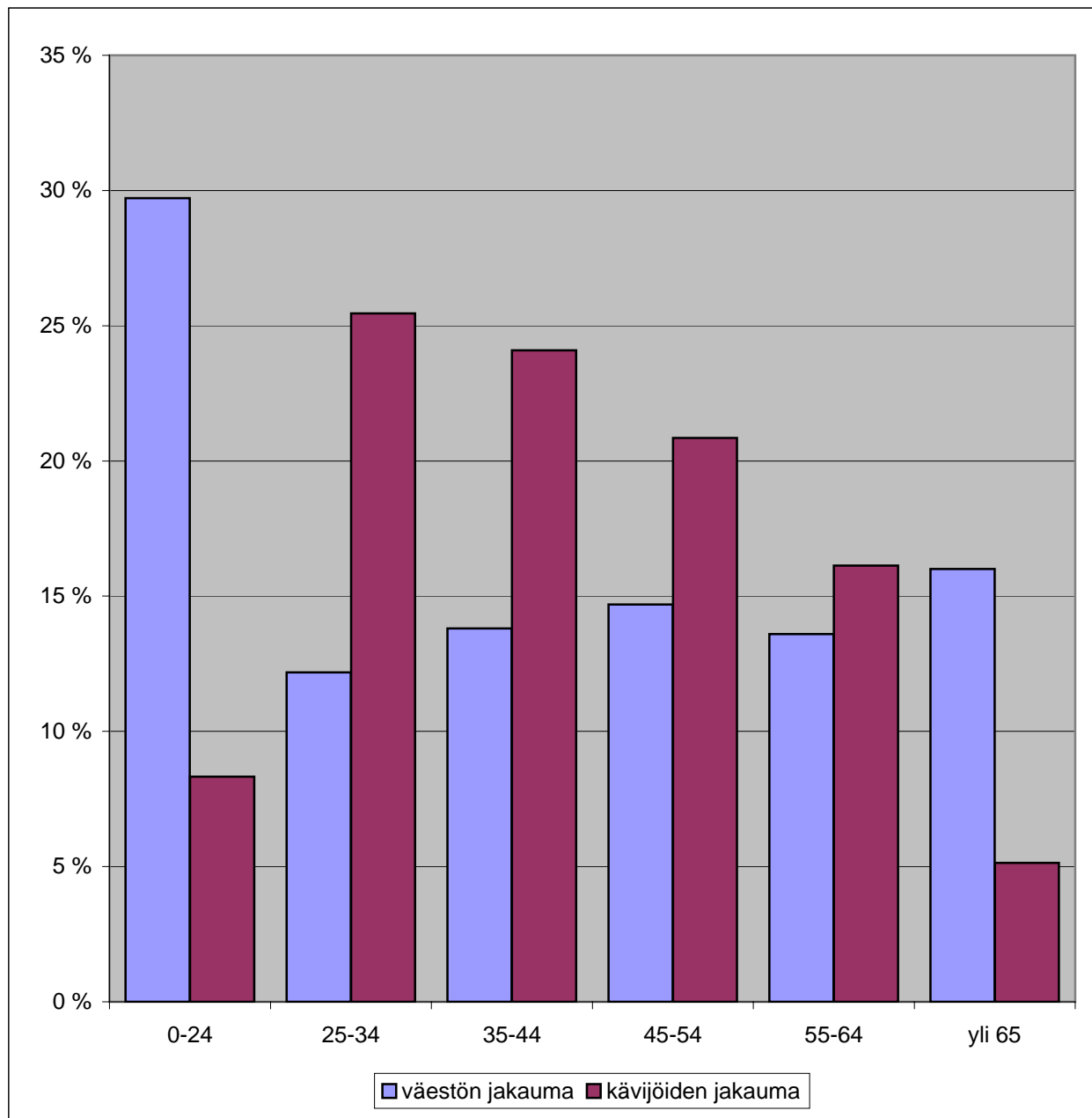


Ammattiryhmät	Espoo vastanneet	Väestö	Kotka 2002	Laukaa 2003	Heinola 2004	Oulu 2005	Espoo 2006
työntekijä	488	23 %	22 %	22 %	25 %	32 %	26 %
toimihenkilö	651	35 %	41 %	45 %	41 %	36 %	36 %
johtava asema	117	8 %	6 %	7 %	5 %	7 %	6 %
yrittäjä	216	11 %	8 %	9 %	9 %	9 %	11 %
maanviljelijä	14	3 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %
opiskelija	173	5 %	8 %	8 %	7 %	15 %	9 %
eläkeläinen	139	11 %	7 %	6 %	7 %	10 %	7 %
muu	111	5 %	6 %	5 %	5 %	8 %	6 %

Pääosa messuvieraista - myös suhteessa väestöön - muodostuu työntekijöistä ja toimihenkilöistä. Profiili on vuosittain aika vakio.



## Ikäjakauma



Ikäjakauma	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
0-24	1 561 782	948	30 %	8 %
25-34	640 164	2 897	12 %	25 %
35-44	725 536	2 741	14 %	24 %
45-54	772 068	2 373	15 %	21 %
55-64	714 865	1 836	14 %	16 %
yli 65	841 165	585	16 %	5 %
	5 255 580	11 380	0 %	0 %

Asuntomessuilla käy aktiiviväestö. Suurin ryhmä suhteessa väestöön on 25-34 vuoden ikäisistä koostuvat lapsiperheet.



## Espoo Asuntomessut, hankevolyymit

Rakennus- ja remonttiaikomukset	v 2006	v 2007	v 2008	myöh.	ei vuotta	yhteensä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	105	129	54	54	0	342
vapaa-ajanasunnon remontointi	117	165	35	42	0	359
vapaa-ajanasunnon osto	30	78	31	49	0	188
vapaa-ajanasunnon myynti	8	7	1	1	0	17
omakotitalon rakentaminen	529	515	212	327	0	1583
omakotitalon remontointi	444	405	86	92	0	1027
omakotitalon osto	101	159	81	182	0	523
omakotitalon myynti	30	65	21	35	0	151
asuinhuoneiston remontointi	273	215	54	71	0	39
asuinhuoneiston osto	168	213	79	132	0	613
asuinhuoneiston myynti	74	93	34	48	0	592
saunan rakentaminen	47	40	13	22	0	122
saunan remontointi	93	133	25	19	0	270
autotallin rakentaminen	139	111	25	27	0	302
autotallin remontointi	34	16	4	7	0	61
maatalorakennus rakentaminen	7	6	3	4	0	20
maatalorakennus remontointi	12	11	6	6	0	35

Espoon hankevolyymit	v 2006	v 2007	v 2008	myöh.	ei vuotta	yhteensä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	609	748	313	313	0	1983
vapaa-ajanasunnon remontointi	679	957	203	244	0	2082
vapaa-ajanasunnon osto	174	452	180	284	0	1090
vapaa-ajanasunnon myynti	46	41	6	6	0	99
omakotitalon rakentaminen	3068	2987	1229	1896	0	9180
omakotitalon remontointi	2575	2349	499	534	0	5956
omakotitalon osto	586	922	470	1055	0	3033
omakotitalon myynti	174	377	122	203	0	876
asuinhuoneiston remontointi	1583	1247	313	412	0	226
asuinhuoneiston osto	974	1235	458	766	0	3555
asuinhuoneiston myynti	429	539	197	278	0	3433
saunan rakentaminen	273	232	75	128	0	708
saunan remontointi	539	771	145	110	0	1566
autotallin rakentaminen	806	644	145	157	0	1751
autotallin remontointi	197	93	23	41	0	354
maatalorakennus rakentaminen	41	35	17	23	0	116
maatalorakennus remontointi	70	64	35	35	0	203

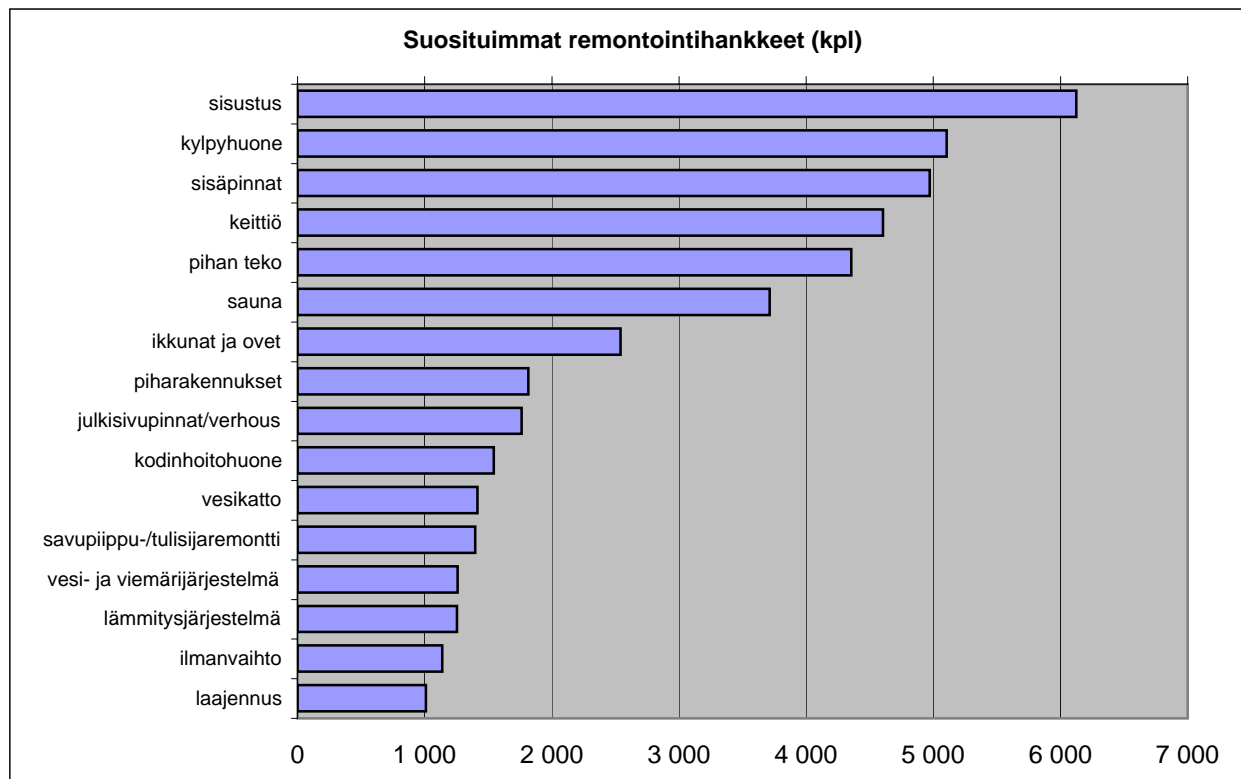
Suosituimmat hankkeet	hankkeet	% kävijä perheistä
omakotitalon rakentaminen	9 180	13,9 %
omakotitalon remontointi	5 956	9,0 %
asuinhuoneiston remontointi	226	0,3 %
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	1 983	3,0 %
vapaa-ajanasunnon remontointi	2 082	3,1 %
autotallin rakentaminen	1 751	2,6 %
saunan remontointi	1 566	2,4 %
omakotitalon osto	3 033	4,6 %

Messukävijäperheistä 9 000:lla oli omakotitalon rakennushanke. Noin kolmannes heistä rakensi parasta aikaa.

Tämän vuoden pientalon rakentajista messuilla vieraili 20 %, kun Oulussa vain noin 12 %.



## Remonttiaikomukset

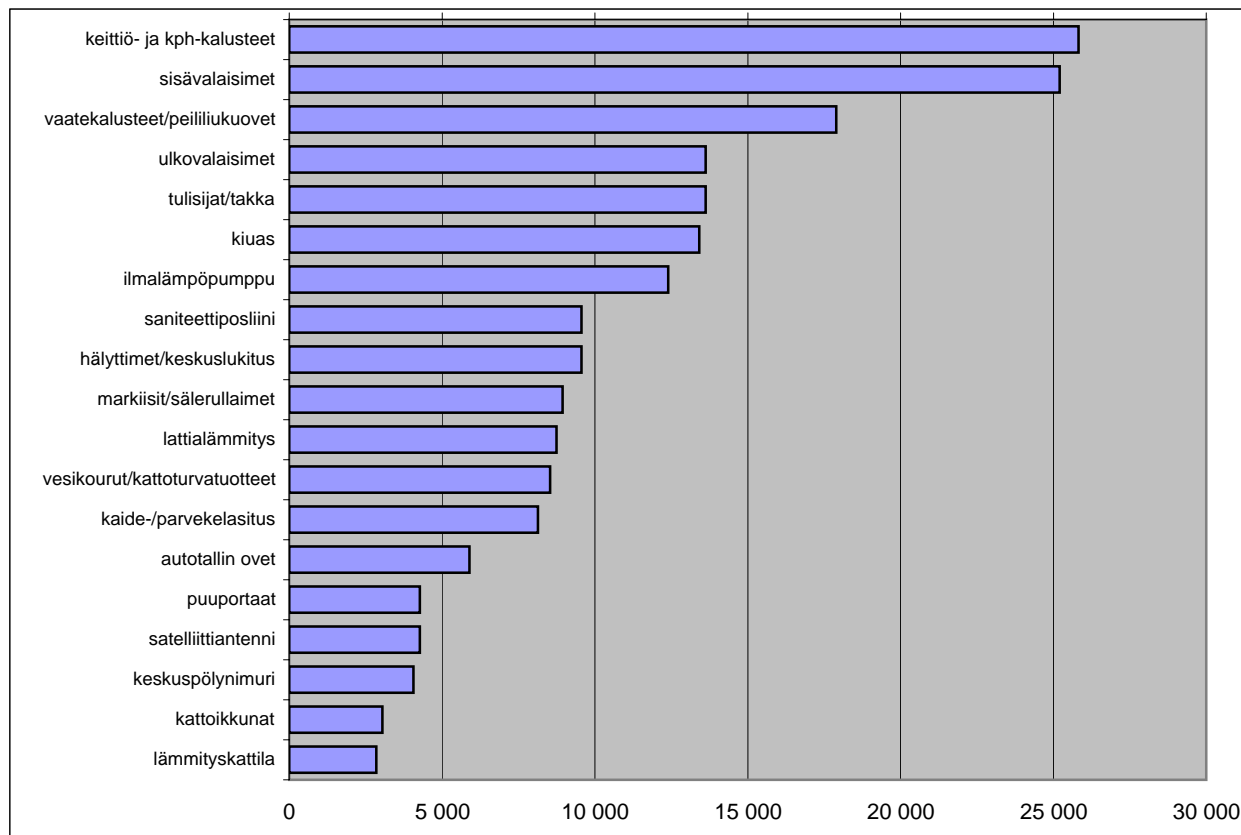


Remonttiaikomukset	messuvo			
	vastanneet	%-osuus	lyymi	% remonteista
sisustus	1056	44,7 %	6 124	72 %
kylpyhuone	880	37,2 %	5 103	60 %
sisäpinnat	857	36,2 %	4 970	58 %
keittiö	794	33,6 %	4 605	54 %
pihan teko	751	31,8 %	4 355	51 %
sauna	640	27,1 %	3 712	44 %
ikkunat ja ovet	438	18,5 %	2 540	30 %
piharakennukset	313	13,2 %	1 815	21 %
julkisivupinnat/verhous	304	12,9 %	1 763	21 %
kodinhoituhuone	266	11,2 %	1 543	18 %
vesikatto	244	10,3 %	1 415	17 %
savupiippu-/tulisijaremontti	241	10,2 %	1 398	16 %
vesi- ja viemärijärjestelmä	217	9,2 %	1 258	15 %
lämmitysjärjestelmä	216	9,1 %	1 253	15 %
ilmanvaihto	196	8,3 %	1 137	13 %
laajennus	174	7,4 %	1 009	12 %
jätevesijärjestelmän laitto	164	6,9 %	951	11 %
lisäeristys	159	6,7 %	922	11 %
sähköremontti	159	6,7 %	922	11 %
kellari/perustus	150	6,3 %	870	10 %
kosteus- tai homevaurio	109	4,6 %	632	7 %

Kävijäperheistä reilulla neljänneksellä remointiaikeita. Sisustamiseen liittyviä ideoita haki jopa 70 % remontoijista ja 60 % kylpyhuoneeseen ja sisäpintoihin liittyviä. Vastaavat luvut olivat Oulussa jopa 20 %-yksikköä pienemmät.



## Kiinnostavat tuotteet/hankinnat



### Kiinnostavat tuotteet/hankinnat

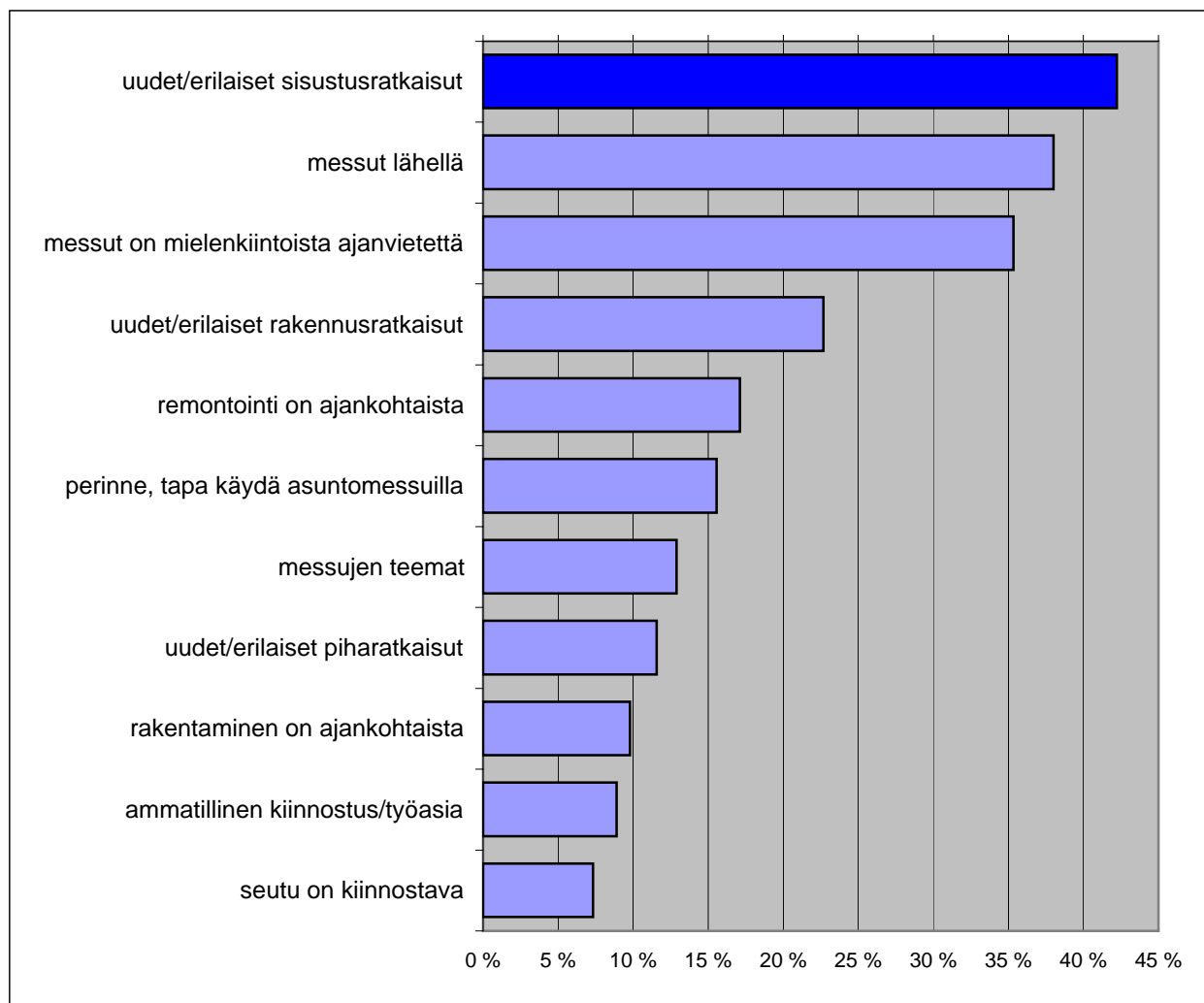
Kiinnostavat tuotteet/hankinnat	vastanneet	volyyymi	%-osuus
keittiö- ja kph-kalusteet	127	25 819	39,0 %
sisävalaisimet	124	25 209	38,0 %
vaatekalusteet/peililiukuovet	88	17 890	27,0 %
ulkovalaisimet	67	13 621	20,6 %
tulisijat/takka	67	13 621	20,6 %
kiuas	66	13 418	20,2 %
ilmalämpöpumppu	61	12 401	18,7 %
saniteettiposiini	47	9 555	14,4 %
hälyttimet/keskuslukitus	47	9 555	14,4 %
markiisit/sälerullaimet	44	8 945	13,5 %
lattialämmitys	43	8 742	13,2 %
vesikourut/kattoturvatuotteet	42	8 539	12,9 %
kaide-/parvekelasitus	40	8 132	12,3 %
autotallin ovet	29	5 896	8,9 %
puuportaot	21	4 269	6,4 %
satelliittiantenni	21	4 269	6,4 %
keskuspölynimuri	20	4 066	6,1 %
kattoikkunat	15	3 049	4,6 %
lämmityskattila	14	2 846	4,3 %
laituri	0	0	0,0 %
<b>Yhteensä</b>	<b>326</b>		

Messuilla olivat erityisen kiinnostuksen kohteina valaistusratkaisut sekä "kestosuosikit" keittiö ja kylpyhuone. Kiinnostus turvaratkaisuja ja mm. ilmalämpöpumppuja kohtaan on lisääntynyt.



## 4. MESSUILLE TULO

### Mikä sai lähtemään messuille?



#### Mikä sai lähtemään messuille?

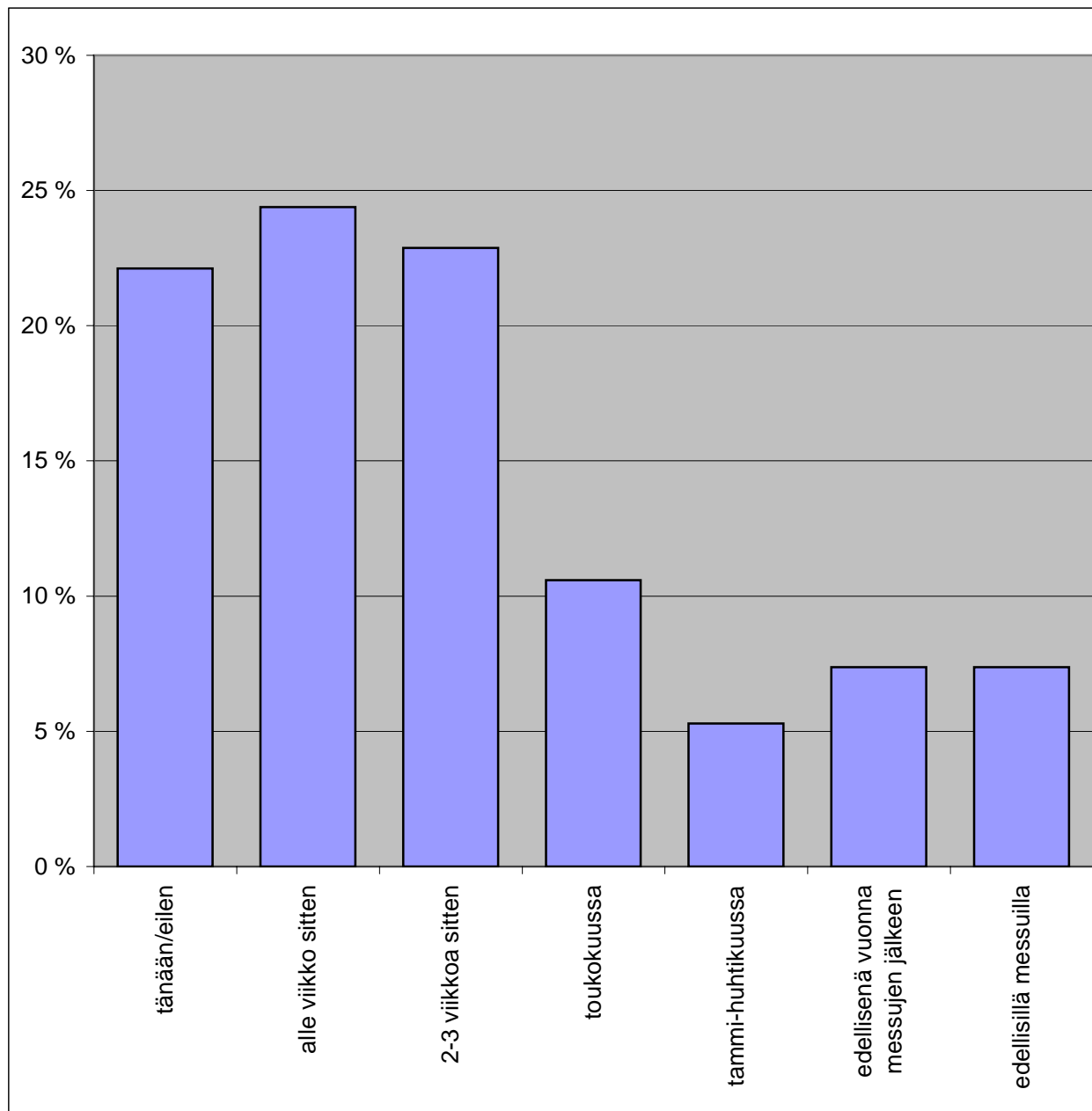
	vastanneet	%-osuus	hankkeita
uudet/erilaiset sisustusratkaisut	190	42 %	27 983
messut lähellä	171	38 %	25 185
messut on mielenkiintoista ajanvietettä	159	35 %	23 417
uudet/erilaiset rakennusratkaisut	102	23 %	15 022
remontointi on ajankohtaista	77	17 %	11 341
perinne, tapa käydä asuntomessuilla	70	16 %	10 310
messujen teemat	58	13 %	8 542
uudet/erilaiset piharatkaisut	52	12 %	7 659
rakentaminen on ajankohtaista	44	10 %	6 480
ammattillinen kiinnostus/työasia	40	9 %	5 891
seutu on kiinnostava	33	7 %	4 860
	450		

Tässäkin korostuvat jo aiemmin esiin tulleet seikat:  
-Sisustaminen kiinnostaa  
-Messujen läheisyys





## Päätös lähteä messuille?



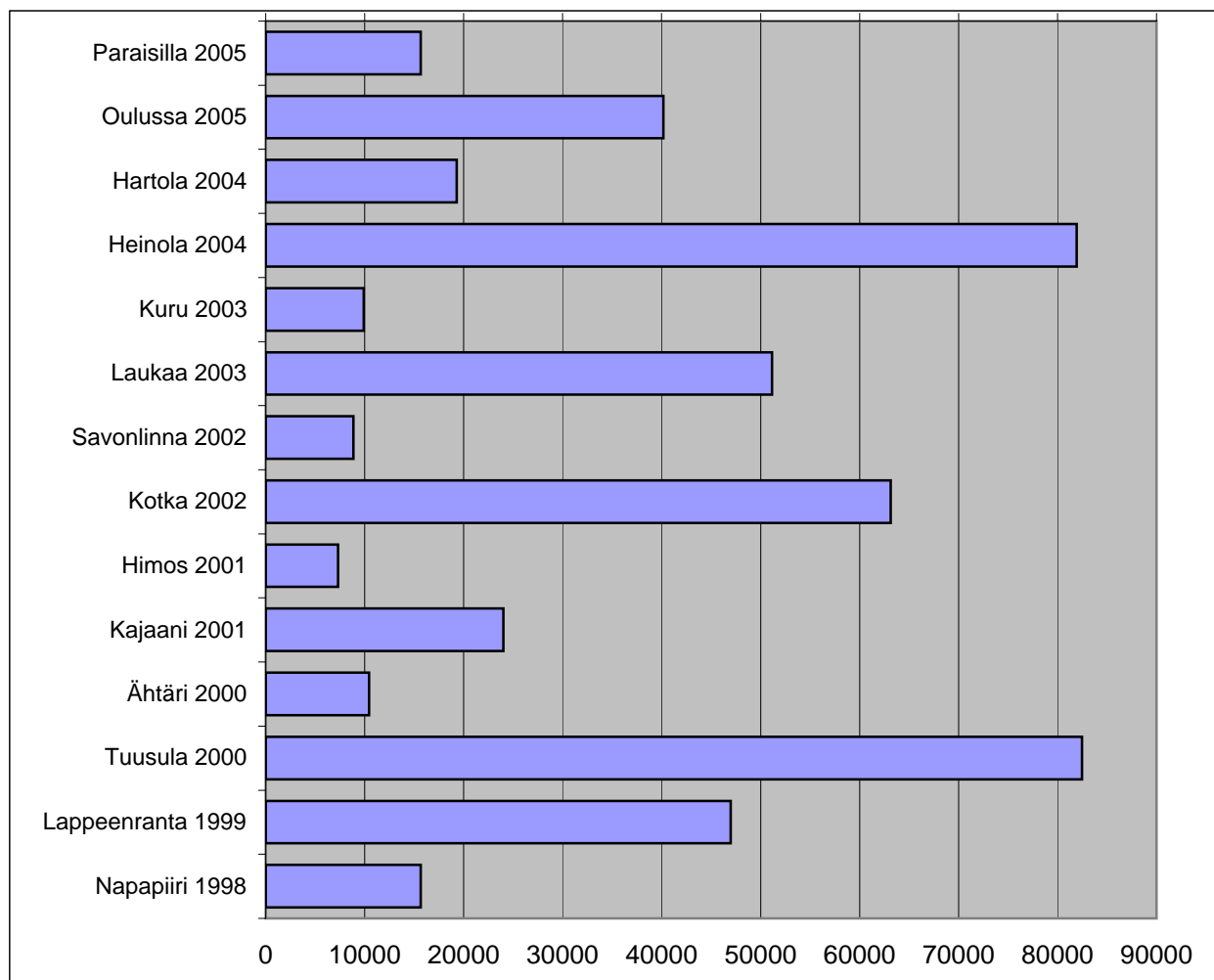
### Päätös lähteä messuille?

	vastanneet	%-osuus
tähdään/eilen	117	22 %
alle viikko sitten	129	24 %
2-3 viikkoa sitten	121	23 %
toukokuussa	56	11 %
tammi-huhtikuussa	28	5 %
edellisenä vuonna messujen jälkeen	39	7 %
edellisillä messuilla	39	7 %
	529	

Puolet messuvieraista lähti messuille loppujen lopuksi hyvin spontaanisti, vain muutaman päivän harkinta-ajalla



## Aikaisemmat asunto- tai loma-asuntomessukäynnit



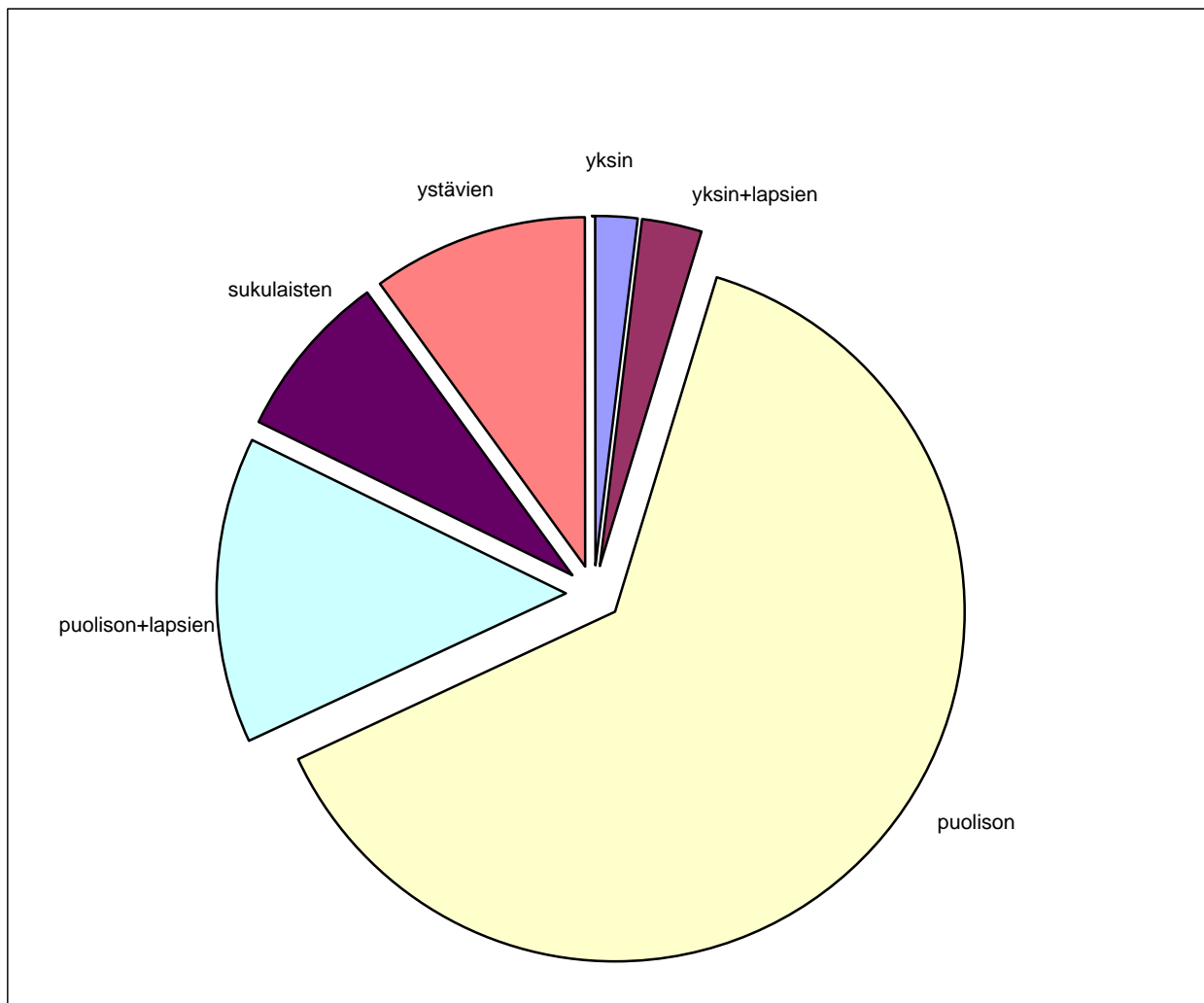
### Aikaisemmat asunto- tai loma-asuntomessukäynnit

	vastanneet	%-osuus	volyymi
Paraisilla 2005	30	9 %	15656
Oulussa 2005	77	23 %	40184
Hartola 2004	37	11 %	19309
Heinola 2004	157	47 %	81934
Kuru 2003	19	6 %	9916
Laukaa 2003	98	29 %	51143
Savonlinna 2002	17	5 %	8872
Kotka 2002	121	36 %	63146
Himos 2001	14	4 %	7306
Kajaani 2001	46	14 %	24006
Ähtäri 2000	20	6 %	10437
Tuusula 2000	158	47 %	82456
Lappeenranta 1999	90	27 %	46968
Napapiiri 1998	30	9 %	15656
	334		

Peräti joka toinen messuvieras oli käynyt joko Tuusulassa 2000 tai Heinolassa 2004.



## Kenen kanssa tulit?



### Mitä kulkuneuvoja käytitte messumatkaan?

	vastanneet	%-osuus
henkilöauto	516	83 %
juna	95	15 %
bussi	4	1 %
lentokone	1	0 %
pyörällä/kävellen	5	1 %
muulla tavoin	0	0 %

### Kenen kanssa tulit?

	vastanneet	%-osuus
yksin	10	2 %
yksin+lapsien	15	3 %
puolison	341	64 %
puolison+lapsien	76	14 %
sukulaisten	42	8 %
ystävien	53	10 %

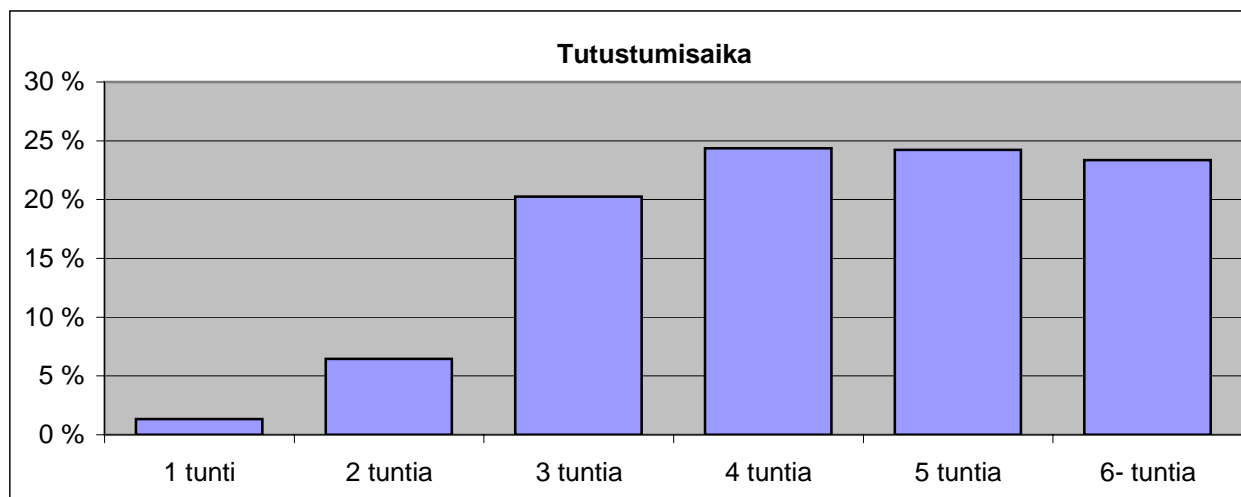
Yksi suurista onnistumisista oli messuvieraiden aktivointi junan käyttöön, peräti 15 % ilmoitti tulleensa junalla.

Puolison kanssa tuli 64 % ja kun siihen lisätään lapsien kanssa tulleet, on osuus melkein 80 %.



## 5. MESSUILLA OLO

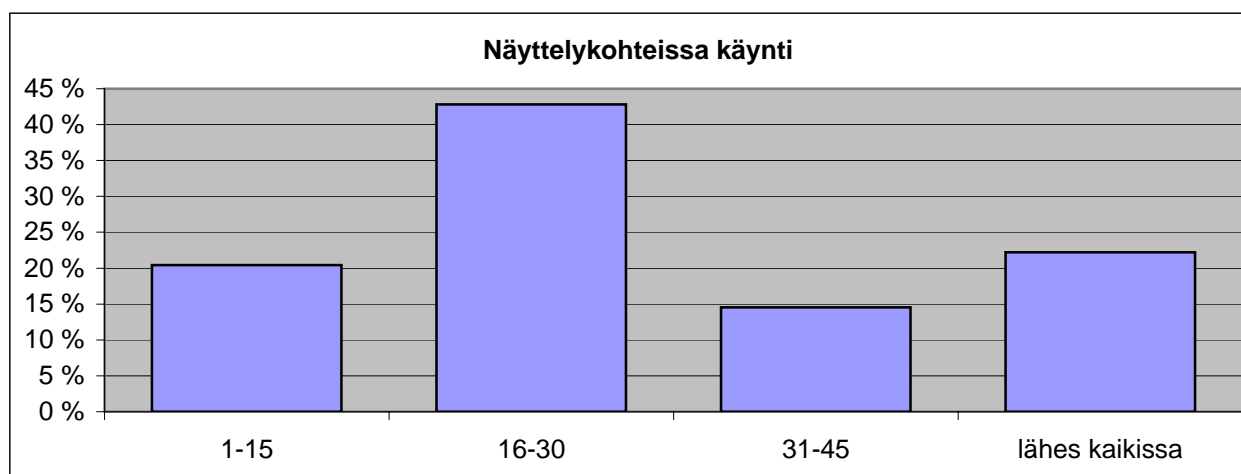
### Näyttelykohteissa käynti



#### Tutustumisaika messuihin

Tutustumisaika messuihin	vastanneet	%-osuus
1 tunti	9	1 %
2 tuntia	44	6 %
3 tuntia	138	20 %
4 tuntia	166	24 %
5 tuntia	165	24 %
6- tuntia	159	23 %
	681	

Runsaasta tarjonnasta johtuen messuilla viivytettiin pitkään; neljännes jopa yli kuusi tuntia!



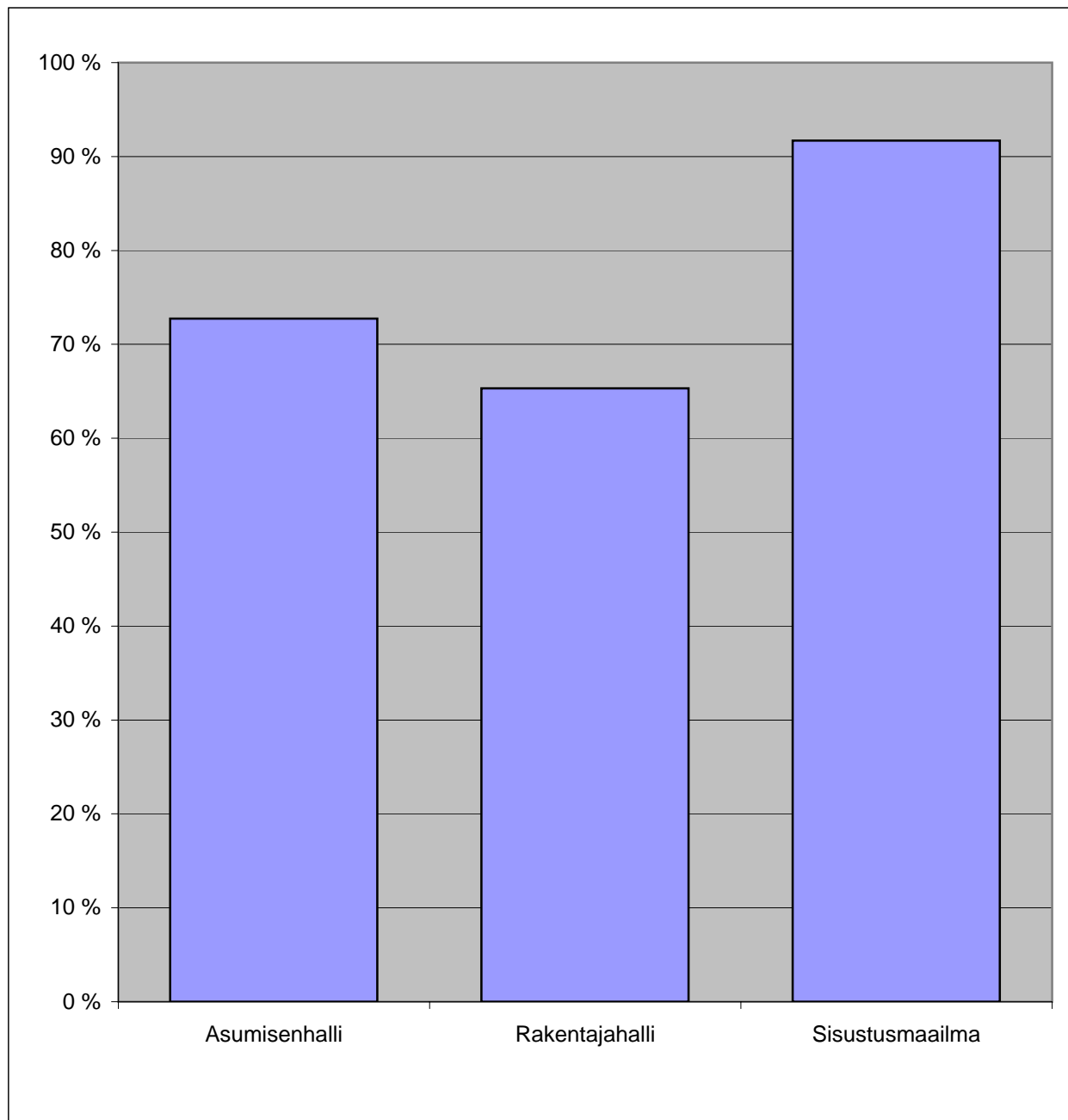
#### Näyttelykohteissa käynti

Näyttelykohteissa käynti	vastanneet	%-osuus
1-15	138	20 %
16-30	289	43 %
31-45	98	15 %
lähes kaikissa	150	22 %

Suuren tarjonnan kääntöpuoli; pääosa ehti käydä vain joka toisessa kohteessa. Viidennes kuitenkin melkein kaikissa.



## Näyttelyhalleissa käynti

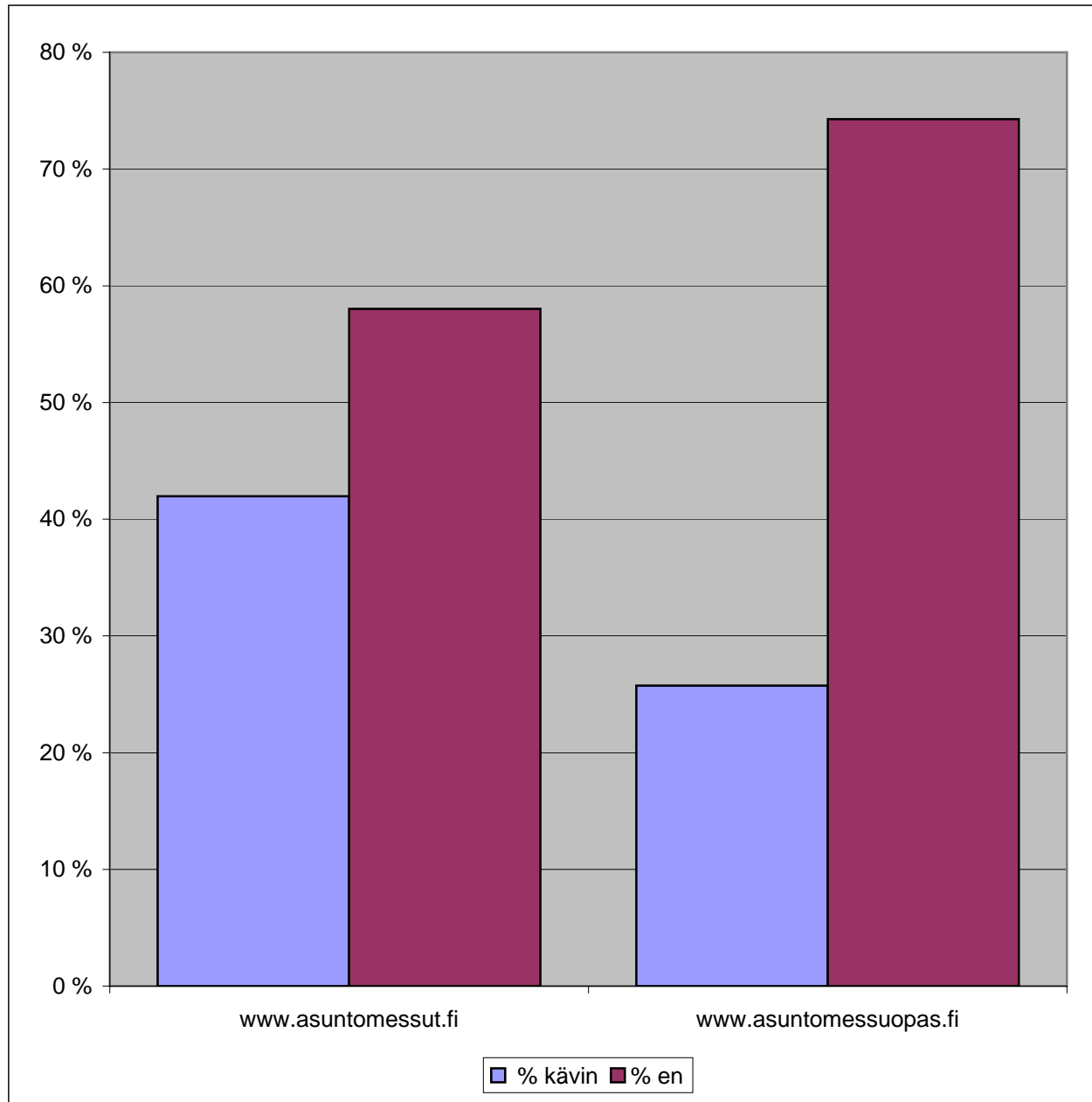


Näyttelyhalleissa käynti	kävin	%-osuus
Asumisenhalli	411	73 %
Rakentajahalli	369	65 %
Sisustusmaailma	518	92 %

Messuilta haettiin sisustusratkaisuja ja -ideoita.  
Niinpä myös Sisustusmaailma-näyttelyhalli kiinnosti.  
Myös muihin haaliehin riitti kiinnostusta.



## Asuntomessujen www-sivuihin tutustuminen



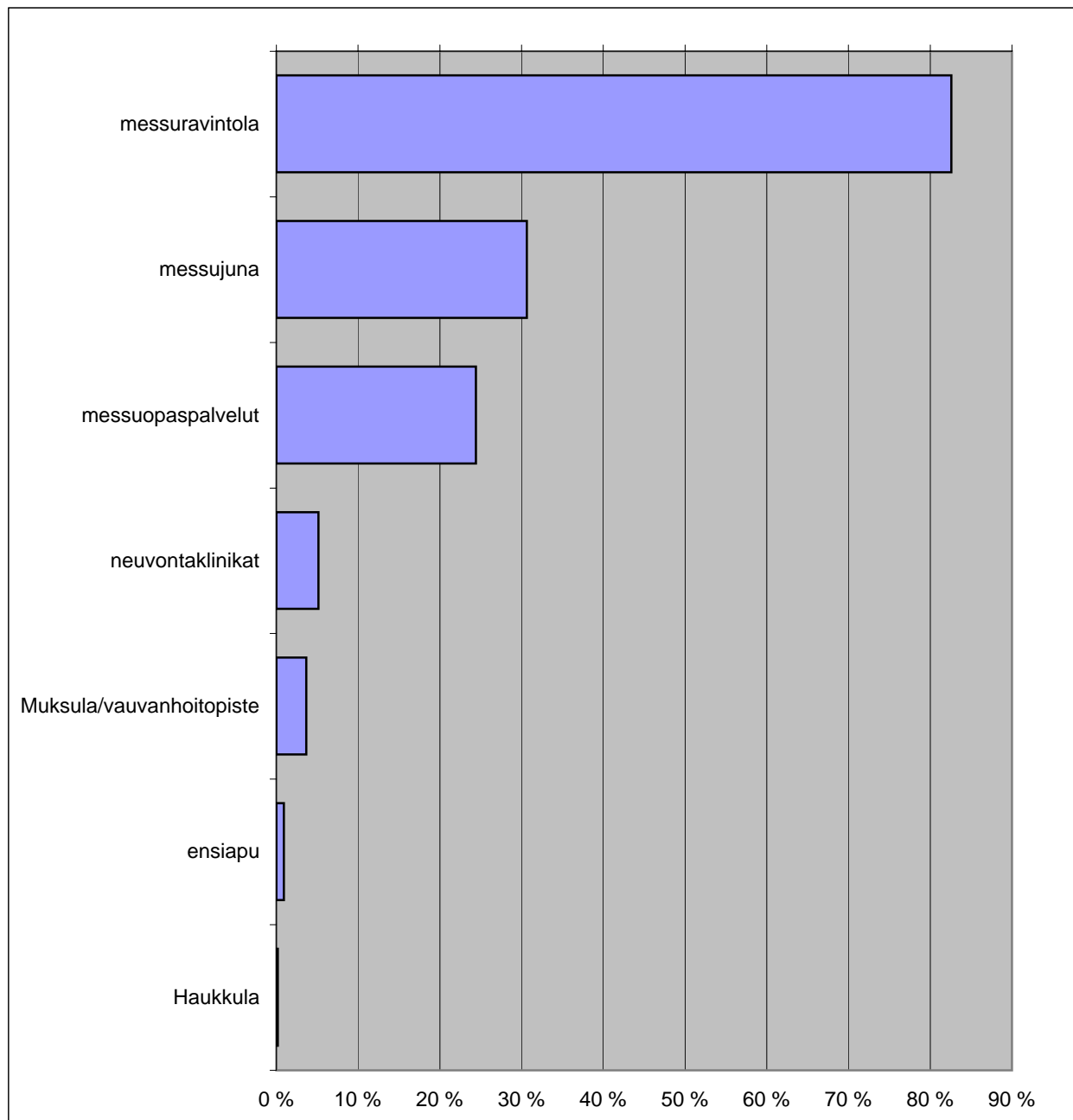
### Asuntomessujen www-sivuihin tutustuminen

	kyllä	en	yhteensä	% kävin	% en
www.asuntomessut.fi	209	289	498	42 %	58 %
www.asuntomessuopas.fi	122	352	474	26 %	74 %

Suomen Asuntomessujen sivuihin oli tutustunut 42 % messuvieraista (Oulu 34 %).



## Mitä messupalveluita käytit?



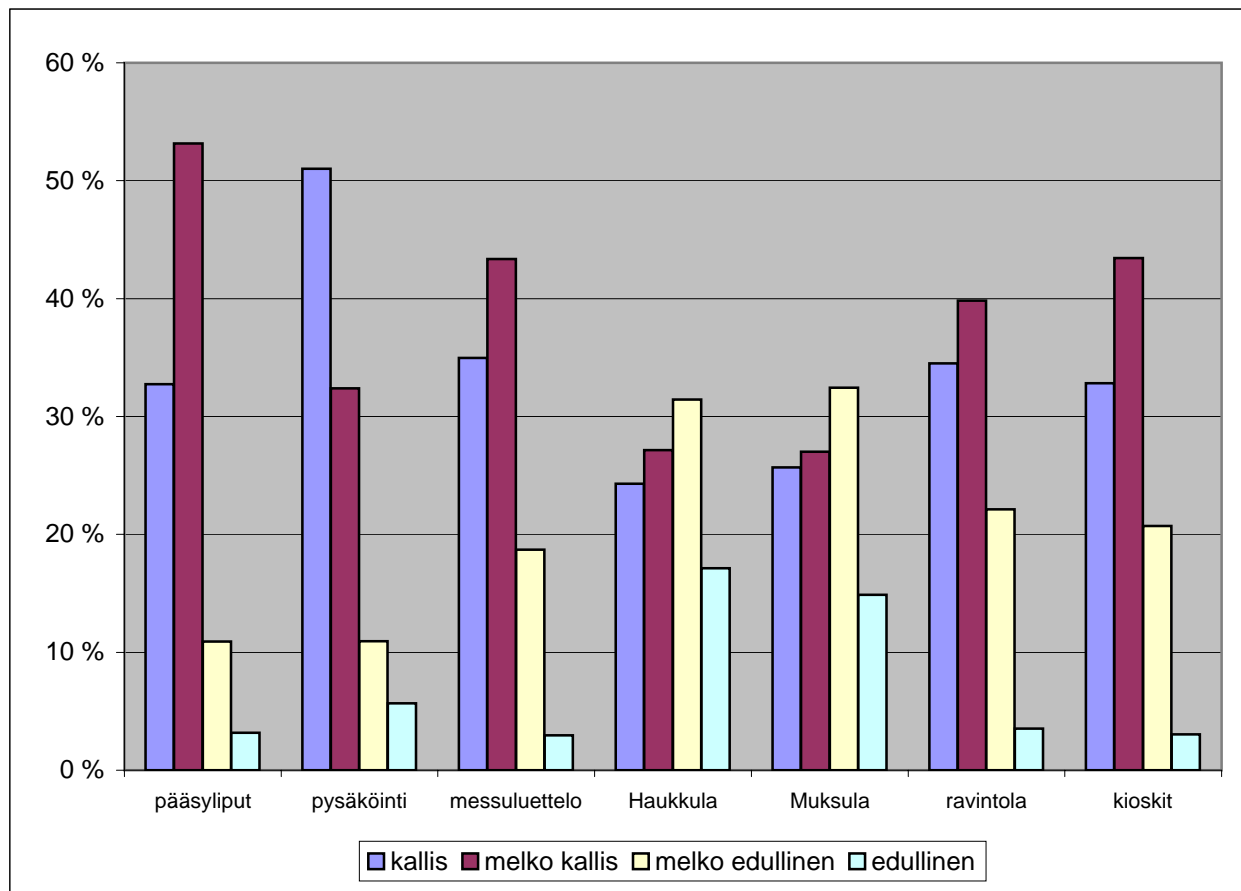
### Mitä messupalveluita käytit?

Messupalvelu	vastanneet	%-osuus
messuravintola	450	83 %
messujuna	167	31 %
messuopaspalvelut	133	24 %
neuvontaklinikat	28	5 %
Muksula/vauvanhoitopiste	20	4 %
ensiapu	5	1 %
Haukkula	1	0 %

Neuvontaklinikoilla kävi tai aikoi käydä useita tuhansia messuvieraita



## Palveluiden hinnat



### Palveluiden hinnat

	kallis	melko kallis	melko edullinen	edullinen	yhteensä
pääsyliput	93	151	31	9	284
pysäköinti	126	80	27	14	247
messuluettelo	71	88	38	6	203
Haukkula	17	19	22	12	70
Muksula	19	20	24	11	74
ravintola	78	90	50	8	226
kioskit	65	86	41	6	198

### Palveluiden hinnat

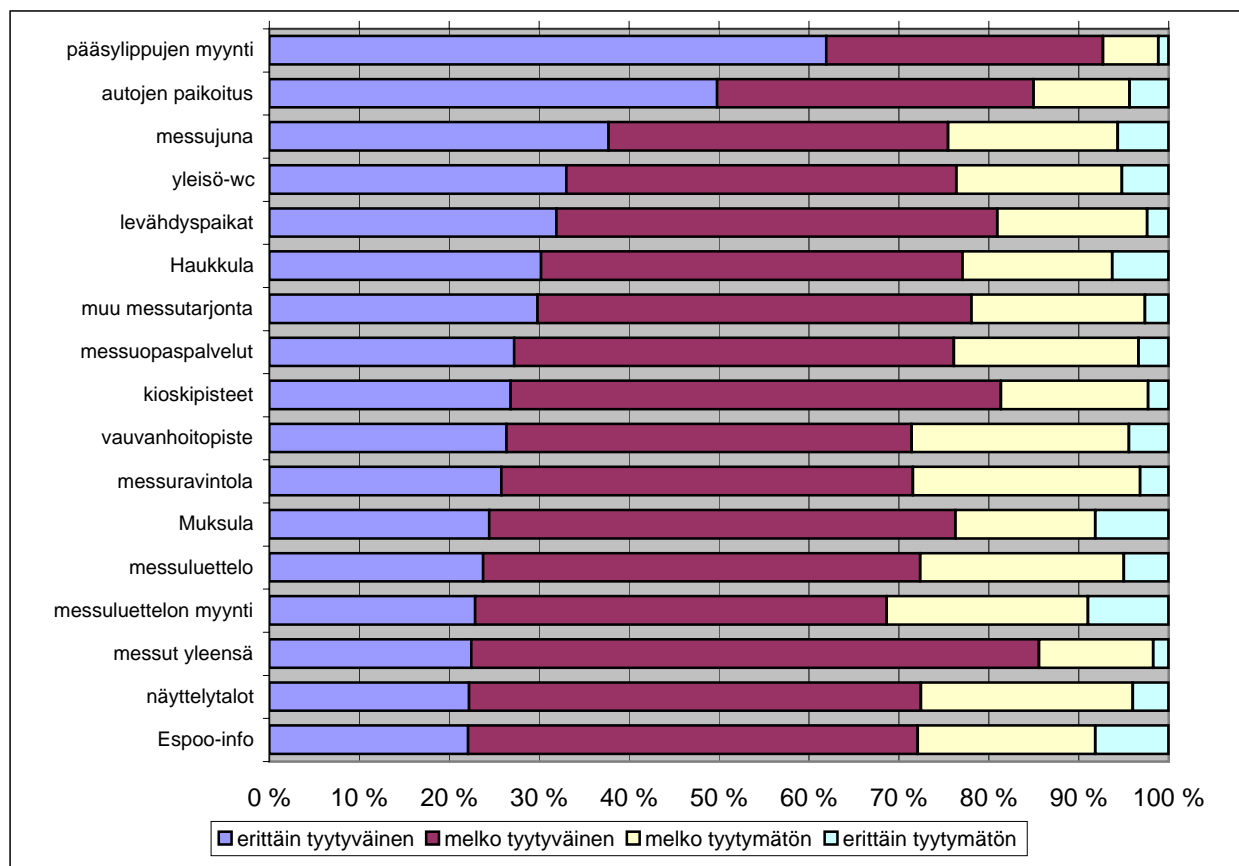
	kallis	melko kallis	melko edullinen	edullinen	yhteensä
pääsyliput	33 %	53 %	11 %	3 %	100 %
pysäköinti	51 %	32 %	11 %	6 %	100 %
messuluettelo	35 %	43 %	19 %	3 %	100 %
Haukkula	24 %	27 %	31 %	17 %	100 %
Muksula	26 %	27 %	32 %	15 %	100 %
ravintola	35 %	40 %	22 %	4 %	100 %
kioskit	33 %	43 %	21 %	3 %	100 %

Pysäköinti-  
palvelut koettiin  
"perinteisesti"  
kalliiksi.





## Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?



### Olitko tyytyväinen

### seuraaviin palveluihin?

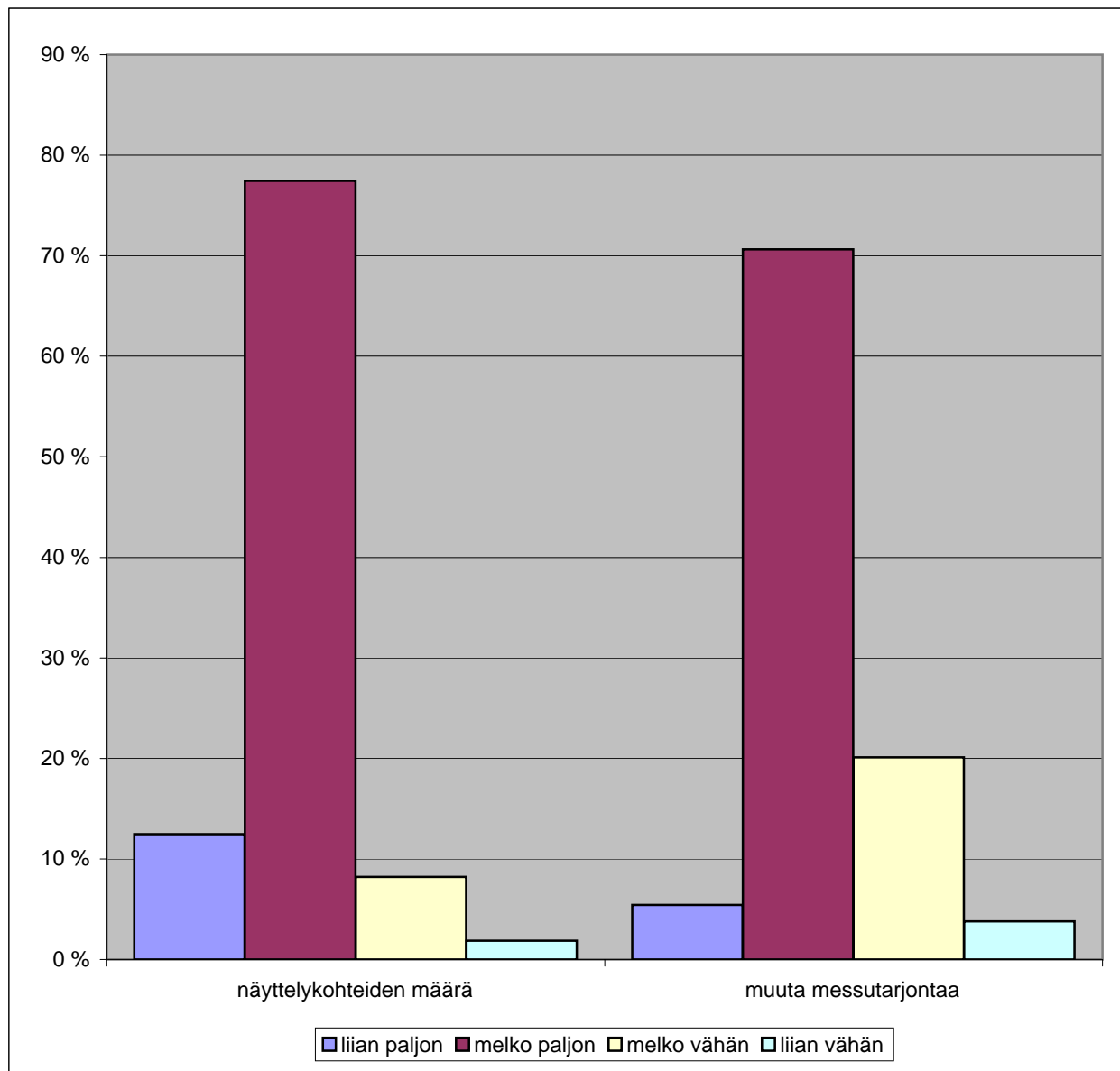
	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
pääsylippujen myynti	62 %	31 %	6 %	1 %
autojen paikoitus	50 %	35 %	11 %	4 %
messujuna	38 %	38 %	19 %	6 %
yleisö-wc	33 %	43 %	18 %	5 %
levähdyspaikat	32 %	49 %	17 %	2 %
Haukkula	30 %	47 %	17 %	6 %
muu messutarjonta	30 %	48 %	19 %	3 %
messuopaspalvelut	27 %	49 %	21 %	3 %
kioskipisteet	27 %	55 %	16 %	2 %
vauvanhoitopiste	26 %	45 %	24 %	4 %
messuravintola	26 %	46 %	25 %	3 %
Muksula	24 %	52 %	16 %	8 %
messuluettelo	24 %	49 %	23 %	5 %
messuluettelon myynti	23 %	46 %	22 %	9 %
messut yleensä	22 %	63 %	13 %	2 %
näyttelytalot	22 %	50 %	24 %	4 %
Espoo-info	22 %	50 %	20 %	8 %
seminaarit/esitelmät	21 %	45 %	25 %	8 %

Vaikka pysäköinnin hinta koettiin korkeahkoksi, itse palveluun oltiin kuitenkin tyytyväisiä.

Joihinkin palveluihin oli lähes kolmannes messuvieraista tyytymättömiä.



## Messutarjonnan riittävyys



### Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän	yhteensä
näyttelykohteiden määrä	47	292	31	7	377
muuta messutarjontaa	20	260	74	14	368

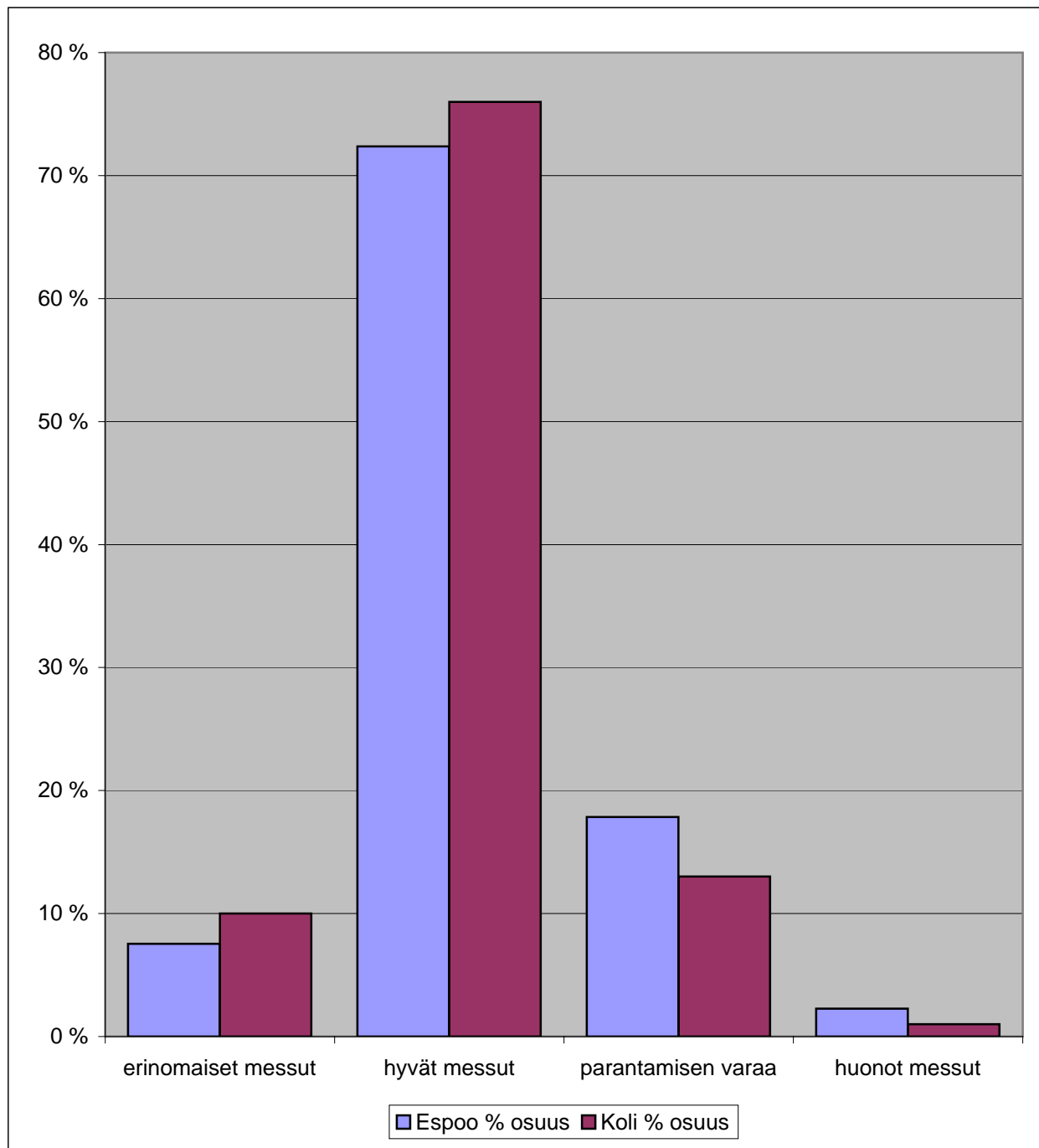
### Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän	yhteensä
näyttelykohteiden määrä	12 %	77 %	8 %	2 %	100 %
muuta messutarjontaa	5 %	71 %	20 %	4 %	100 %

Näyttelykohteiden määrä näytti tyydyttävän pääosaa messuvieraista.  
Joidenkin päivään olisi mahtunut runsaampikin tarjonta.



## Yleisarvosana messuista



### Yleisarvosana messuista

erinomaiset messut  
hyvät messut  
parantamisen varaa  
huonot messut

vastanneet	Espoo % osuus	Koli % osuus
Espoo	30	8 %
	288	72 %
	71	18 %
	9	2 %
		13 %
		1 %

Messuvuoden 2006 tarjonnan yleisarvosana on hyvä.



## Palaute hyvää

alue 31

asialliset ja hyvät

helppo tulla mistä vaan!

ei talotehtaiden tyyppitaloja  
ei tungosta 7

ei turhaa kruusailua. Pelkistys-tema hyvä

ruisleipä ja kahvi sekä ilmaiset liput.  
erilaiset

Harrastuksiimme kuuluu loma-asunto- ja  
asuntomessuilla käynti joka vuosi...

hauska nähdä asuntomahdollisuuksia

hauska pikku kaupunki 2

sopiva valikoima

hillitty kokonaisuus, kuitenkin moderni

hyvin järjestetty/organisoitu 10

hyvin kaupunkimainen, tiivis

hyviä ideoita 6

hyviä taloja 3

hyvä logistiikka

hyvä parkkipaikka ja lähellä 3

hyvät lakut, jätskit.

hyvät liikenneyhteydet 4

hyvät parkkitilat&opastus. 3

Sujuva liikkuminen.

myös kerrostaloja.

ruoka 2

ei perinnetaloja. paljon jäätelökioskeja

ilmaiset näytteet

Isot messut

kaikki 2

kalliita materiaaleja, kylppärit

karkit, arvonnat

kaukalahden eloon herättäminen

Kauniita kohteita 4

kaunista asumista pääkaupunkiseudulla

kaupunkivillat. 2

keskinkert. 2

keskusaukio

rivitalot parhaimpia

kivan näköistä. isot ulkovarastot

paljon nähtävää

kodikkaita asuntoja

kohtuullinen laatutaso 2

kokonaisuus 3

laadukasta ja yksilöllistä rak.

laadukkaat materiaalit

lapset hyvin huomioitu

lasten rakennuspaikka oli kiva!! ja kivat sedät ja  
tädit!

leppoisa ilmapiiri

ulkoinen erilaisuus.  
Luononmateriaalien käyttö (erilaisia puupintoja,  
luonnon vär. laatat.)  
lupaava asuinalue

lähellä 9

makuuhuoneet  
messujuna 3

mielenkiint.vammaisten asuntojen esillä olo

mielenkiintoisia kohteita 3

Mielenkiintoisia ratkaisuja 2

mielikuvitusta

miljöö

monipuolinen 3

runsaasti erilaisia vaihtoehtoja

mukava yleisilme

muksula 2

nuorisoasunnot ja infopaketti

hyvät kulkuyhteydet 2

ilma 8

ok 4

oli mukavaa

onnistuneet nauhamaiset rivarit/kaava

osa rivitalojen julkisivuista kauniita

Paljon erilaisia ratkaisuja

paljon hyvää 2

paljon kohteita 11

erilaisia asumismuotoja.

pienet, ei krääsän markkinoijia

pienkaupunki-mittakaava

pihat 3

puistoalue 2

puun käyttö julkisivuissa, asuntojen valoisuus

selkeys

hyvät ravintolapalvelut

selkeä ratkaisu.

selkeät opasteet 6

siistit vessat 5

siistiä 2

toimivat oheispalvelut 2

saunat - yksinkertaisia

sisustusideoita 7

istuinpenkkejä joilla voi huilia

talojen ulkoveritys miellyttävä 3

terassit

Tietää että ei mahdollista plagioida.

tiiviyys

ruokailumahdollisuudet 2

tosi erilaisia ratkaisuja

upea miljöö. raikkaita ratkaisuja.  
upeita sisätiloja, mukana hyviä ja hienoja

valoisuus

ei liian korkeita taloja.  
väljyys 5

riittävästi vapauksia rakentajilla.

hyvät nuorisoasunnot

Yleisilme selkeä ja hyvä.

Yleisöpalvelu ensiluokkaista.

### Otteita:

-Hauska pikku kaupunki

-Lapset huomioitu hyvin

-Monipuolisuus

-Ulkoisen erilaisuus

-Ei perinnetaloja



## Palaute huonoa

perinnetalot puuttuvat

siltoja ym. turhuuksia

1 päivä ei riitä, rumia taloja

ahdas rakentaminen 23

sokkeloista, kaiken voi jakaa naapurien rouvien kanssa!!

ei ollenkaan normaaleja taloja, aika liian lyhyt, aika tavallista

asunnot samanlaisia 2, asunnot sokkeloisia

Asunnot toistensa kopioita sisustuksellisesti.

asuntojen hinnat

Edes kartat voitaisiin jakaa

ei mitään tavalliselle rakentajalle, vain 5% rakentajista hyötyy

ei tavalliselle perheelle soveltuvia taloja 5

ei yhtään oikein hyvää saunaa, rakennusvirheitä

enemmän ns. "tavallisia" taloja messuille

epäselvät kohdeopasteet alussa

espoolaisille ale-liput puuttuivat

hinnat 7

hintatietojen epämääräisyys. uusien ideoiden puute.

Huonosti suunnitellut kohteet. Kukaan ei viihdy asua niissä!  
inva-asunnot&ikaant.asunnot&eiinkaarijatteiun suunniteltu&toteutus ei ole arkea. toimintaterapeutit "korjaavat" ts. tekevät asunnonmuutosuunnittelun yms. kunnan viranomaisena kun toimintakyky alenee. Miksi ammattikuntaamme ei oteta messusuunnitteluun?Katsomme toiminnan kautta ympäristöä.eri perspektiivi kuin arkkitehteillä!

Iso opastekartta puuttui?

juomapisteidien puute

kahvi. kaikki asunnot aneemisiala, ei tapetteja ja värejä

kaikissa näyttelykohteissa portaita

välillä jotain uutta rakennustyyliä

kaikki ylisuuria perhe-asuntoja, enemmän myös sinkuille koteja

kalliit talot 6, kalliit ruoat 9, kallis pysäköinti, kalliit liput 3

erikoiset talot 2, kallista

kamalat näköalat asunnoista

kartta, keittiöt

kuvaaminen aiheuttaa jonoja kohteisiin

enemmän nurmea, liian erikoisia kohteita

muotoilu ja hyvä värytys puuttui, liian suoraa

liian moderneja taloja 2

liian paljon informaatiota ja innovaatiota

Liian paljon olohuonetilaa, liian vähän makuuhuoneita.

liian pienet tontit, oleskelutiloihin ja vaatehuoneisiin ei satsattu tilaa

liian samanlaisia ratkaisuja, liian vaaleita sisustusratkaisuja

liikaa huoneita neliöihin nähden

liikaa ihmisiä 4, liikaa mukulakiveä, liikaa rappusia 2, Liikaa retroa

luontoa vähän

luottokorttimaksu portilla hidasta

lyhyt aukioloaika, klo 19:ään voisi olla avoinna 2

menee kiinni liian aikaisin 2

Messujuna ei kulkenut suljetusaikaan

messujuna pysäkit tai ajo huonosti merkitty

messukarttoja pitäisi olla enemmän

mielikuvituksetonta

missä lähin elintarvikekauppa

missä perinteiset talotoimittajat? missä pankkiautomaatti?

monta kerrosta (2-3)

musiikki vähän liian kovalla

omakotitalot 3

luvattoman paljon suunnittelu ja toteutusvirheitä.

opasteita harvassa talosta taloon + keskeneräisyys

opastus välillä katosi

Outoja huonetilaratkaisuja joissakin tapauksissa, värit

piehet pihat 4, pienet tontit 3, kapeita portaita 4

Pysäköinnin ohjaus , tonttien ahtaus

Rivitalomainen omakotirakentaminen

Ruoka huonoa 2, ruokatarjonta, suppea hallien tarjonta

samankaltaiset asunnot (ei vaihtelua) 4

otto-automaatti pitäisi löytyä alueelta, jossa lähes missään ei käy pankkikortti! Liian moderneja asuntoja!

samoja materiaaleja käytetty monissa kohteissa

sekava - ei ollut edes karttaa- ILMAISTA

sisustukset liian samanlaisia, persoonattomia 2

suuri pettyys, taloissa huonoja tilaratkaisuja

taloissa liikaa samanlaisia sisustusratkaisuja 2

tavalliselle kansalaiselle on tarjolla lähinnä nelmiä

Tavarantoimittajien esittelyt ja aktiivisuus

tehoton tilan käyttö

tien varrelle Turkuun päin näkyvyyttä lisää

tietokoneyhteydet ei toimineet, sai jonottaa kauan ja liput loppuivat

kaikki monitaso asuntoja (paitsi tietty kerrostalo)

rumat julkisivut, ei omakotitalon rauhaa 2

pienet pihat, tontit pieniä 3

enemmän luovia ratkaisuja (esim. kotilo)

turhan isoja asuntoja tässä ympäristössä

vain vähän mieluisia kohteita

vasta info-pisteestä sai aluekartan, jakakaa lipunmyynnin yhteydessä

wessoja joku paikka asunnossa, viitoitus, esim. wc

Vähän "perinteisen näköisiä"puutaloja, jotka viehättää eniten

vähän tavallisille perheille suunniteltuja kohtuuhintaisia asuntoja

vähän/ ei lanakaan yksitasoratkaisuja omakotitaloissa

ympäristön koristeluhake haisee hevosen p:lle.

Ällöt talot!!!!Ei niissä voi asua!!

**Liian paljon, liian samanlaista, liian moderneja, ei tavallisia taloja**

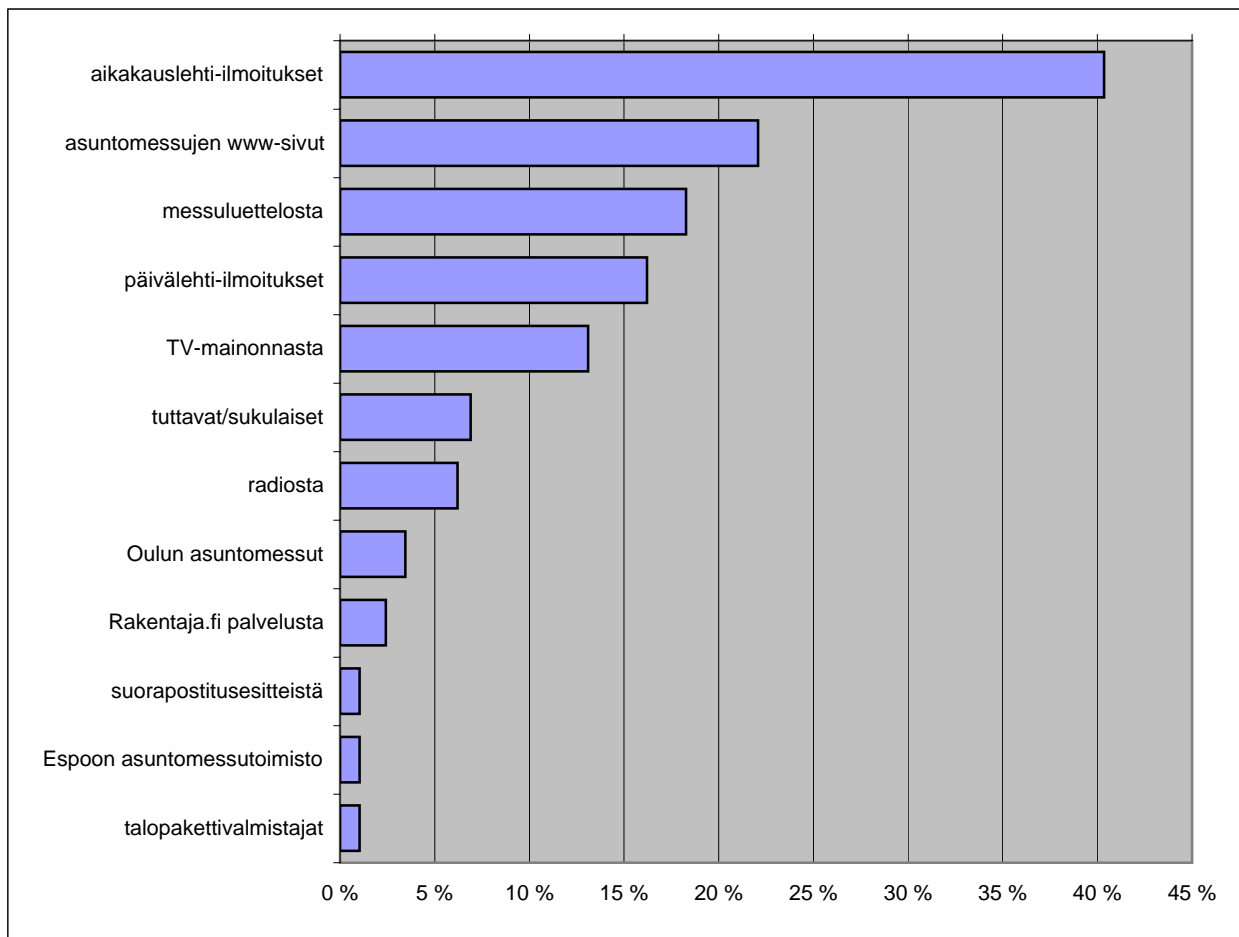
**Kamalat näköalat, luontoa vähän, liian tiivistä**

**Opaskartan puuttuminen, lyhyt aukioloaika**



## 7. MESSUVIESTINTÄ

### Mistä parasta ennakkoinfoa



#### Mistä saitte parhaiten ennakkoinfoa?

	vastanneet	%-osuus
aikakauslehti-ilmoitukset	117	40 %
asuntomessujen www-sivut	64	22 %
messuluettelosta	53	18 %
päivälehti-ilmoitukset	47	16 %
TV-mainonnasta	38	13 %
tuttavat/sukulaiset	20	7 %
radiosta	18	6 %
Oulun asuntomessut	10	3 %
Rakentaja.fi palvelusta	7	2 %
suorapostitusesitteistä	3	1 %
Espoon asuntomessutoimisto	3	1 %
talopakettivalmistajat	3	1 %
Asuntomessuopas.fi -sivuilta	0	0 %
	290	

Aikakauslehti-ilmoitukset (ja jutut) olivat tärkein ennakkoinfon antaja. Netin osuus kaksinkertaistui Ouluun nähden!



## Mistä parasta ennakkoinfoa

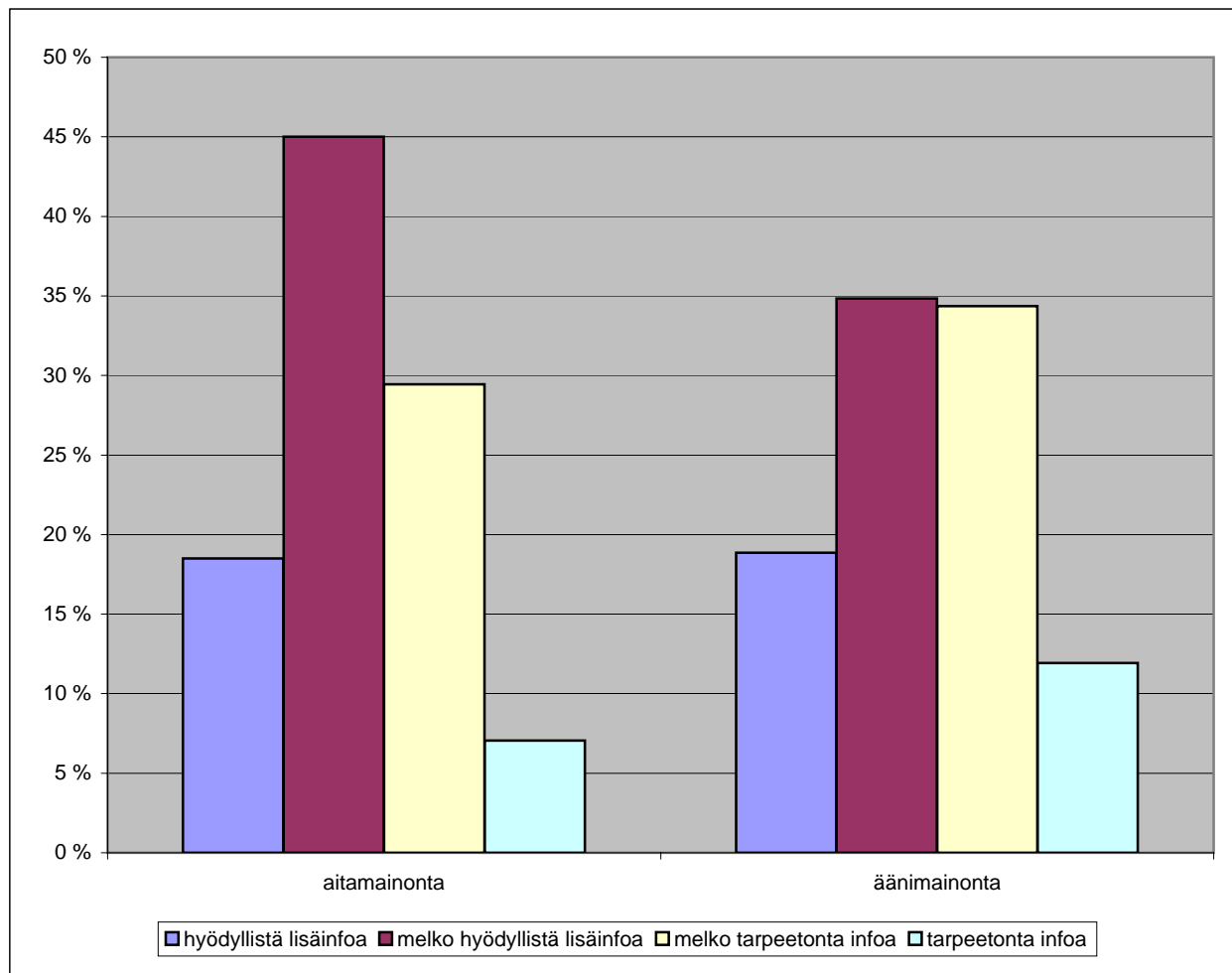


Mistä etsitte ennakkoinfoa?	%-osuus	Mistä saitte parhaiten ennakkoinfoa?	%-osuus
aikakauslehti-ilmoitukset	51 %	aikakauslehti-ilmoitukset	40 %
päivälehti-ilmoitukset	18 %	asuntomessujen www-sivut	22 %
internetistä	34 %	messuluettelosta	18 %
TV-mainonnasta	14 %	päivälehti-ilmoitukset	16 %
asuntomessujen www-sivut	13 %	TV-mainonnasta	13 %
Rakentaja.fi palvelusta	4 %	tuttavat/sukulaiset	7 %
radiosta	5 %	radiosta	6 %
talven ja kevään rakennusmessuilta	4 %	Oulun asuntomessut	3 %
suorapostitusesitteestä	4 %	Rakentaja.fi palvelusta	2 %
maantiejättitauluista	1 %	suorapostitusesitteistä	1 %
bussikylkimainonnasta	0 %	Espeen asuntomessutoimisto	1 %
VR:n junista ja asemilta	0 %	talopakettivalmistajat	1 %
		Asuntomessuopas.fi -sivuilta	0 %

Aikakauslehdistä haettiin - ja siis myös saatiin parasta ennakkoinfoa.



## Aita- ja äänimainonta



### Aita- ja äänimainonta

	aitamainonta	äänimainonta	aitamainonta	äänimainonta
hyödyllistä lisäinfoa	76	79	18 %	19 %
melko hyödyllistä lisäinfoa	185	146	45 %	35 %
melko tarpeetonta infoa	121	144	29 %	34 %
tarpeetonta infoa	29	50	7 %	12 %
	411	419	100 %	100 %

### Millaisena pidätte tiedotusta Espoon asuntomessuista?

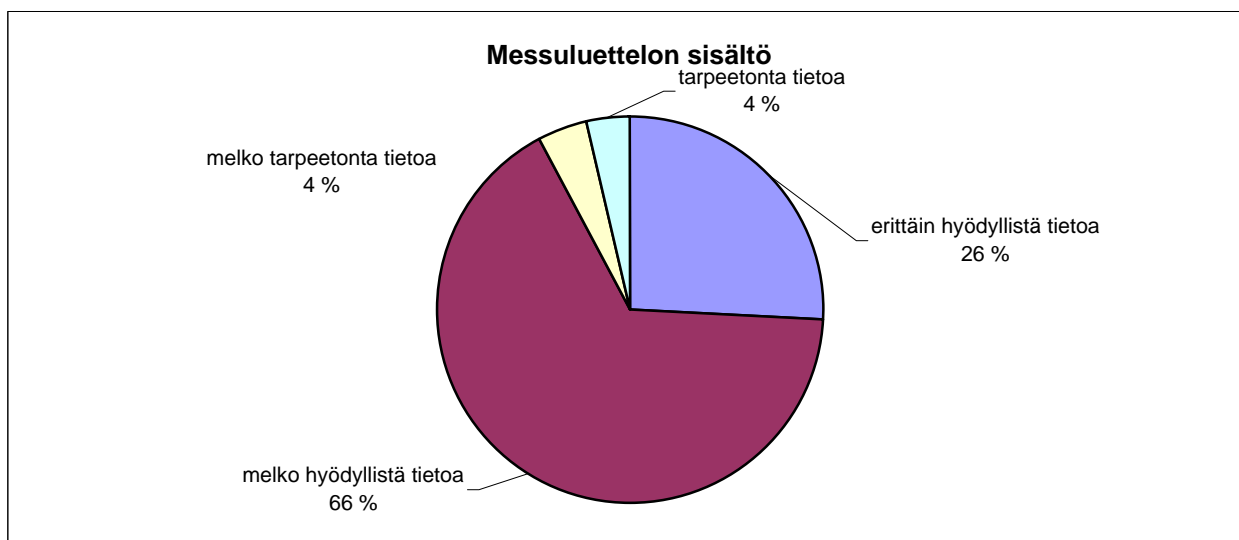
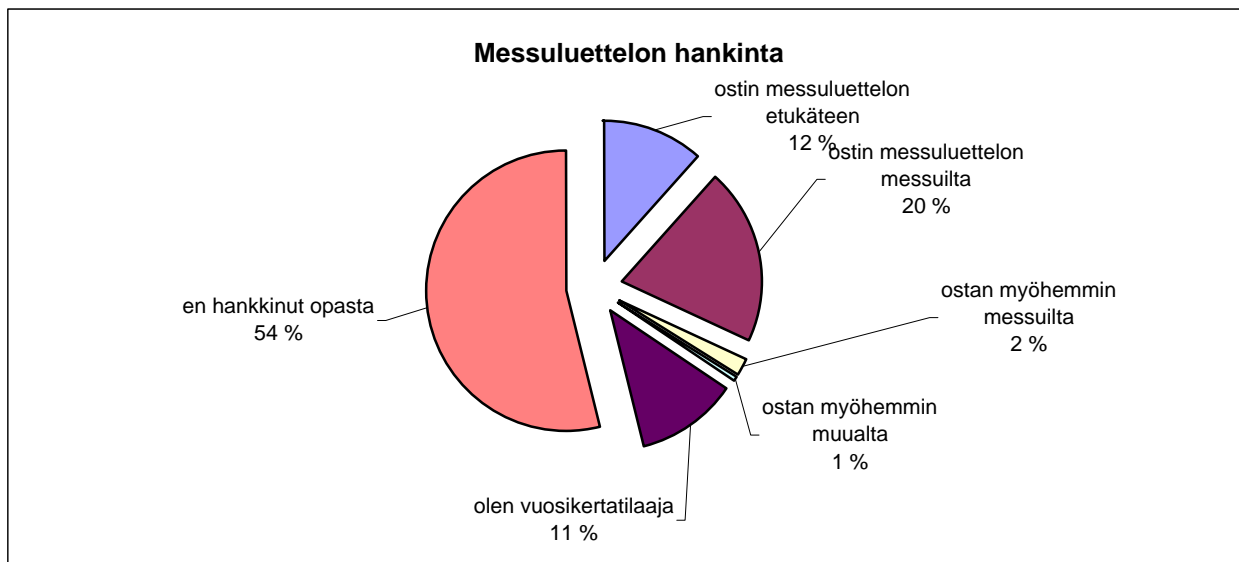
	vastanneet	%-osuus
erittäin hyvänä	121	20,4 %
hyvänä	277	46,6 %
riittävänä	171	28,8 %
huonona	22	3,7 %
erittäin huonona	3	0,5 %

Tiedotustoiminta koettiin hyväksi.  
Aita- ja äänimainonta koetaan hieman positiivisempänä kuin negatiivisena





## Messuluettelo



### Messuluettelon hankintatapa

Hankintatapa	vastanneet	%-osuus	volyymi
ostin messuluettelon etukäteen	51	12 %	7 735
ostin messuluettelon messuilta	89	20 %	13 498
ostan myöhemmin messuilta	8	2 %	1 213
ostan myöhemmin muualta	3	1 %	455
olen vuosikertatilaaja	50	11 %	7 583
en hankkinut opasta	236	54 %	35 792
<b>Yhteensä</b>			<b>66 276</b>

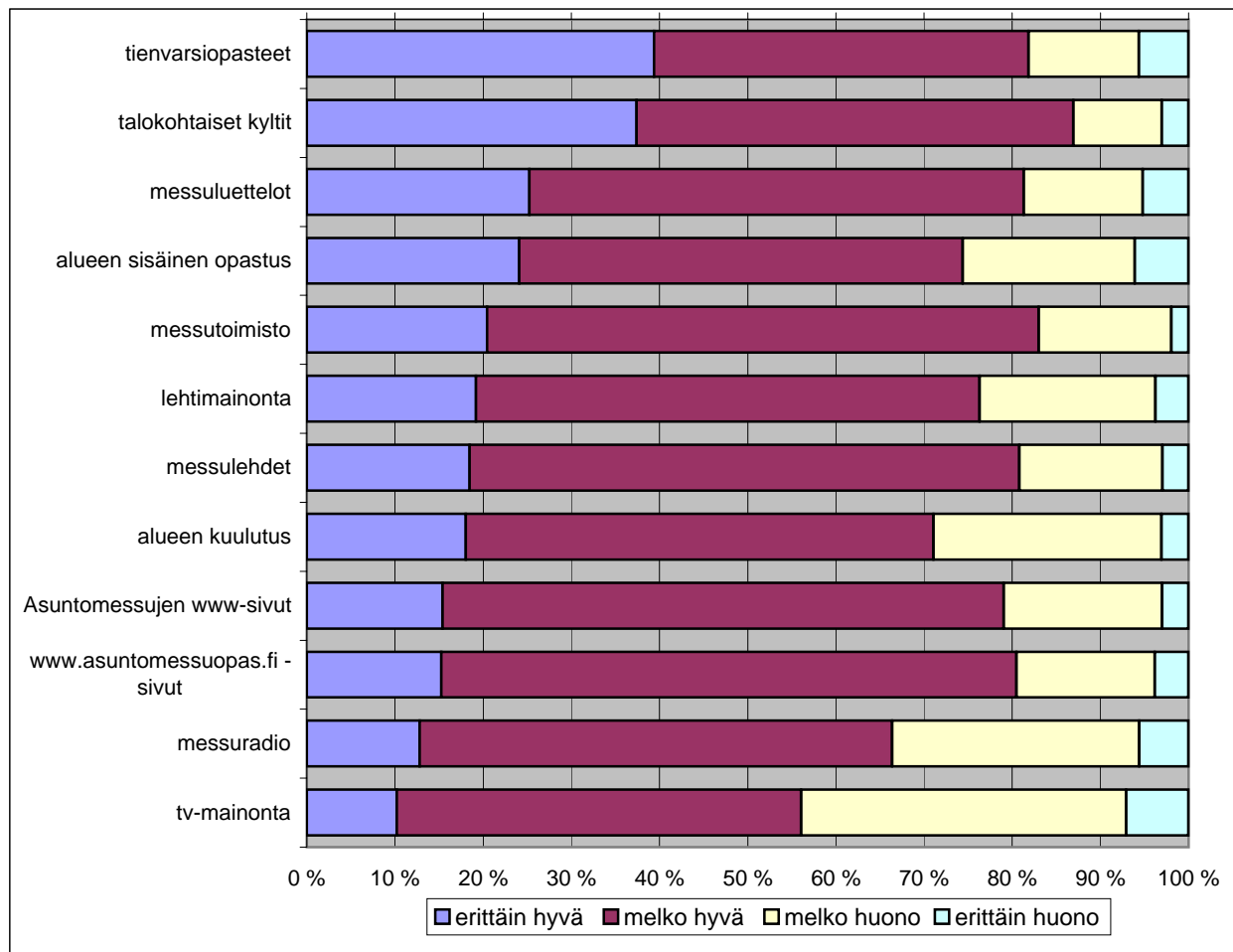
### Messuluettelon sisältö

Sisällön laatu	vastanneet	%-osuus
erittäin hyödyllistä tietoa	66	26 %
melko hyödyllistä tietoa	169	66 %
melko tarpeetonta tietoa	11	4 %
tarpeetonta tietoa	9	4 %

Messuluettelo ei jostain syystä hankittu etukäteen. Sisältö koettiin kuitenkin hyödylliseksi.



## Arviot messutiedotuksen tasosta



### Arviot messutiedotuksen tasosta

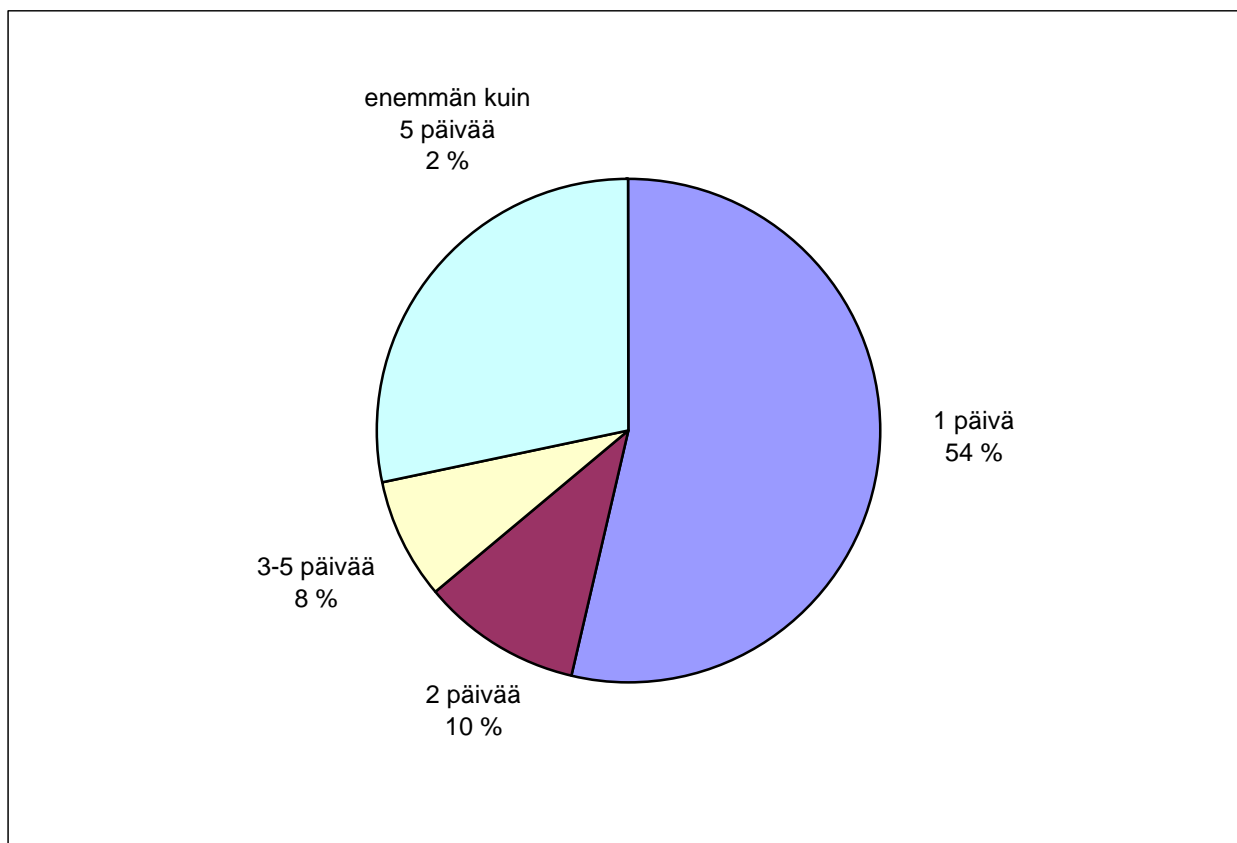
	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
tienvarsiopasteet	39 %	43 %	13 %	6 %
talokohtaiset kyltit	37 %	50 %	10 %	3 %
messuluettelot	25 %	56 %	13 %	5 %
alueen sisäinen opastus	24 %	50 %	20 %	6 %
messutoimisto	20 %	63 %	15 %	2 %
lehtimainonta	19 %	57 %	20 %	4 %
messulehdet	18 %	62 %	16 %	3 %
alueen kuulutus	18 %	53 %	26 %	3 %
Asuntomessujen www-sivut	15 %	64 %	18 %	3 %
www.asuntomessuopas.fi -sivut	15 %	65 %	16 %	4 %
messuradio	13 %	54 %	28 %	6 %
tv-mainonta	10 %	46 %	37 %	7 %

Hyvää; tienvarsiopastus, talokyltit, messuluettelo, toimisto  
Parannettavaa; sisäinen opastus, alueen kuulutus, messuradio



## 8. VIIPYMINEN JA MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA

### Kuinka pitkään viivytte/aiotte viipyä Espoossa/pk-seudulla



#### Kuinka pitkään viivytte/aiotte viipyä

##### Espoossa/pk-seudulla

	vastanneet	%-osuus	volyymi
1 päivä	222	54 %	93 468
2 päivää	42	10 %	17 683
3-5 päivää	33	8 %	13 894
enemmän kuin 5 päivää	117	28 %	49 260
	414		

#### Missä seuraavissa kohteissa kävitte tai aiotte käydä messumatkan yhteydessä?

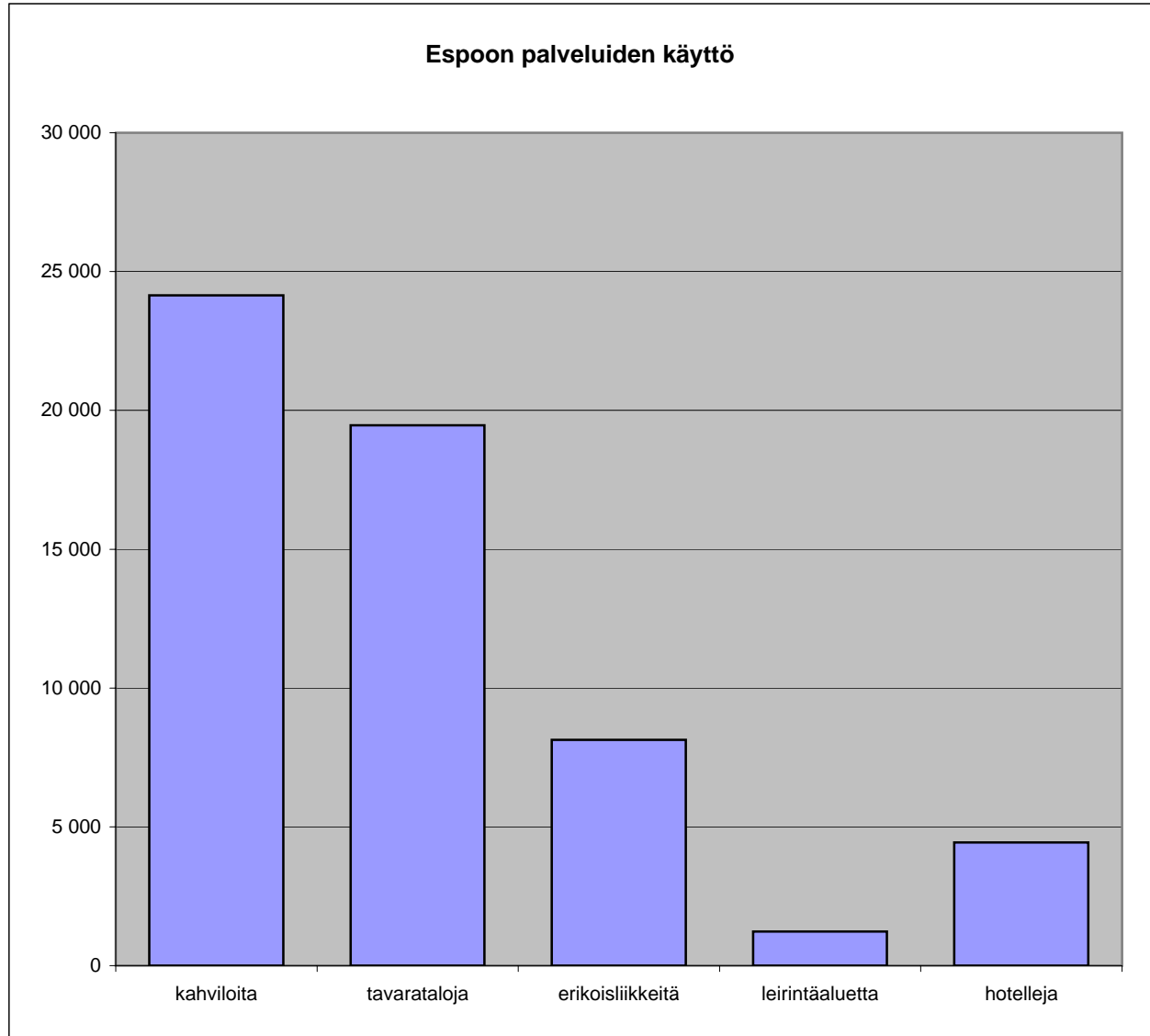
	vastanneet	%-osuus	volyymi
Oheiskohde Marketanpuisto	43	23 %	40 296
Näyttelykeskus WeeGee	8	4 %	7 497
Urkuyö ja Aaria -konsertti Espoon tuomiok	15	8 %	14 057
Museot	16	9 %	14 994
Nuuskion kansallispuisto	22	12 %	20 617
Espoon ulkoilusaaret	12	6 %	11 245

Messujen "paikallisuus" näkyi myös paikkakunnalla viipymisen niukkuutena.

Oheiskohde Marketanpuistosta oltiin ainakin ennakkoon kiinnostuneita.



## Messupaikkakunnan palveluiden käyttö



### Käyttökö/aioteko käyttää tällä matkallanne Espoon palveluista

	vastanneet	%-osuus	volyymi
kahviloita	98	36 %	24 145
tavarataloja	79	29 %	19 464
erikoisliikkeitä	33	12 %	8 130
leirintäaluetta	5	2 %	1 232
hotelleja	18	7 %	4 435

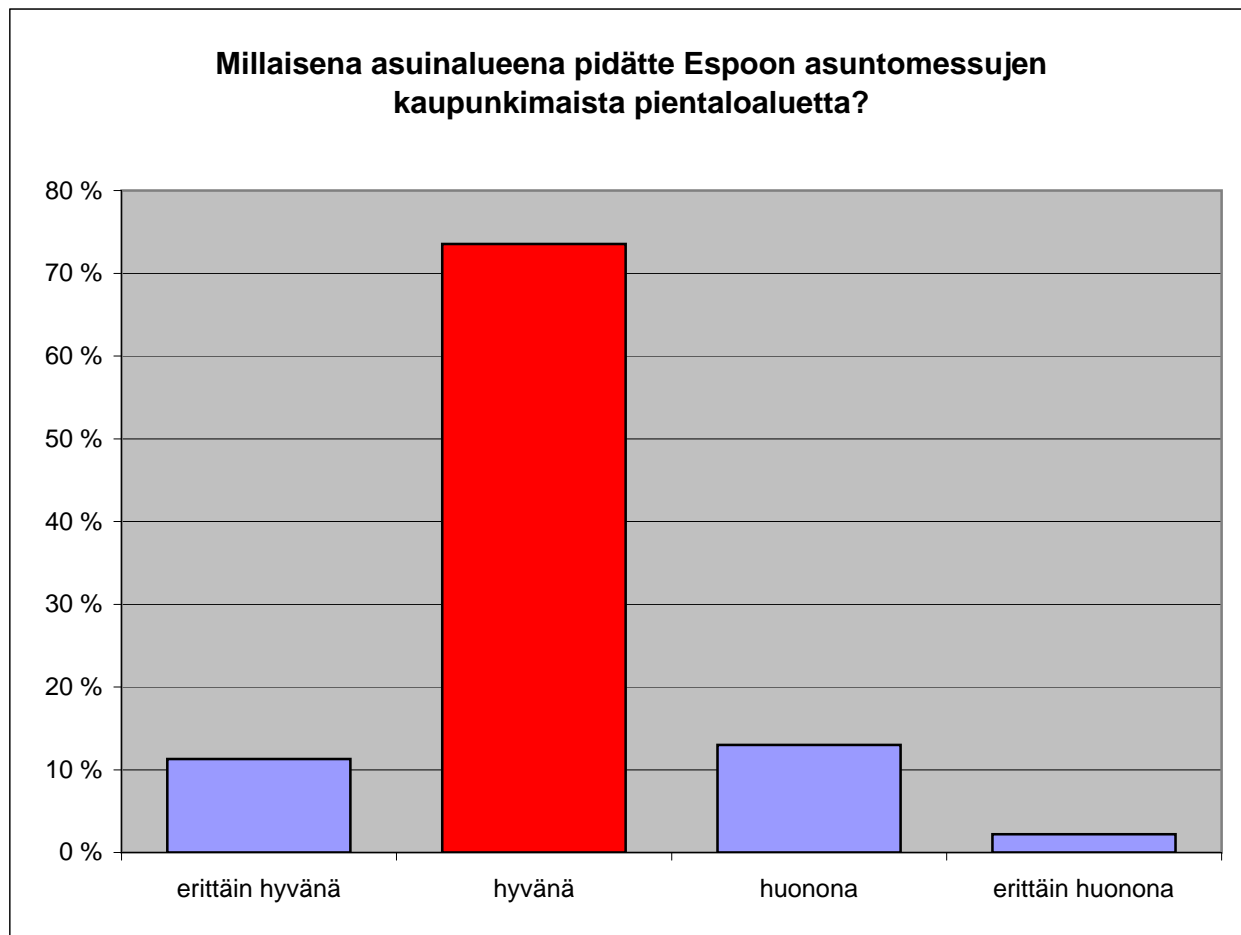
### Espoo kaupunkina

	vastanneet	%-osuus
parempi kuin odotin	54	11 %
odotusteni mukainen	428	86 %
huonompi kuin odotin	17	3 %

Valtaosa messuvieraista aikoo käyttää Espoon palveluita messumatkan yhteydessä



## Espoossa vierailu



**Millaisena asuinalueena pidätte  
Espoon asuntomessujen  
kaupunkimaista pientaloaluetta?**

	vastanneet	%-osuus
erittäin hyvä	67	11 %
hyvä	436	74 %
huonona	77	13 %
erittäin huonona	13	2 %
	593	

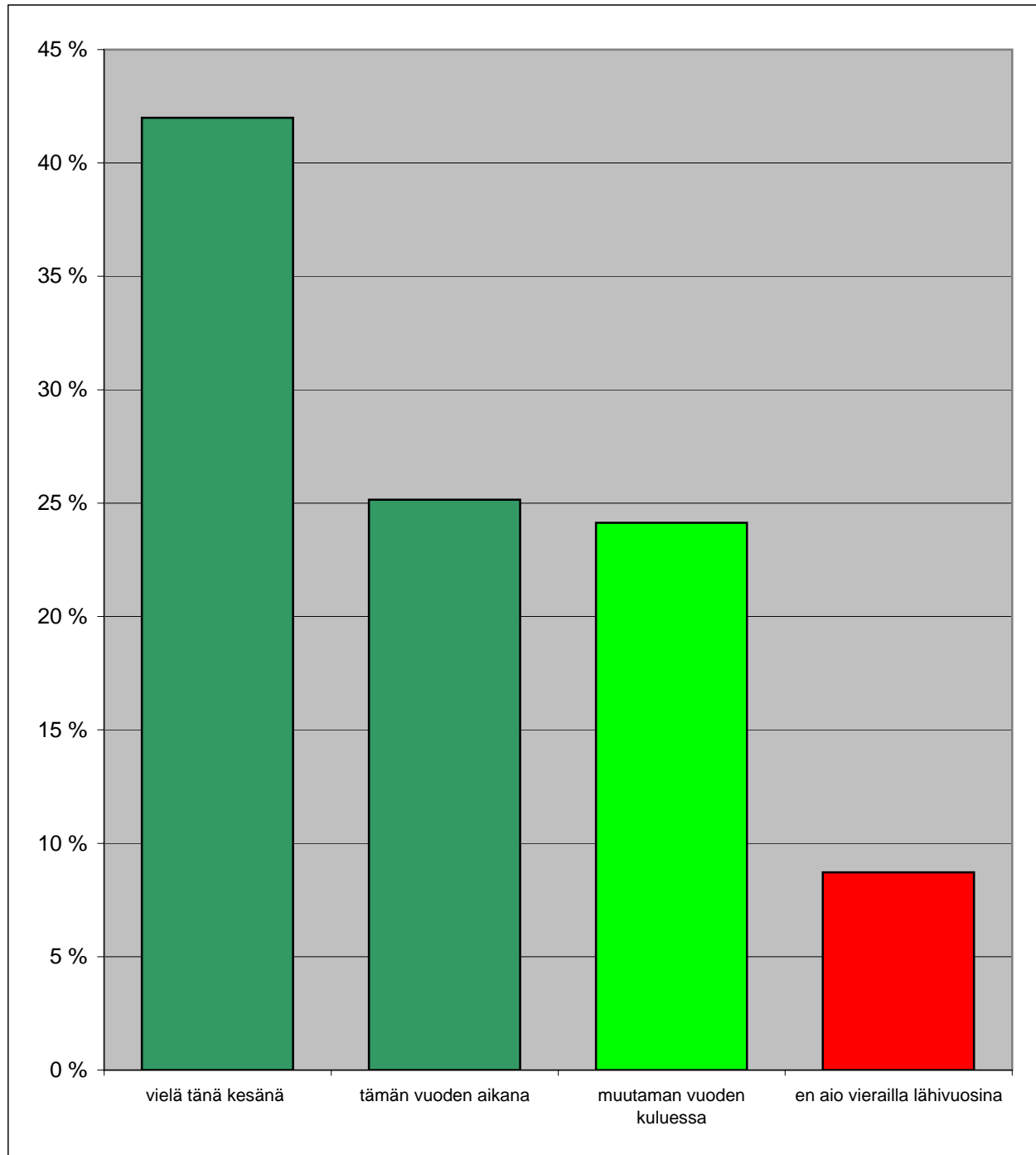
**Kuinka haluttavana pidätte  
asumista messualueen  
tyyppisellä, matalalla ja tiiviillä  
asuinalueella?**

	vastanneet	%-osuus
erittäin haluttavana	36	6 %
haluttavana	164	28 %
jonkin verran haluttavana	231	39 %
ei ollenkaan haluttavana	159	27 %
	590	

Kauklahden messualue  
miellytti.



## Aiotteko vierailla Espoossa uudelleen?



### Aiotteko vierailla Espoossa uudelleen?

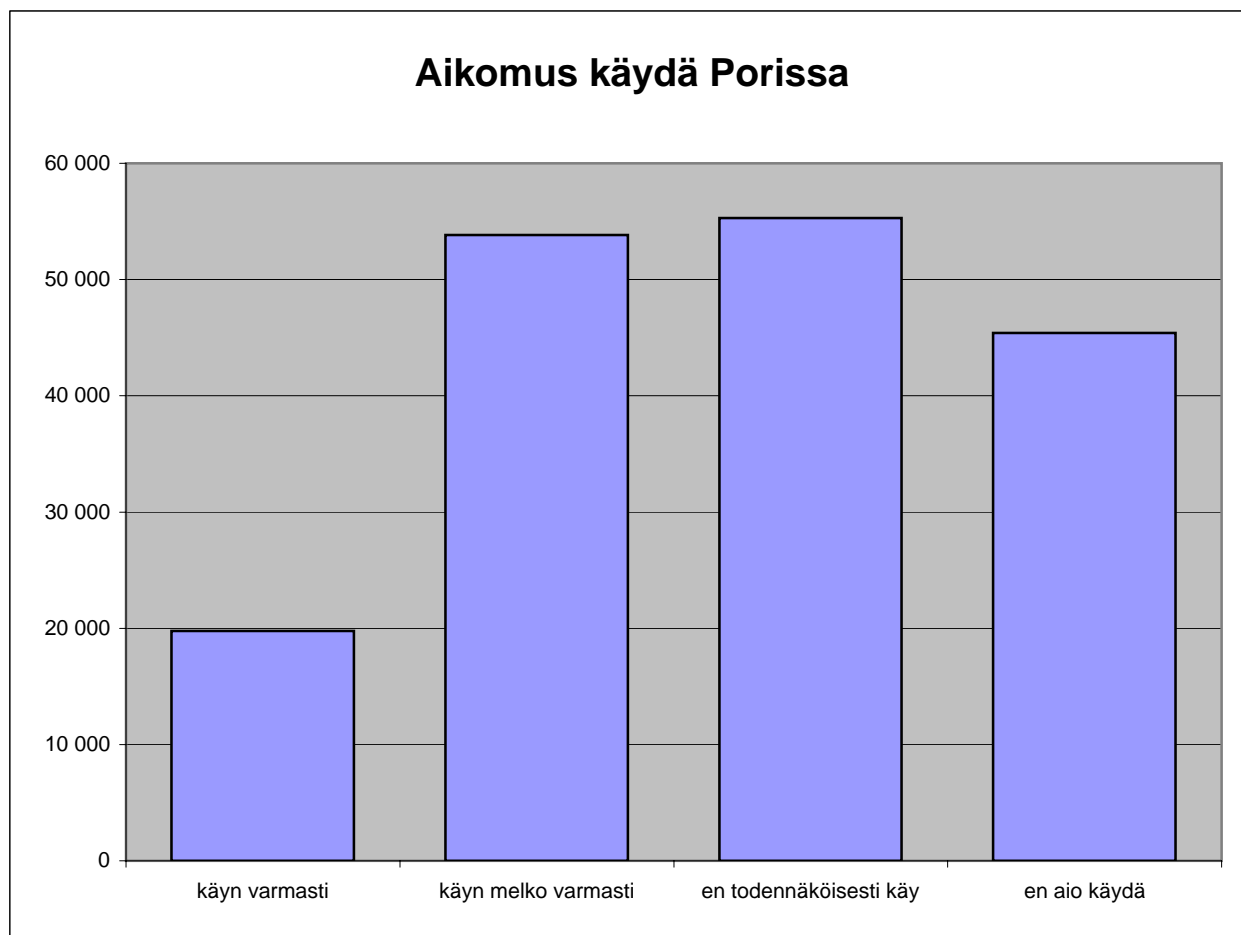
	vastanneet	%-osuus
vielä tänä kesänä	207	42 %
tämän vuoden aikana	124	25 %
muutaman vuoden kuluessa	119	24 %
en aio vierailla lähivuosina	43	9 %

Kolmasosalla ei ole tarvetta tulla Espooseen lähivuosina



## 9. TULEVAT MESSUT

### Loma-asuntomessut Porissa 2008



#### Aikomus käydä Porissa

	vastanneet	%-osuus	volyymi
käyn varmasti	54	11 %	19 774
käyn melko varmasti	147	31 %	53 829
en todennäköisesti käy	151	32 %	55 294
en aio käydä	124	26 %	45 407

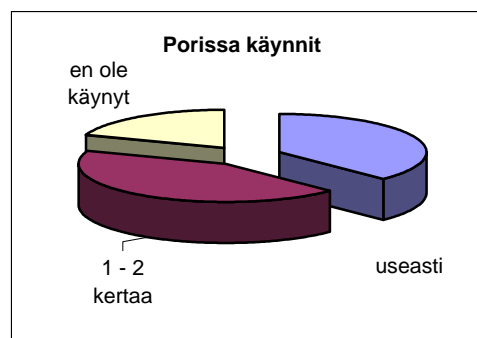
Loma-asuntomessuilla  
Porissa aikoo käydä 40 %  
Espoossa käyneistä.

#### Olen käynyt Porissa

	vastanneet	%-osuus
useasti	177	38 %
1 - 2 kertaa	203	43 %
en ole käynyt	92	19 %

#### Porin sijainti

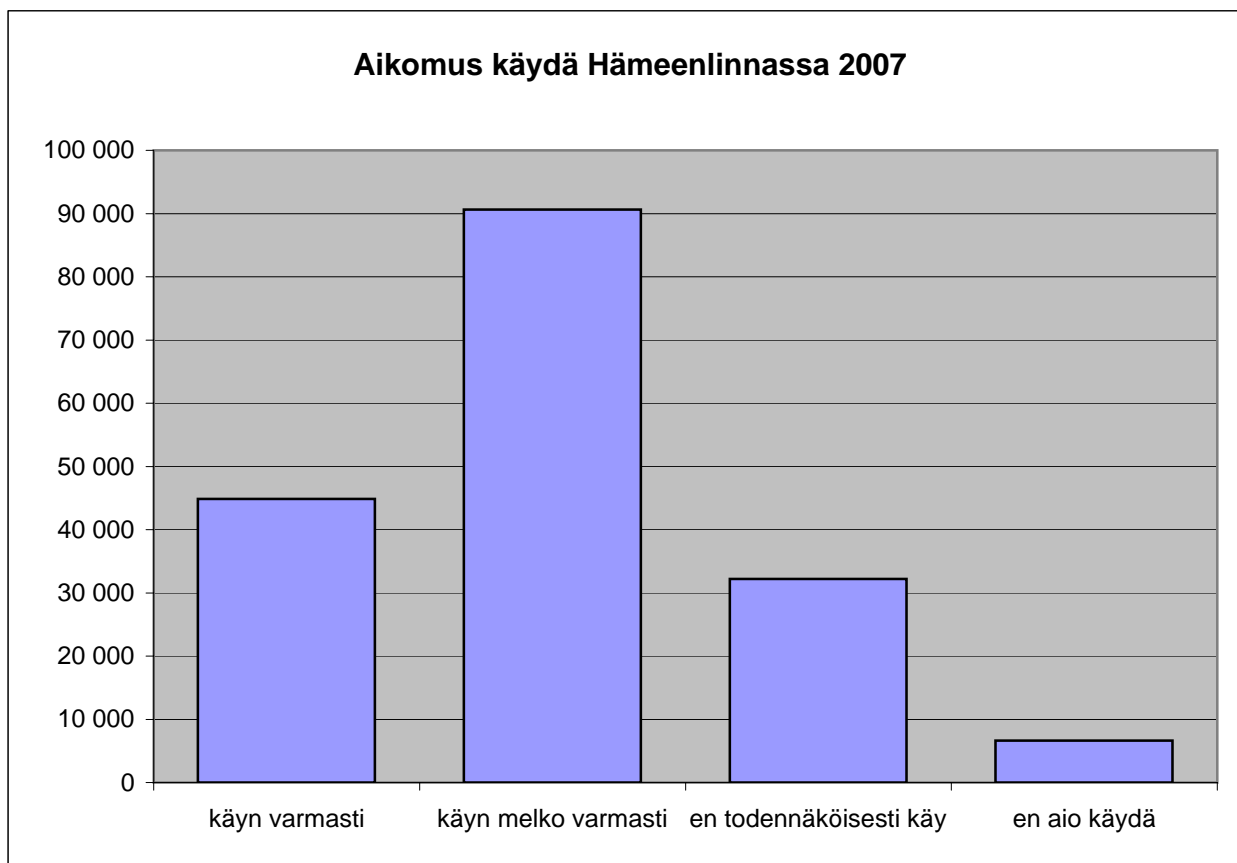
	vastanneet	%-osuus
tiedän tarkalleen	369	78 %
melko tarkkaan	69	15 %
suurin piirtein	28	6 %
ei mitään käsitystä	8	2 %





## 9. TULEVAT MESSUT

### Asuntomessut Hämeenlinnassa 2007



#### Aikomus käydä Hämeenlinnassa 2007

	vastanneet	%-osuus	volyymi
käyn varmasti	142	26 %	44 839
käyn melko varmasti	287	52 %	90 626
en todennäköisesti käy	102	18 %	32 209
en aio käydä	21	4 %	6 631

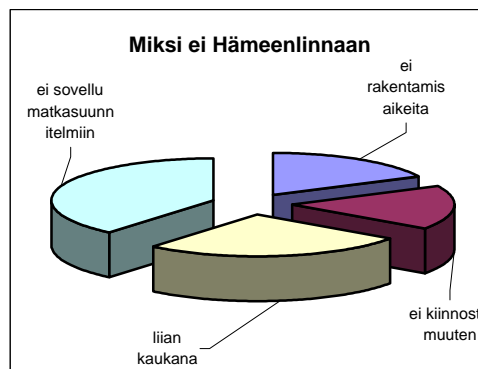
Hämeenlinna 2007 kiinnostaa erityisen paljon. Joillekin silti liian kaukana.

#### Jos ei, miksi ei

	vastanneet	%-osuus
ei rakentamisaikeita	25	18 %
ei kiinnosta muuten	24	17 %
liian kaukana	37	26 %
ei sovellu matkasuunnitelmiin	55	39 %

#### Hämeenlinnan sijainti

	vastanneet	%-osuus
tiedän tarkalleen	447	87 %
melko tarkkaan	41	8 %
suurin piirtein	20	4 %
ei mitään käsitystä	3	1 %

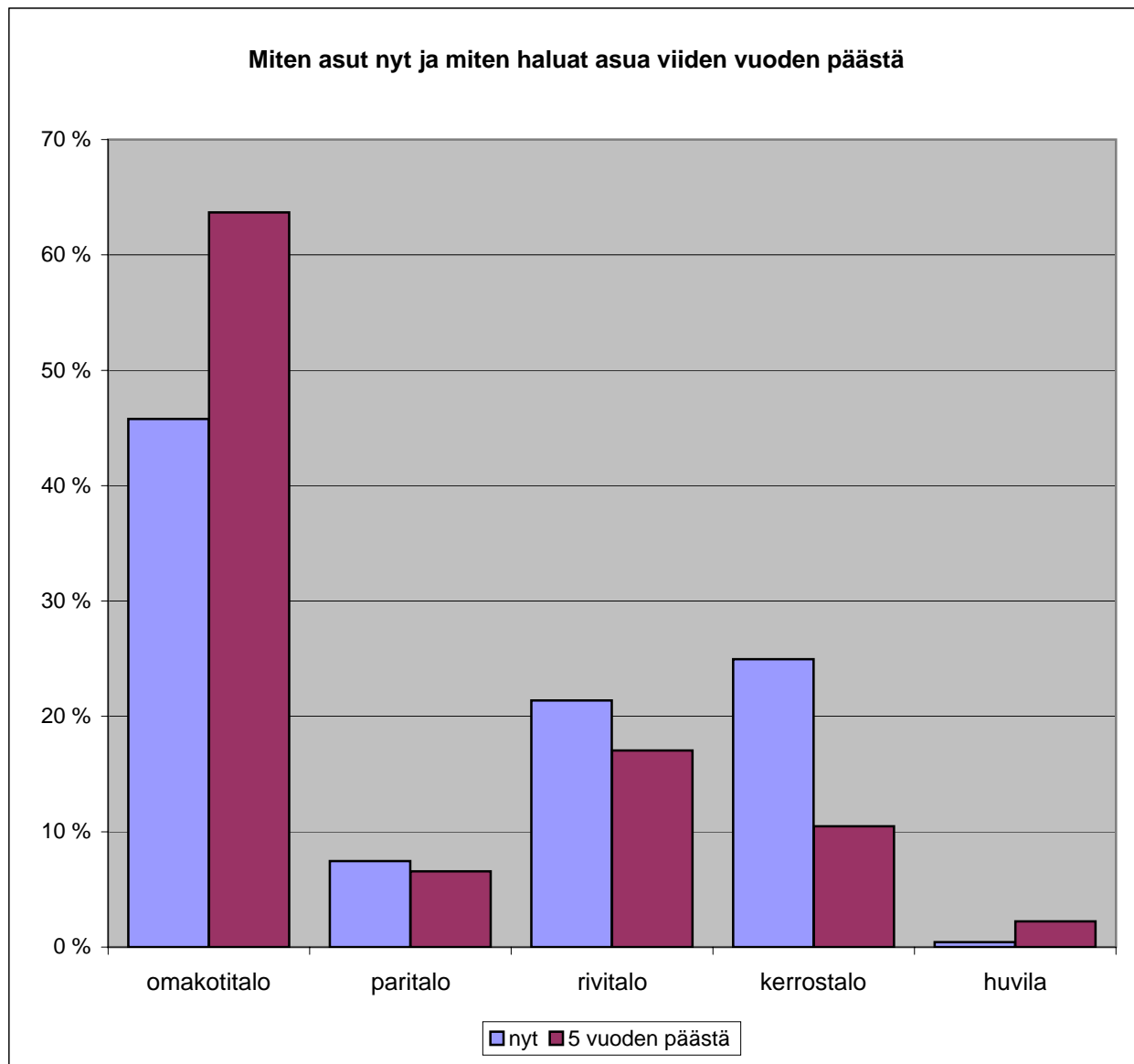






## 10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT

### Miten haluat asua



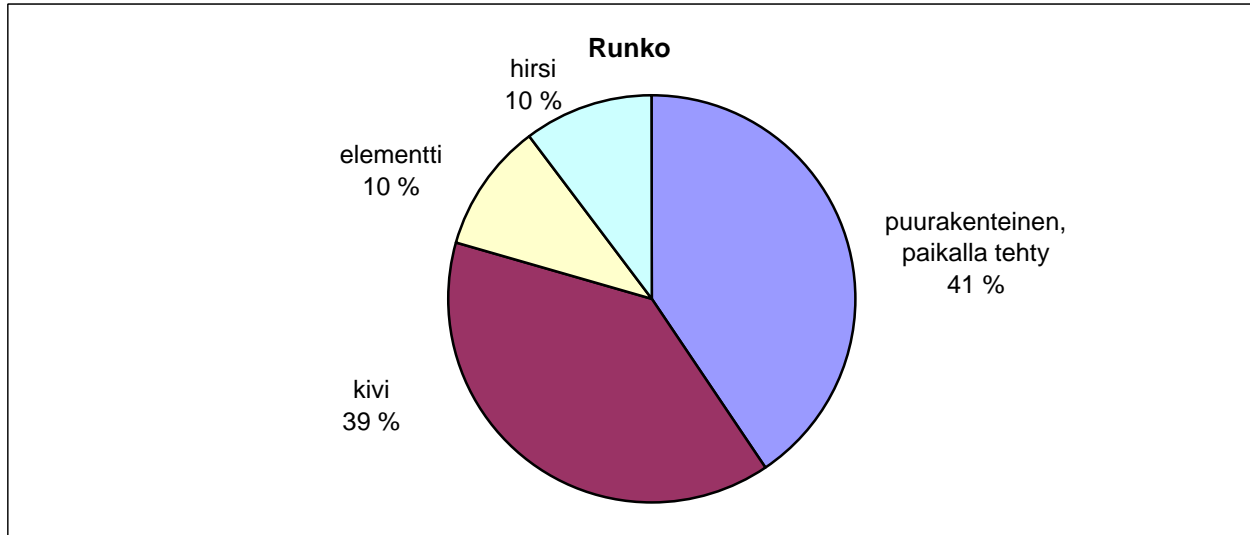
#### Minkälaisessa asunnossa asutte nyt ja millaisessa oletatte asuvanne viiden vuoden päästä?

	nyt	5 vuoden päästä	nyt	5 vuoden päästä
omakotitalo	319	456	46 %	64 %
paritalo	52	47	7 %	7 %
rivitalo	149	122	21 %	17 %
kerrostalo	174	75	25 %	10 %
huvila	3	16	0 %	2 %

Lähes 90 % suomalaisista haluaisi asua pientalossa lähitulevaisuudessa.



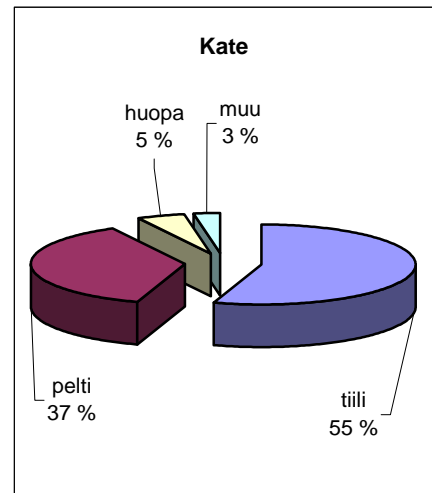
## Minkäläisen omakotitalon rakentaisit?



Muoto	vastanneet	%-osuus
yksitasoratkaisu	94	36 %
puolitoistakerroksinen	88	34 %
monitasoratkaisu	79	30 %

Runko	astanneet Espoo	%-osuus
puurakenteinen, paikalla tehty	103	41 %
kivi	99	39 %
elementti	26	10 %
hirsi	26	10 %

Kate	vastanneet	%-osuus
tiili	139	55 %
pelti	94	37 %
huopa	13	5 %
muu	7	3 %



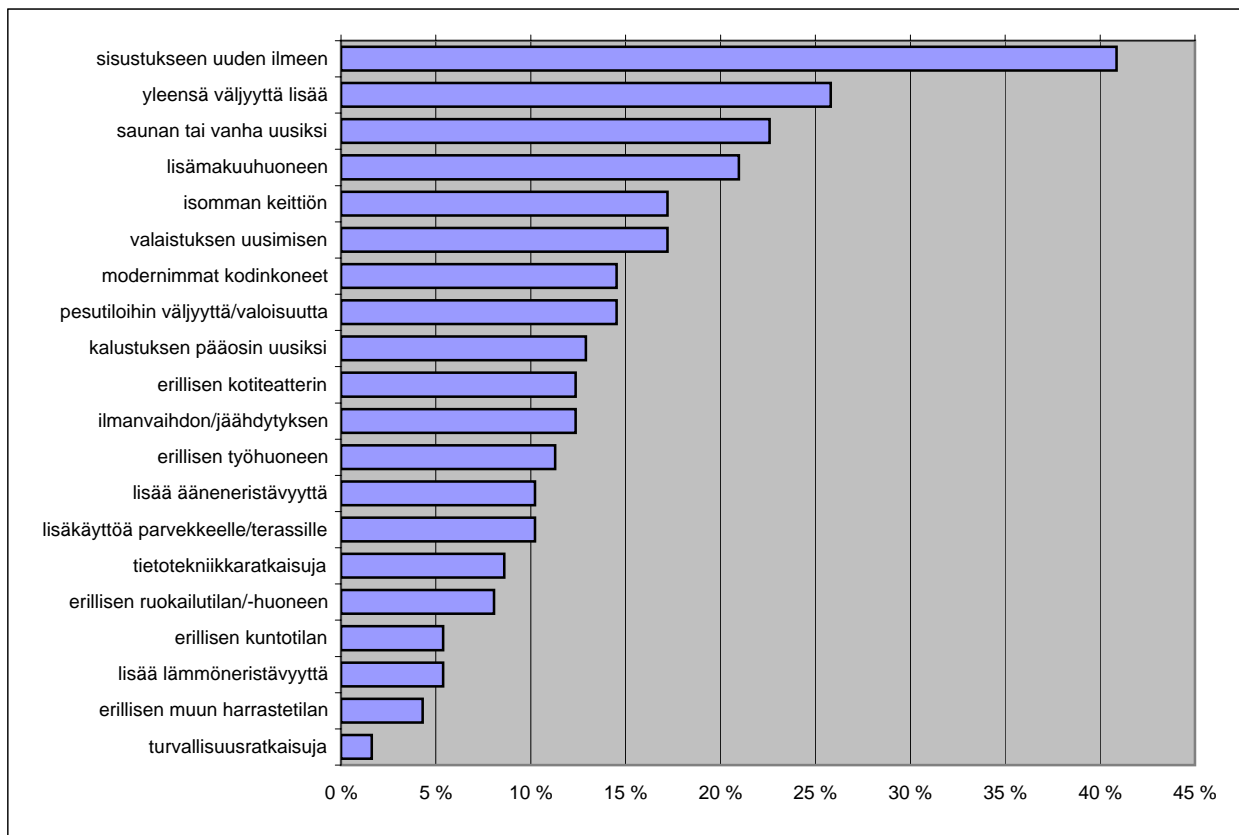
Koko	vastanneet	%-osuus
Alle 120 m <sup>2</sup>	37	14 %
120 - 139 m <sup>2</sup>	72	27 %
140 - 159 m <sup>2</sup>	59	23 %
160 - 199 m <sup>2</sup>	49	19 %
200 m <sup>2</sup> tai yli	45	17 %

Lämmitys	vastanneet	%-osuus
maalämmitys	81	33 %
varaava sähkölämmitys	35	14 %
puulämmitys	27	11 %
suorasähkölämmitys	39	16 %
vesikeskuslämmitys	32	13 %
muu lämmitys	31	13 %

Haluttu asunnon koko on tässä haave-/suunnitteluvaiheessa hyvinkin maltillinen.



## Nykyiseen asuntooni kaipaisin ensisijaisesti



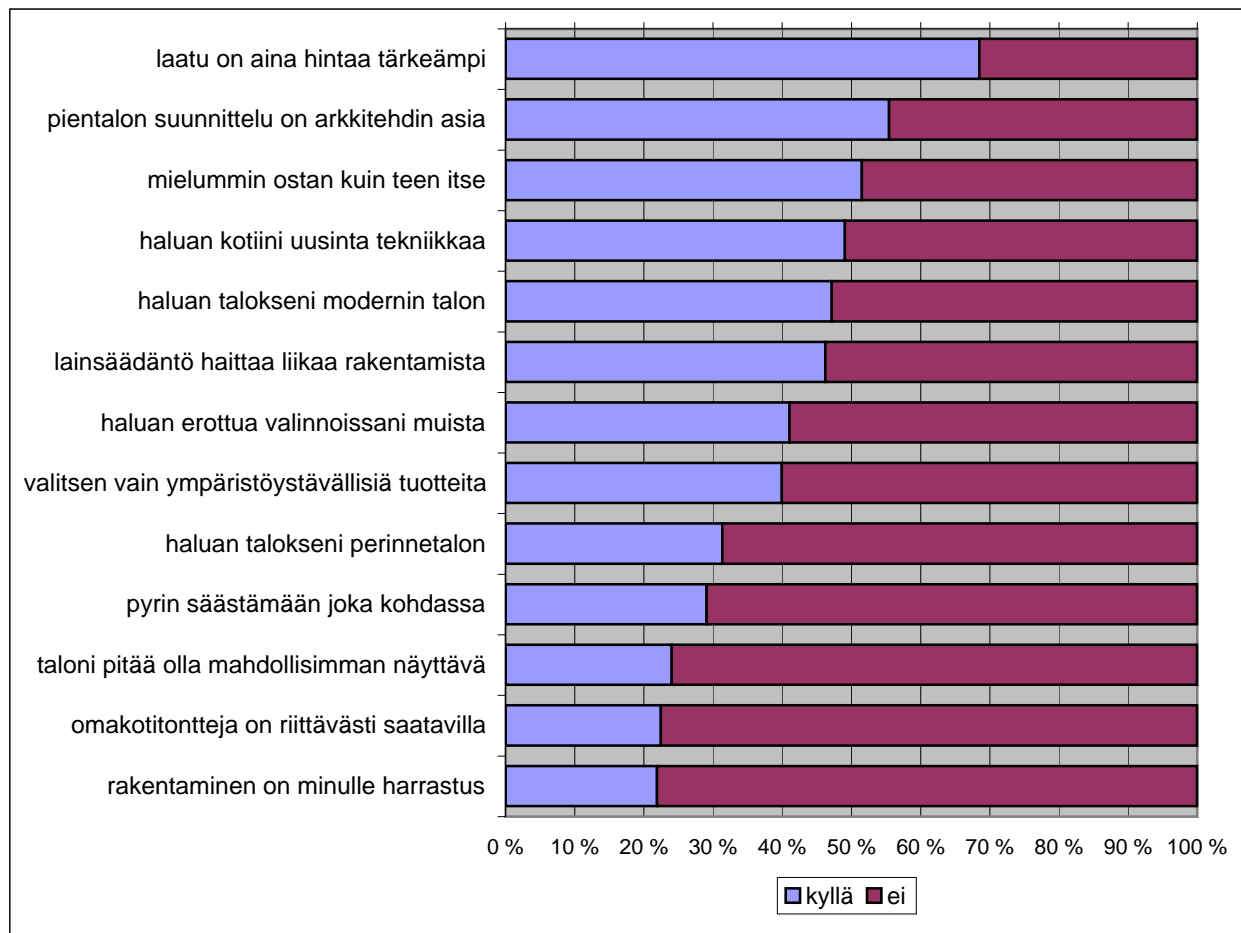
### Nykyiseen asuntooni kaipaisin ensisijaisesti

	vastanneet	%-osuus
sisustukseen uuden ilmeen	76	41 %
yleensä väljyyttä lisää	48	26 %
saunan tai vanha uusiksi	42	23 %
lisämakuuhuoneen	39	21 %
isomman keittiön	32	17 %
valaistuksen uusimisen	32	17 %
modernimmat kodinkoneet	27	15 %
pesutiloihin väljyyttä/valoisuutta	27	15 %
kalustuksen pääosin uusiksi	24	13 %
erillisen kotiteatterin	23	12 %
ilmanvaihdon/jäähdytyksen	23	12 %
erillisen työhuoneen	21	11 %
lisää ääneneristävyyttä	19	10 %
lisäkäyttöä parvekkeelle/terassille	19	10 %
tietotekniikkaratkaisuja	16	9 %
erillisen ruokailutilan/-huoneen	15	8 %
erillisen kuntotilan	10	5 %
lisää lämmöneristävyyttä	10	5 %
erillisen muun harrastetilan	8	4 %
turvallisuusratkaisuja	3	2 %

Uutta sisustuksellista ilmettä ja asumisen väljyyttä! Siinä pääasialliset toiveet, jotka kohdistuvat nykyiseen asuntoon.



## Väittämät pientalon rakentamisesta



### Oletteko samaa mieltä seuraavista väittämistä?

	kyllä	ei	yhteensä	kyllä	ei
laatu on aina hintaa tärkeämpi	378	174	552	68 %	32 %
pientalon suunnittelu on arkkitehdin asia	286	230	516	55 %	45 %
mielummin ostan kuin teen itse	271	255	526	52 %	48 %
haluan kotiini uusinta tekniikkaa	259	269	528	49 %	51 %
haluan talokseni modernin talon	241	270	511	47 %	53 %
lainsäädäntö haittaa liikaa rakentamista	222	258	480	46 %	54 %
haluan erottua valinnoissani muista	213	306	519	41 %	59 %
valitsen vain ympäristöystävällisiä tuotteita	206	310	516	40 %	60 %
haluan talokseni perinnetalon	163	357	520	31 %	69 %
pyrin säästämään joka kohdassa	151	369	520	29 %	71 %
taloni pitää olla mahdollisimman näyttävä	122	386	508	24 %	76 %
omakotitontteja on riittävästi saatavilla	115	397	512	22 %	78 %
rakentaminen on minulle harrastus	112	400	512	22 %	78 %

Laatua ja arkkitehtisuunnittelua arvostetaan.

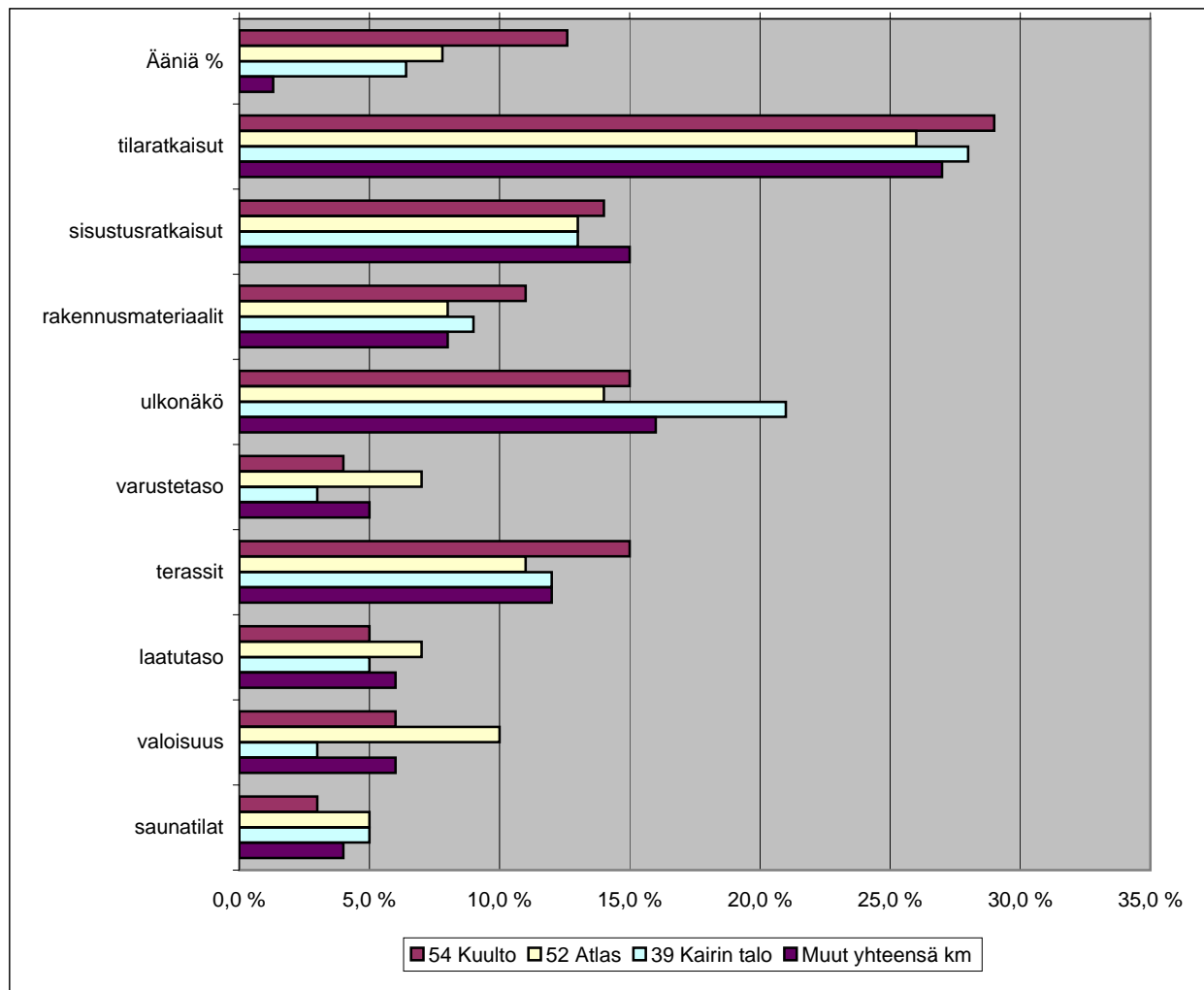
Näyttävyyttä ei ole tärkeää, ei myöskään säästäminen (laadun kustannuksella?)

Rakentaminen ei ole harrastus.

Espoossa korostui omakotitonttien niukka tarjonta (Oulu 60 % ei)



## Paras talo -äänestys



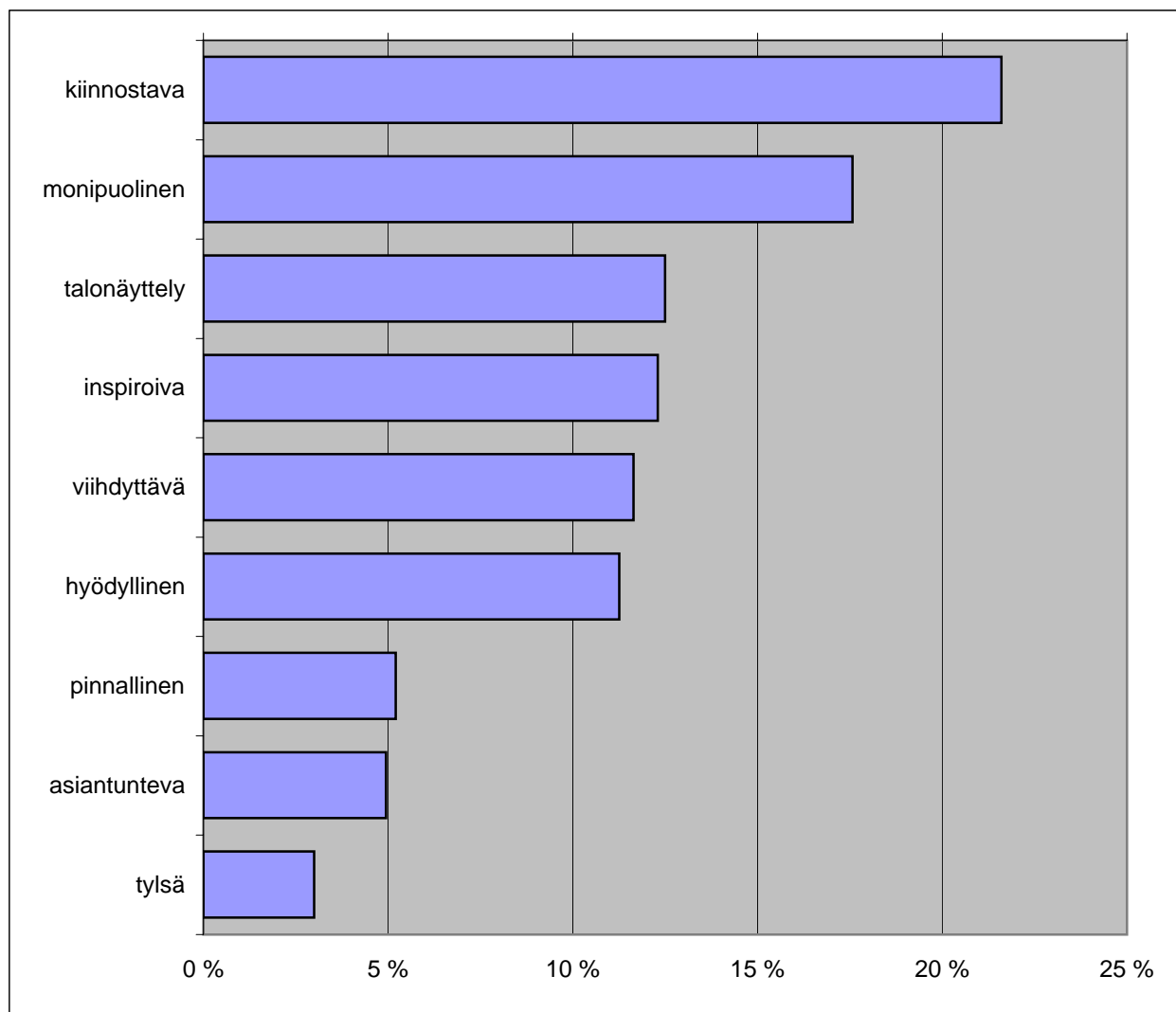
Yhteenveto	Ääniä %	tilaratkaisut	sisustusratkaisut	rakennusmateriaalit	ulkonäkö	varustetaso	terassit	laatutaso	valoisuus	saunatilat
54 Kuulto	12,6 %	29 %	14 %	11 %	15 %	4 %	15 %	5 %	6 %	3 %
52 Atlas	7,8 %	26 %	13 %	8 %	14 %	7 %	11 %	7 %	10 %	5 %
39 Kairin talo	6,4 %	28 %	13 %	9 %	21 %	3 %	12 %	5 %	3 %	5 %
Muut yhteensä km	1,3 %	27 %	15 %	8 %	16 %	5 %	12 %	6 %	6 %	4 %

Paras messutalo -äänestyksessä annettiin 11.216 ääntä. Voittajaksi noussut Kuulto sai annetuista äänistä 12,6%. Voittaja erottui muista parhaiten tilaratkaisullaan sekä terassillaan. Toiseksi tullessa Atlaksessa arvostettiin eniten tilaratkaisuja ja kolmanneksi tullessa Kairin talossa ulkonäköä.



## 11. ASUNTOMESSUKUVAAJA

### Asiakasmielikuva asuntomessutapahtumasta



#### Mitkä alla luetelluista ominaisuuksista sopivat mielestänne kuvaamaan asuntomessuja?

	vastanneet	%-osuus
kiinnostava	332	22 %
monipuolinen	270	18 %
talonäyttely	192	12 %
inspiroiva	189	12 %
viihdyttävä	179	12 %
hyödyllinen	173	11 %
pinnallinen	80	5 %
asiantunteva	76	5 %
tylsä	46	3 %

Asuntomessut tapahtumana ja asumisen näyttelynä on kiinnostava ja monipuolinen.



## Näytteilleasettajatutkimus

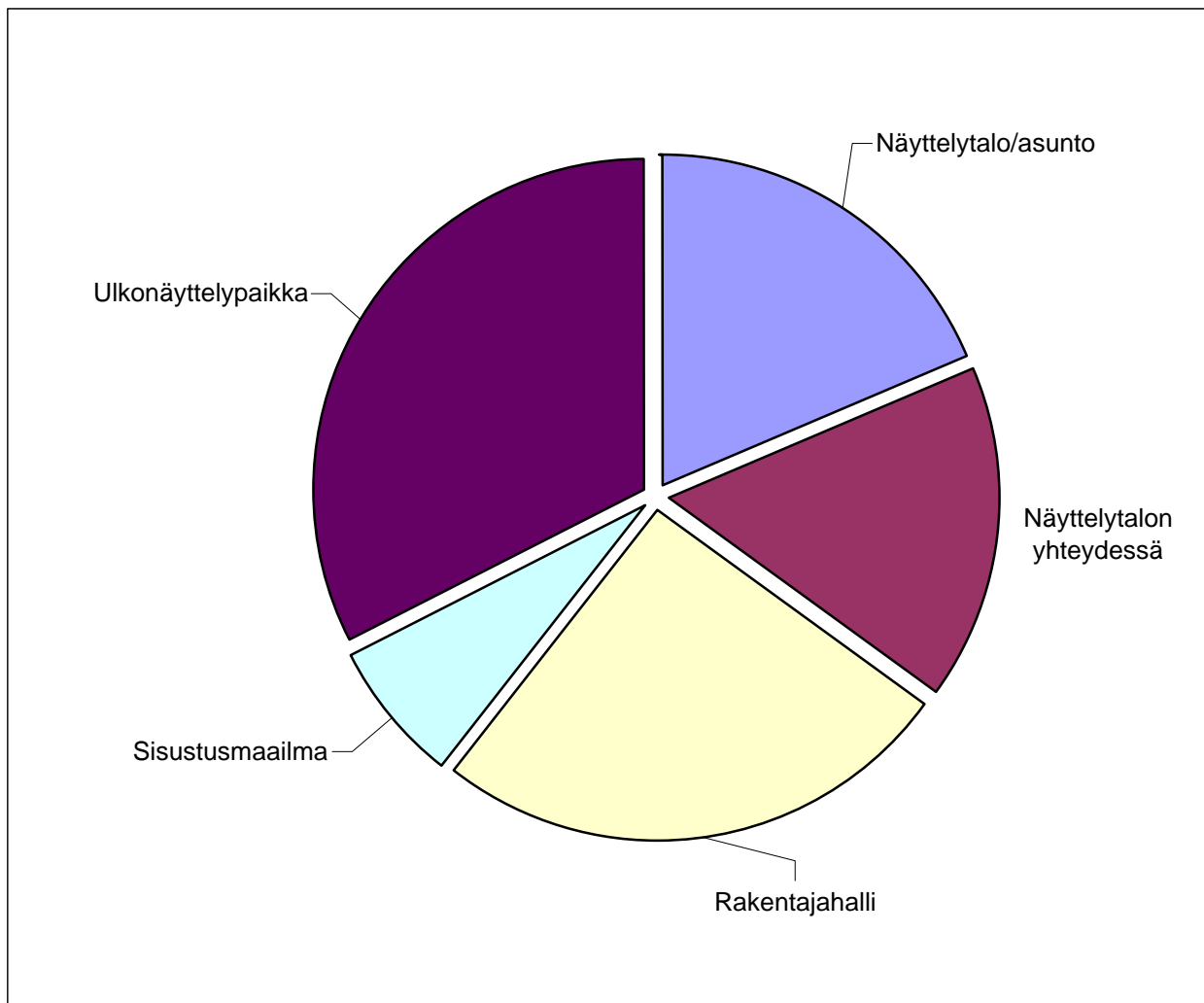
Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin messujen viimeisten päivien aikana. Näytteilleasettajille jaettiin kyselylomakkeet. Lomakkeen palautti 78 näytteilleasettajaa.

Näyttelyosaston sijainti	48
Yrityksen tavoitteet messuilla	49
Tyytyväisyys messujen antiin	50
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	51
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon	52
Mielipiteet palveluiden hintatasosta	53
Näyttelykohteitten määrä	54
Mainonnan määrä	55
Mainonnan laatu	56
Aikomus osallistua tuleville messuille	57
Asuntomessujen sopiva kesto	58
Sopiva kävijämäärä/pvä	59
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään	60
Arvio Asuntomessujen kehitymisestä markkinointivälineenä	61
Messuissa hyvää	62
Messuissa kehitettävää	63
Kommentit onnistumisesta	64



## 12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS

### Näyttelyosaston sijainti



#### Näyttelyosaston sijainti

	vastanneet	% osuus
Näyttelytalo/asunto	8	15,4 %
Näyttelytalon yhteydessä	7	13,5 %
Rakentajahalli	11	21,2 %
Sisustusmaailma	3	5,8 %
Ulkonäyttelypaikka	14	26,9 %

#### Tuoteryhmä, mitä edustaa

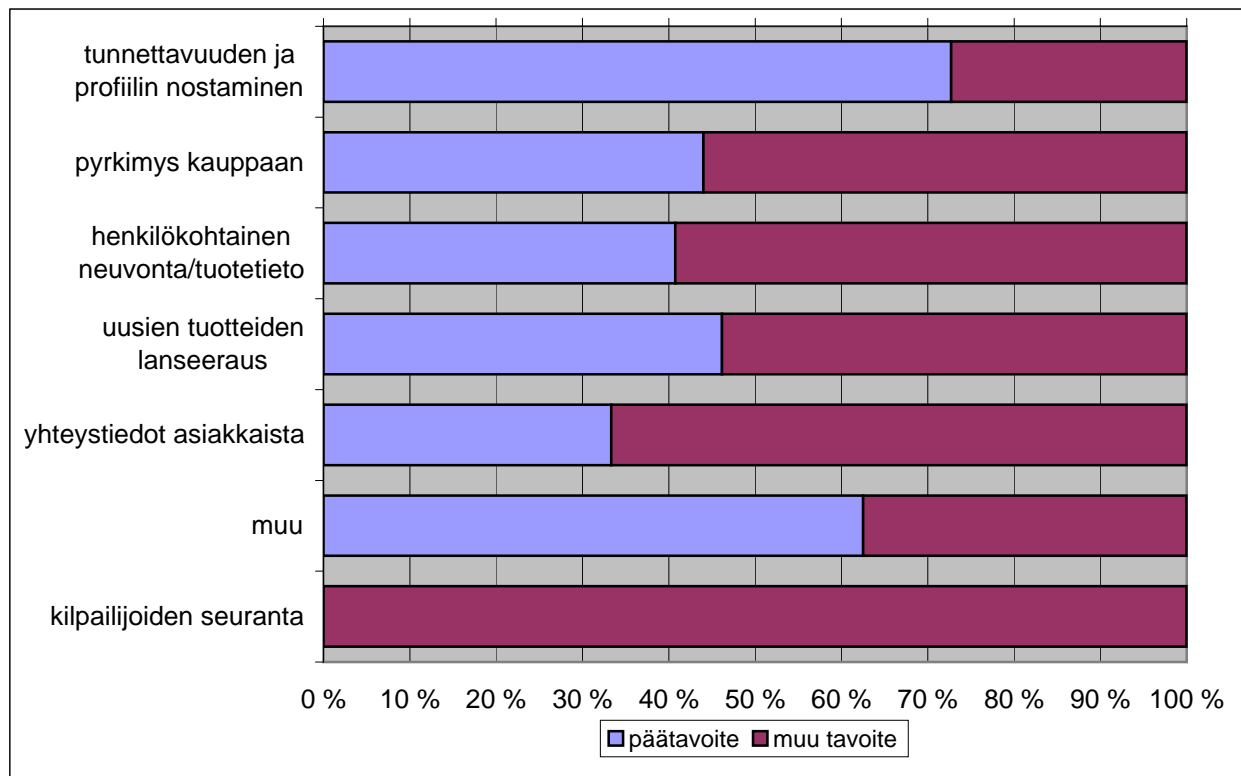
	vastanneet	% osuus
muut	25	45 %
rakennustarvikkeet	7	13 %
talovalmistaja/toimittaja	7	13 %
tontit	1	2 %
rakennus-/remonttipalvelut	1	2 %

Näytteilleasettajien näkemys saatiin tasapuolisesti eri näyttelypaikoilta





## Yrityksen tavoitteet messuilla



### Yrityksen tavoitteet messuilla

	päätaivoite	muu tavoite		päätaivoite	muu tavoite
tunnettavuuden ja profiilin nostaminen	32	12	44	73 %	27 %
pyrkimys kauppaan	11	14	25	44 %	56 %
henkilökohtainen neuvonta/tuotetieto	11	16	27	41 %	59 %
uusien tuotteiden lanseeraus	6	7	13	46 %	54 %
yhteystiedot asiakkaista	5	10	15	33 %	67 %
muu	5	3	8	63 %	38 %
kilpailijoiden seuranta	0	5	5	0 %	100 %

### Mitä asiakasryhmää tavoitteli

	vastanneet	% osuus
omakotitalon rakentajat	39	70 %
omakotitalon remontoijat	27	48 %
omakotitalon ostajat	16	29 %
omakotitalon myyjät	11	20 %
loma-asuntorakentajat	23	41 %
loma-asuntoremontoijat	19	34 %
sisustajat	23	41 %

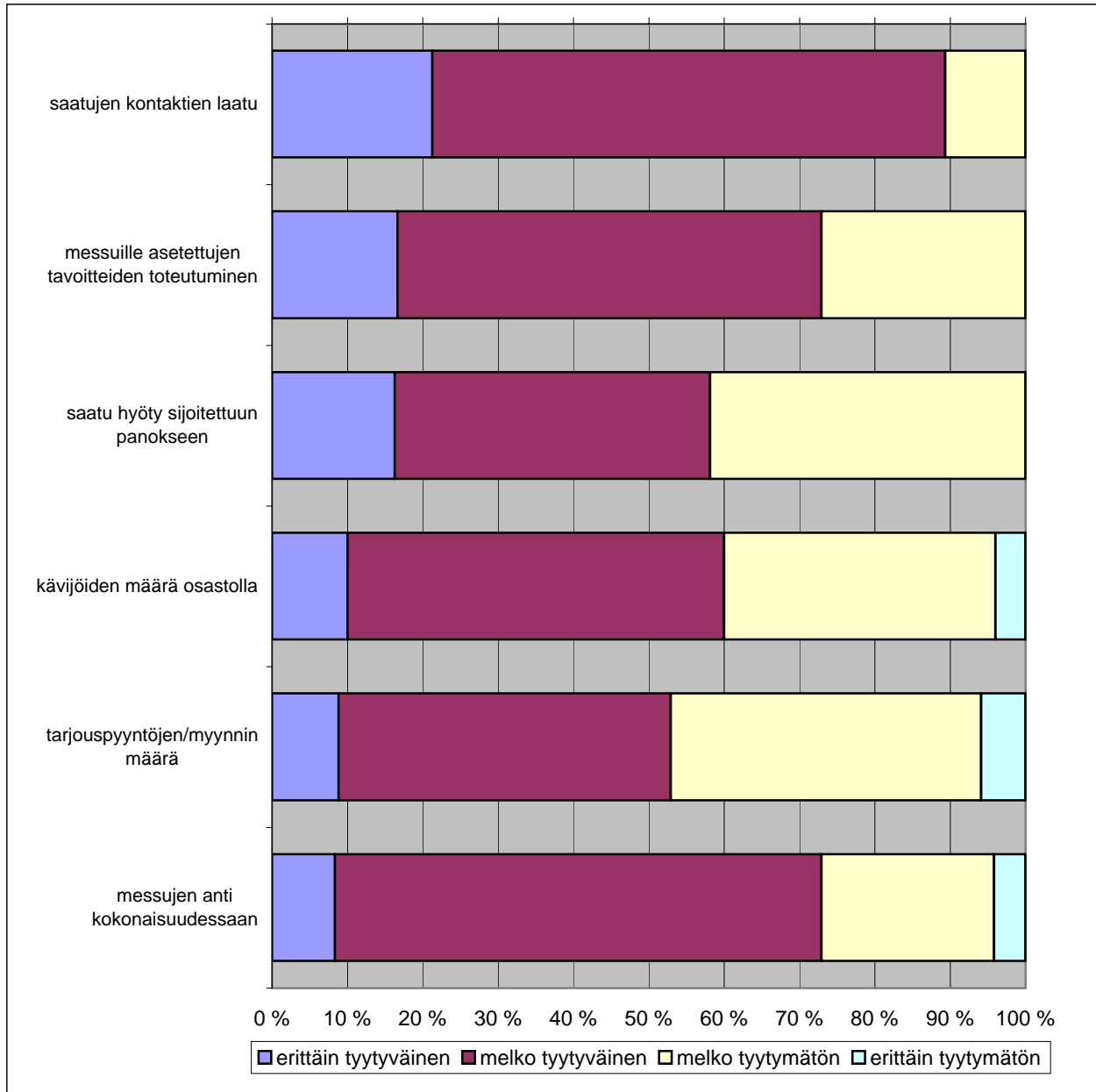
### Arvio miten tavoitti haluamansa

asiakasryhmän	vastanneet	% osuus
kiitettävästi	5	10 %
hyvin	31	65 %
välttävästi	12	25 %
huonosti	0	0 %

Näytteilleasettajat hakivat ennen kaikkea tunnettuutta. Pääkohderyhmänä oli omakotirakentajat.



## Tyytyväisyys messujen antiin



### Tyytyväisyys messujen antiin

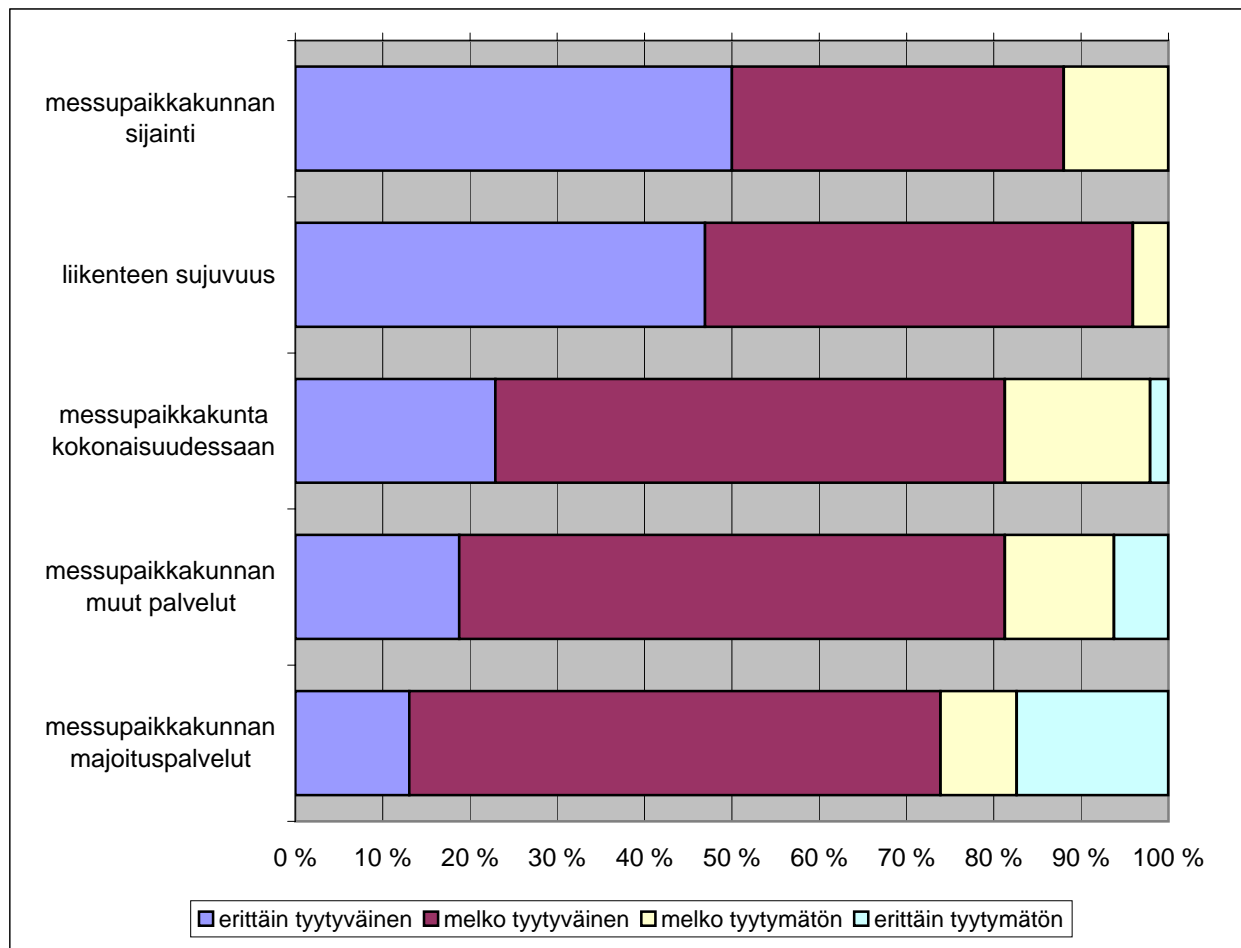
saatujen kontaktien laatu  
 messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen  
 saatu hyöty sijoitettuun panokseen  
 kävijöiden määrä osastolla  
 tarjouspyyntöjen/myynnin määrä  
 messujen anti kokonaisuudessaan

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
saatujen kontaktien laatu	21 %	68 %	11 %	0 %
messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen	17 %	56 %	27 %	0 %
saatu hyöty sijoitettuun panokseen	16 %	42 %	42 %	0 %
kävijöiden määrä osastolla	10 %	50 %	36 %	4 %
tarjouspyyntöjen/myynnin määrä	9 %	44 %	41 %	6 %
messujen anti kokonaisuudessaan	8 %	65 %	23 %	4 %

Osastolla käyneiden määrä ei täysin tyydyttänyt, laatu kylläkin.



## Tyytyväisyys messupaikkakuntaan



Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
messupaikkakunnan sijainti	50 %	38 %	12 %	0 %
liikenteen sujuvuus	47 %	49 %	4 %	0 %
messupaikkakunta kokonaisuudessaan	23 %	58 %	17 %	2 %
messupaikkakunnan muut palvelut	19 %	63 %	13 %	6 %
messupaikkakunnan majoituspalvelut	13 %	61 %	9 %	17 %

### Messupaikkakunnan palveluiden

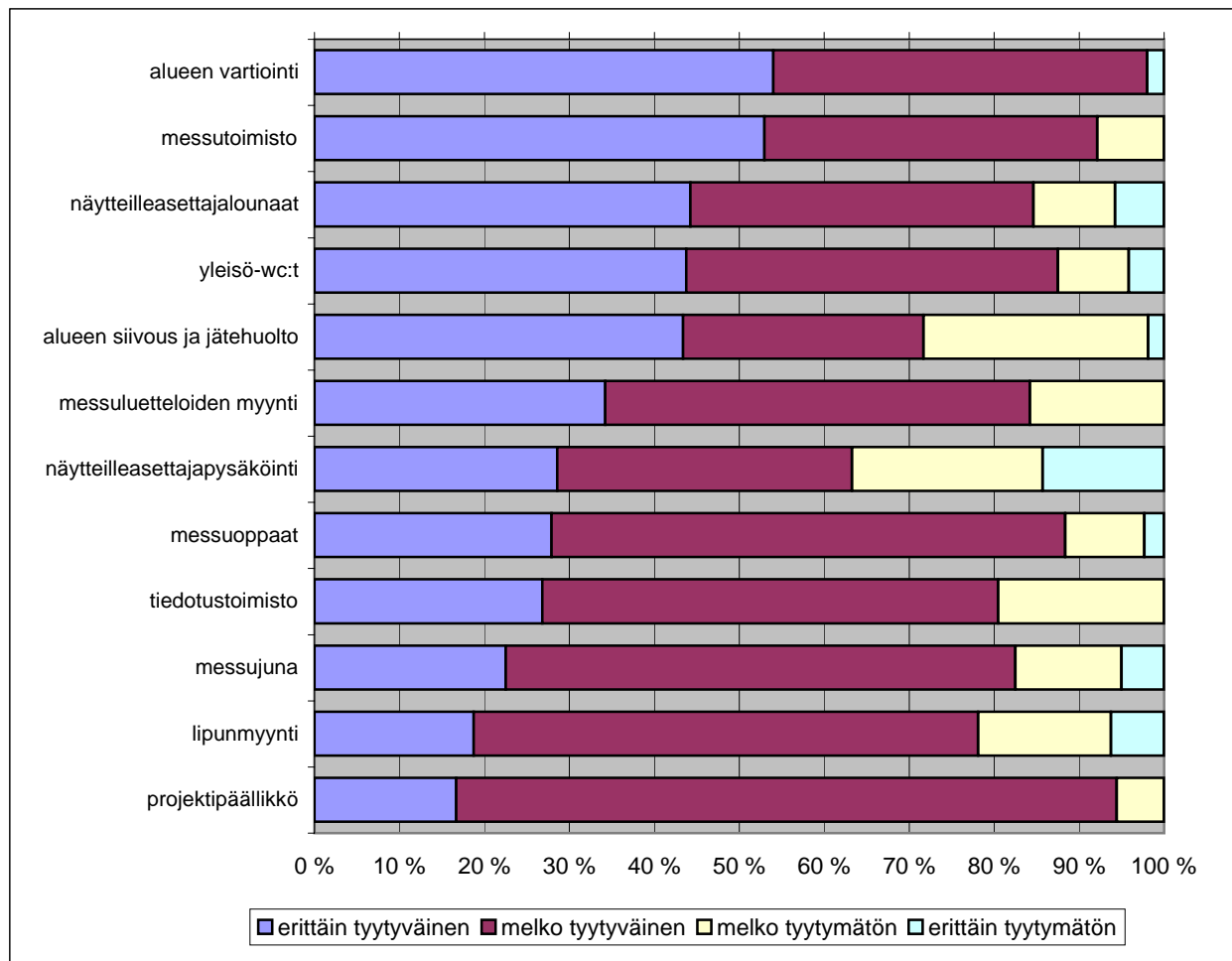
#### käyttö

	paljon	jonkin verran	ei ollenkaan
majoituspalveluita	11 %	5 %	84 %
kauppojen palveluita	8 %	38 %	55 %
ravintolapalveluja	30 %	27 %	43 %
nähtävyyksiä	0 %	14 %	86 %
tapahtumia	0 %	19 %	81 %

Koska messupaikkakunnan palveluiden käyttö oli vähäistä, oli tyytyväisyystason arviointi neutraalia. Puolet näytteilleasettajista käytti paikkakunnan majoituspalveluita.



## Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon



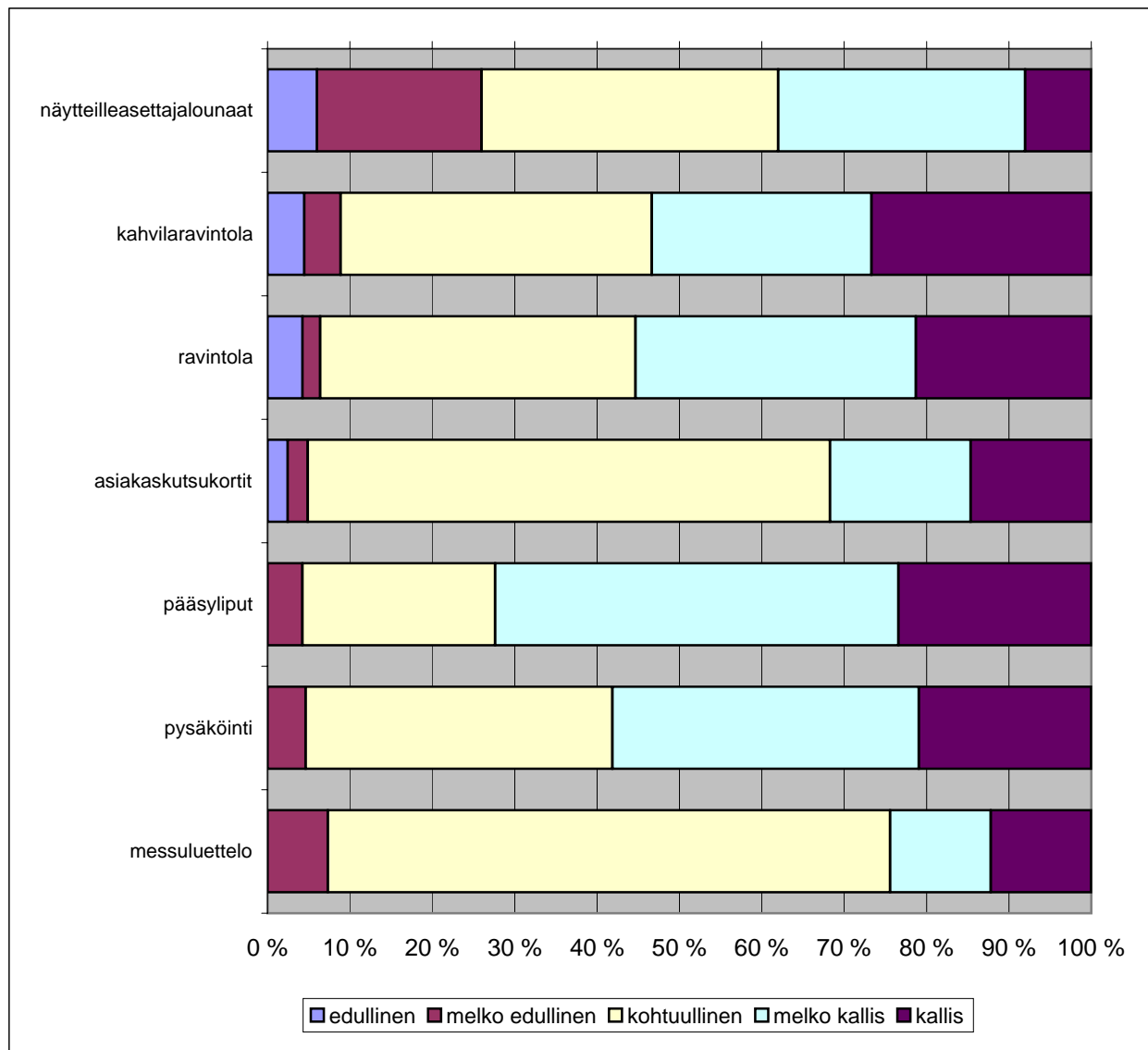
### Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
alueen vartiointi	54 %	44 %	0 %	2 %
messutoimisto	53 %	39 %	8 %	0 %
näytteilleasettajalounaat	44 %	40 %	10 %	6 %
yleisö-wc:t	44 %	44 %	8 %	4 %
alueen siivous ja jätehuolto	43 %	28 %	26 %	2 %
messuluetteloiden myynti	34 %	50 %	16 %	0 %
näytteilleasettajapysäköinti	29 %	35 %	22 %	14 %
messuoppaat	28 %	60 %	9 %	2 %
tiedotustoimisto	27 %	54 %	20 %	0 %
messujuna	23 %	60 %	13 %	5 %
lipunmyynti	19 %	59 %	16 %	6 %
projektipäällikkö	17 %	78 %	6 %	0 %

Alueen vartiointiin, messutoimistoon ja projektipäällikköön sekä lounaisiin oltiin tyytyväisiä.



## Mielipiteet palveluiden hintatasosta



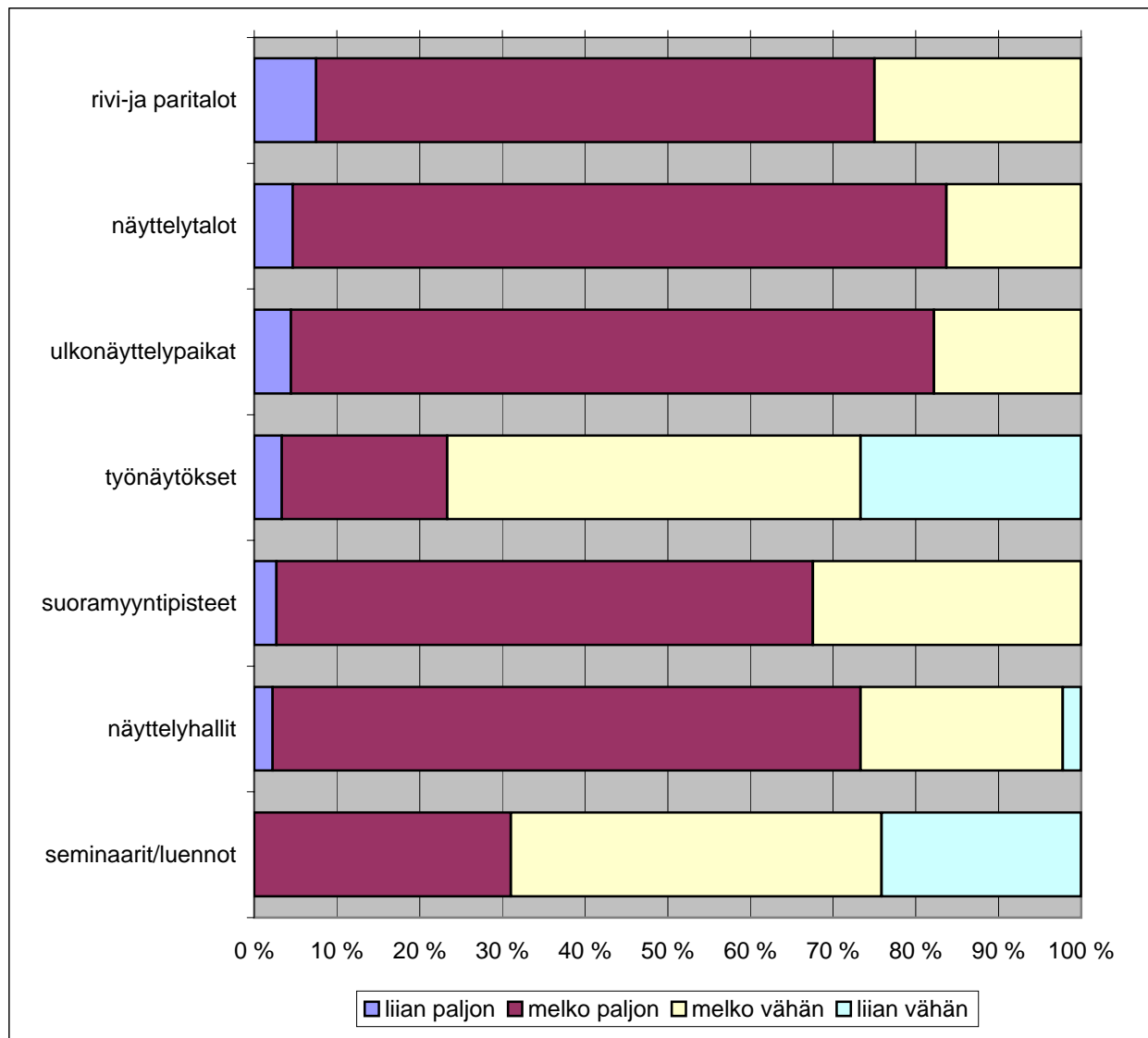
### Mielipiteet palveluiden hintatasosta

	edullinen	melko edullinen	kohtuullinen	melko kallis	kallis
näytteliasettajalounaat	6 %	20 %	36 %	30 %	8 %
kahvilaravintola	4 %	4 %	38 %	27 %	27 %
ravintola	4 %	2 %	38 %	34 %	21 %
asiakaskutsukortit	2 %	2 %	63 %	17 %	15 %
pääsyliput	0 %	4 %	23 %	49 %	23 %
pysäköinti	0 %	5 %	37 %	37 %	21 %
messuluettelo	0 %	7 %	68 %	12 %	12 %

Näytteliasettajat kritisoivat pääsylippujen ja pysäköinnin korkeahkoa hintaa.



## Näyttelykohteitten määrä



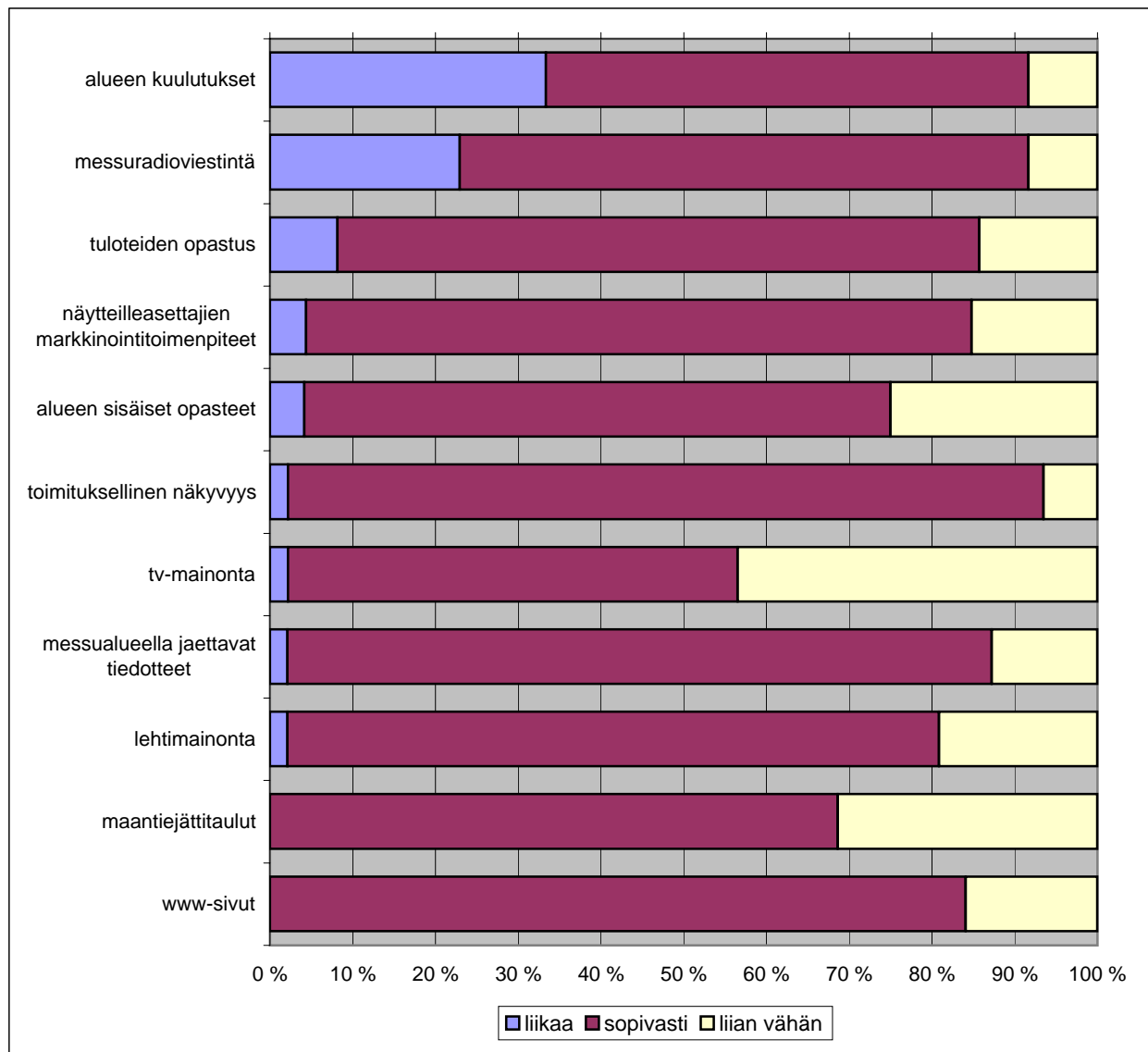
### Näyttelykohteitten määrä

Näyttelykohteitten määrä	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
rivi- ja paritalot	8 %	68 %	25 %	0 %
näyttelytalot	5 %	79 %	16 %	0 %
ulkonäyttelypaikat	4 %	78 %	18 %	0 %
työnäytökset	3 %	20 %	50 %	27 %
suoramyyntipisteet	3 %	65 %	32 %	0 %
näyttelyhallit	2 %	71 %	24 %	2 %
seminaarit/luennot	0 %	31 %	45 %	24 %

Näytteilleasettajat toivoisivat messuille työnäytöksiä ja seminaareja. Näyttelytarjonnan runsaudesta huolimatta sitä ei koettu olevan liikaa.



## Mainonnan määrä



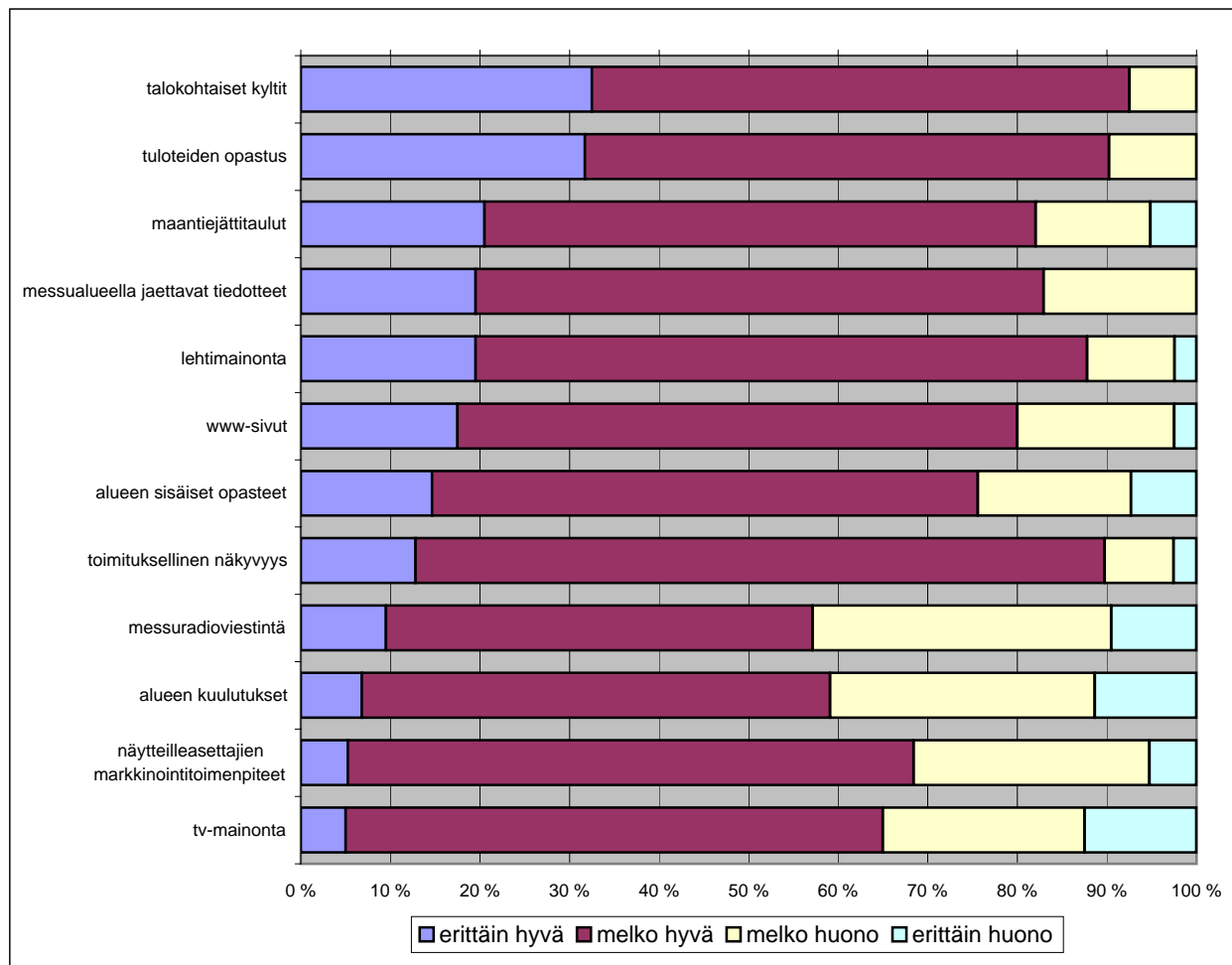
### Mainonnan määrä

	liikaa	sopivasti	liian vähän
alueen kuulutukset	33 %	58 %	8 %
messuradioviestintä	23 %	69 %	8 %
tuloteiden opastus	8 %	78 %	14 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	4 %	80 %	15 %
alueen sisäiset opasteet	4 %	71 %	25 %
toimituksellinen näkyvyys	2 %	91 %	7 %
tv-mainonta	2 %	54 %	43 %
messualueella jaettavat tiedotteet	2 %	85 %	13 %
lehtimainonta	2 %	79 %	19 %
maantiejättitaulut	0 %	69 %	31 %
www-sivut	0 %	84 %	16 %

Toimituksellinen näkyvyys tyydytti.  
TV-mainontaa kaivattiin.  
Alueen kuulutukset häiritsivät.



## Mainonnan laatu



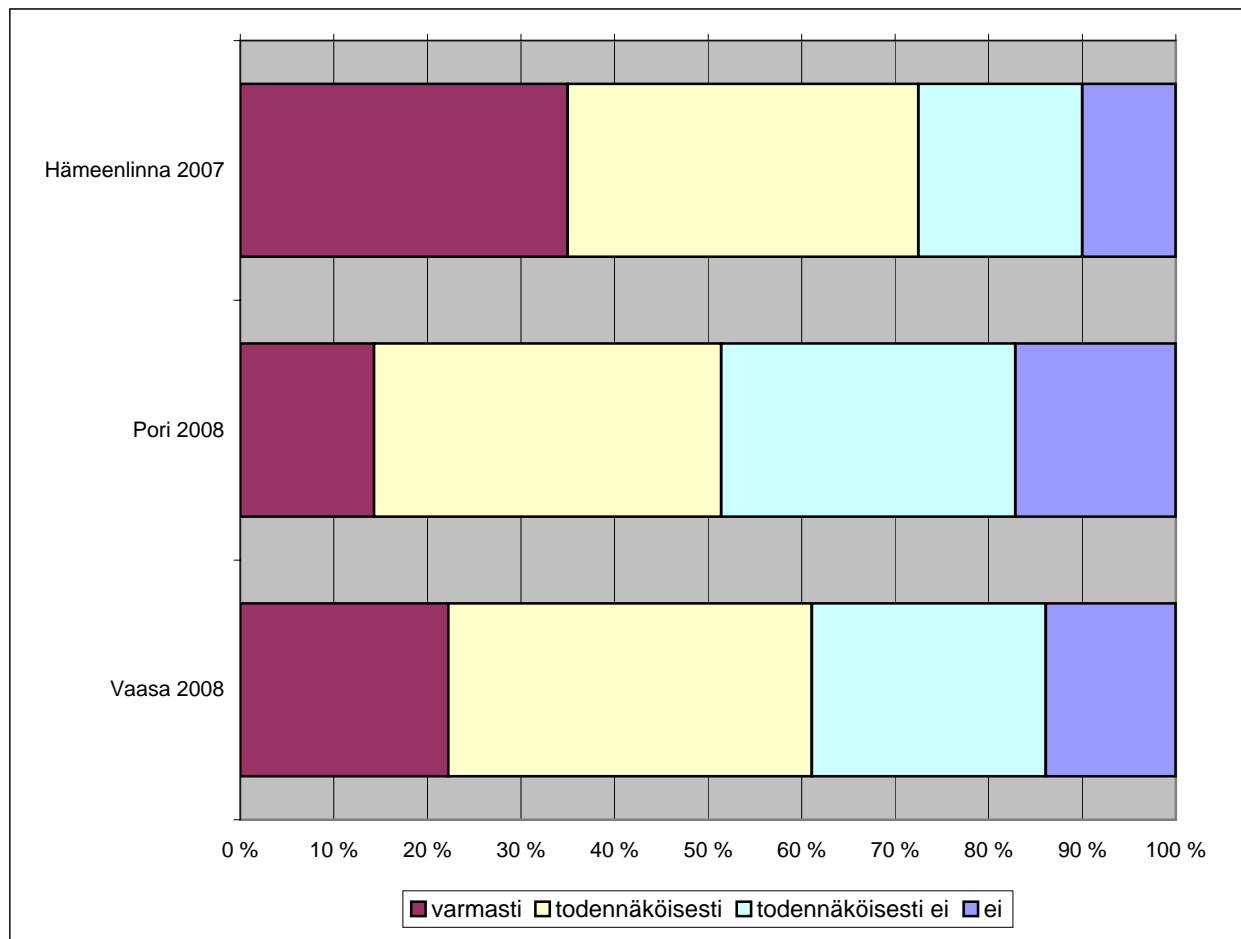
Mainonnan laatu	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
talokohtaiset kyltit	33 %	60 %	8 %	0 %
tuloteiden opastus	32 %	59 %	10 %	0 %
maantiejättitaulut	21 %	62 %	13 %	5 %
messualueella jaettavat tiedotteet	20 %	63 %	17 %	0 %
lehtimainonta	20 %	68 %	10 %	2 %
www-sivut	18 %	63 %	18 %	3 %
alueen sisäiset opasteet	15 %	61 %	17 %	7 %
toimituksellinen näkyvyys	13 %	77 %	8 %	3 %
messuradioviestintä	10 %	48 %	33 %	10 %
alueen kuulutukset	7 %	52 %	30 %	11 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	5 %	63 %	26 %	5 %
tv-mainonta	5 %	60 %	23 %	13 %

Tuloteiden opasteet ja talokohtaiset kyltit OK.





## Aikomus osallistua tuleville messuille



### Yrityksen osallistuminen messuille

#### 2004

	vastanneet	% osuus
yksille messuille (näille)	10	22 %
2-3 messuille	13	29 %
4-5 messuille	6	13 %
6-7 messuille	4	9 %
8-9 messuille	5	11 %
10 tai useammille messuille	7	16 %

Näytteilleasettajat ovat alan ammattilaisia, sillä vain viidesosa oli vain Espoossa.

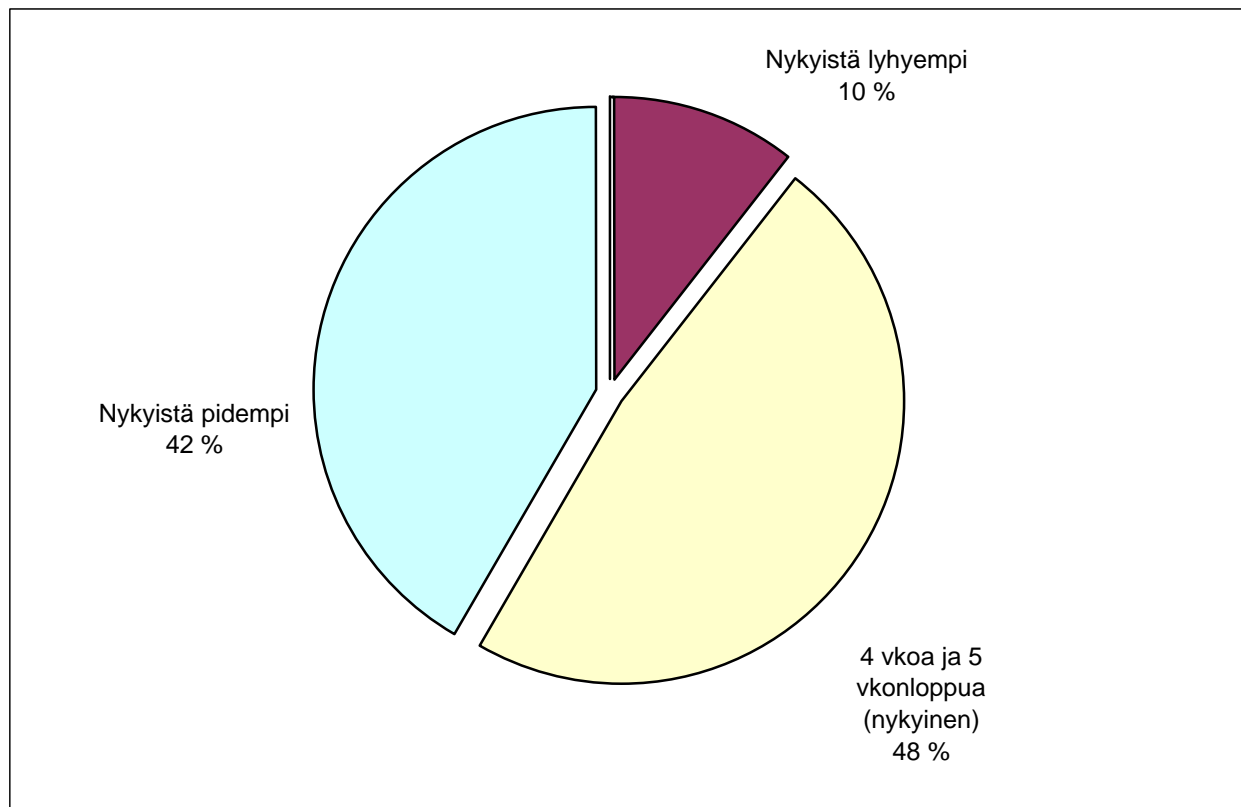
### Aikomus osallistua tuleville messuille

	varmasti	todennäköisesti	todennäköisesti ei	ei
Hämeenlinna 2007	35 %	38 %	18 %	10 %
Pori 2008	14 %	37 %	31 %	17 %
Vaasa 2008	22 %	39 %	25 %	14 %

Hämeenlinnan asuntomessuille aikoo osallistua kaksi kolmannesta varmasti tai todennäköisesti.



## Sopiva aukioloaika



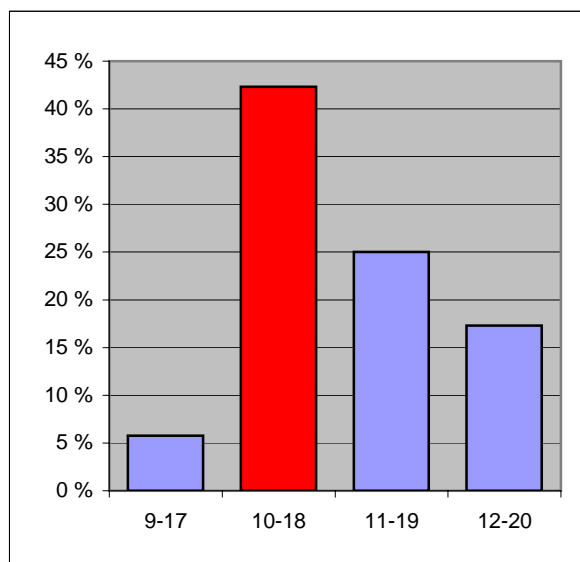
### Asuntomessujen sopiva

#### kesto

Kesto	vastanneet	% osuus
Nykyistä lyhyempi	5	10 %
4 vkoa ja 5 vkonloppua (nykyinen)	23	48 %
Nykyistä pidempi	20	42 %

### Sopiva Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen väli

Väli	vastanneet	% osuus
1 viikko	2	4 %
2 viikkoa	8	17 %
3 viikkoa	11	24 %
4 viikkoa	7	15 %
ei merkitystä	18	39 %
	46	0 %



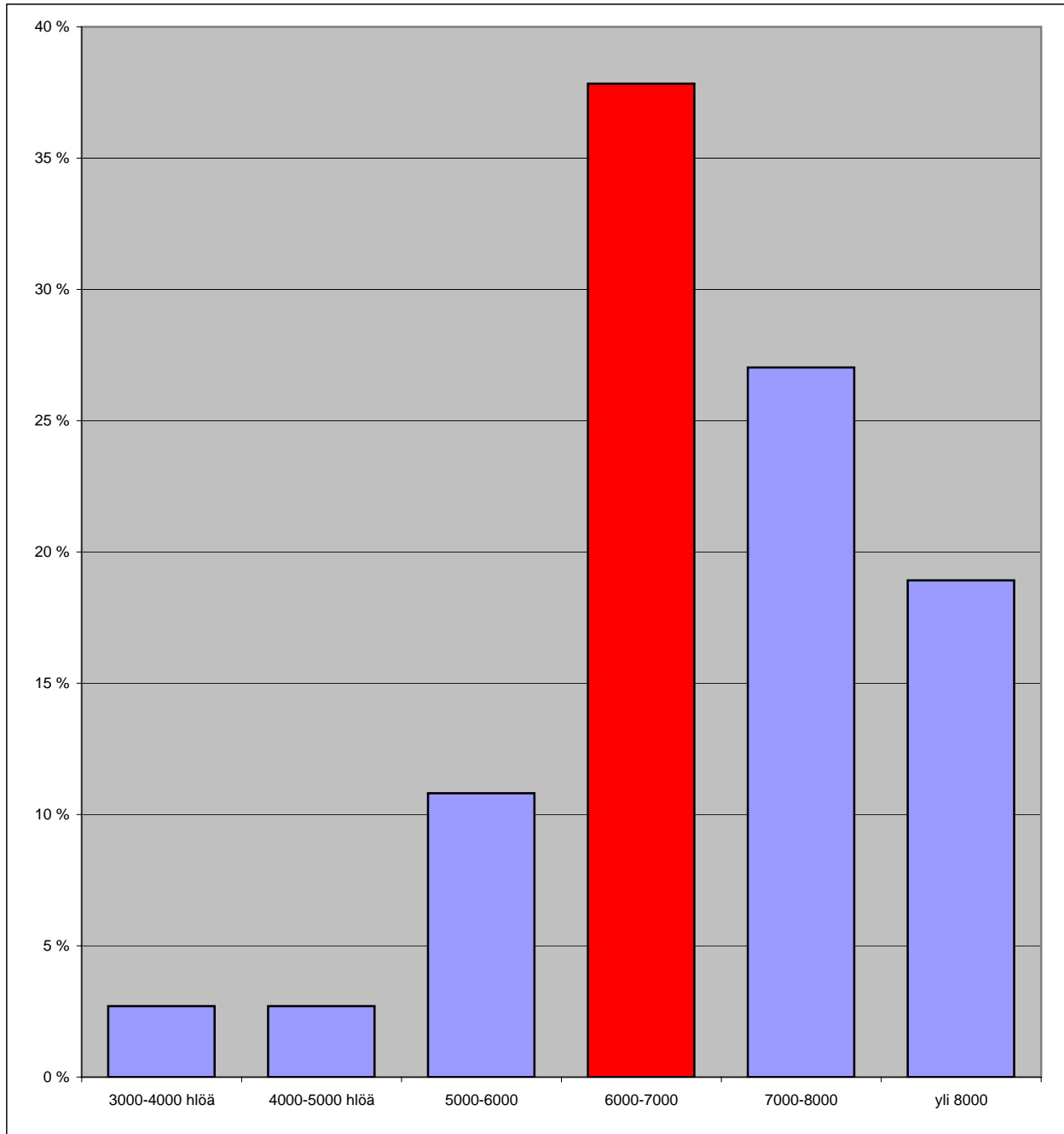
### Sopiva aukioloaika

Aukioloaika	vastanneet	% osuus
9-17	3	6 %
10-18	22	42 %
11-19	13	25 %
12-20	9	17 %

Pitkähköstä aukioloajasta huolimatta moni olisi valmis vielä pitempään messuaikaan. Messut voisivat olla illalla pidempään auki.



## Sopiva kävijämäärä/pvä



### Sopiva kävijämäärä/pvä

3000-4000 hlöä  
4000-5000 hlöä  
5000-6000  
6000-7000  
7000-8000  
yli 8000

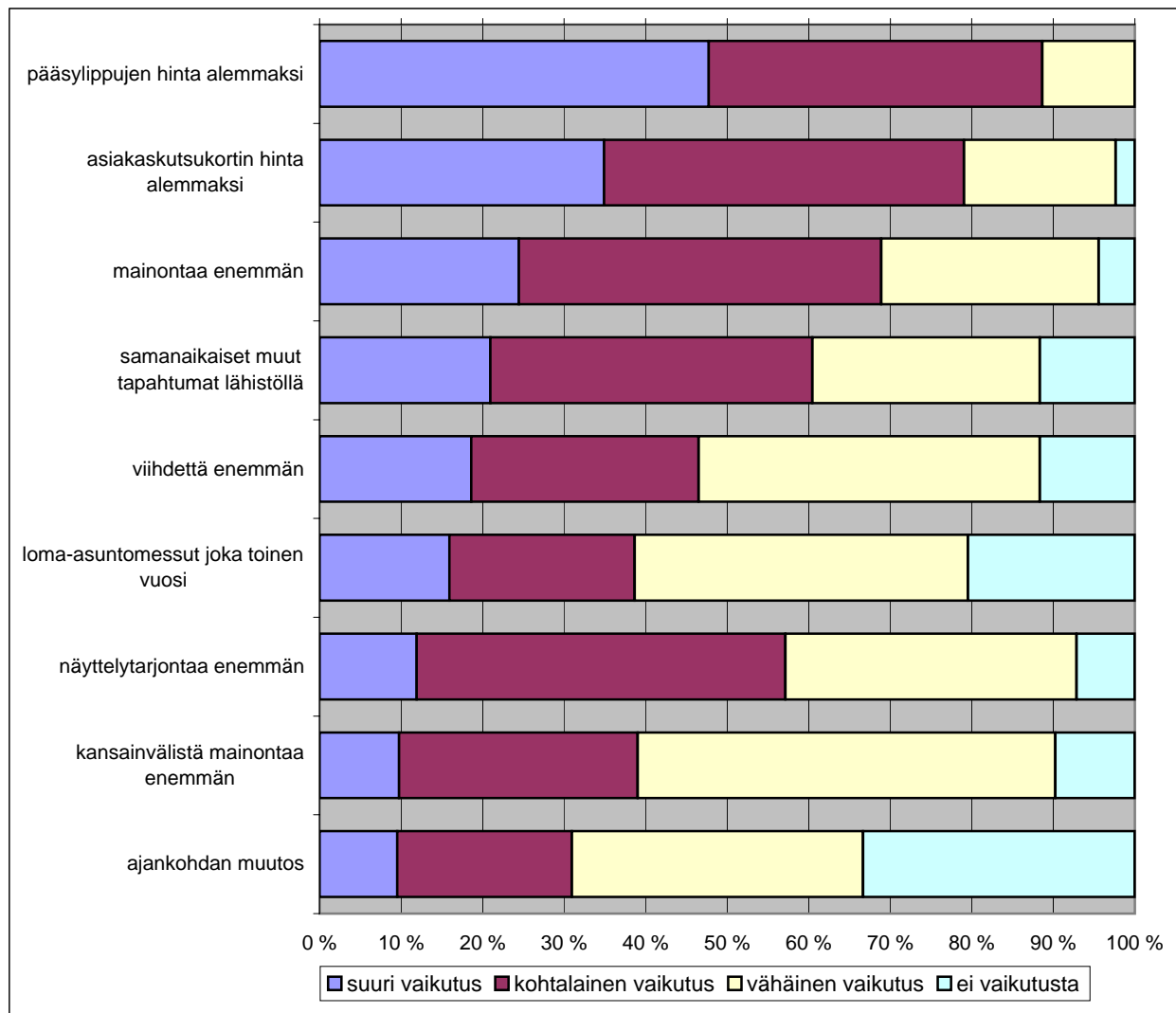
### % osuus

3 %  
3 %  
11 %  
38 %  
27 %  
19 %

Päivittäinen kävijämäärä ja odotukset eivät aivan kohdanneet.



## Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään



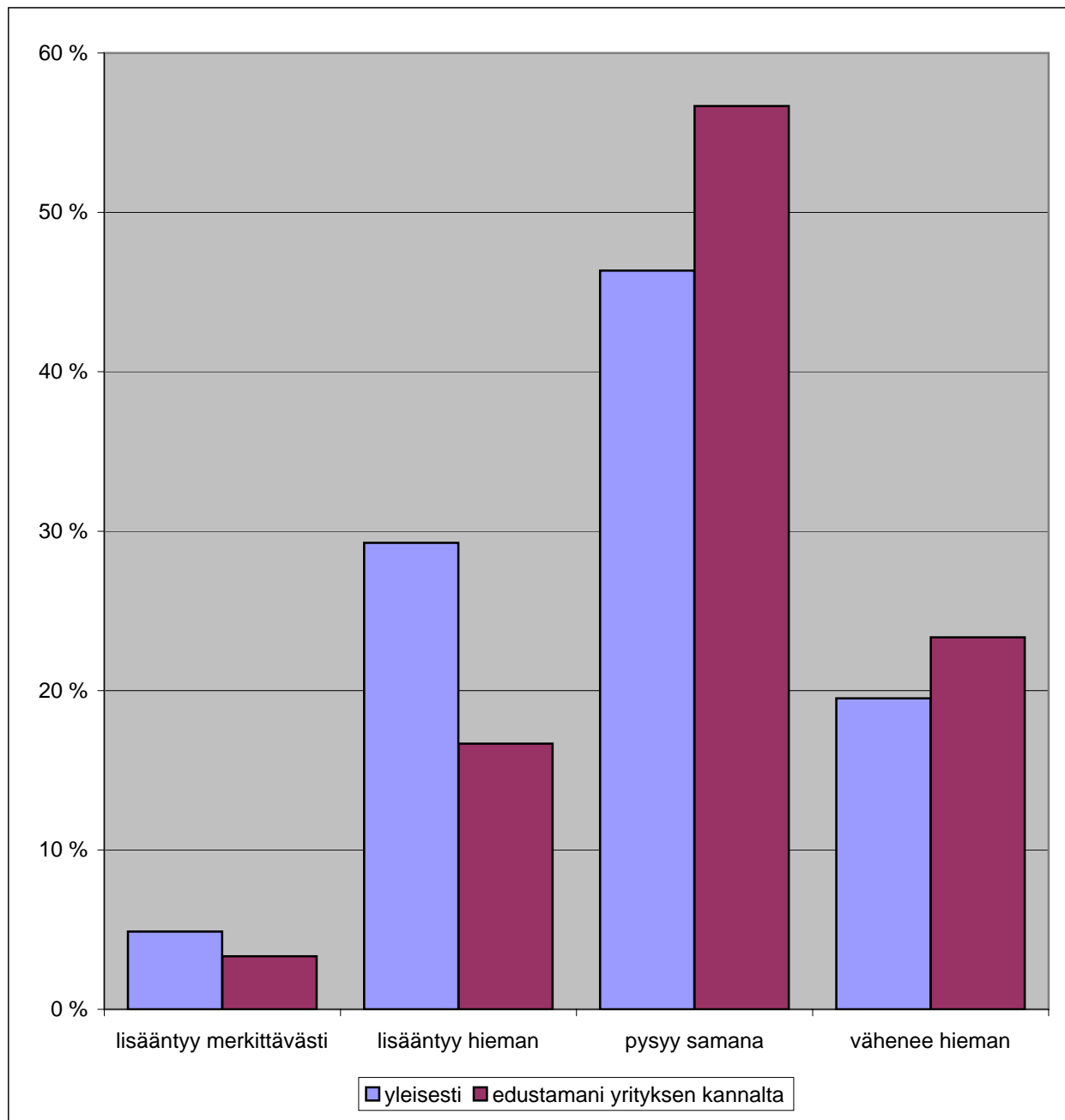
### Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään

	suuri vaikutus	kohtalainen vaikutus	vähäinen vaikutus	ei vaikutusta
pääsylippujen hinta alemmaksi	48 %	41 %	11 %	0 %
asiakaskutsukortin hinta alemmaksi	35 %	44 %	19 %	2 %
mainontaa enemmän	24 %	44 %	27 %	4 %
samanaikaiset muut tapahtumat lähistöllä	21 %	40 %	28 %	12 %
viihdettä enemmän	19 %	28 %	42 %	12 %
loma-asuntomessut joka toinen vuosi	16 %	23 %	41 %	20 %
näyttelytarjontaa enemmän	12 %	45 %	36 %	7 %
kansainvälistä mainontaa enemmän	10 %	29 %	51 %	10 %
ajankohdan muutos	10 %	21 %	36 %	33 %

Pääsylippujen hinta koettiin suurimmaksi vaikuttajaksi messujen kävijämäärän lisäämiseen.



## Asuntomessut markkinointimediana



### Arvio Asuntomessujen kehittymisestä markkinointivälineenä

	lisääntyy			
	merkittävästi	lisääntyy hieman	pysyy samana	vähenee hieman
yleisesti	5 %	29 %	46 %	20 %
edustamani yrityksen kannalta	3 %	17 %	57 %	23 %

Yrityksistä pääosa tulee jatkossakin käyttämään asuntomessuja markkinoinnissaan.



# SUOMEN ASUNTOMESSUT

## Messuissa hyvää

### Teemat

Monipuoliset, kaikille jotain messut  
Sisustushalli hyvä idea!  
Pieni kylä kaupungissa hyvä ajatus

### Messut tapahtumana

Sopivasti kohteita  
Hyvä tiedotustoiminta  
Ei ruuhkia taloissa eikä halleissa

### Messut Espoossa

Satama lähellä, paljon virolaisia messuvieraita!  
Julkisten kulkuvälineiden käyttömahdollisuus  
Hyvä alue, näyttelyhallien sijoittelu!  
Selkeät ja väljät kulkureitit  
Jää vain hyviä muistoja, kiitos Espoolle!



# S U O M E N A S U N T O M E S S U T

## Messuissa kehitettävää

### **Näyttelyhallit**

Tuli hiki näyttelyhallissa > ilmastointi?  
Ei ruuhkia taloissa eikä halleissa  
Hallin opasteet ja kulkureitti suunniteltu väärin

### **Näyttelyasunnot**

Ei talotehtaiden paketteja  
Ei tavallisen ihmisen taloja  
Liian paljon tarjontaa, messuvieras ei muista missä kohteissa kävi

### **Messut markkinoinnin kannalta**

Markkinoinnin määrä oli laajaa ja toiston määrä huikeaa  
Huono TV-mainos, lehtimainonnassa huono taustaväri  
Runsaasti kannanottoja sisäisestä tiedottamisesta ja mainonnasta.  
Elokuun kaksi pidennettyä torstaita huikea menestys; paljon myyntiä

### **Messusisältö ja tekniikka**

Kaksi pääsisääntuloporttia huono ratkaisu  
Otto-automaatti puuttui  
Huonot pysäköintijärjestelyt, epäystävällistä henkilökuntaa  
Näytteilleasettajien ennakko-ohjeistus heikkoa



# S U O M E N A S U N T O M E S S U T

## Kommentit onnistumisesta

- + Olemme erittäin tyytyväisiä
- + Eiköhän tää mennyt ihan hyvin
  - + Kontaktointi onnistunutta
- + Ennakkojärjestelyt, sijainti, tiedotus
  
- Pettymys verrattuna kahteen edellisvuoteen.
- Hyvin paljon +/- tulosta johtuen teltan korkeasta vuokrasta
  - Talonrakentaminen lähemmäksi kuluttajan tarpeita
  - Ensimmäiset messut, ei vertailukohtaa