



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



**ASUNTOMESSUT
OULUSSA 15.7.-14.8.2005**

KÄVIJÄTUTKIMUS

Tämä raportti perustuu Oulun Asuntomessuilla tehtyyn kävijätutkimukseen.
Tutkimukseen osallistui yhteensä 14.216 kävijäperhettä.



SUOMEN ASUNTOMESSUT

SISÄLLYSLUETTELO	2
1. JOHDANTO	3
2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT	
Messujen kävijämäärät	4
Kävijämäärät päivittäin	5
Messumatkan pituus	6
3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFIILI	
Kävijät ympäristöstä	7
Kävijät maakunnittain	8
Maakunnat	9
Messukävijöiden profiili	10
Ammattiryhmä	11
Ikäjakauma	12
Rakennus- ja remonttiaikomukset	13
Remonttiaikomukset	14
Kiinnostavimmat tuotteet/hankinnat	15
4. MESSUILLE TULO	
Mikä sai lähtemään messuille	16
Päätös lähteä messuille	17
Aiemmat käynnit	18
Kulkuväline ja messumatkan luonne	19
5. MESSUILLA OLO	
Tutustumisaika ja käynnit näyttelykohteissa	20
Messupalvelut	23
Rahan kulutus	24
Palveluiden hinnat	25
6. TYYTYVÄISYYS MESSUIHIN	
Olitko tyytyväinen palveluihin	26
Messutarjonnan riittävyys	27
Yleisarvosana	28
Palaute hyvää omin sanoin	29
Palaute huonoa omin sanoin	30
7. MESSUVIESTINTÄ	
Mistä parasta ennakkoinfoa	31
Aita- ja äänimainonta	32
Messuluettelon hankinta	33
Messutiedotus	34
8. VIIPYMINEN JA MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA	
Messumatkan kokonaiskesto	35
Messupaikkakunnan palveluiden käyttö	36
Oulussa vierailu	37
9. TULEVAT MESSUT	
Loma-asuntomessut Kolilla 2006	38
Asuntomessut Espoossa 2006	39
10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT	
Miten haluat asua	40
Minkälaisen asunnon rakentaisit	41
Mielipiteet väittämistä	42
Paras talo -äänestys	43
11. ASUNTOMESSUKUVAAJA	
Asiakasmielikuva asuntomessutapahtumasta	44
12. NÄYTTÉILLEASETTAJATUTKIMUS	45



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 muuttuvasisältöinen kävijätutkimus, joka sisälsi suurimman osan tässä raportissa esitetyistä kysymyksistä. Messuvieraat saivat palauttaa tutkimuksen messualeella oleviin laatikoihin tai Suorakanava Oy:n pisteeseen.

Messujen tunnusluvut

- kävijöitä 121.110
- perheitä 47.870
- keskimääräinen perheenkoko 2.5
- palautettuja tutkimuslomakkeita 14.216
- palautus-% perheistä 29 %.

Tutkimuksen raportointi

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

Tutkimuksia koskevissa kysymyksissä lisätietoja antavat toimitusjohtaja Hannu Myöhänen sekä viestintäjohtaja Raimo Holopainen.

Suorakanava Oy

Luotsinmäenpuistokatu 1

28100 PORI

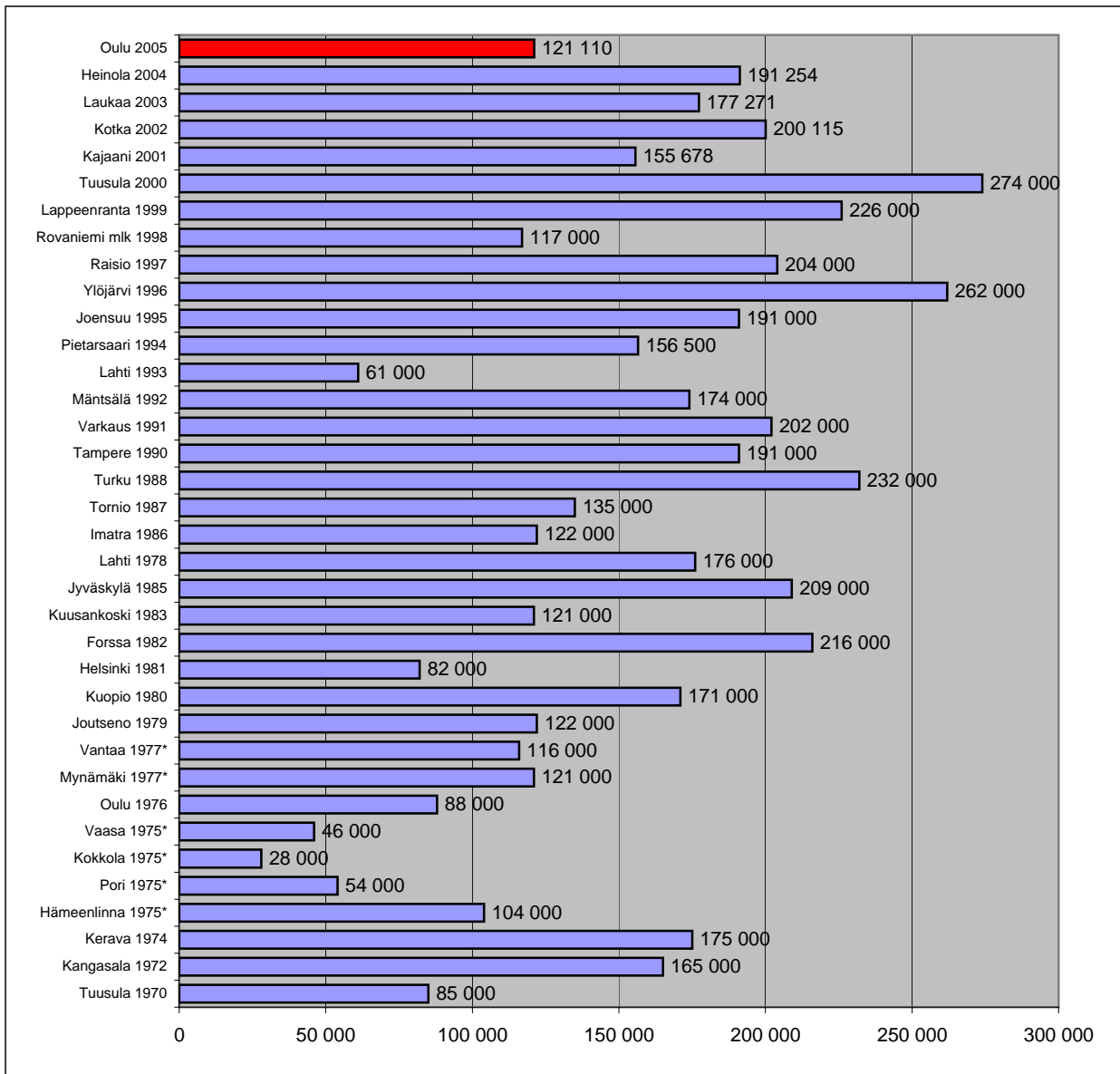
Puhelin 02-634 6400

E-mail: etunimi.sukunimi@rakentaja.fi

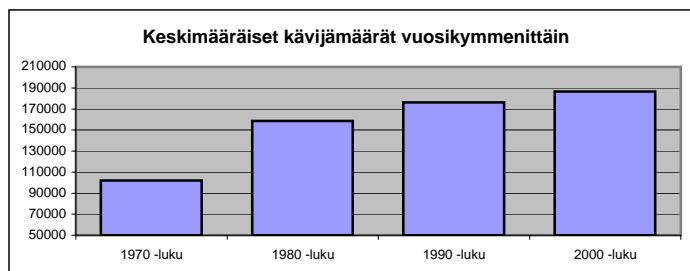


2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT

Asuntomessut 1970-2005

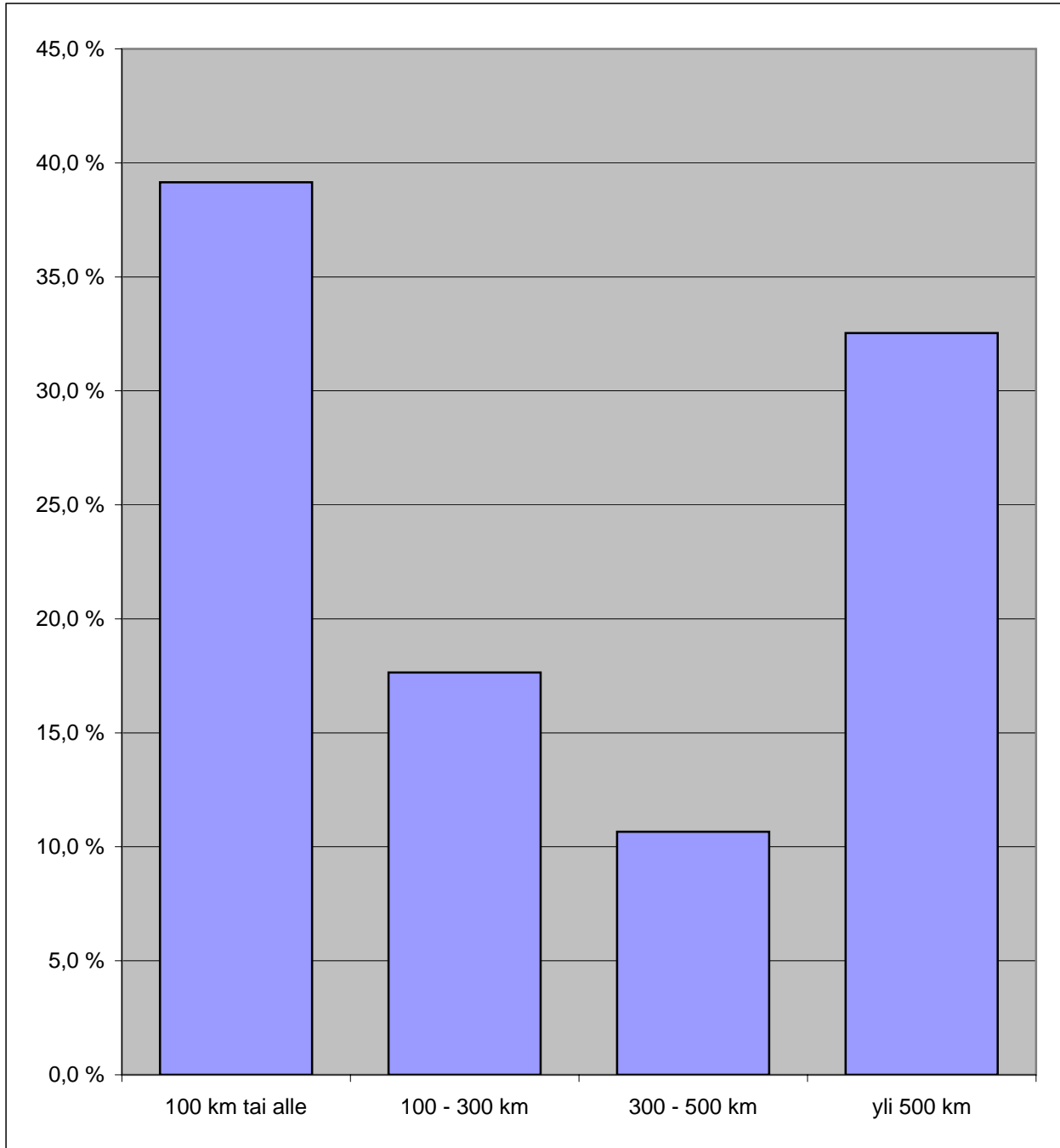


Oulun Asuntomessujen kävijämäärä nousi 121 110:ään. Kävijämäärä on kehittynyt vuosikymmenittäin tasaisesti. 1970-luvun n. 100.000 kävijän keskiarvosta on nousu 2000 -luvulla lähes 186.000 kävijän keskiarvoon.





Messumatkan kokonaispituus edestakaisin



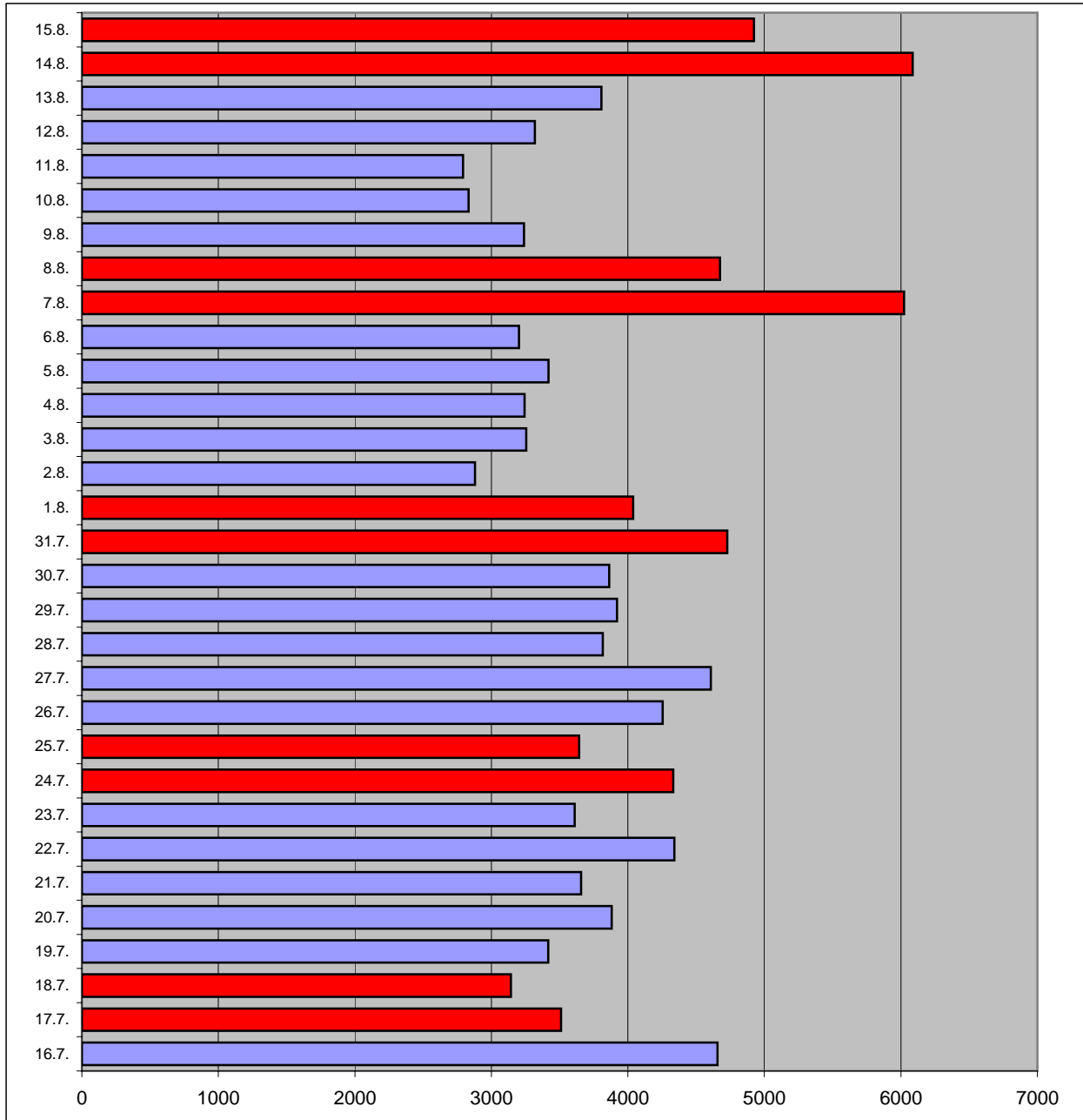
Messumatkan kokonaispituus edestakaisin

	vastanneet	%-osuus
100 km tai alle	213	39,2 %
100 - 300 km	96	17,6 %
300 - 500 km	58	10,7 %
yli 500 km	177	32,5 %

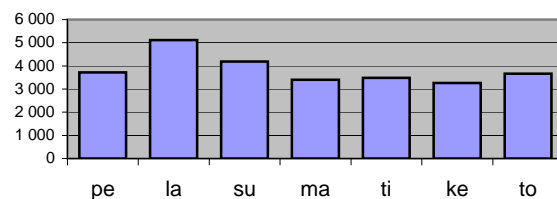
Messuvieraista 57 % tuli alle 150 kilometrin päästä. Heinolassa vastaava luku oli 70 % ja Laukaassa 51 %



Oulun kävijät päivittäin



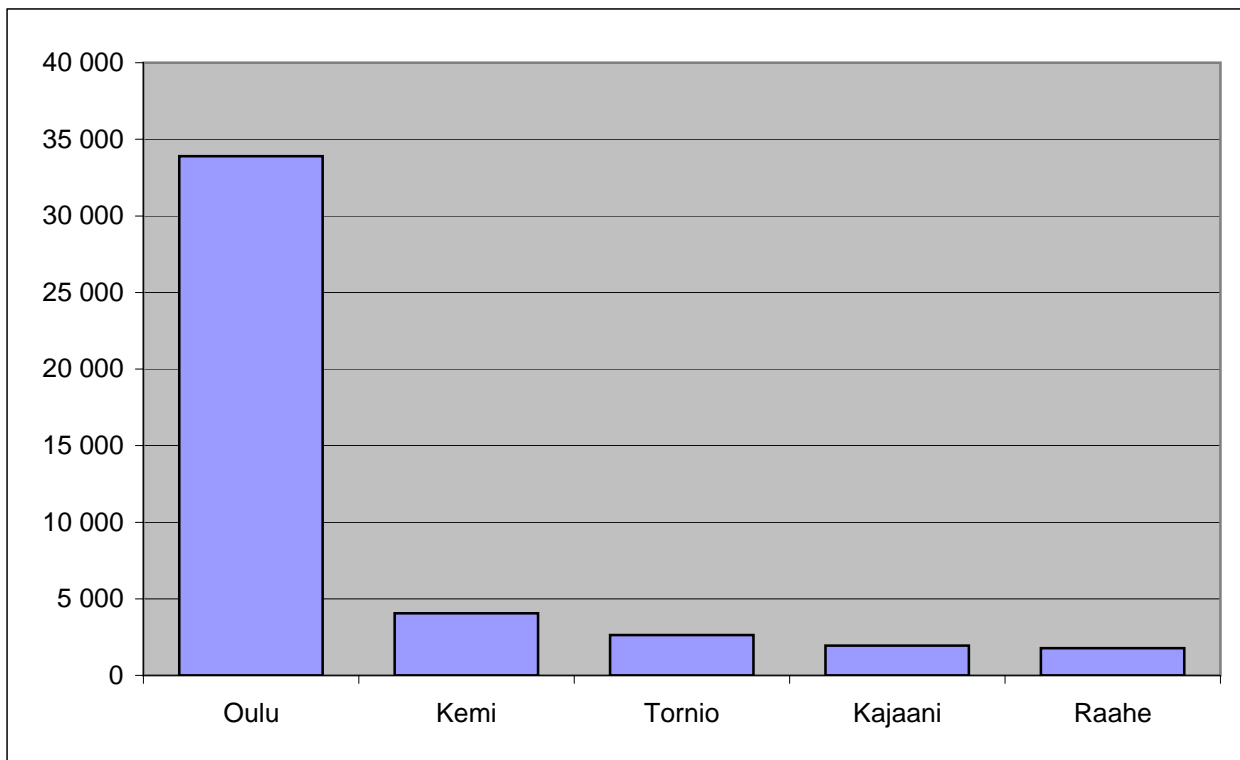
Keskimäärin messuilla kävi joka päivä 3.907 kävijää.





3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFILI

Lähialueen kävijät



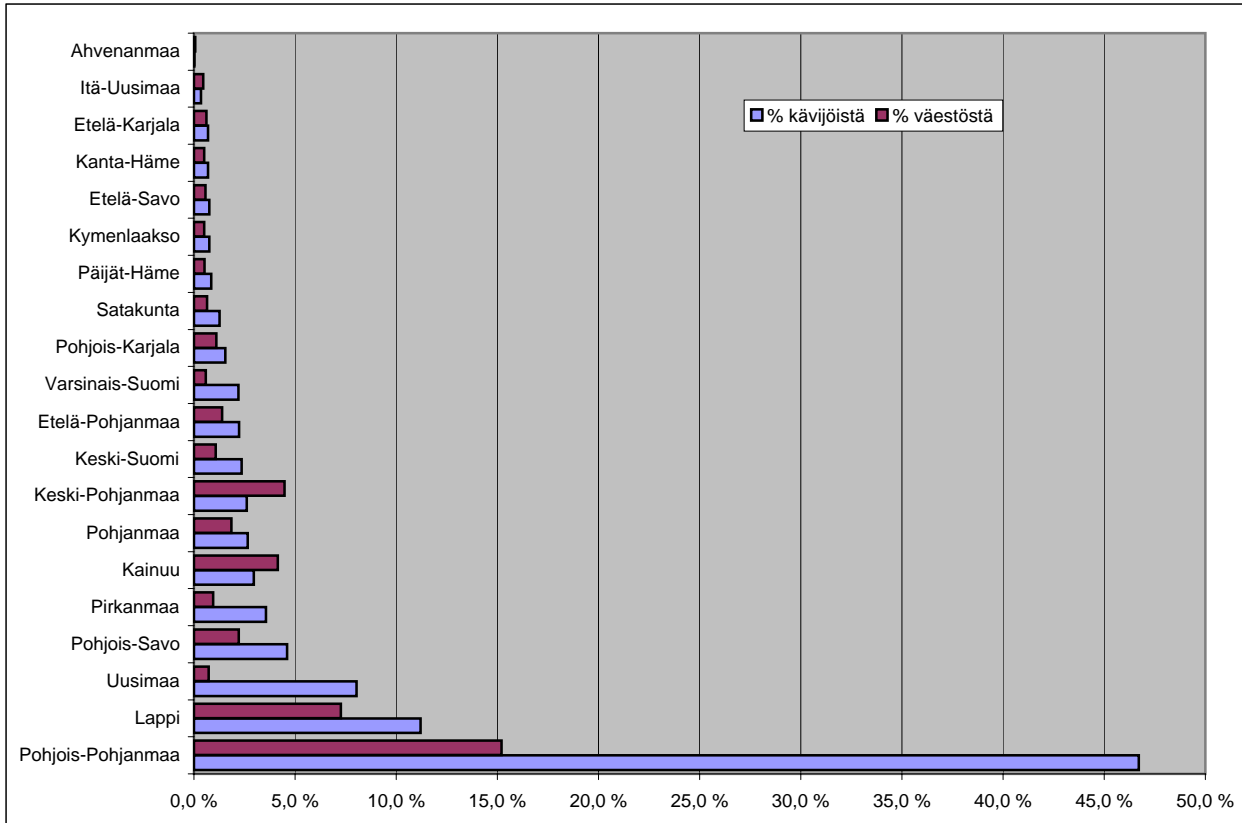
Lähikuntien kävijät	vastanneet	kävijät	%-osuus kävijöistä	%-osuus väestöstä
Kempele	312	2658	2,2 %	19,0 %
Haukipudas	296	2522	2,1 %	14,8 %
Kiiminki	219	1866	1,5 %	15,8 %
Oulunsalo	187	1593	1,3 %	17,3 %
Ii	157	1338	1,1 %	20,2 %
Muhos	106	903	0,7 %	11,0 %
Pudasjärvi	58	494	0,4 %	5,2 %
Ylikkiiminki	32	273	0,2 %	8,2 %
Lumijoki	21	179	0,1 %	10,0 %
Siikajoki	10	85	0,1 %	6,3 %
Lähikaupunkien kävijät	vastanneet	kävijät	%-osuus kävijöistä	%-osuus väestöstä
Oulu	3979	33 898	28,0 %	34,6 %
Kemi	476	4 055	3,3 %	4,9 %
Tornio	309	2 632	2,2 %	12,6 %
Kajaani	227	1 934	1,6 %	4,2 %
Raahel	209	1 781	1,5 %	5,7 %

Oululaiset ottivat messut omakseen, yli kolmannes kaupungin väestöstä vieraili messuilla. Suhteessa väestöön toiseksi eniten käytiin listä 20,2 % ja Kempeleestä 19 %.

Viime vuonna Heinolassa oman kaupungin väestö kävi lähes sama määrä vajaa kolmannes



Kävijät maakunnittain



Maakunta	väestö	vastanneet	kävijät	% kävijöistä	% väestöstä
Pohjois-Pohjanmaa	371 931	6 640	56 568	46,7 %	15,2 %
Lappi	186 917	1 593	13 571	11,2 %	7,3 %
Uusimaa	1 338 180	1 142	9 729	8,0 %	0,7 %
Pohjois-Savo	251 356	654	5 572	4,6 %	2,2 %
Pirkanmaa	457 317	507	4 319	3,6 %	0,9 %
Kainuu	86 573	421	3 587	3,0 %	4,1 %
Pohjanmaa	173 111	377	3 212	2,7 %	1,9 %
Keski-Pohjanmaa	70 584	371	3 161	2,6 %	4,5 %
Keski-Suomi	266 082	336	2 862	2,4 %	1,1 %
Etelä-Pohjanmaa	193 954	318	2 709	2,2 %	1,4 %
Varsinais-Suomi	452 444	312	2 658	2,2 %	0,6 %
Pohjois-Karjala	169 129	220	1 874	1,5 %	1,1 %
Satakunta	234 777	180	1 533	1,3 %	0,7 %
Päijät-Häme	198 434	122	1 039	0,9 %	0,5 %
Kymenlaakso	185 662	109	929	0,8 %	0,5 %
Etelä-Savo	162 296	108	920	0,8 %	0,6 %
Kanta-Häme	166 648	100	852	0,7 %	0,5 %
Etelä-Karjala	136 301	99	843	0,7 %	0,6 %
Itä-Uusimaa	91 689	49	417	0,3 %	0,5 %
Ahvenanmaa	26 347	2	17	0,0 %	0,1 %
Yhteensä	5 219 732	13 660	121 110		

Parhaiten messut huokutteli liikkeelle oman maakunnan väestön, sillä kävijöistä 46,7 % oli Pohjois-Pohjanmaalta ja peräti 34,4 % Oulusta.

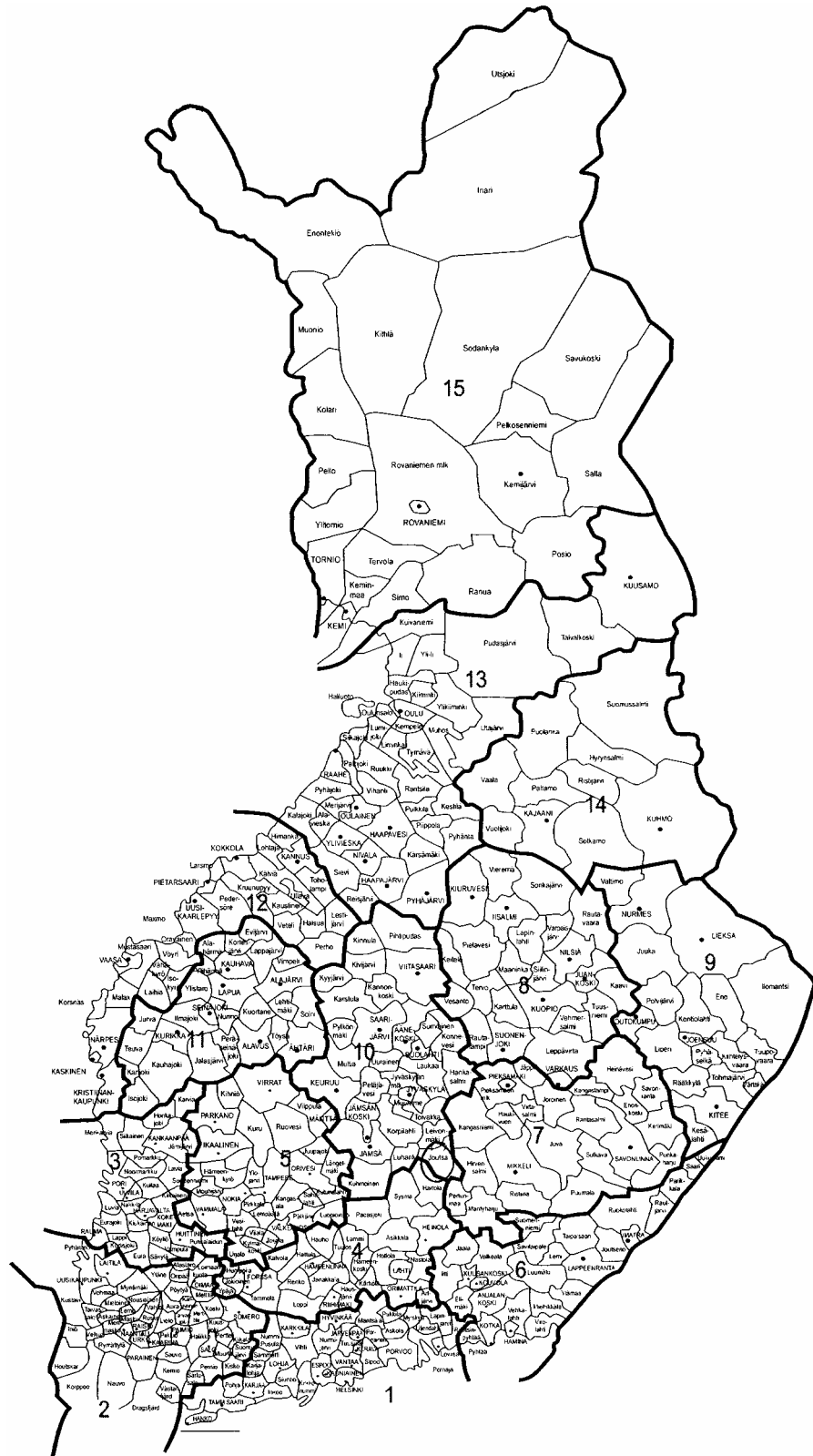


SUOMEN ASUNTOMESSUT

Maakunnat

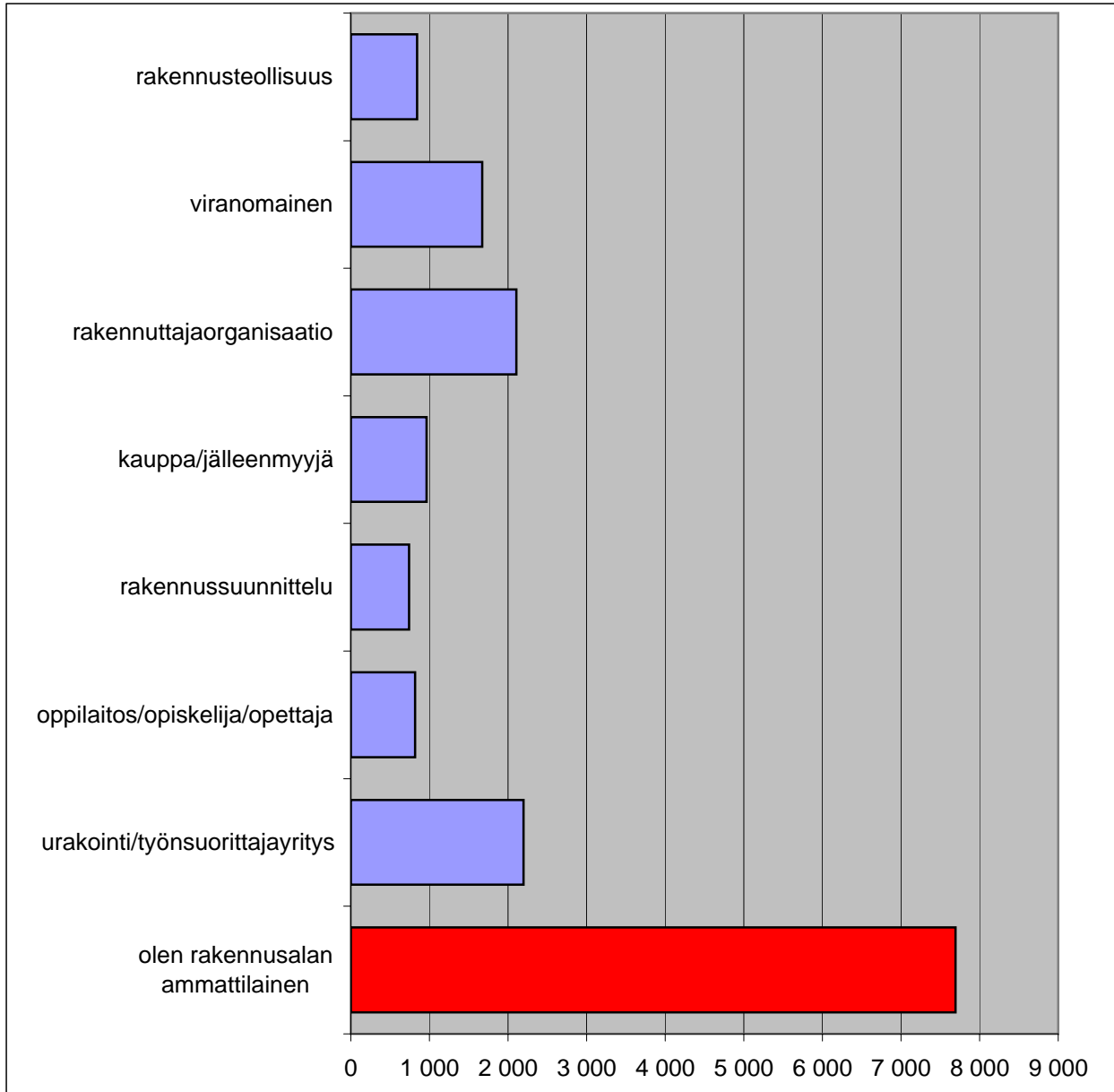
Maakunta

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





Messuilla käyneet rakennusalan ammattilaiset



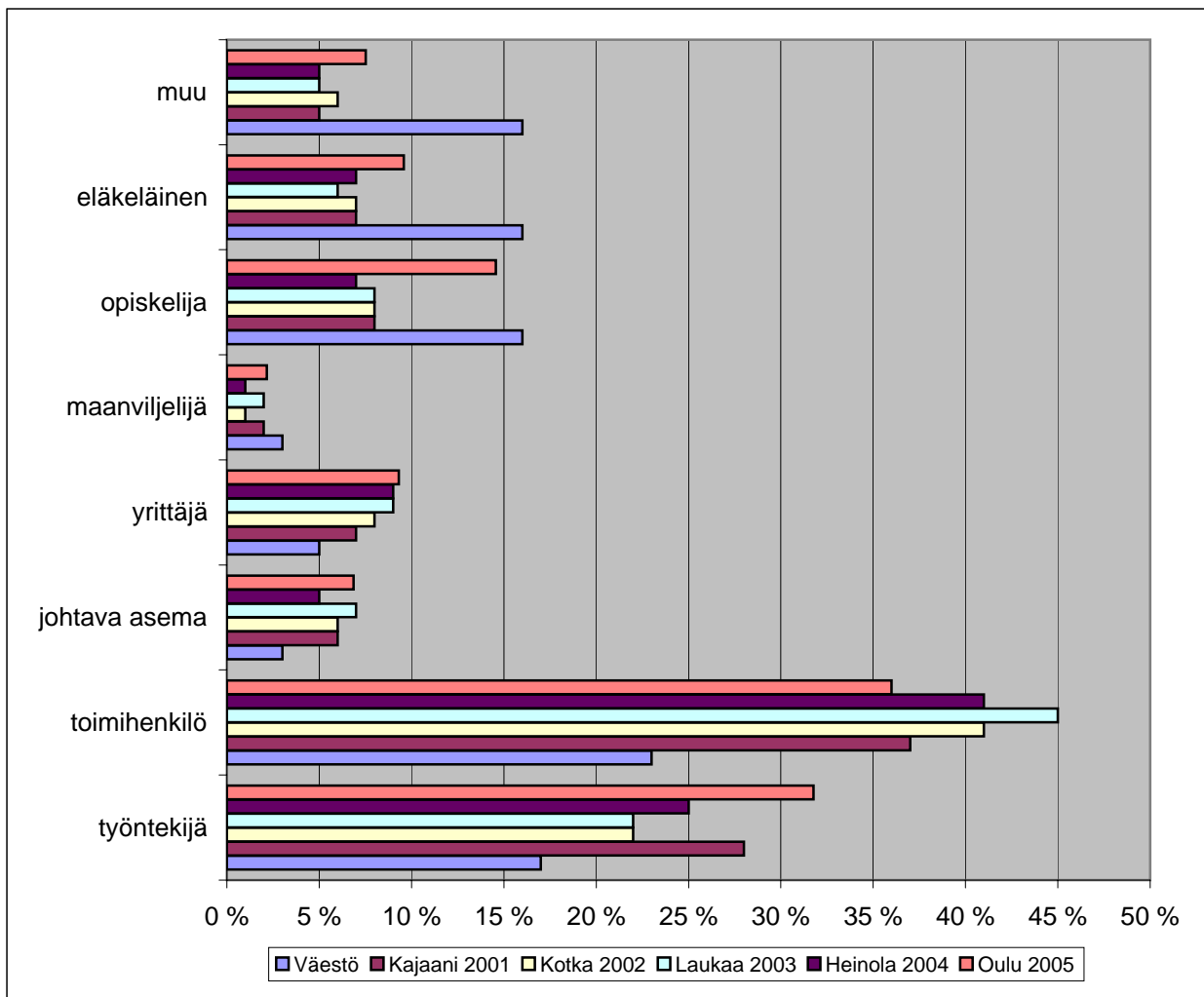
Messuilla käyneet rakennusalan ammattilaiset

	vastanneet	%-osuus	volyyymi
olen rakennusalan ammattilainen	903	6,4 %	7 693
urakointi/työnsuorittajayritys	258	1,8 %	2 198
oppilaitos/opiskelija/opettaja	96	0,7 %	818
rakennussuunnittelu	87	0,6 %	741
kauppa/jälleenmyyjä	113	0,8 %	963
rakennuttajaorganisaatio	247	1,7 %	2 104
viranomainen	196	1,4 %	1 670
rakennusteollisuus	99	0,7 %	843

Messuilla vieraili n. 7.700 rakennusalan ammattilaista.



Ammattiryhmät

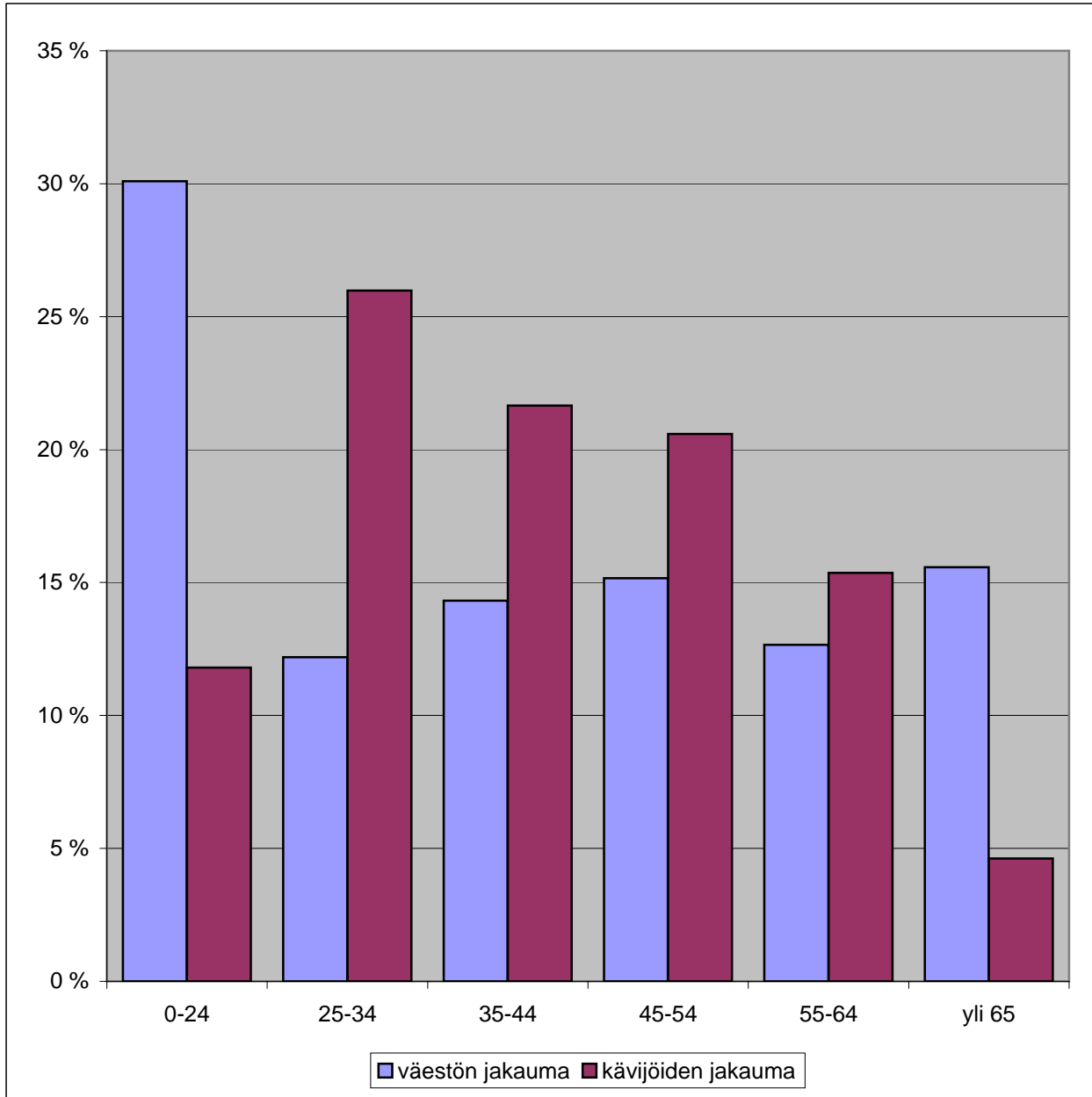


Ammattiryhmät	Oulu vastanneet	Väestö	Kajaani 2001	Kotka 2002	Laukaa 2003	Heinola 2004	Oulu 2005
työntekijä	338	17 %	28 %	22 %	22 %	25 %	32 %
toimihenkilö	194	23 %	37 %	41 %	45 %	41 %	36 %
johtava asema	73	3 %	6 %	6 %	7 %	5 %	7 %
yrittäjä	99	5 %	7 %	8 %	9 %	9 %	9 %
maanviljelijä	23	3 %	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %
opiskelija	155	16 %	8 %	8 %	8 %	7 %	15 %
eläkeläinen	102	16 %	7 %	7 %	6 %	7 %	10 %
muu	80	16 %	5 %	6 %	5 %	5 %	8 %

Suhteessa väestöön Oulussa kävi eniten työväestöä. Tämä selittyy oululaisten kävijöiden yli kolmanneksen osuudella.



Ikäjakama



Ikäjakama	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
0-24	1 570 722	1 574	30 %	12 %
25-34	636 575	3 465	12 %	26 %
35-44	747 139	2 888	14 %	22 %
45-54	791 625	2 746	15 %	21 %
55-64	660 476	2 049	13 %	15 %
yli 65	813 195	616	16 %	5 %
	5 219 732	13 338	0 %	0 %

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



Oulu Asuntomessut, hankevolyymit

Rakennus- ja remonttiaikomukset	v 2005	v 2006	v 2007	myöh.	ei vuotta	yhteensä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	84	107	50	75	155	471
vapaa-ajanasunnon remointi	81	108	23	32	162	406
vapaa-ajanasunnon osto	27	53	23	41	77	221
vapaa-ajanasunnon myynti	2	3	1	1	10	17
omakotitalon rakentaminen	517	475	279	387	523	2181
omakotitalon remointi	476	517	123	184	737	2037
omakotitalon osto	62	83	69	103	135	452
omakotitalon myynti	14	20	7	16	54	111
asuinhuoneiston remointi	177	176	38	66	256	45
asuinhuoneiston osto	119	155	81	124	203	713
asuinhuoneiston myynti	19	25	20	14	48	682
saunan rakentaminen	37	60	16	13	68	194
saunan remointi	116	139	39	47	179	520
autotallin rakentaminen	166	100	34	32	117	449
autotallin remointi	35	29	4	13	49	130
maatalorakennus rakentaminen	8	13	4	8	19	52
maatalorakennus remointi	9	14	1	7	17	48

Ouun hankevolyymit	v 2005	v 2006	v 2007	myöh.	ei vuotta	yhteensä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	286	365	170	256	528	1605
vapaa-ajanasunnon remointi	276	368	78	109	552	1384
vapaa-ajanasunnon osto	92	181	78	140	262	753
vapaa-ajanasunnon myynti	7	10	3	3	34	58
omakotitalon rakentaminen	1762	1619	951	1319	1782	7432
omakotitalon remointi	1622	1762	419	627	2511	6942
omakotitalon osto	211	283	235	351	460	1540
omakotitalon myynti	48	68	24	55	184	378
asuinhuoneiston remointi	603	600	129	225	872	153
asuinhuoneiston osto	406	528	276	423	692	2430
asuinhuoneiston myynti	65	85	68	48	164	2324
saunan rakentaminen	126	204	55	44	232	661
saunan remointi	395	474	133	160	610	1772
autotallin rakentaminen	566	341	116	109	399	1530
autotallin remointi	119	99	14	44	167	443
maatalorakennus rakentaminen	27	44	14	27	65	177
maatalorakennus remointi	31	48	3	24	58	164

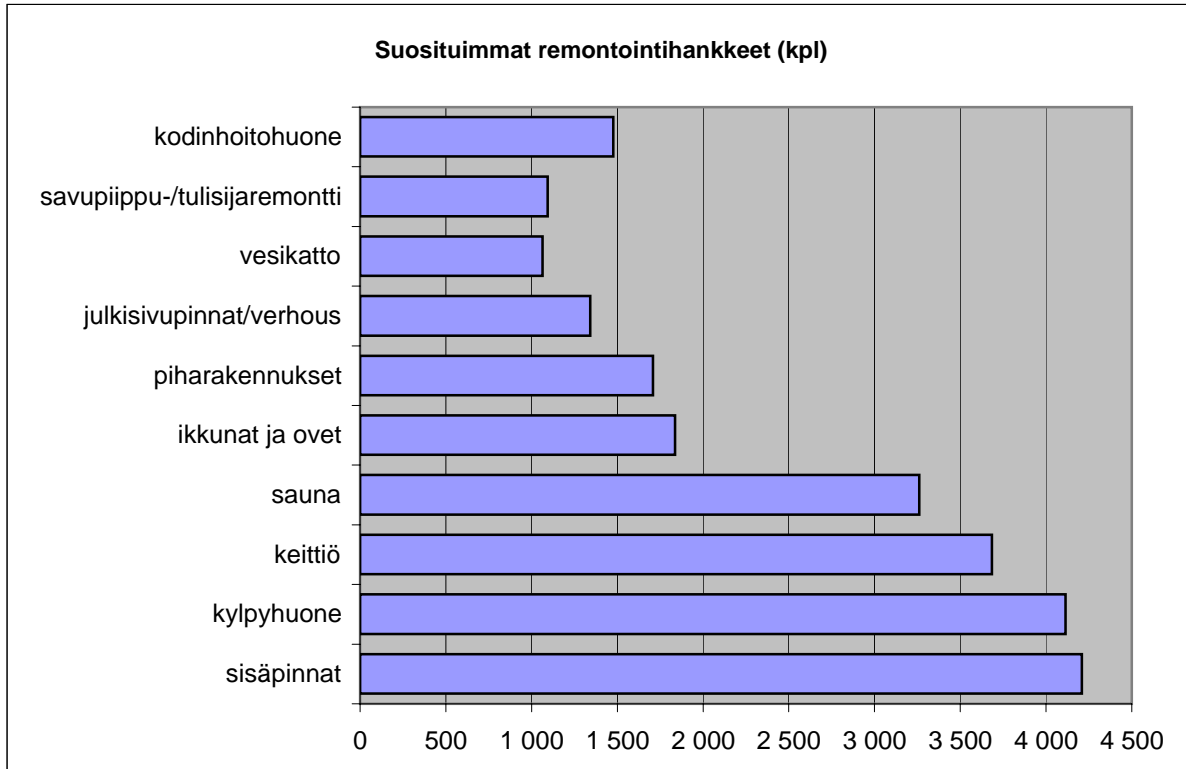
Suosituimmat hankkeet	hankkeet	% kävijä perheistä
omakotitalon rakentaminen	7 432	15,3 %
omakotitalon remointi	6 942	14,3 %
asuinhuoneiston remointi	153	0,3 %
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	1 605	3,3 %
vapaa-ajanasunnon remointi	1 384	2,9 %
autotallin rakentaminen	1 530	3,2 %
saunan remointi	1 772	3,7 %
omakotitalon osto	1 540	3,2 %

Messukävijäperheistä 7.500:lla oli omakotitalon rakennushanke. Vajaa neljännes heistä rakensi parasta aikaa.

Tämän vuoden pientalon rakentajista messuilla vieraili n. 12 %.



Remonttiaikomukset

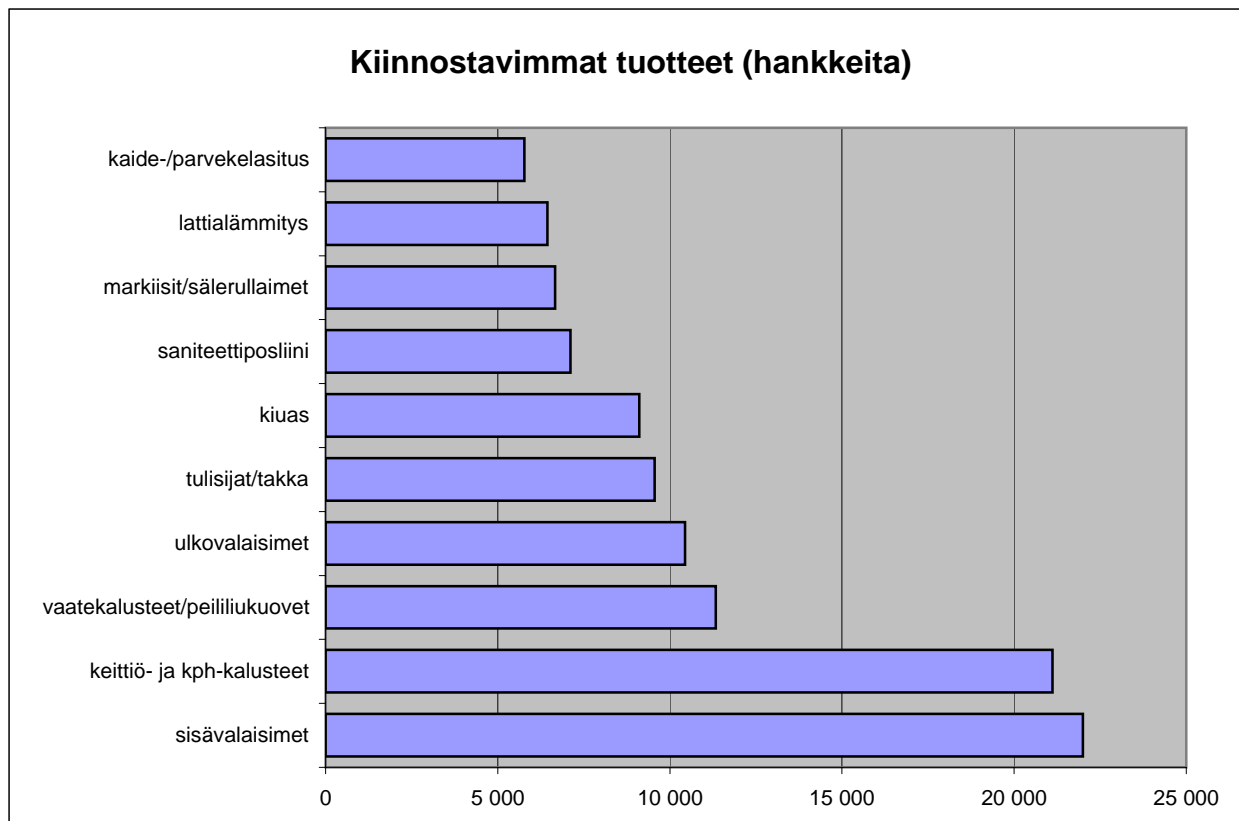


Remonttiaikomukset	vastanneet	% -osuus	messuvo	
			lyymi	% remonteista
sisustus	1411	44,3 %	4 808	50 %
sisäpinnat	1235	38,8 %	4 209	44 %
kylpyhuone	1207	37,9 %	4 113	43 %
keittiö	1081	33,9 %	3 684	38 %
sauna	957	30,0 %	3 261	34 %
ikkunat ja ovet	539	16,9 %	1 837	19 %
piharakennukset	501	15,7 %	1 707	18 %
julkisivupinnat/verhous	394	12,4 %	1 343	14 %
vesikatto	312	9,8 %	1 063	11 %
savupiippu-/tulisijaremontti	321	10,1 %	1 094	11 %
kodinhoituhuone	433	13,6 %	1 476	15 %
vesi- ja viemärijärjestelmä	262	8,2 %	893	9 %
ilmanvaihto	265	8,3 %	903	9 %
lämmitysjärjestelmä	240	7,5 %	818	8 %
jätevesijärjestelmän laitto	225	7,1 %	767	8 %
lisäeristys	158	5,0 %	538	6 %
sähköremontti	155	4,9 %	528	5 %
kellari/perustus	148	4,6 %	504	5 %
kosteus- tai homevaurio	120	3,8 %	409	4 %
jätehuolto-/pihavarusteet	118	3,7 %	402	4 %
asbestityöt	40	1,3 %	136	1 %

Kävijäperheistä n. 11.000:lla oli remontoitaikeita. Suosituimpia olivat sisustus ja sisäpinnat. Seuraavina tulivat kylpyhuone- ja keittiöremontit. Rakentajat mukaan laskien messuilla kävi mm. lähivuosina keittiön ostavia n. 13.000.



Kiinnostavat tuotteet/hankinnat



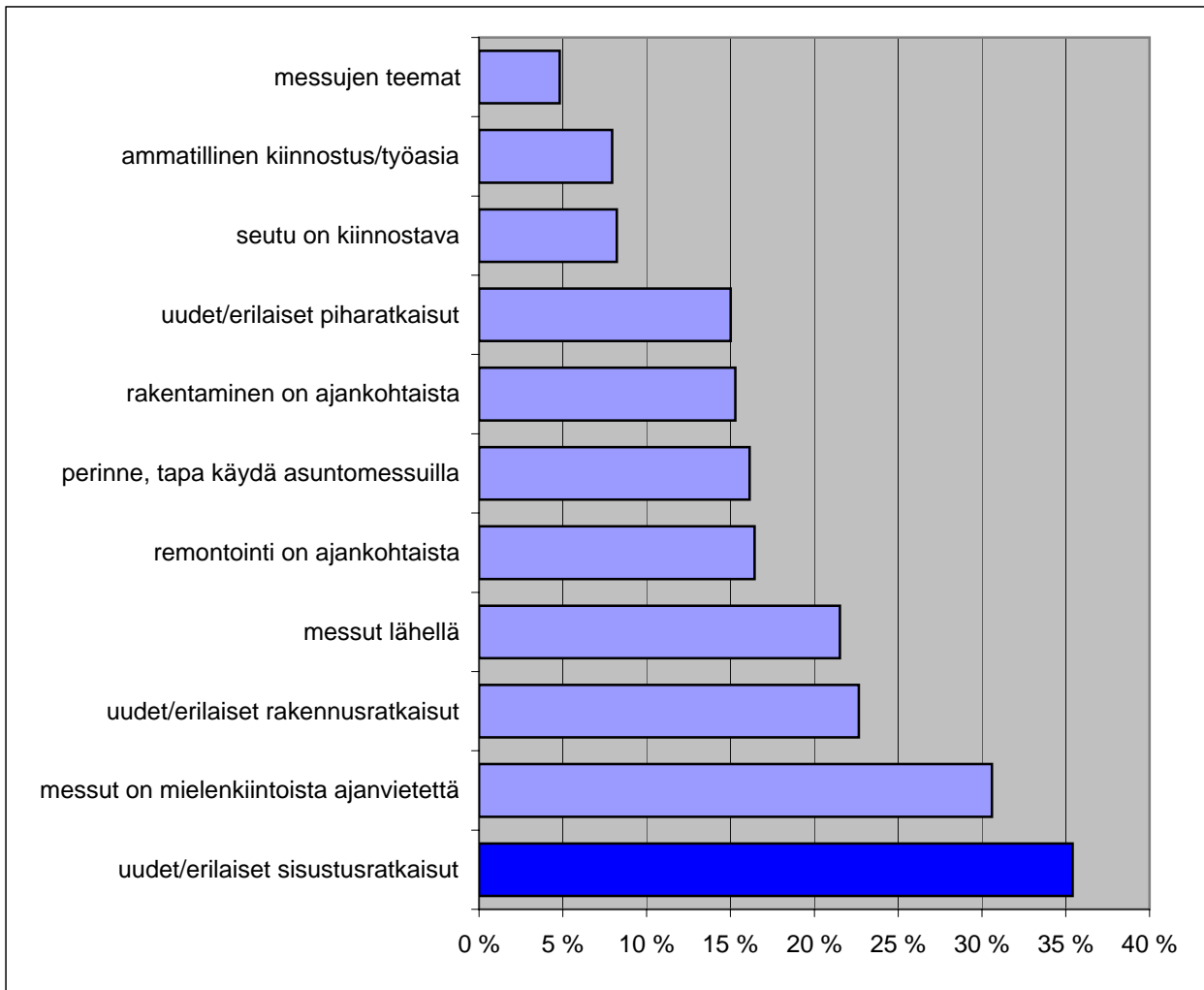
Kiinnostavat tuotteet/hankinnat	vastanneet	volyymi	%-osuus
sisävalaisimet	99	22 000	45,4 %
keittiö- ja kph-kalusteet	95	21 111	43,6 %
vaatekalusteet/peililiukuovet	51	11 333	23,4 %
ulkovalaisimet	47	10 444	21,6 %
tulisijat/takka	43	9 555	19,7 %
kiuas	41	9 111	18,8 %
saniteettiposliini	32	7 111	14,7 %
markiisit/sälerullaimet	30	6 667	13,8 %
lattialämmitys	29	6 444	13,3 %
kaide-/parvekelasitus	26	5 778	11,9 %
hälyttimet/keskuslukitus	26	5 778	11,9 %
ilmalämpöpumppu	24	5 333	11,0 %
keskuspölynimuri	22	4 889	10,1 %
vesikourut/kattoturvatuotteet	22	4 889	10,1 %
autotallin ovet	22	4 889	10,1 %
laituri	17	3 778	7,8 %
puuportaot	16	3 556	7,3 %
satelliittiantenni	9	2 000	4,1 %
lämmityskattila	8	1 778	3,7 %
kattoikkunat	6	1 333	2,8 %
	218		

Kiinnostavimmiksi tuotteiksi/hankinnoiksi messuilla koettiin sisävalaisimet sekä keittiö- ja kylpyhuonekalusteet.



4. MESSUILLE TULO

Mikä sai lähtemään messuille?



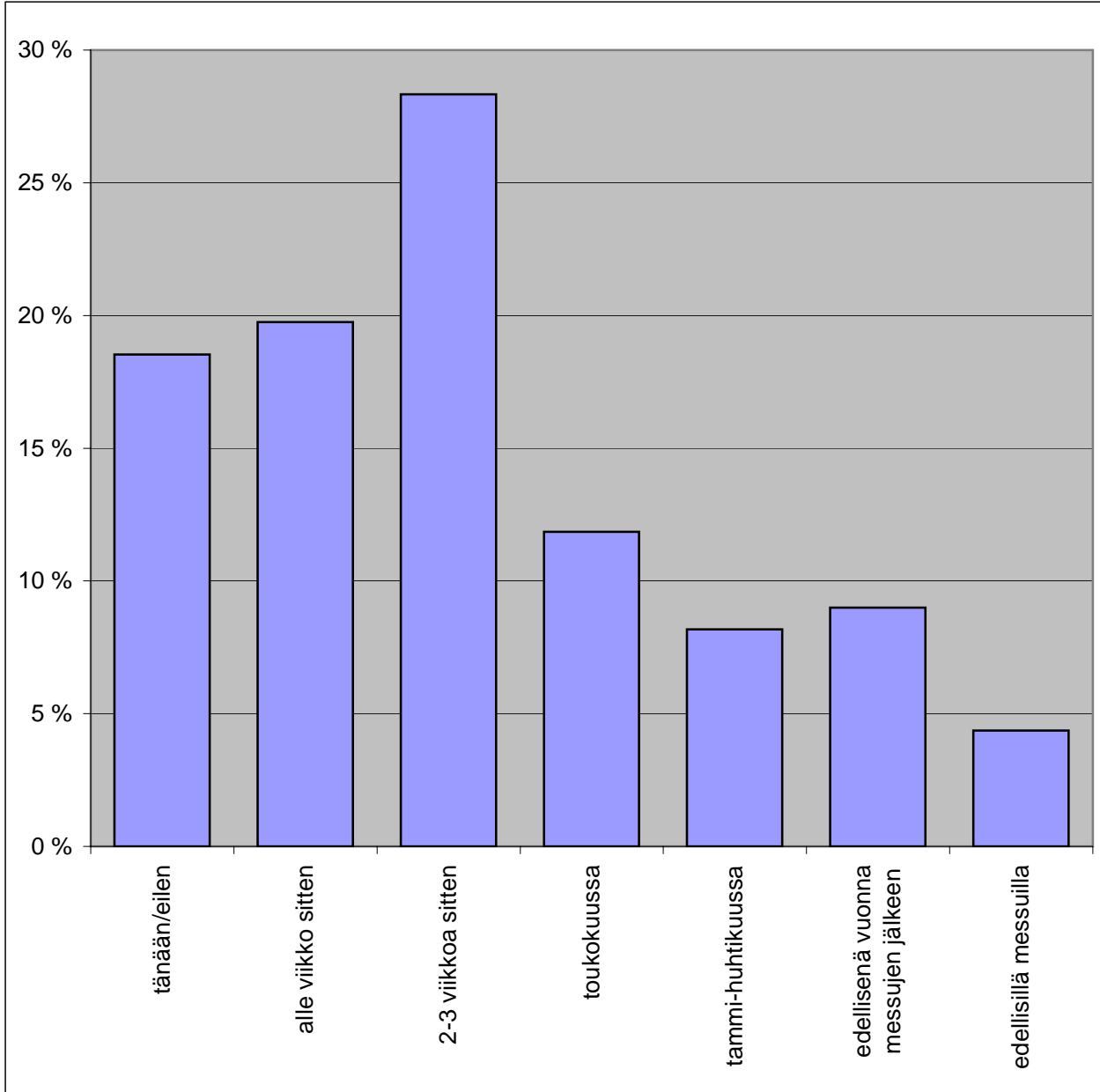
Mikä sai lähtemään messuille?

	vastanneet	%-osuus	hankkeita
uudet/erilaiset sisustusratkaisut	125	35 %	17 154
messut on mielenkiintoista ajanvietettä	108	31 %	14 821
uudet/erilaiset rakennusratkaisut	80	23 %	10 979
messut lähellä	76	22 %	10 430
remontointi on ajankohtaista	58	16 %	7 960
perinne, tapa käydä asuntomessuilla	57	16 %	7 822
rakentaminen on ajankohtaista	54	15 %	7 411
uudet/erilaiset piharatkaisut	53	15 %	7 273
seutu on kiinnostava	29	8 %	3 980
ammattillinen kiinnostus/työasia	28	8 %	3 843
messujen teemat	17	5 %	2 333
	353		

Noin 22.000 perhettä tuli messuille rakentaminen tai remontointi innoittajana. Loppuun asti sisustetut näyttelytalot olivat kävijöiden mieleen.



Päätös lähteä messuille?



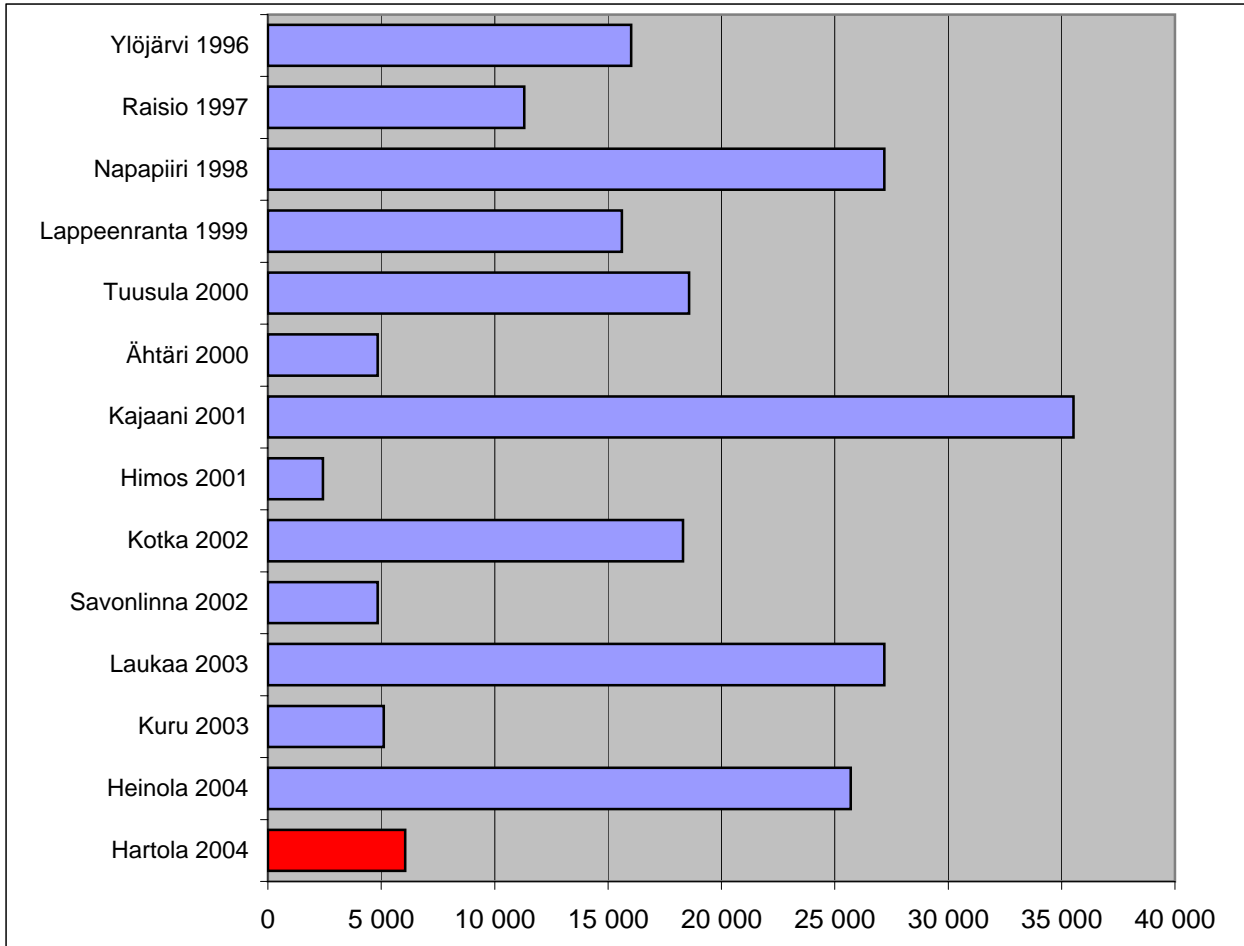
Päätös lähteä messuille?

	vastanneet	%-osuus
tänään/eilen	136	19 %
alle viikko sitten	145	20 %
2-3 viikkoa sitten	208	28 %
toukokuussa	87	12 %
tammi-huhtikuussa	60	8 %
edellisenä vuonna messujen jälkeen	66	9 %
edellisillä messuilla	32	4 %
	734	

Kolmannes kävijöistä päättää messuille tulosta jo hyvissä ajoin keväällä tai jo edellisillä messuilla.



Aikaisemmat asunto- tai loma-asuntomessukäynnit



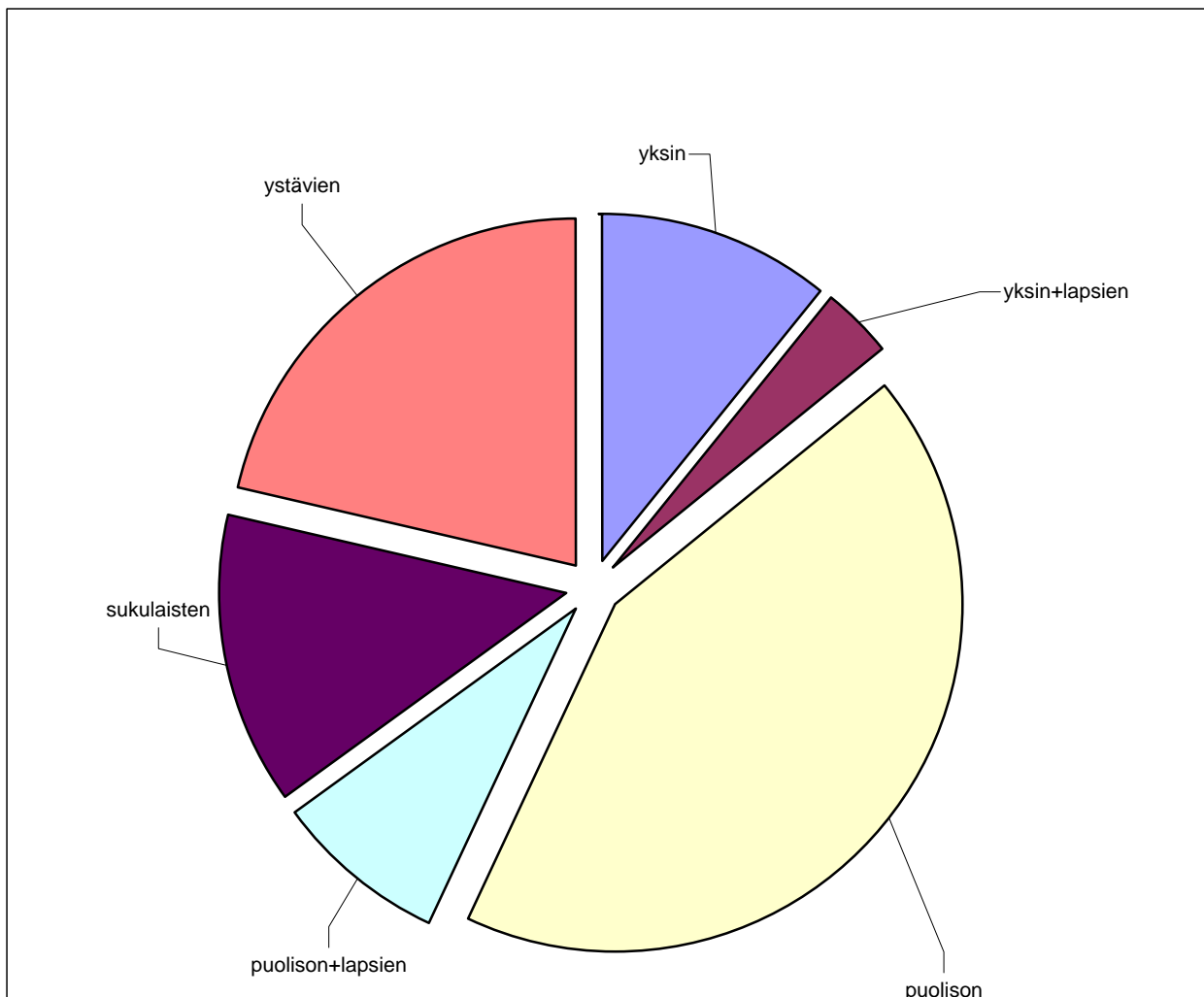
Aikaisemmat asunto- tai loma-asuntomessukäynnit

	vastanneet	%-osuus	volyymi
Ei käynyt aikaisemmin	304	34 %	40 908
Hartola 2004	45	5 %	6 056
Heinola 2004	191	21 %	25 702
Kuru 2003	38	4 %	5 114
Laukaa 2003	202	22 %	27 182
Savonlinna 2002	36	4 %	4 844
Kotka 2002	136	15 %	18 301
Himos 2001	18	2 %	2 422
Kajaani 2001	264	29 %	35 526
Ähtäri 2000	36	4 %	4 844
Tuusula 2000	138	15 %	18 570
Lappeenranta 1999	116	13 %	15 610
Napapiiri 1998	202	22 %	27 182
Raisio 1997	84	9 %	11 304
Ylöjärvi 1996	119	13 %	16 013
Kokonaan	900		218 671

Oulussa kolmannes kävijöistä tuli Asuntomessuille ensimmäistä kertaa. Oulun kävijöille asunto- ja loma-asuntomessukäyntejä on viimeiselle yhdelletoista vuodelle kertynyt n. 218.000. Neljännes messukävijöistä tuli messuille ensi kertaa.



Kenen kanssa tulit?



Mitä kulkuneuvoja käytitte messumatkaan?

	vastanneet	%-osuus
henkilöauto	518	70 %
juna	23	3 %
bussi	51	7 %
lentokone	6	1 %
pyörällä/kävelen	129	17 %
muulla tavoin	17	2 %

Kenen kanssa tulit?

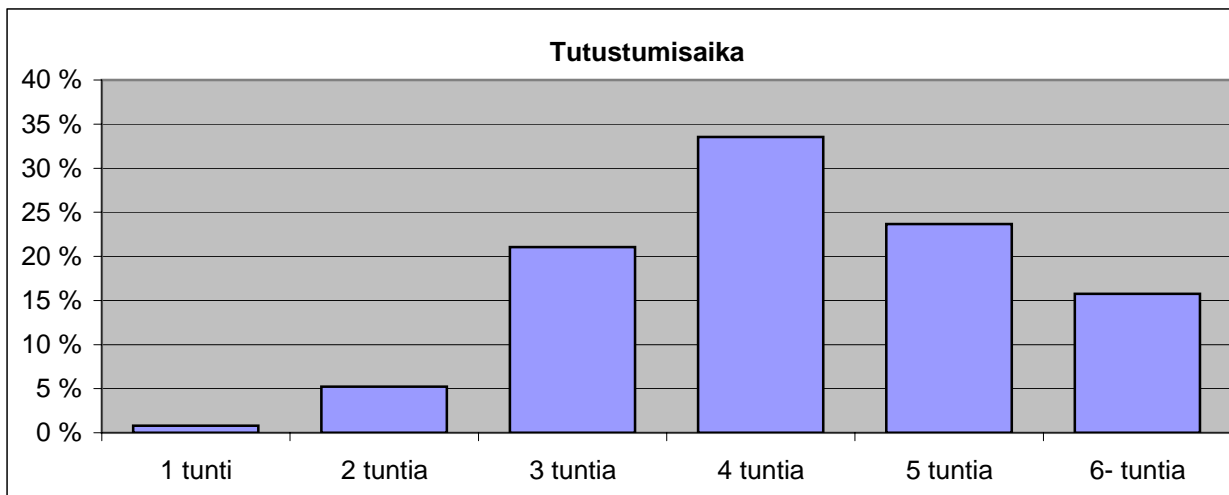
	vastanneet	%-osuus
yksin	78	11 %
yksin+lapsien	26	4 %
puolison	311	43 %
puolison+lapsien	59	8 %
sukulaisten	98	13 %
ystävien	156	21 %

Messualueen keskeisen sijainnin vuoksi messuille tultiin poikkeuksellisen paljon pyörällä tai kävelen. Henkiläautoja oli messuliikenteessä n. 34.000.



5. MESSUILLA OLO

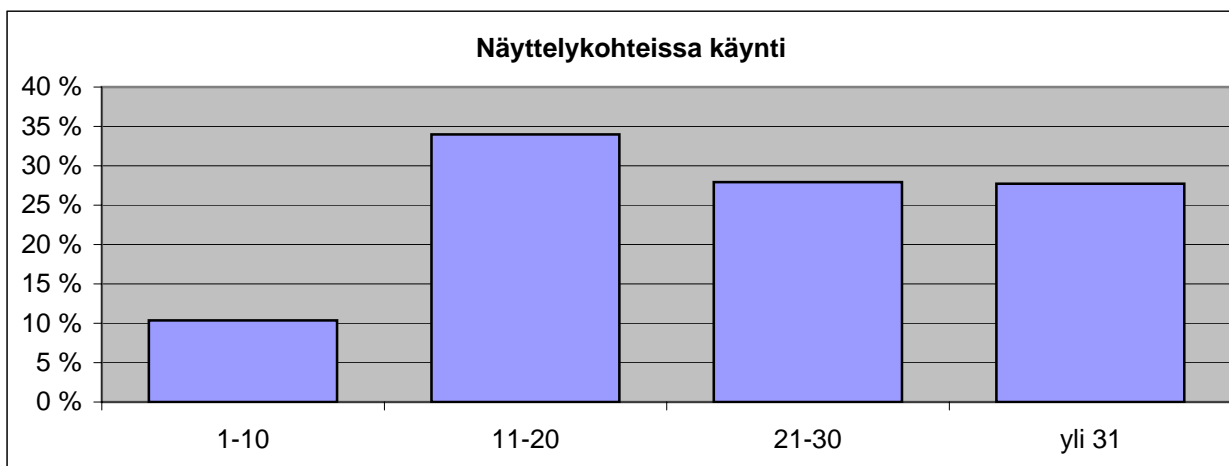
Näyttelykohteissa käynti



Tutustumisaika messuihin

Tutustumisaika messuihin	vastanneet	%-osuus
1 tunti	9	1 %
2 tuntia	58	5 %
3 tuntia	234	21 %
4 tuntia	373	34 %
5 tuntia	263	24 %
6- tuntia	175	16 %
	1112	

Yli 94 % kävijöistä tutustuu messuihin yli 3 tuntia ja 40 % vähintään 5 tuntia.



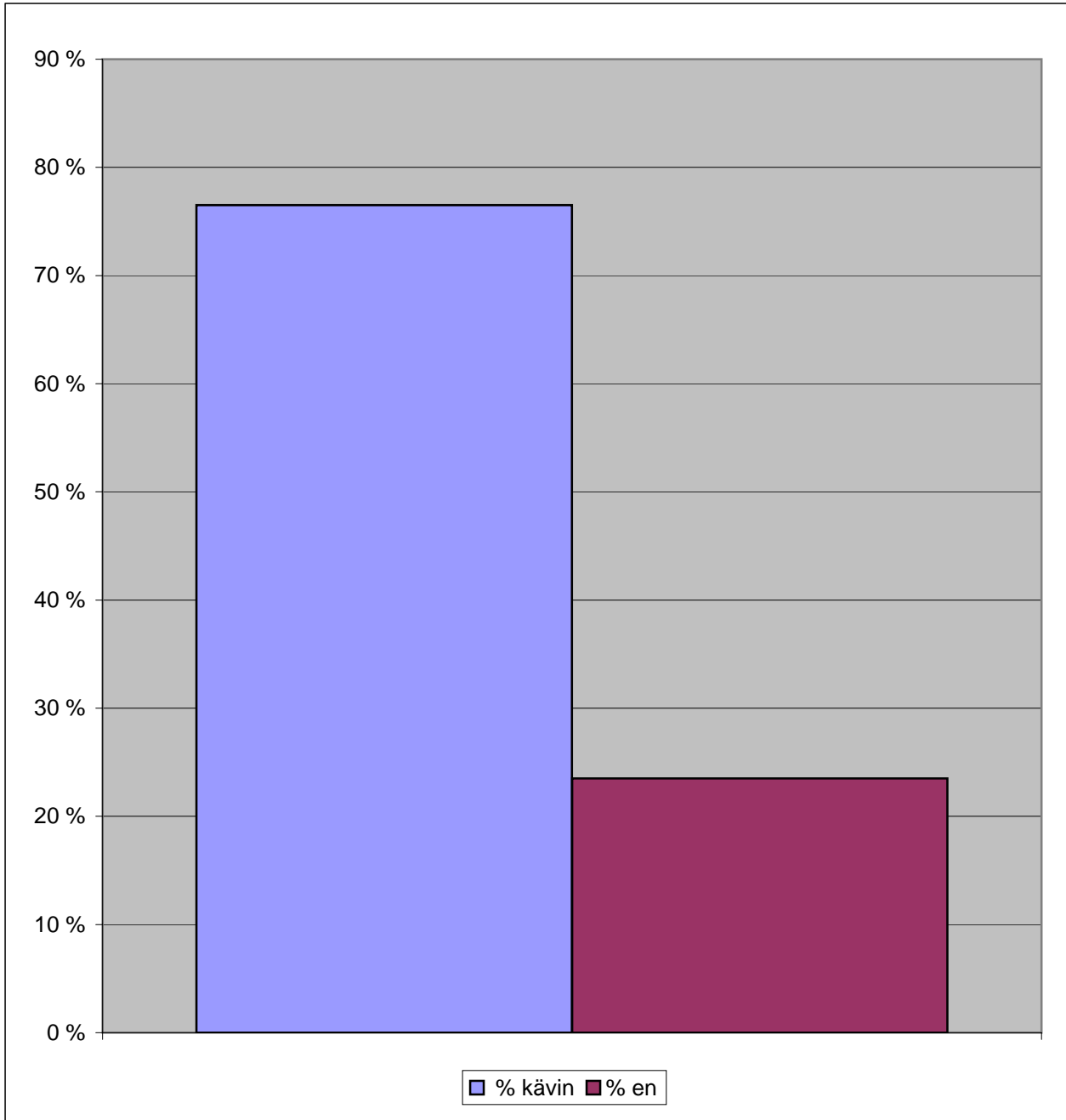
Näyttelykohteissa käynti

Näyttelykohteissa käynti	vastanneet	%-osuus
1-10	114	10 %
11-20	374	34 %
21-30	307	28 %
yli 31	305	28 %

Messutalot kiinnostavat. Kävijöistä 56 % tutustui 21-30 kohteeseen. Näyttelyhallissa kävi reilut 3/4 osaa kävijöistä.



Näyttelyhallissa käynti

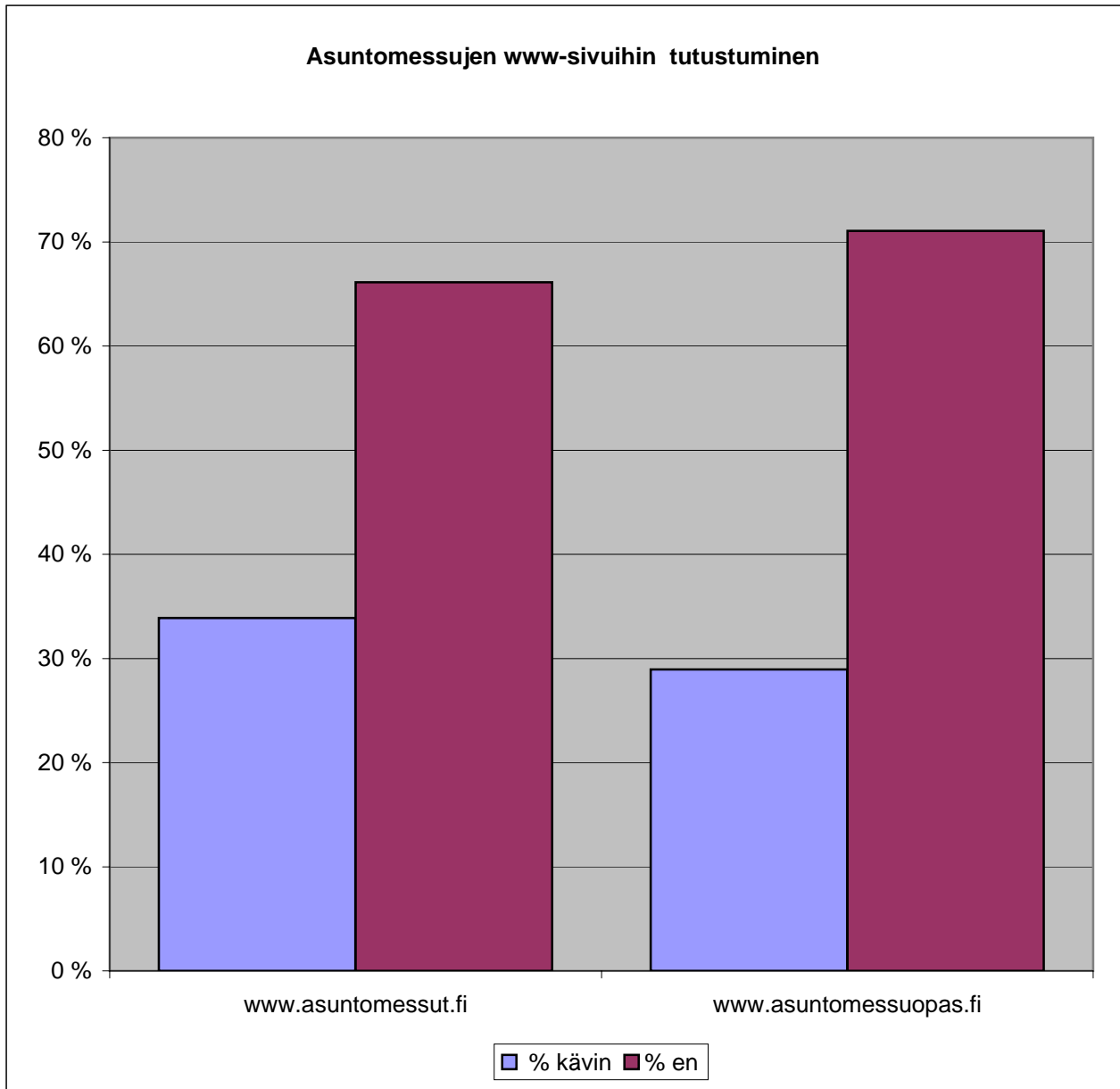


Näyttelyhallissa käynti	kävin	en	% kävin	% en
	752	231	77 %	23 %

Rakentaja-hallin anti kiinnosti. Kolme neljästä messuvieraasta kävi tutustumassa hallissa esiteltyihin tuotteisiin ja palveluihin.



Asuntomessujen www-sivuihin tutustuminen



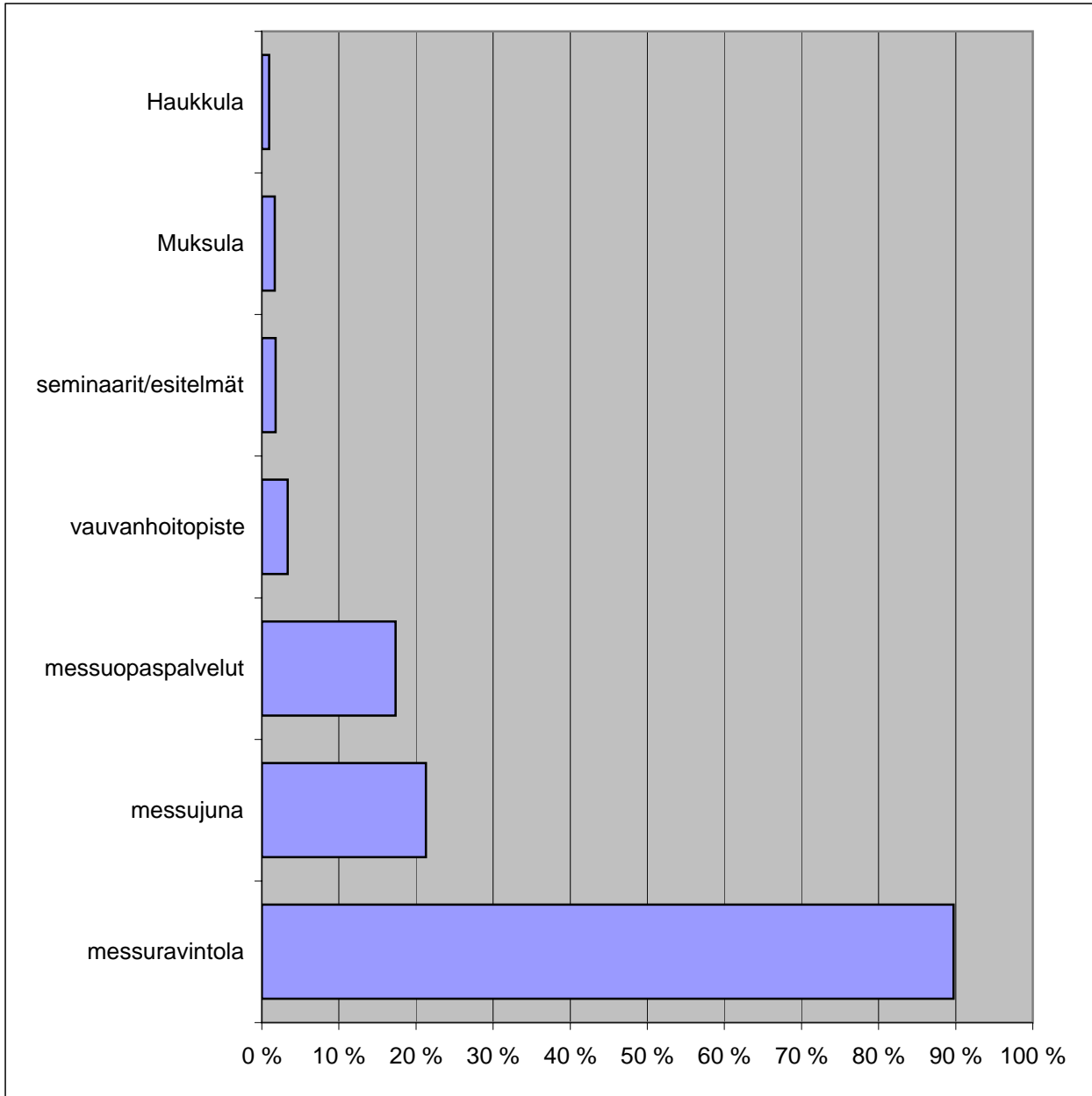
Asuntomessujen www-sivuihin tutustuminen

	kyllä	en	yhteensä	% kävin	% en
www.asuntomessut.fi	121	236	357	34 %	66 %
www.asuntomessuopas.fi	101	248	349	29 %	71 %

Reilu kolmannes oli hakenut ennakkoinfoa Asuntomessujen www-sivuilta ja hieman pienempi määrä oli vierailut Asuntomessuopassa.



Mitä messupalveluita käytit?



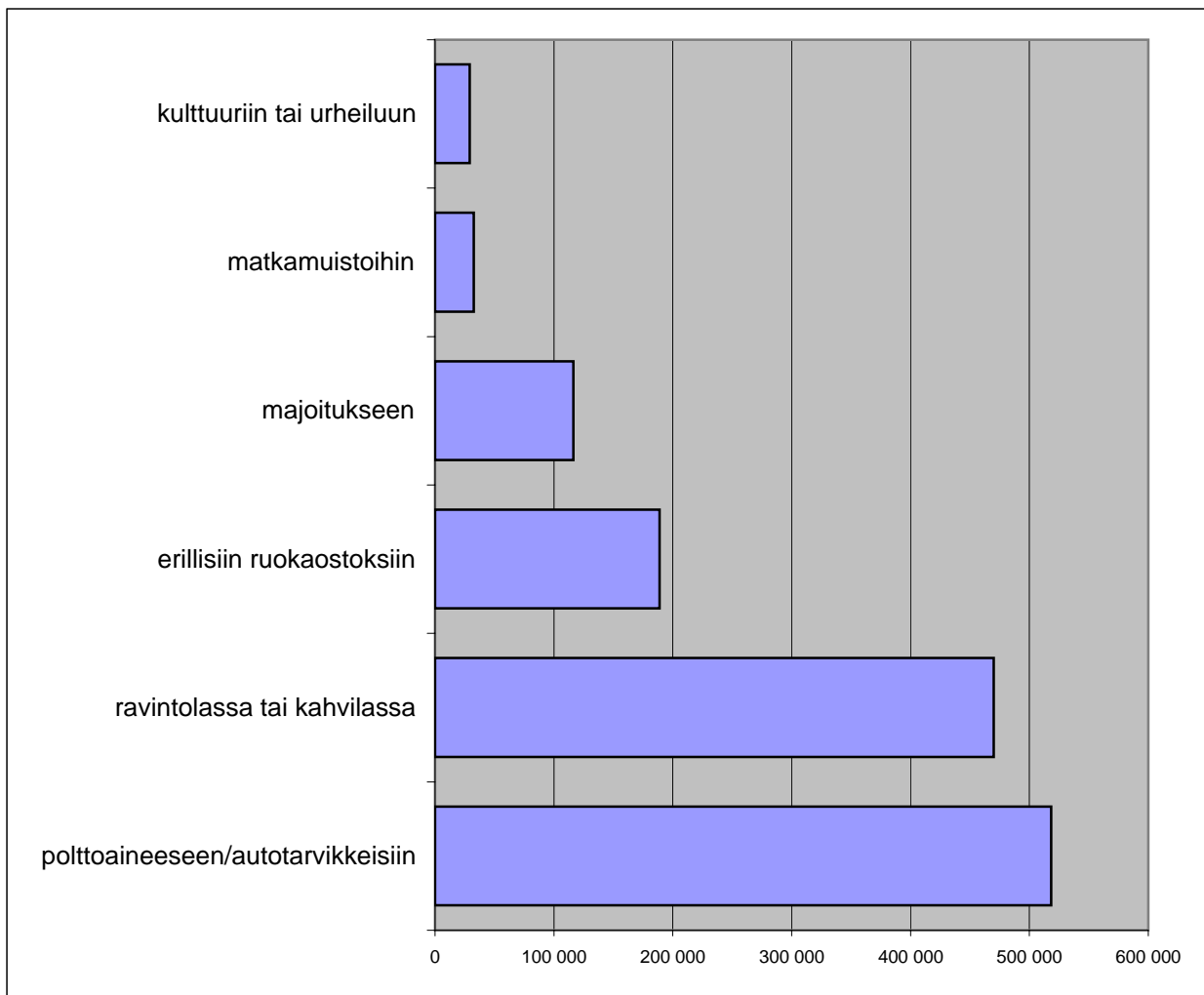
Mitä messupalveluita käytit?

	vastanneet	%-osuus
messuravintola	750	90 %
messujuna	178	21 %
messuopaspalvelut	145	17 %
vauvanhoitopiste	28	3 %
seminaarit/esitelmät	15	2 %
Muksula	14	2 %
Haukkula	8	1 %

Noin 1.600 perhettä käytti Muksulan ja vauvanhoitopisteen palveluita. Koiria pidettiin Haukkulan hoidossa vajaa 500.



Rahan kulutus



Kuinka paljon seurueenne käytti rahaa henkilöä kohden?

	euroa/kävijä	yhteensä
pääsylippuihin	13,21	1 599 863
messuravintolaan	8,60	1 041 546
muualla messualueella	4,32	523 195
		3 164 604

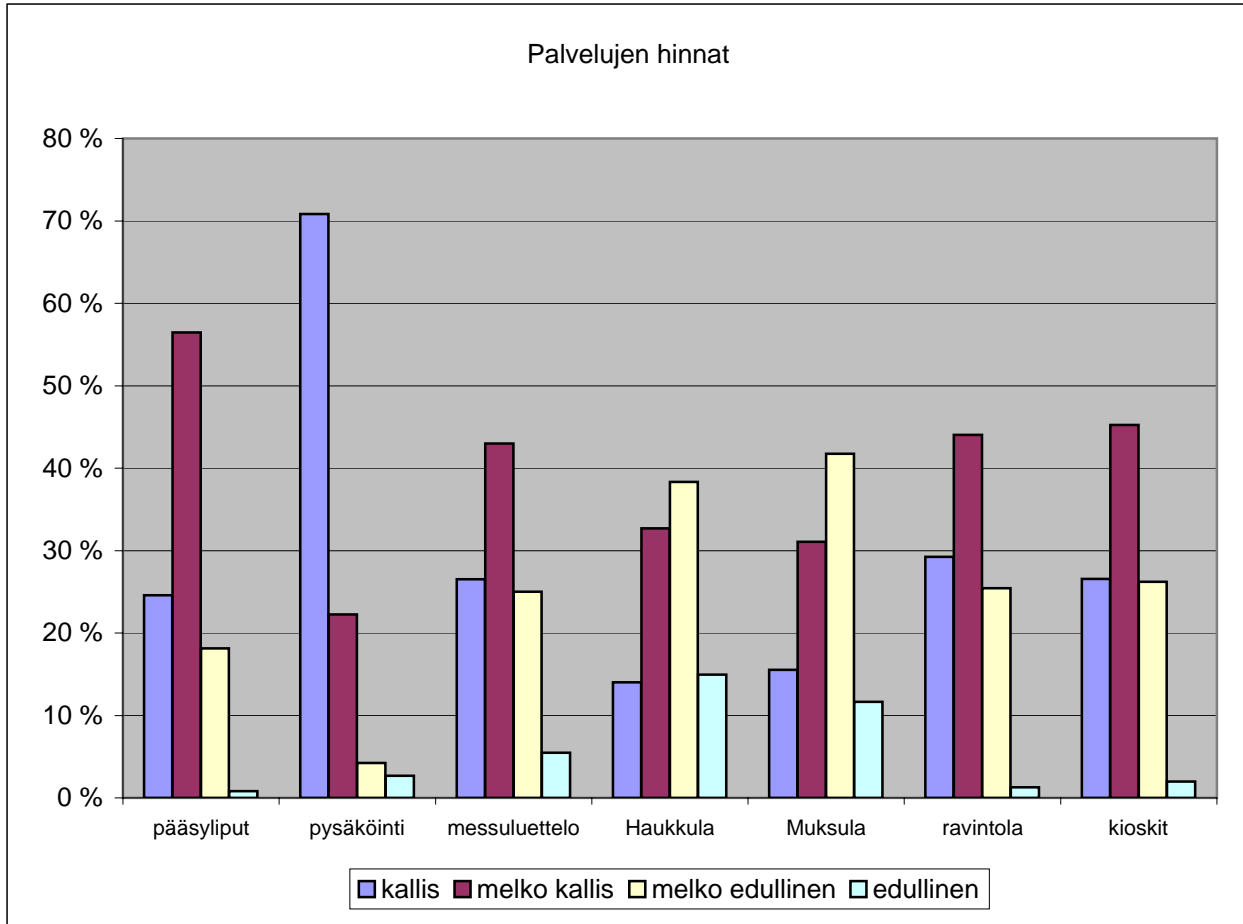
Kuinka paljon seurueenne käytti rahaa henkilöä kohden?

	euroa/kävijä	yhteensä
polttoaineeseen/autotarvikkeisiin	4,28	518 351
ravintolassa tai kahvilassa	3,88	469 907
erillisiin ruokaostoksiin	1,56	188 932
majoitukseen	0,96	116 266
matkamuistoihin	0,27	32 700
kulttuuriin tai urheiluun	0,24	29 066
		1 355 221

Messupaikkakunnalle jätettiin n. 4.6 miljoonaa euroa.
Messualueen ulkopuolella messupaikkakunnalla summasta kulutettiin n. 1.35 miljoonaa euroa.



Palveluiden hinnat



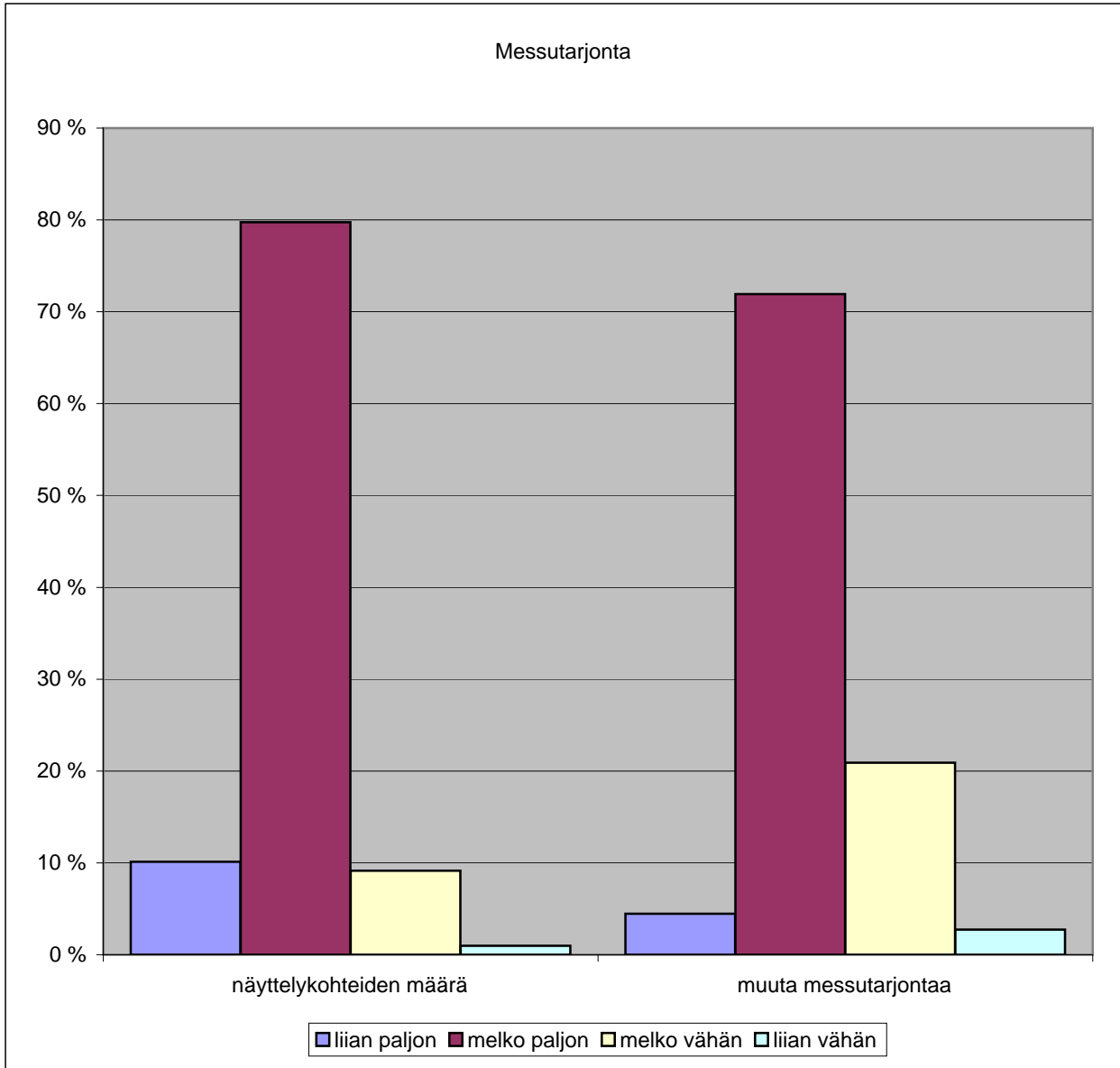
Palveluiden hinnat	kallis	melko		yhteensä
		kallis	edullinen	
pääsyliiput	122	280	90	496
pysäköinti	318	100	19	449
messuluettelo	87	141	82	328
Haukkula	15	35	41	107
Muksula	16	32	43	103
ravintola	115	173	100	393
kioskit	81	138	80	305

Palveluiden hinnat	kallis	melko		yhteensä
		kallis	edullinen	
pääsyliiput	25 %	56 %	18 %	100 %
pysäköinti	71 %	22 %	4 %	100 %
messuluettelo	27 %	43 %	25 %	100 %
Haukkula	14 %	33 %	38 %	100 %
Muksula	16 %	31 %	42 %	100 %
ravintola	29 %	44 %	25 %	100 %
kioskit	27 %	45 %	26 %	100 %

Pysäköinti-
palvelut koettiin
kalliiksi.



Messutarjonnan riittävyys



Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän	yhteensä
näyttelykohteiden määrä	31	244	28	3	306
muuta messutarjontaa	13	210	61	8	292

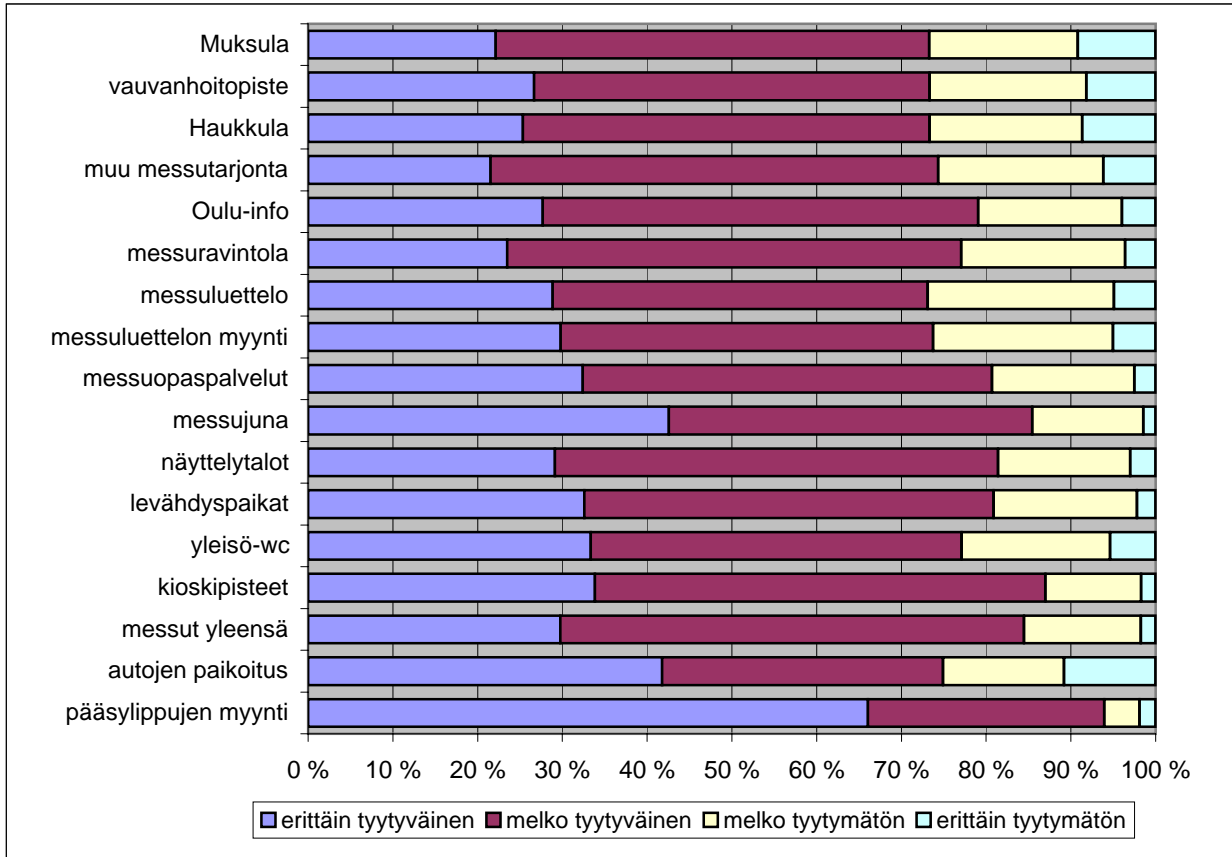
Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän	yhteensä
näyttelykohteiden määrä	10 %	80 %	9 %	1 %	100 %
muuta messutarjontaa	4 %	72 %	21 %	3 %	100 %

Näyttelykohteiden määrä on ainakin riittävä, sillä 90 % vastaajista on sitä mieltä, että niitä on liian paljon tai melko paljon.



Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?

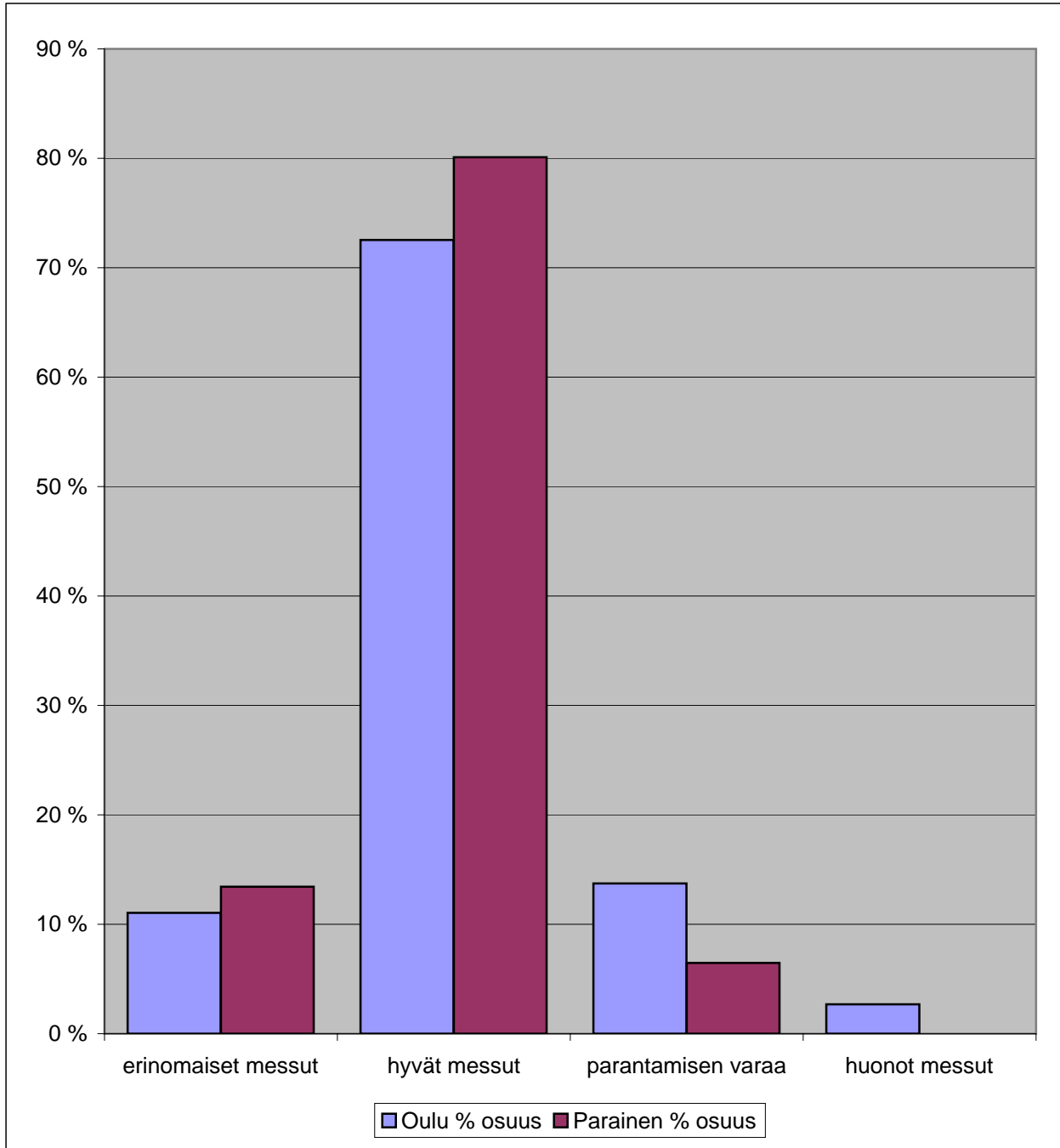


Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
pääsylippujen myynti	66 %	28 %	4 %	2 %
autojen paikoitus	42 %	33 %	14 %	11 %
messut yleensä	30 %	55 %	14 %	2 %
kioskipisteet	34 %	53 %	11 %	2 %
yleisö-wc	33 %	44 %	18 %	5 %
levähdyspaikat	33 %	48 %	17 %	2 %
näyttelytalot	29 %	52 %	16 %	3 %
messujuna	43 %	43 %	13 %	1 %
messuopaspalvelut	32 %	48 %	17 %	2 %
messuluettelon myynti	30 %	44 %	21 %	5 %
messuluettelo	29 %	44 %	22 %	5 %
messuravintola	23 %	54 %	19 %	4 %
Oulu-info	28 %	51 %	17 %	4 %
muu messutarjonta	22 %	53 %	19 %	6 %
Haukkula	25 %	48 %	18 %	9 %
vauvanhoitopiste	27 %	47 %	19 %	8 %
Muksula	22 %	51 %	18 %	9 %
seminaarit/esitelmät	18 %	46 %	30 %	6 %

Messuilla kaivattiin seminaareja.



Yleisarvosana messuista



Yleisarvosana messuista

	vastanneet Oulu	Oulu % osuus	Parainen % osuus
erinomaiset messut	37	11 %	13 %
hyvät messut	243	73 %	80 %
parantamisen varaa	46	14 %	6 %
huonot messut	9	3 %	0 %

Messuihin oltiin varsin tyytyväisiä.



Palaute hyvää

Aina ok, upeita tontteja Ainakin erillaisia Aivan ok... Mukavia sisustuksia. Alue 25	Kauniita sisustuksia 11 Kauniita, persoonallisia taloja Keittiöt ja terassit hyvät Kerrostalokohteet 6	Osa taloista ihan hienoja Oulun näköiset messut Oulussa 10 Paljon erilaisia kohteita 17 Paremmat kuin lehtikuvista luulisi, Moosa myllykankaan ateljee mielenkiintoinen historiallinen ympäristö ja työt hauskoja.
Arkkitehdit suunnittelussa- ei paketti/perinne taloja	Kiehtovia sisustusratkaisuja	Persoonalliset talot, uusia kivoja ideoita esillä.
Arkkitehtien suunnittelemaa	Kiinnostava alue, meren läheisyys Kiinnostavia, toisistaan poikkeavia omakotitaloja. Hyvä että ei tavallisia talopakettitaloja!	Pidän modernista rakentamisesta modernissa yhteisössä
Arkkitehtien suunnittelemaa taloja	Kohteet laadukkaita ja sopiva määrä sopivalla alueella	Positiivinen kokemus
Arkkitehtisuunnittelun käyttäminen erittäin positiivista		
Arkkitehtuuri (siis ei niitä ainasia pakettitaloja)	Kohteissa hyvät nuoliopasteet kiertosuunnasta Koko alue kivasti suunniteltu meren rannan läheisyyteen	Rattaat
Arkkitehtuurista suunnittelua Asiakaspalvelu hyvää Askeettisuus, liian moderni, ei perinnetaloja.	Kokonaisuus 16 komeita parvekkeita ja terasseja Kompakti ja selkeä alue. Ilmainen "junakierroajelu" oli hyvä Kompakti kokonaisuus	Rauhallista 5 Ravintola palvelut Ritilä suoja-aita, isot ikkunat, grillikeittiöt
Asunnoissa paljon ikkunoita -> valoisuus Avaruus, järjestelyt hyvät		Rohkeita, uusia ideoita toteutettu 4 Sain vinkkejä sisustussuunnitteluun
Bussikuljetus, ruokailu, kaupunki panosti viheralueisiin Edelläkävijämessut, omalaatuisia ennen näkemättömiä ratkaisuja Ei ollut ns. pakettitaloja, vaan yksilöllisiä taloja	Korkeatasoista 5 Kuljetus, kahvilat, WC Kulkureitit ja alue selkeä Laadukkaat materiaalit, kestävyys, uudet ideat, poikkeaa aiemmista messuista Laadukkaat sisustusmateriaalit	Sairaan hienoja taloja Selkeys 22 Siisteys 12 Sijainti 12 Sisustukset 15 Sopivan kokoinen messualue - jaksoi kävellä 15 Sopivat talot karuun ympäristöön
Ei tungosta 8 Ei tyyppitaloja	Laaturakentamista 2 Leirintäalue lähellä, ei pakko tulla alueelle autolla. Kerrostalot kivoja.	Talo 40 oli aivan ihana Taloissa kauniit pinnat Talojen ulkomitoit erikoista Talot yksilöllisiä, kerrankin EI OLE talotehtaiden esittelytilaisuus
Erikoiset kohteet 20 Erilaiset messut! 9 Erittäin hyvät messut, ei mitään negatiivista. hienoja ideoita Fokkatornin näköalatasanne upea! Harmoninen kokonaisuus	Leppoisa tunnelma ja mukavia ihmisiä Loistava Lähdevesiautomaatit (Laukaa)	Tarpeeksi tavaraa tarjolla ja erilaistakin Valmis pieni kaupunki, vesi!, taloissa paljon lasia+laattaa Vesinäkymiä joissakin asunnoissa Vessat hyvät 5
Hienoja taloja 13 Hyviä ideoita 12 Hyvä ilma 6 Hyvät esittelijät 8 Hyvät järjestelyt 18	Lähellä kerrankin, tilavat pihat ja terassit Lähellä vaihteeksi. Pihakivetykset ja terassit pääsääntöisesti Löytyi kuitenkin muutama "koti" Maisemateokset Merellisyys 5	Vihdoin oikeaa suunnittelua eikä pakettitaloja Viheralueita mukavasti Viihtyisä meininki Viimeistely alue Väljyys 8 Vältti parkkimaksun pyöräilemällä Yhtenäinen linja arkkitehtuurisesti 3 Yksilölliset talot 6 Ystävällinen palvelu 14
Hyvät opasteet 32 Hyvät paikoitus ja wc tilat 4 Hyvät piha-alueet 6 Hyvää 11 Ihan kivat messut 8 Ihanan väljää 5 Ilmainen kiertoaajelu Isoja avaria ikkunoita, väriä Jäätelö Kahvi Kahviloita, ravintoloita, wc:itä tarpeeksi Kaikin puolin kaikki oli ihan ok. 15 Kauniit maisemat Kauniita koteja katteeks käy	Messualue pieni Messuoppaat + ystävällinen palvelu 8 Messuoppaat, Maija-Reetta Mannismäki eristoten Messupäiväkirja, sisustus Metsä, luonto, ympäristö Mielenkiintoista, erilaiset asuntomessut 12 Moderneja, hienoja taloja 3 Monipulisuus 11 Näytönpaikka niin arkkitehdeille kuin rakennuttajillekin O.K. 25 Oli kerrankin lähellä - mukavan tiivis Olut Oma koti tuntuu hyvältä messujen jälkeen, kerrostaloasunnot OK Omaperäisiä	

Positiivista palautetta antoi 350 henkilöä. Eniten arvostusta sai yksilölliset ratkaisut.



Palaute huonoa

Ahtaus 6

Aika paljon samantyyppisiä pientaloja
Aivan liikaa kohteita max 20 olisi sopiva määrä. Huonot rav.palvelut.
Tarjolla pääasiassa hodareita. Kaipaisi eri vaihtoehtoja.

Alueen yhteys kaupunkiin

Ampiaiset

Arkkitehtien ja "tavallisten ihmisten" näkemyserot omakotitalosta

Asuintalojen ulkokuoret kamalia ristiköitä

Asunnot eivät tavall. ihmisille tarkoitettu

Aue ei aina asukkaita/asumista varten, vain esittelyä silmällä pitäen

Aukioloaika iltaisin voisi olla esim. 21 asti

Ehkä huonosti vinkkejä tavalliselle rakentajalle

Ei valmistaloja 12

Enemmän sisustusteltoja

Enempi pitäisi olla yksilöllisyyttä sisustuksessa ja pihossa

Epärealistisia omakotitaloja

Erikoisia taloja, ahtaita tiloja

Erilaiset talot samassa syssyssä, pienet pihat

Halleissa ei myyjät esitelleet hyvin tuotteitaan

Hukkaneliöitä. pienet makuuhuoneet

Huonot opasteet muksulaan!

Huonot tilaratkaisut 20

Ihmeelliset huoneratkaisut joissain ok-taloissa

Ihmeellisiä ulokkeita

Kallis parkki 20, Kalliit ravintolahinnat 15 Kalliit talot 15

kapeat talot

kebab perunat, huokeat asunnot uupuvat

Kehnoa arkkitehtisuunnittelua

Kohteet huononevat joka vuosi, ei mitään tavalliselle kansalaiselle, missä omatalo, jukkatalo ym. yksitasoratkaisut
Kokeilut eivät välttämättä toimi asuttaessa. MH:ssa vähän komeroita, keittiöissä laskutilaa vähän, portaat kapeita.

Lasten kuljettaminen työlästä

Liian aikaisin kiinni 18.00 (12)

Liian erikoisia ratkaisuja

liian korkeat talot

Liian lämpimän maan taloja

Liian moderneja 12

Liian paljon outoja taloja 5

Liian vähän järkevän hintaisia kohteita 4

Liian vähän puutaloja 15

Liikaa kohteita 11

Liikaa samanlaisia kohteita 12

Meri mahdollisuus jätetty käyttämättä 2

Messujen ulkoalue ankea, tehdasrakennukset

Monissa korkea olohuone

muotoilu ja hyvä väritys puuttui, liian suoraa

Musiikki joka paikassa liian isolla

Oheiskohteen suunnittelu ja toteutus heikko

Oheistarjonta

ok-talot toistensa tarkkaisuissa, lähietäisyys

Omakotiesimerkit heikkoja kohteita

Omakotitaloissa Nainen: siivous, ikkunat, verhojen kiinnitys, pihatyöt ym. korkeus. Portaat? Turvallisuus?

Omissa suunnitelmisamme perinteinen okt, näyttelykohteet aivan erilaisia

Omistuisia taloja 10

Opasteet heikot autolle, p-paikat kaukana messualueesta. Press oli opastettu

Opasteet Oulusta päin puuttuvat

Opasteet, (ruuhka,portaat)

Osa taloista kovin sokkeloisia

Osassa liian isot ikkunat: läpi talon näkyy liian helposti

Oulun kaupungin bussijärjestelyt

Oulun ökytauti näkyy: talot isoja epäkäytänn.

Oulussa suunnittelun kehittyminen pysähtynyt. Kopiointia.

Paha haju 3

Paljon turhaa kikkailua

Pari heikkoo ratkaisua, keskeneräistä

Patterit edelleen rumia&tylsä niinkuin 70-luvullakin oli. Eikö kellään muotoilijalla ole ideoita "muotoila" uudestaan

Penkkejä liian vähän

Perinteistä rakentamista ei ollut lainkaan 15

Pettymys, ettei kaikkia kohteita sisustettu.

Pitkä matka

Pitäisi päästä vapaammin kulkemaan asunnoissa ja taloissa, liikaa rajoitteita

Pohjakarttatauluja harvassa

Pohjaratkaisut skkeloisia ja taloissa paljon tyhjää tilaa

Rahalla saa, normaalituloisille kaikki asunnot (omistus-) liian kalliita

Rakennusten ulkonäkö

Ruuhka 4

Samat arkkitehdit suunnittelleet monta eri kohdetta

Tarvittaisiin englanninkielisiä opasteita

Tasakatot, liikaa vaneria, hukkaneliöitä

Tavallisten lapsiperheiden omakotitilat puuttuivat 50

Tehtaat lähellä (hajuhaitta)

Työn jälki huonoa! 15

Vaarallisen oloisia kuulumaisia tilaratkaisuja

Vaikutti narsistien asumisen suunnittelulta

Vessat

Yksipuolinen tyyli

Yksityisyyden puute toistensa tarkkailu lähietäisyys pieni

Yliviriteltyjä ratkaisuja

Älyttömät talot

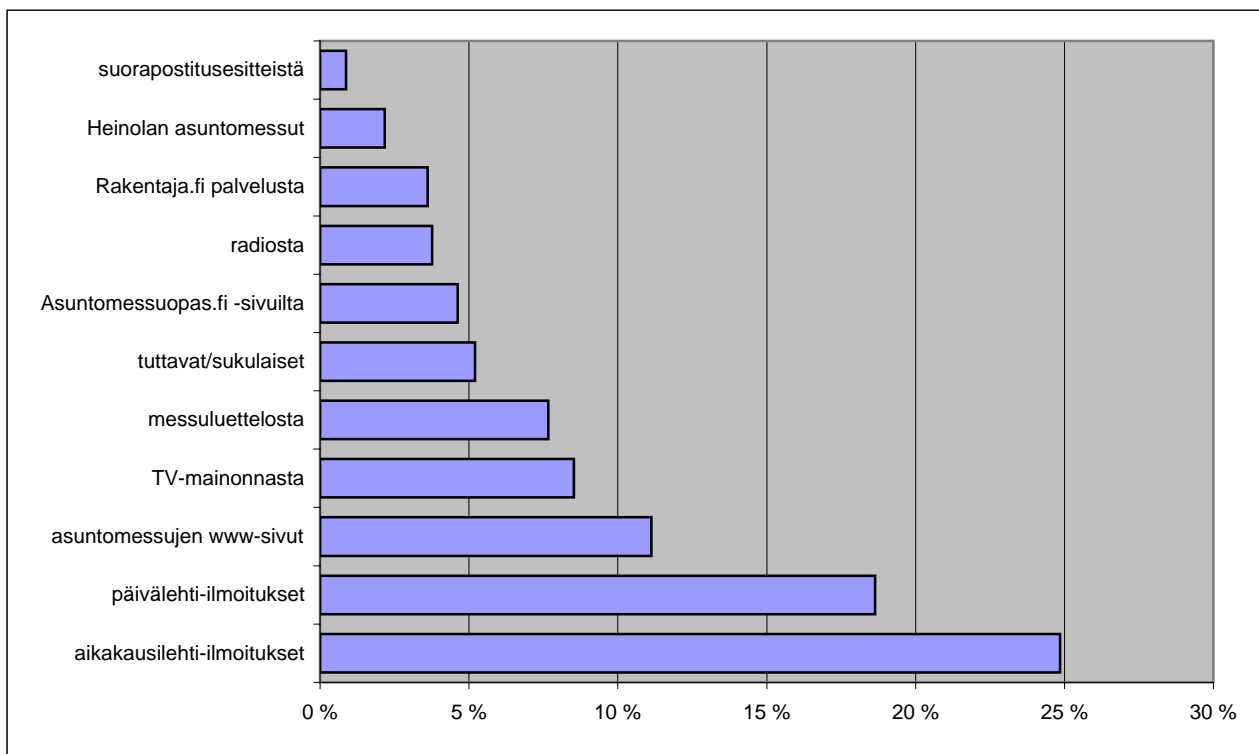
Ökyasuntoja paljon

Sanallinen palaute kertoi, että kysyntä ja tarjonta eivät kunnolla kohdanneet. Suurin kritiikki kohdistui tavallisten perhetalojen, puutalojen ja taloalvalmistajien kohteiden puutteeseen. Seuraava kritiikin kärki oli messujen hinnoittelussa, eniten arvosteltiin parkkimaksua ja talojen hintaa. Taloja pidettiin samankaltaisina "outoina"ratkaisuina. Kaikkiaan palautetta antoi 412 messuvierasta.



7. MESSUVIESTINTÄ

Mistä parasta ennakkoinfoa



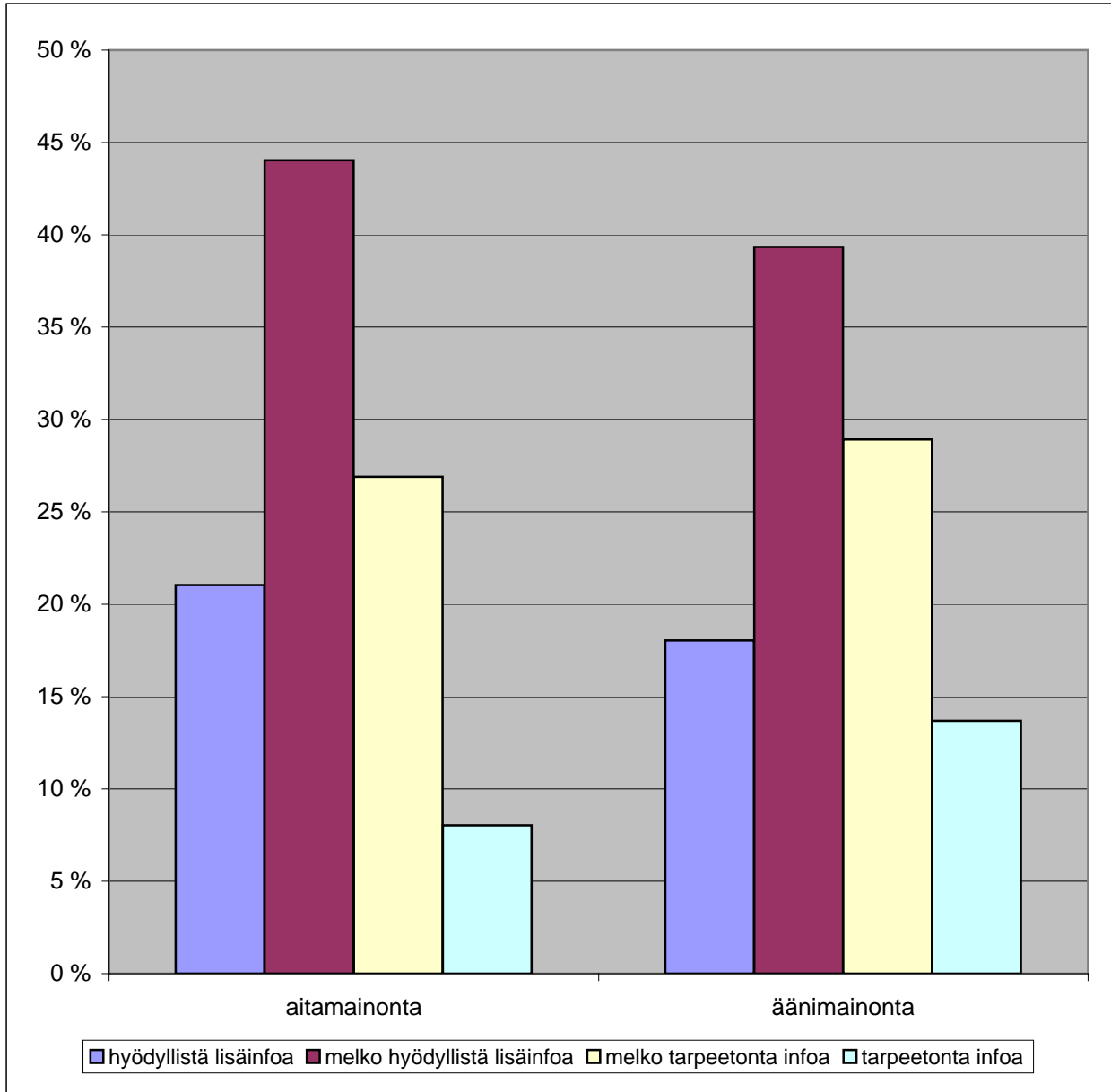
Mistä saitte parhaiten ennakkoinfoa?

	vastanneet	%-osuus
aikakauslehti-ilmoitukset	172	25 %
päivälehti-ilmoitukset	129	19 %
asuntomessujen www-sivut	77	11 %
TV-mainonnasta	59	9 %
messuluettelosta	53	8 %
tuttavat/sukulaiset	36	5 %
Asuntomessuopas.fi -sivuilta	32	5 %
radiosta	26	4 %
Rakentaja.fi palvelusta	25	4 %
Heinolan asuntomessut	15	2 %
suorapostitusesitteistä	6	1 %
Oulun asuntomessutoimisto	2	0 %
talopakettivalmistajat	1	0 %
Kokonaismäärä	692	

Aikakaus- ja päivälehtien rooli messujen ennakkoinfon antajana on edelleen suurin.



Aita- ja äänimainonta



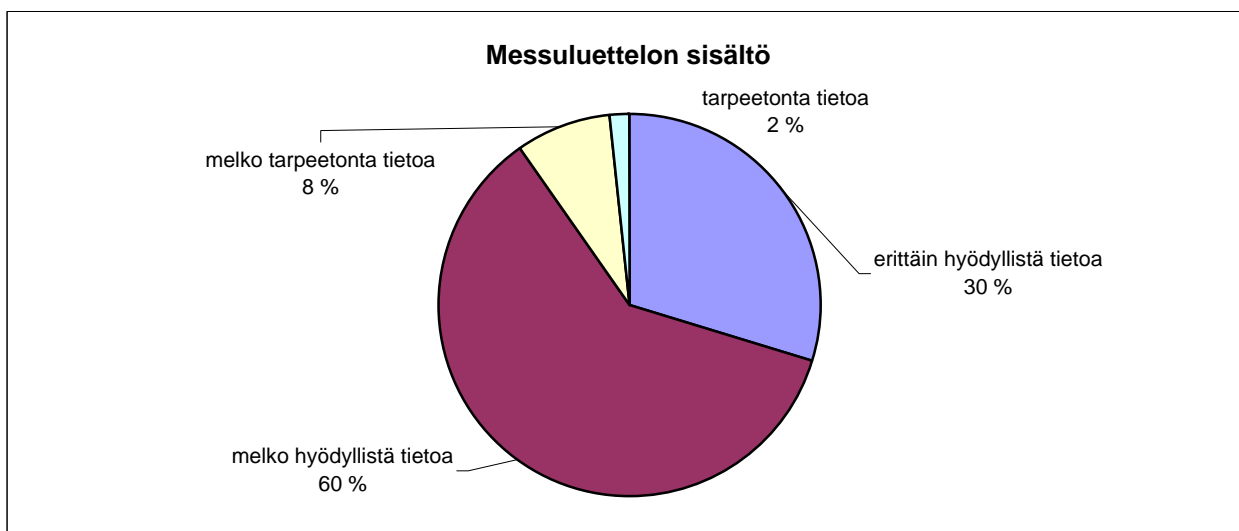
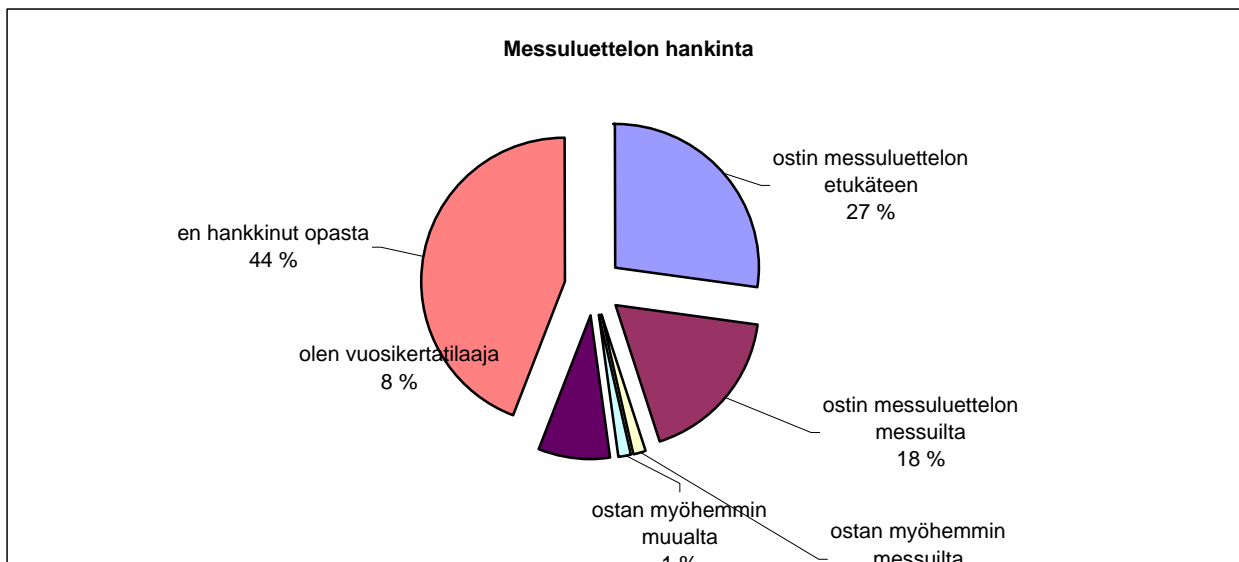
Aita- ja äänimainonta

	aitamainonta	äänimainonta	aitamainonta	äänimainonta
hyödyllistä lisäinfoa	97	83	21 %	18 %
melko hyödyllistä lisäinfoa	203	181	44 %	39 %
melko tarpeetonta infoa	124	133	27 %	29 %
tarpeetonta infoa	37	63	8 %	14 %
	461	460	100 %	100 %

Messuajaisella tuotemainonnalla oli puoltajansa ja vastustajansa.



Messuluettelo



Messuluettelon hankintatapa

Hankintatapa	vastanneet	%-osuus	volyymi
ostin messuluettelon etukäteen	138	27 %	13 212
ostin messuluettelon messuilta	89	18 %	8 521
ostan myöhemmin messuilta	8	2 %	766
ostan myöhemmin muualta	7	1 %	670
olen vuosikertatilaaja	40	8 %	3 830
en hankkinut opasta	224	44 %	21 446
Kokonaan			48 444

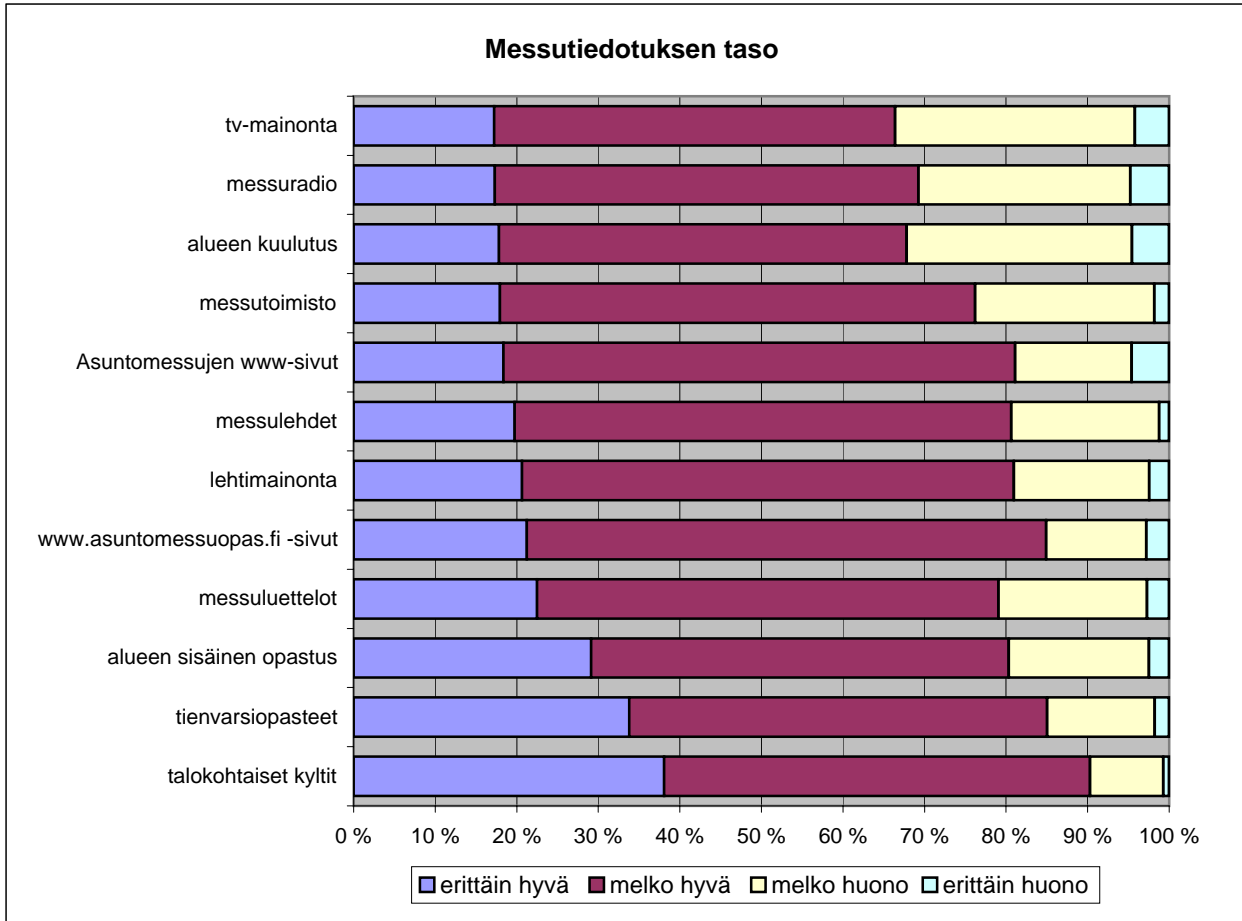
Messuluettelon sisältö

Sisällön laatu	vastanneet	%-osuus
erittäin hyödyllistä tietoa	100	30 %
melko hyödyllistä tietoa	204	61 %
melko tarpeetonta tietoa	27	8 %
tarpeetonta tietoa	6	2 %

Messuihin oli valmistauduttu hyvin. Reilu 18.000 perhettä oli ostanut messuluettelon etukäteen. Messuilta luettelon hankki n. 9.000 perhettä.



Arviot messutiedotuksen tasosta



Arviot messutiedotuksen tasosta

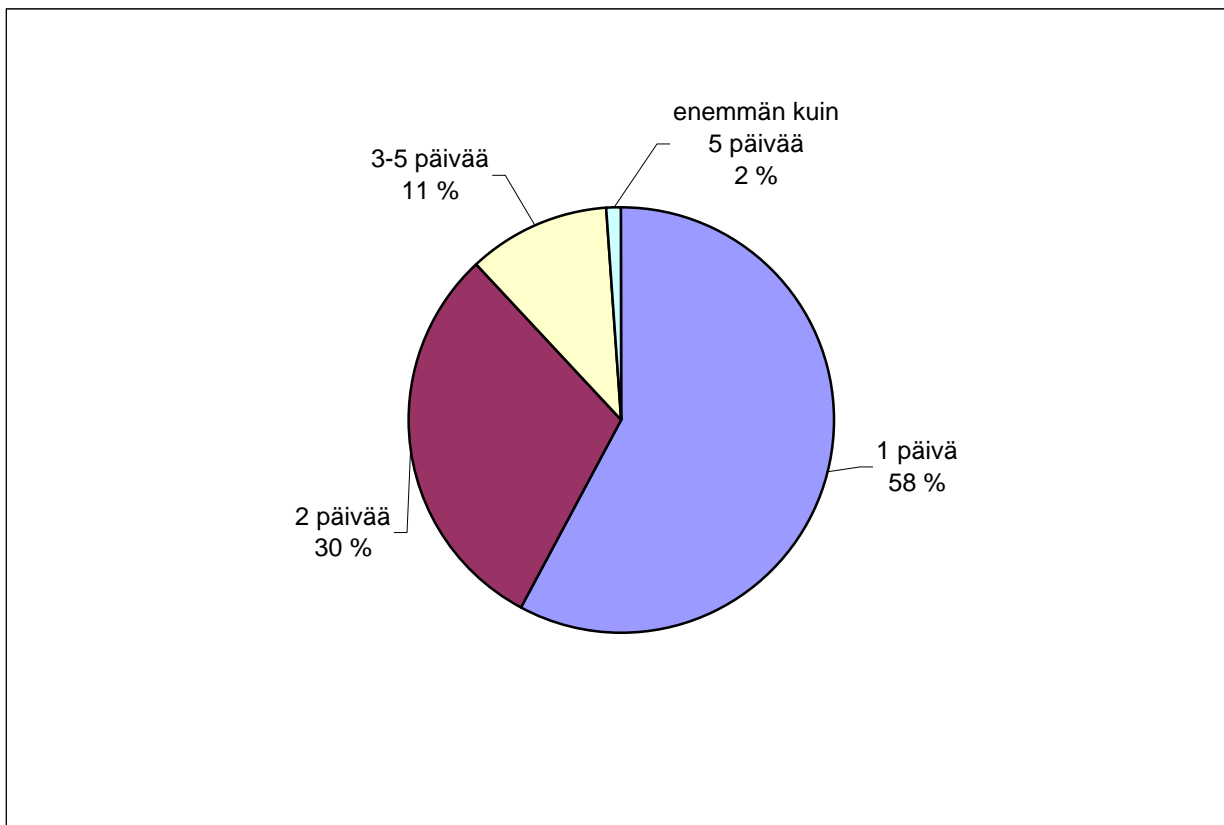
Arviot messutiedotuksen tasosta	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
talokohtaiset kyltit	38 %	52 %	9 %	1 %
tienvarsioasteet	34 %	51 %	13 %	2 %
alueen sisäinen opastus	29 %	51 %	17 %	2 %
messuluettelot	22 %	57 %	18 %	3 %
www.asuntomessuopas.fi -sivut	21 %	64 %	12 %	3 %
lehtimainonta	21 %	60 %	17 %	2 %
messulehdet	20 %	61 %	18 %	1 %
Asuntomessujen www-sivut	18 %	63 %	14 %	5 %
messutoimisto	18 %	58 %	22 %	2 %
alueen kuulutus	18 %	50 %	28 %	5 %
messuradio	17 %	52 %	26 %	5 %
tv-mainonta	17 %	49 %	29 %	4 %

Parhaimmat kiitokset saivat talokohtaiset kyltit ja opasteet.
Eniten parannusta kaipaavat kuulutus, messuradio ja Tv-mainonta.



8. VIIPYMINEN JA MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA

Kuinka pitkään viivytte/aiotte viipyä Oulussa



Kuinka pitkään viivytte/aiotte viipyä

Oulussa

	vastanneet	%-osuus	volyymi
1 päivä	365	58 %	69 945
2 päivää	192	30 %	36 793
3-5 päivää	68	11 %	13 031
enemmän kuin 5 päivää	7	1 %	1 341
	632		

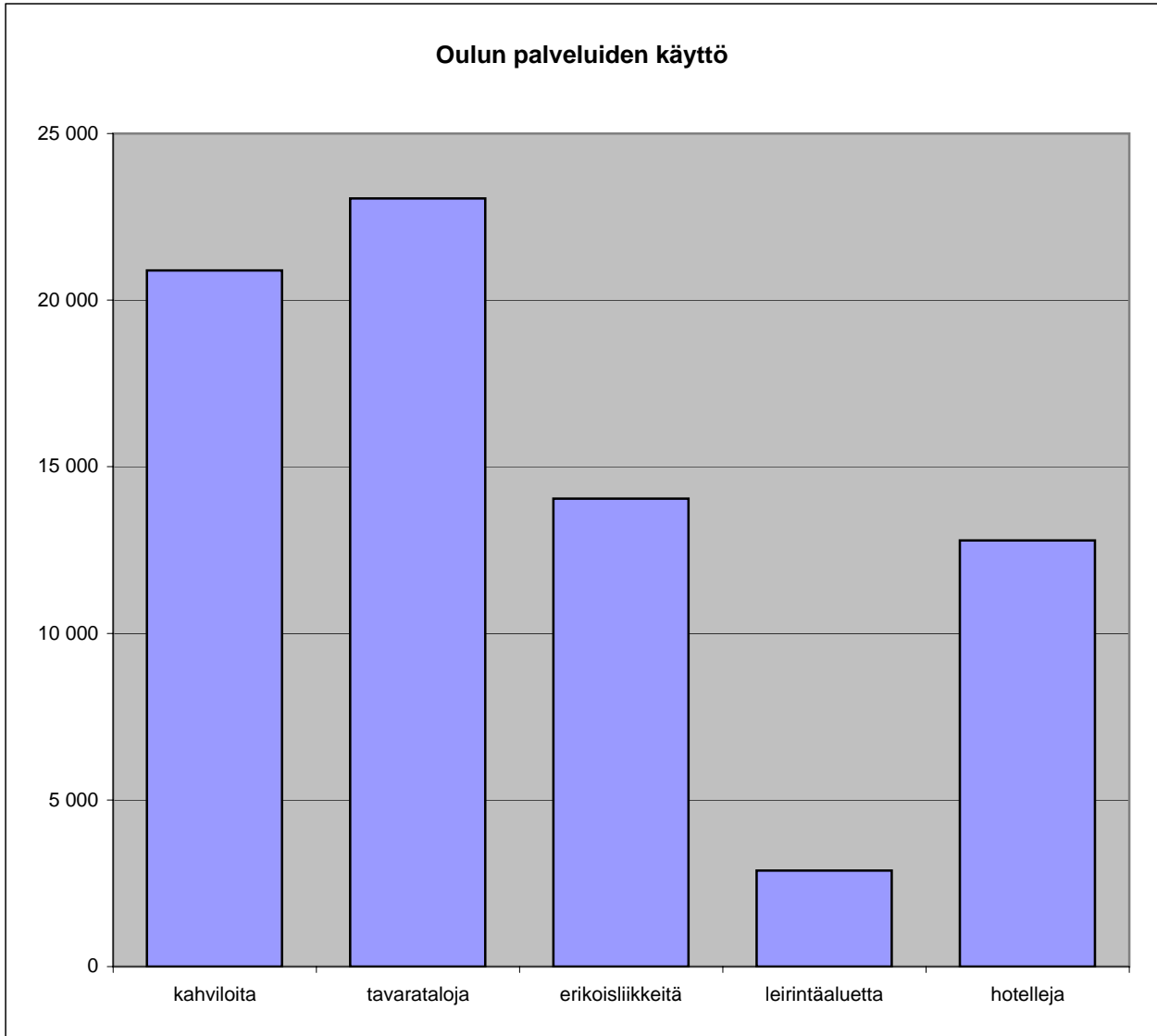
Missä seuraavissa kohteissa kävitte tai aiotte käydä messumatkan yhteydessä?

	vastanneet	%-osuus	volyymi
Tietomaa	19	4 %	5 091
Nallikari	80	18 %	21 435
museot	13	3 %	3 483
Rotuaari	127	28 %	34 029
Oulun tori ja ranta-aitat	127	28 %	34 029
kesätapahtumat	19	4 %	5 091

Noin 50.000 messukävijää viiپی messumatkalla enemmän kuin yhden päivän.



Oulu



Käyttökö/aioteko käyttää tällä matkallanne Oulun palveluista

	vastanneet	%-osuus	volyymi
kahviloita	116	43 %	20 890
tavarataloja	128	48 %	23 051
erikoisliikkeitä	78	29 %	14 047
leirintäaluetta	16	6 %	2 881
hotelleja	71	26 %	12 786

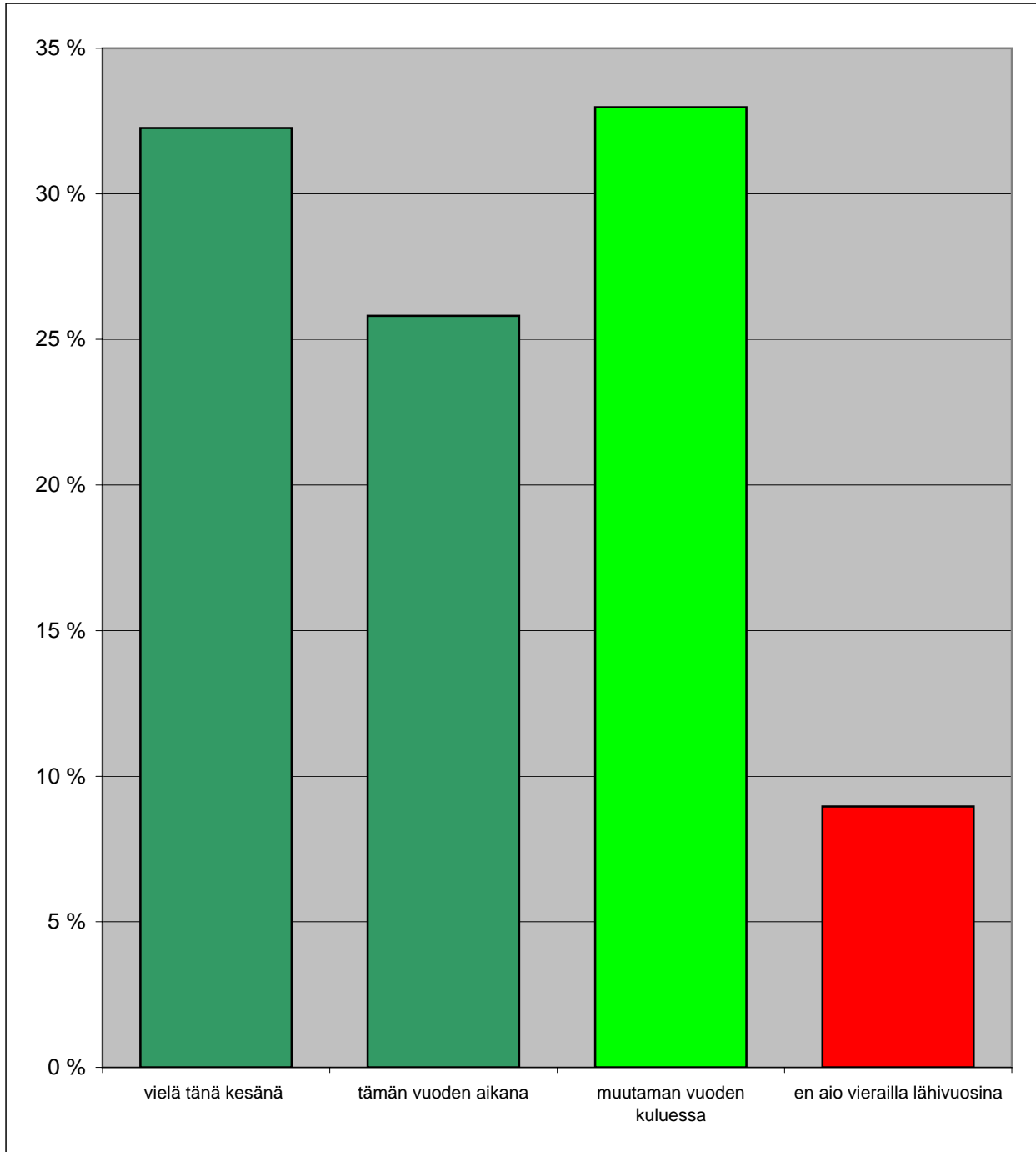
Oulu kaupunkina

	vastanneet	%-osuus
parempi kuin odotin	60	21 %
odotusteni mukainen	224	78 %
huonompi kuin odotin	3	1 %

Paikallisia palveluita käytettiin kiitettävästi. Messuvieraat jättivät paikkakunnalle messualueen ulkopuolelle n. 1.35 miljoonaa euroa.



Aiotteko vierailla Oulussa uudelleen?



Aiotteko vierailla Oulussa uudelleen?

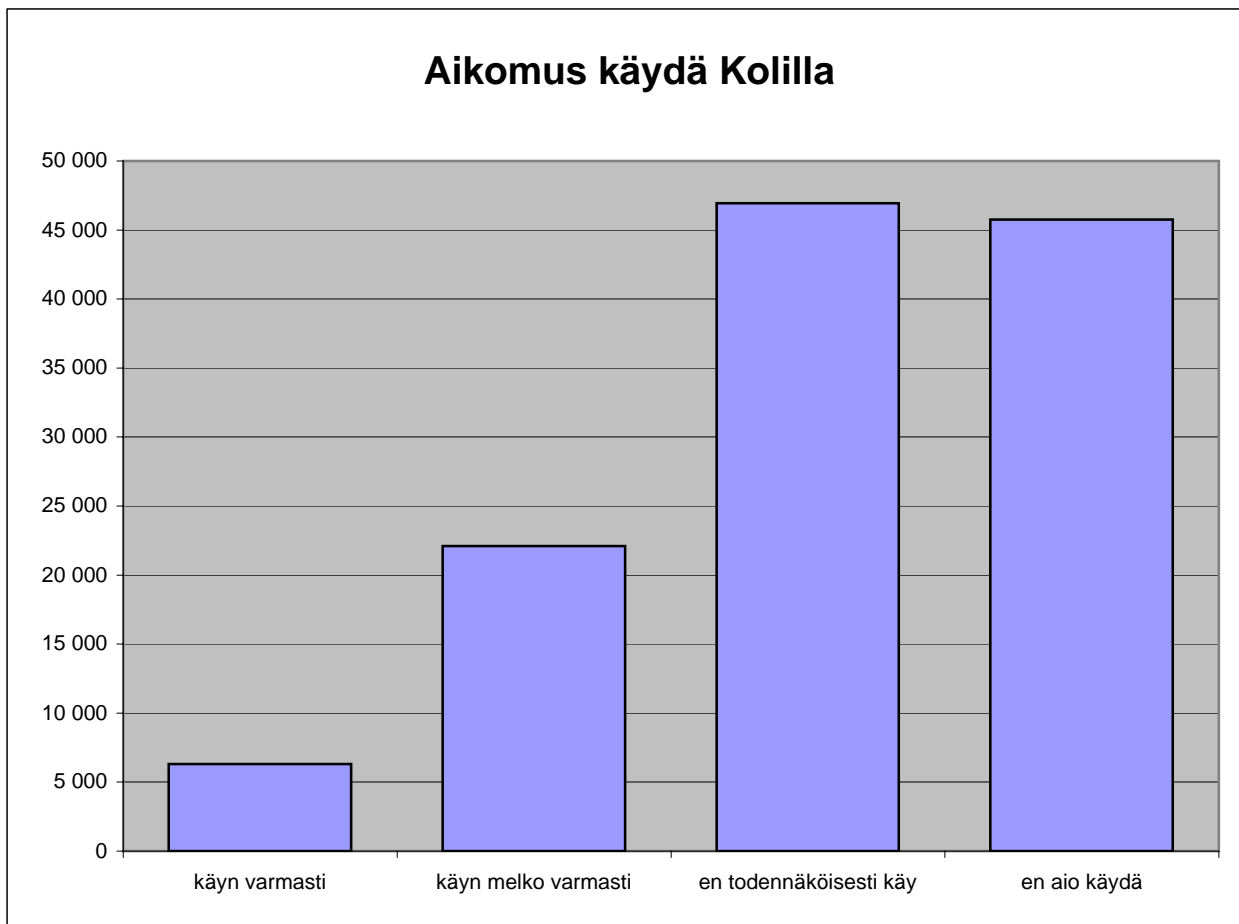
	vastanneet	%-osuus
vielä tänä kesänä	90	32 %
tämän vuoden aikana	72	26 %
muutaman vuoden kuluessa	92	33 %
en aio vierailla lähivuosina	25	9 %

Yli 30 % kävijöistä aikoo vierailla tänä vuonna Oulussa uudelleen.



9. TULEVAT MESSUT

Loma-asuntomessut Kolilla 2006



Aikomus käydä Kolilla

	vastanneet	%-osuus	volyymi
käyn varmasti	16	5 %	6 312
käyn melko varmasti	56	18 %	22 092
en todennäköisesti käy	119	39 %	46 945
en aio käydä	116	38 %	45 761

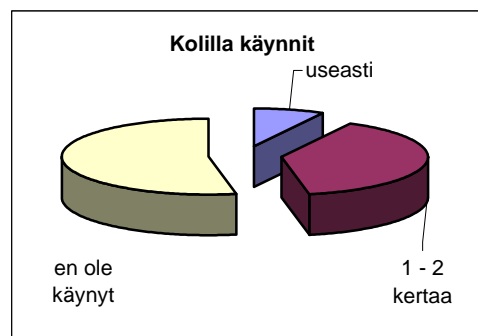
Loma-Asuntomessuilla Kolilla aikoo varmasti käydä 6.300 Oulun kävijää.

Olen käynyt Kolilla

	vastanneet	%-osuus
useasti	23	8 %
1 - 2 kertaa	116	39 %
en ole käynyt	157	53 %

Kolin sijainti

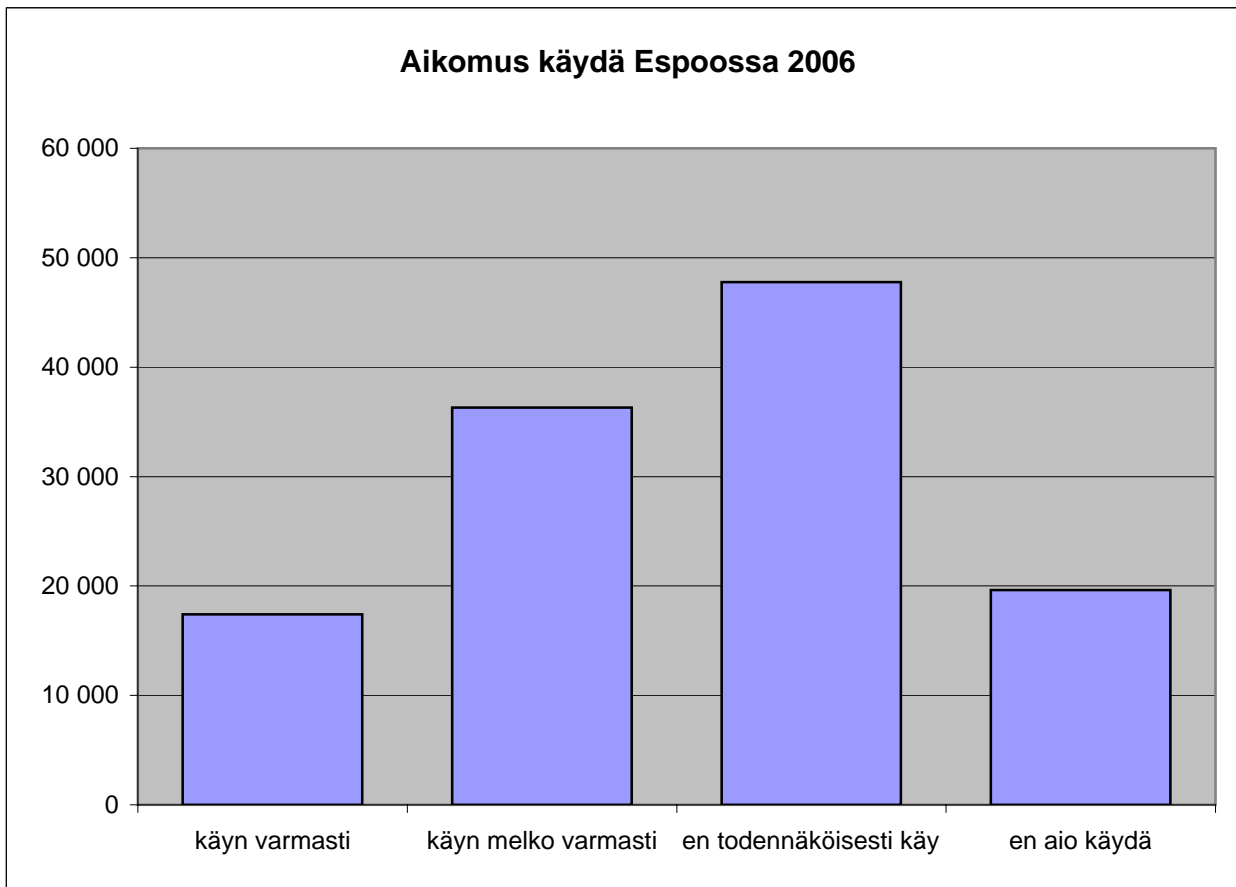
	vastanneet	%-osuus
tiedän tarkalleen	107	35 %
melko tarkkaan	64	21 %
suurin piirtein	97	32 %
ei mitään käsitystä	34	11 %





9. TULEVAT MESSUT

Asuntomessut Espoossa 2006



Aikomus käydä Espoossa 2006

Aikomus	vastanneet	%-osuus	volyyymi
käyn varmasti	47	14 %	17 407
käyn melko varmasti	98	30 %	36 296
en todennäköisesti käy	129	39 %	47 777
en aio käydä	53	16 %	19 629

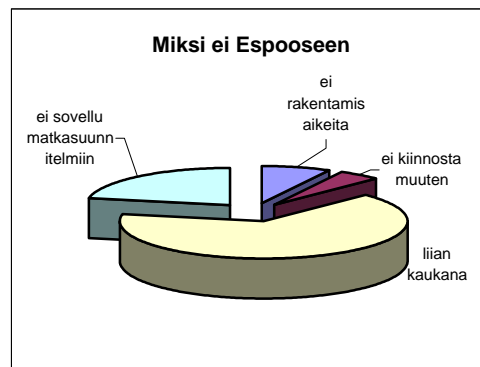
Pitkä matka on Espoon messumatkan suurin este.

Jos ei, miksi ei

Syy	vastanneet	%-osuus
ei rakentamisaikeita	15	8 %
ei kiinnosta muuten	9	5 %
liian kaukana	126	66 %
ei sovellu matkasuunnitelmiin	42	22 %

Espoon sijainti

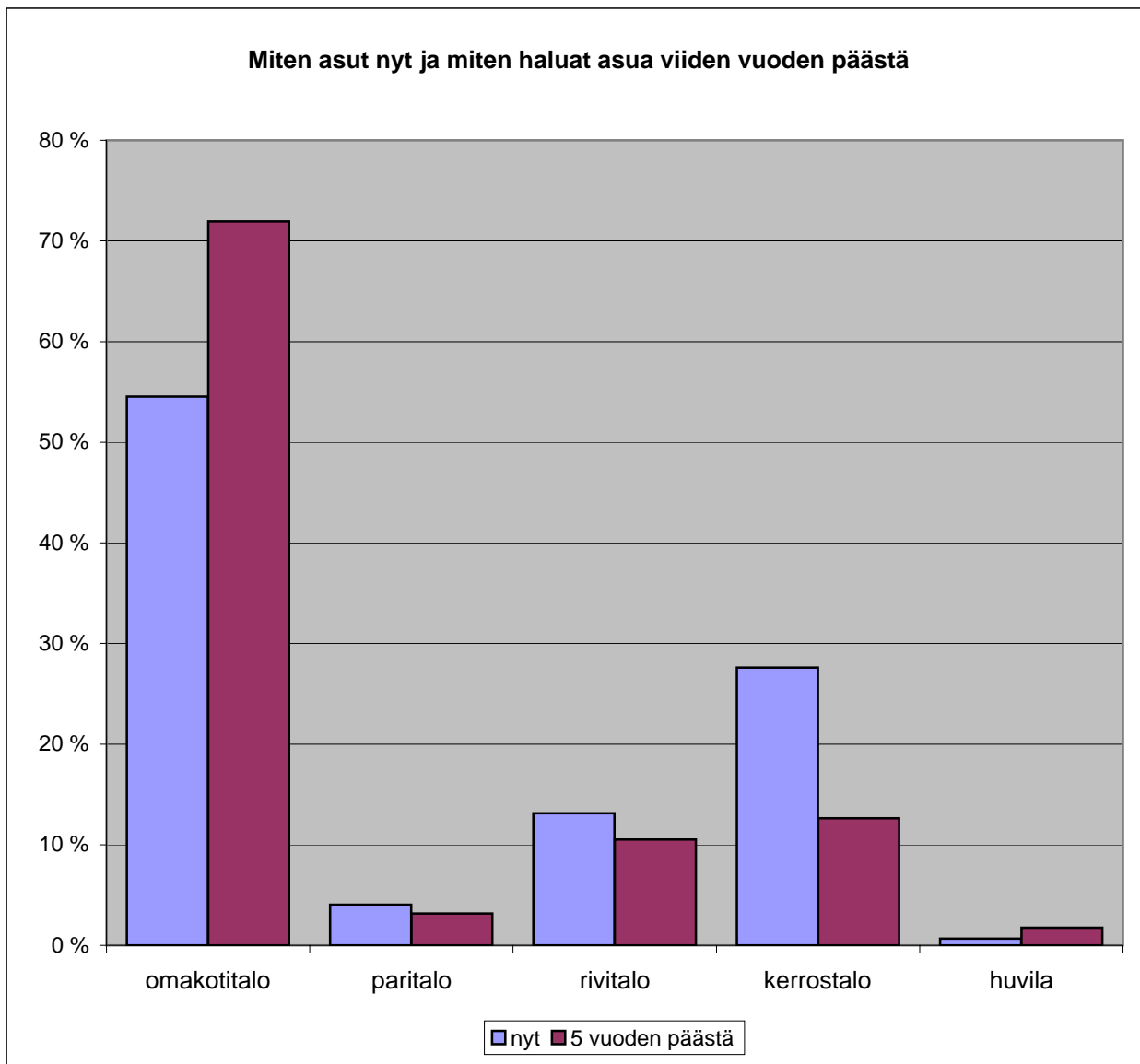
Sijainti	vastanneet	%-osuus
tiedän tarkalleen	258	83 %
melko tarkkaan	35	11 %
suurin piirtein	11	4 %
ei mitään käsitystä	5	2 %





10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT

Miten haluat asua



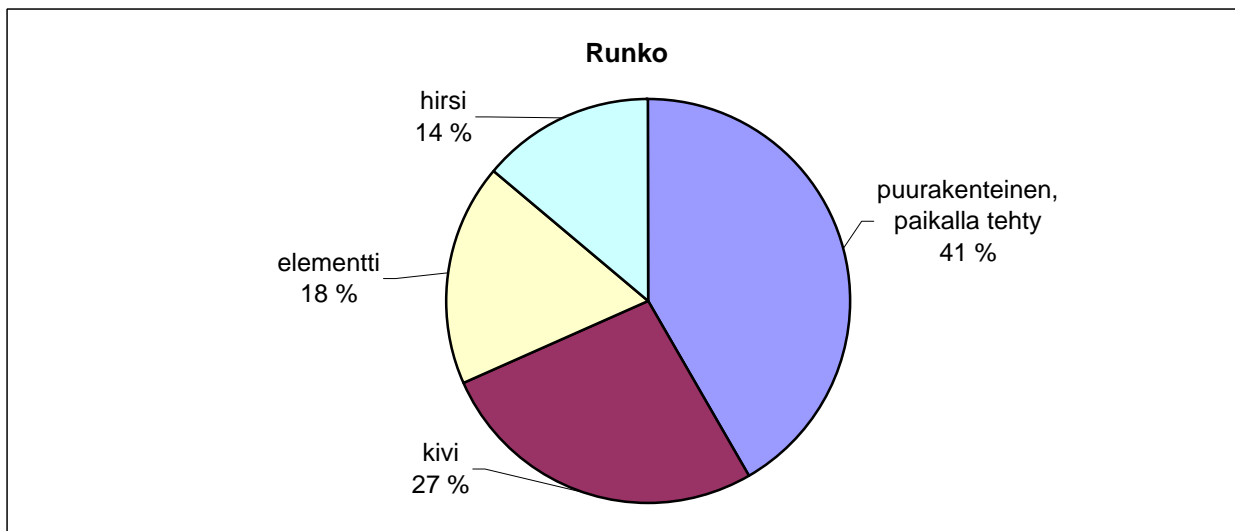
Minkälaisessa asunnossa asutte nyt ja millaisessa oletatte asuvanne viiden vuoden päästä?

	nyt	5 vuoden päästä	nyt	5 vuoden päästä
omakotitalo	162	205	55 %	72 %
paritalo	12	9	4 %	3 %
rivitalo	39	30	13 %	11 %
kerrostalo	82	36	28 %	13 %
huvila	2	5	1 %	2 %

Suomalaiset ovat pientalokansaa. Vähiten kiehtoo asuminen kerrostalossa.



Minkäläisen omakotitalon rakentaisit?



Muoto

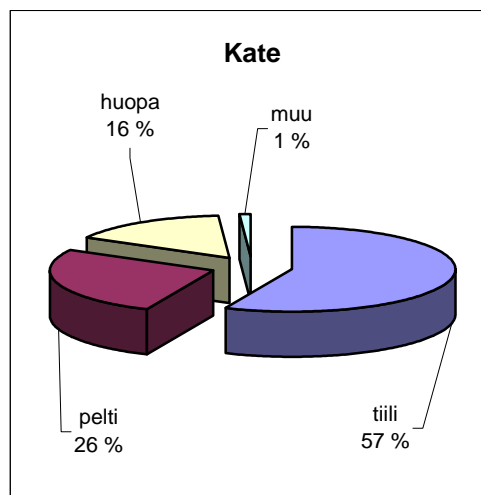
	vastanneet	%-osuus
yksitasoratkaisu	106	43 %
puolitoistakerroksinen	75	30 %
monitasoratkaisu	68	27 %

Runko

	vastanneet	%-osuus
puurakenteinen, paikalla tehty	101	42 %
kivi	47	27 %
elementti	34	18 %
hirsi	74	14 %

Kate

	vastanneet	%-osuus
tiili	136	57 %
pelti	63	26 %
huopa	38	16 %
muu	3	1 %



Koko

	vastanneet	%-osuus
Alle 120 m ²	44	17 %
120 - 139 m ²	66	26 %
140 - 159 m ²	66	26 %
160 - 199 m ²	55	21 %
200 m ² tai yli	26	10 %

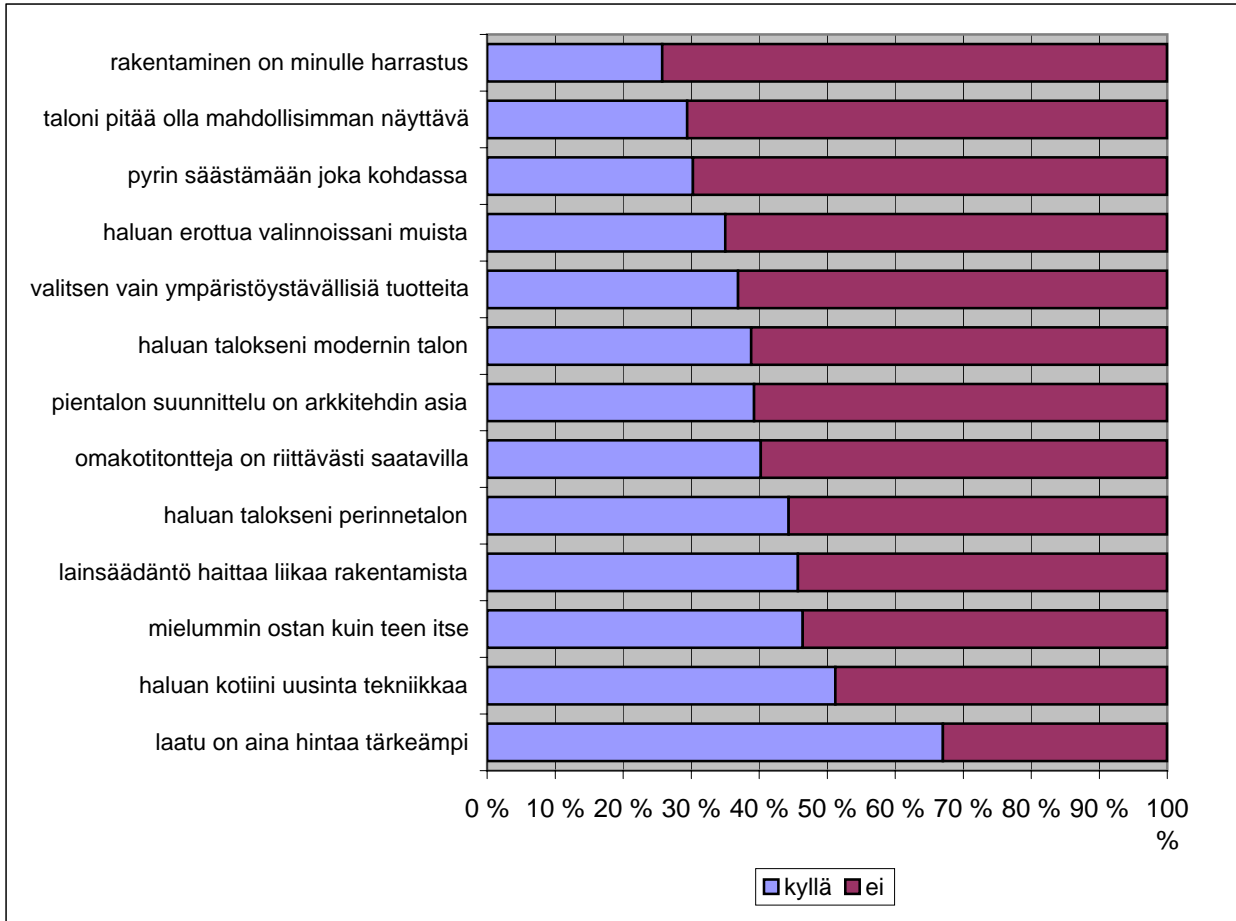
Lämmitys

	vastanneet	%-osuus
maalämmitys	85	31 %
varaava sähkölämmitys	41	15 %
puulämmitys	36	13 %
suorasähkölämmitys	36	13 %
vesikeskuslämmitys	46	17 %
muu lämmitys	32	12 %

Energianhinnan nousun myötä
maalämpö on lisännyt
voimakkaasti suosiotaan.



Väittämät pientalon rakentamisesta



Oletteko samaa mieltä seuraavista väittämistä?

	kyllä	ei	yhteensä	kyllä	ei
laatu on aina hintaa tärkeämpi	323	159	482	67 %	33 %
haluan kotiini uusinta tekniikkaa	235	224	459	51 %	49 %
mielummin ostan kuin teen itse	205	237	442	46 %	54 %
lainsäädäntö haittaa liikaa rakentamista	190	226	416	46 %	54 %
haluan talokseni perinnetalon	200	251	451	44 %	56 %
omakotitontteja on riittävästi saatavilla	175	260	435	40 %	60 %
pientalon suunnittelu on arkkitehdin asia	170	263	433	39 %	61 %
haluan talokseni modernin talon	165	260	425	39 %	61 %
valitsen vain ympäristöystävällisiä tuotteita	162	277	439	37 %	63 %
haluan erottua valinnoissani muista	154	286	440	35 %	65 %
pyrin säästämään joka kohdassa	131	302	433	30 %	70 %
taloni pitää olla mahdollisimman näyttävä	128	307	435	29 %	71 %
rakentaminen on minulle harrastus	111	320	431	26 %	74 %

Oman kodin rakentaminen koetaan kertaluonteiseksi, joten laatu on tärkein kriteeri.



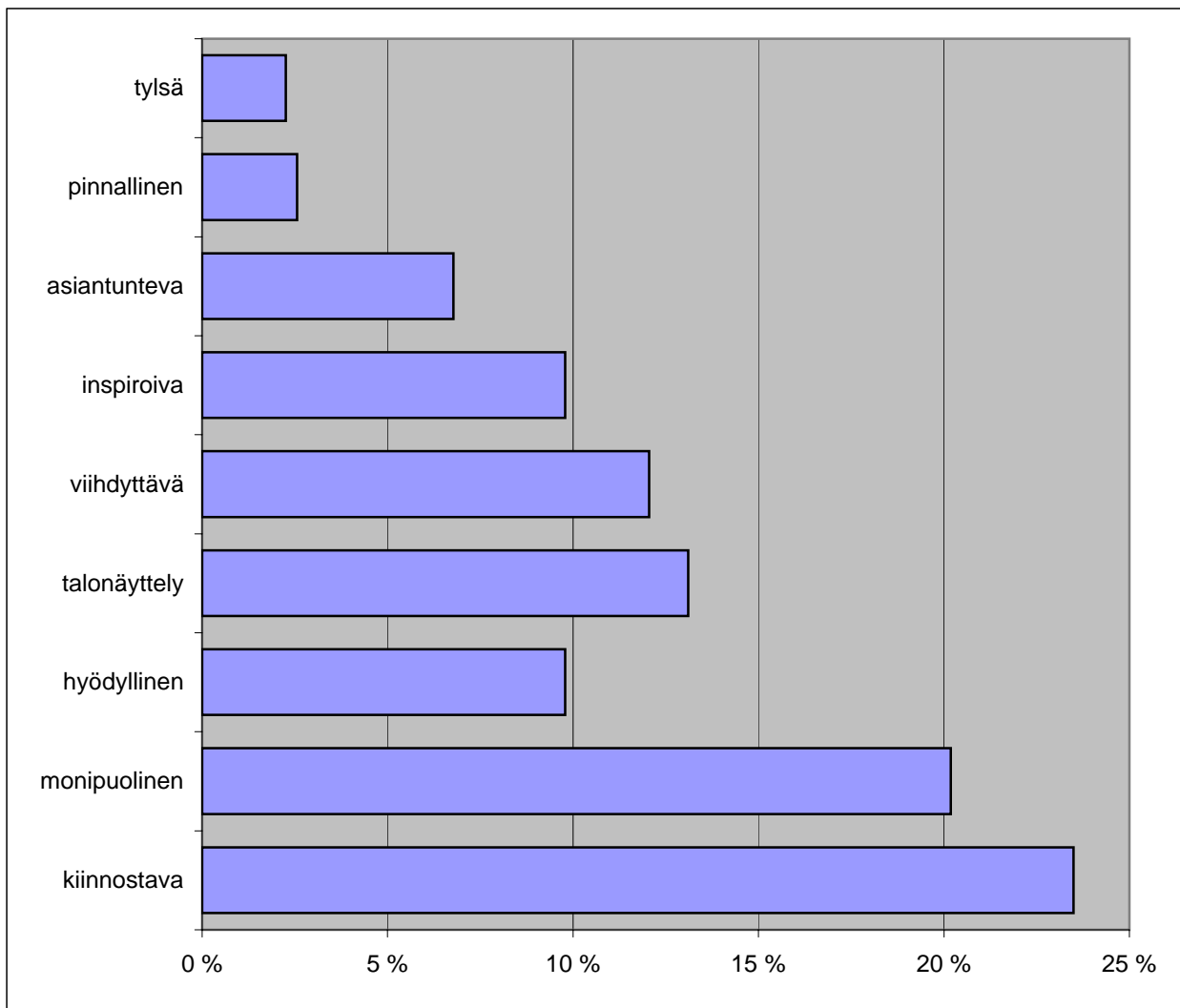
S U O M E N A S U N T O M E S S U T

**Paras talo -äänestys
erillisellä raportilla**



11. ASUNTOMESSUKUVAAJA

Asiakasmielikuva asuntomessutapahtumasta



Mitkä alla luetelluista ominaisuuksista sopivat mielestänne kuvaamaan asuntomessuja?

	vastanneet	%-osuus
kiinnostava	156	23 %
monipuolinen	134	20 %
hyödyllinen	65	10 %
talonäyttely	87	13 %
viihdyttävä	80	12 %
inspiroiva	65	10 %
asiantunteva	45	7 %
pinnallinen	17	3 %
tylsä	15	2 %

Kiinnostava, monipuolinen ja hyödyllinen ovat ne laatusanat, joita asuntomessut tuovat mieleen.



Näytteilleasettajatutkimus

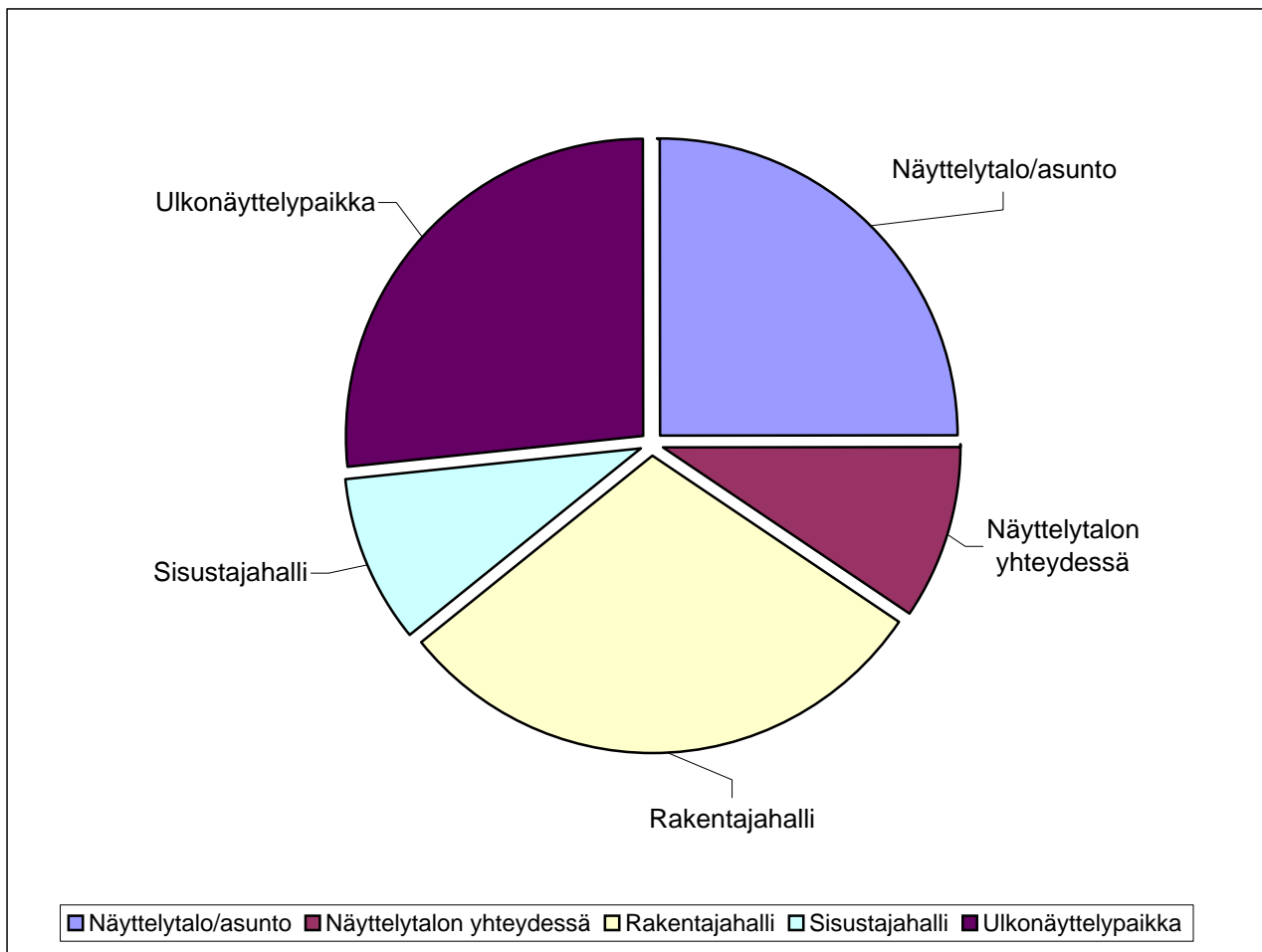
Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin messujen viimeisten päivien aikana. Näytteilleasettajille jaettiin kyselylomakkeet. Lomakkeen palautti 78 näytteilleasettajaa.

Näyttelyosaston sijainti	46
Yrityksen tavoitteet messuilla	47
Tyytyväisyys messujen antiin	48
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	49
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon	50
Mielipiteet palveluiden hintatasosta	51
Näyttelykohdeitten määrä	52
Mainonnan määrä	53
Mainonnan laatu	54
Aikomus osallistua tuleville messuille	55
Asuntomessujen sopiva kesto	56
Sopiva kävijämäärä/pvä	57
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään	58
Arvio Asuntomessujen kehittymisestä markkinointivälineenä	59
Messuissa hyvää	60
Messuissa kehitettävää	61
Kommentit onnistumisesta	62



12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS

Näyttelyosaston sijainti



Näyttelyosaston sijainti

Näyttelytalo/asunto	vastanneet	% osuus
Näyttelytalon yhteydessä	6	7,8 %
Rakentajahalli	19	24,7 %
Sisustajahalli	6	7,8 %
Ulkonäyttelypaikka	17	22,1 %

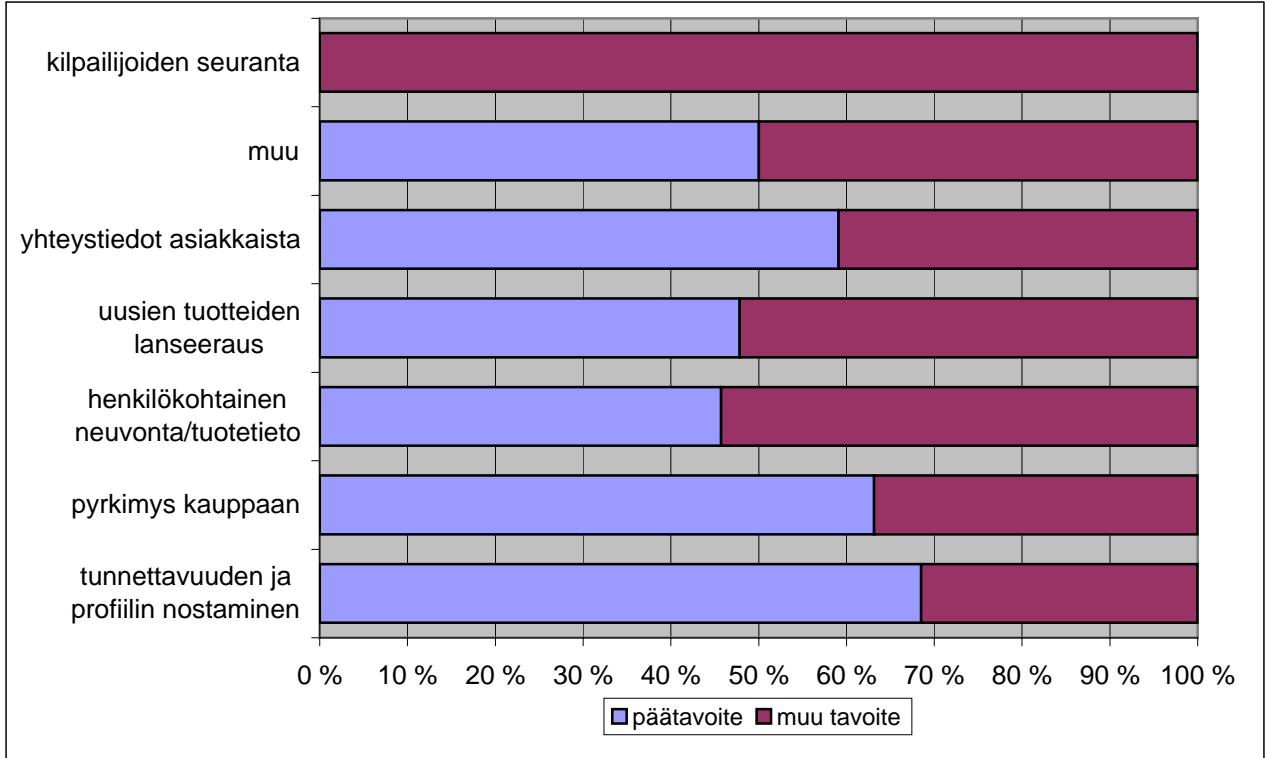
Tuoteryhmä, mitä edustaa

muut	vastanneet	% osuus
rakennustarvikkeet	17	22 %
talovalmistaja/toimittaja	4	5 %
tontit	2	3 %
rakennus-/remonttipalvelut	4	5 %

Näytteilleasettajilta saatiin kattava kokonaisnäkemys messujen annista.



Yrityksen tavoitteet messuilla



Yrityksen tavoitteet messuilla

	päätaivoite	muu tavoite		päätaivoite	muu tavoite
tunnettavuuden ja profiilin nostaminen	37	17	54	69 %	31 %
pyrkimys kauppaan	24	14	38	63 %	37 %
henkilökohtainen neuvonta/tuotetieto	16	19	35	46 %	54 %
uusien tuotteiden lanseeraus	11	12	23	48 %	52 %
yhteystiedot asiakkaista	13	9	22	59 %	41 %
muu	4	4	8	50 %	50 %
kilpailijoiden seuranta	0	9	9	0 %	100 %

Mitä asiakasryhmää tavoitteli

	vastanneet	% osuus
omakotitalon rakentajat	56	73 %
omakotitalon remontoijat	45	58 %
osakkeen remontoijat	34	44 %
omakotitalon ostajat	29	38 %
osakkeen ostajat	25	32 %
omakotitalon myyjät	22	29 %

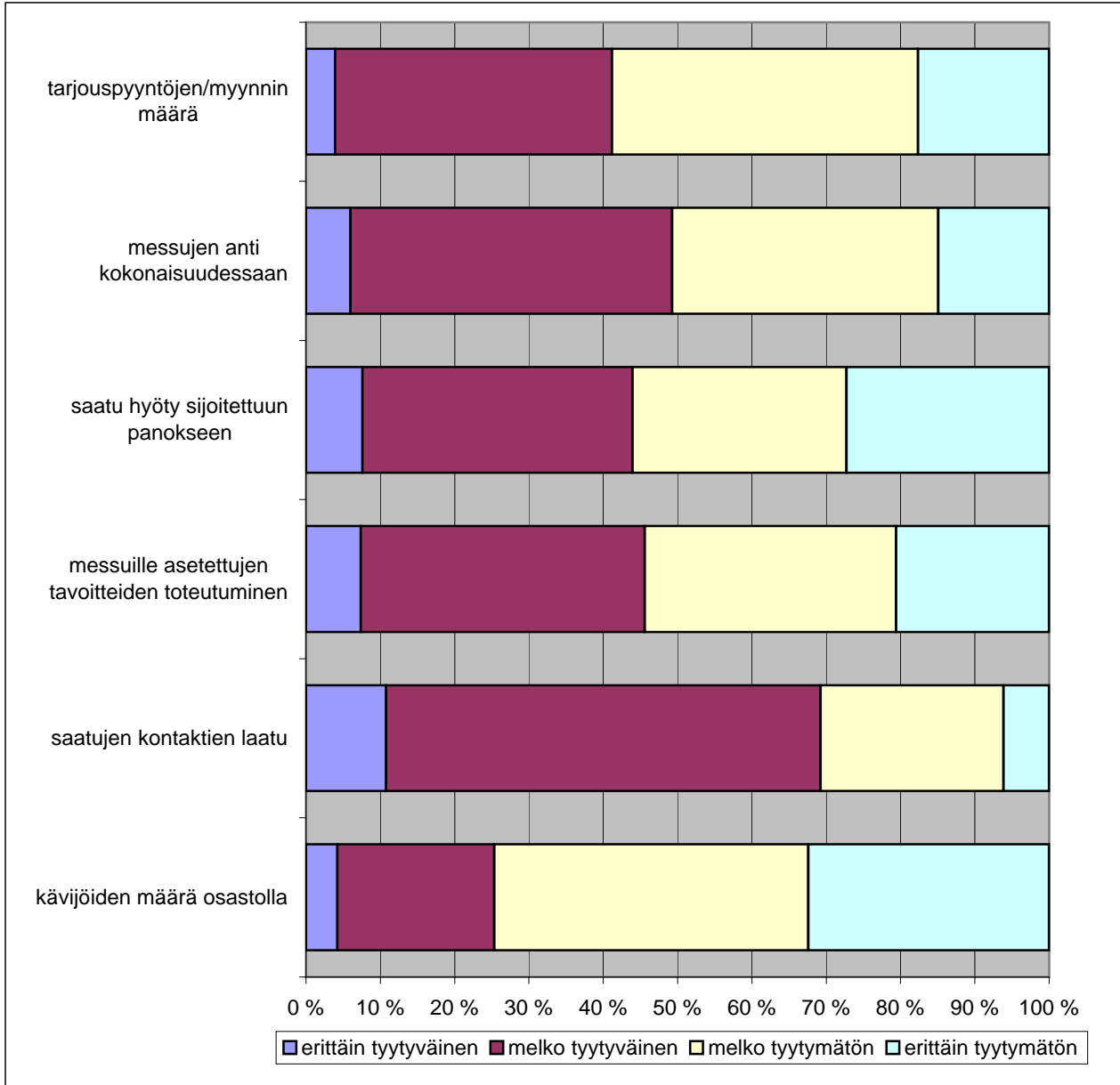
Arvio miten tavoitti haluamansa

asiakasryhmän	vastanneet	% osuus
kiitettävästi	4	6 %
hyvin	30	43 %
välttävästi	22	32 %
huonosti	13	19 %

Näytteilleasettajien
pääkohderyhmät olivat
omakotitalon rakentajat ja
remontoijat.



Tyytyväisyys messujen antiin

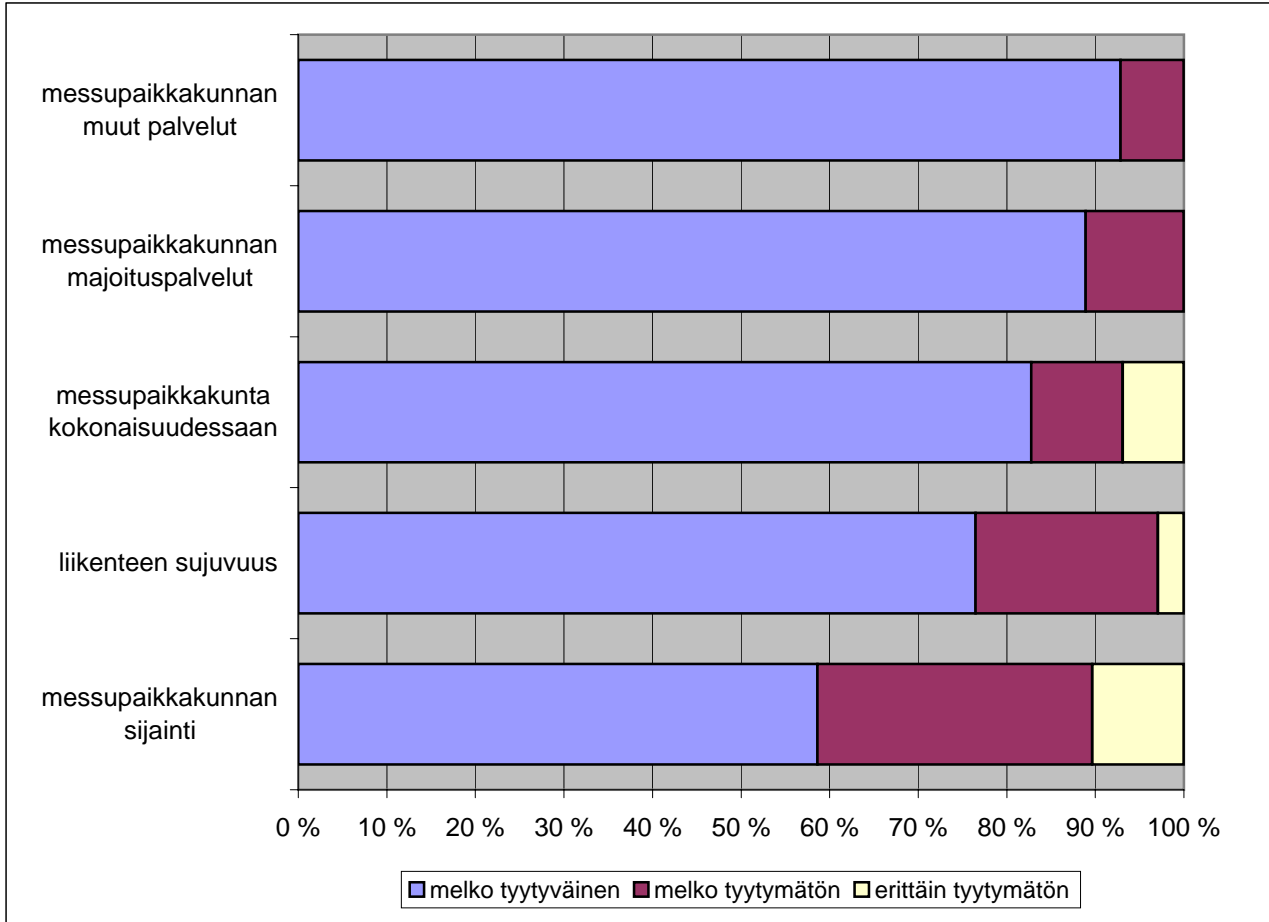


Tyytyväisyys messujen antiin	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
kävijöiden määrä osastolla	4 %	21 %	42 %	32 %
saatujen kontaktien laatu	11 %	58 %	25 %	6 %
messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen	7 %	38 %	34 %	21 %
saatu hyöty sijoitettuun panokseen	8 %	36 %	29 %	27 %
messujen anti kokonaisuudessaan	6 %	43 %	36 %	15 %
tarjouspyyntöjen/myynnin määrä	4 %	37 %	41 %	18 %

Messujen anti jakoi näytteille-asettajien mielipiteet.



Tyytyväisyys messupaikkakuntaan



Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
messupaikkakunnan sijainti	55 %	26 %	14 %	5 %
liikenteen sujuvuus	45 %	42 %	11 %	2 %
messupaikkakunta kokonaisuudessaan	54 %	38 %	5 %	3 %
messupaikkakunnan majoituspalvelut	60 %	36 %	4 %	0 %
messupaikkakunnan muut palvelut	48 %	48 %	4 %	0 %

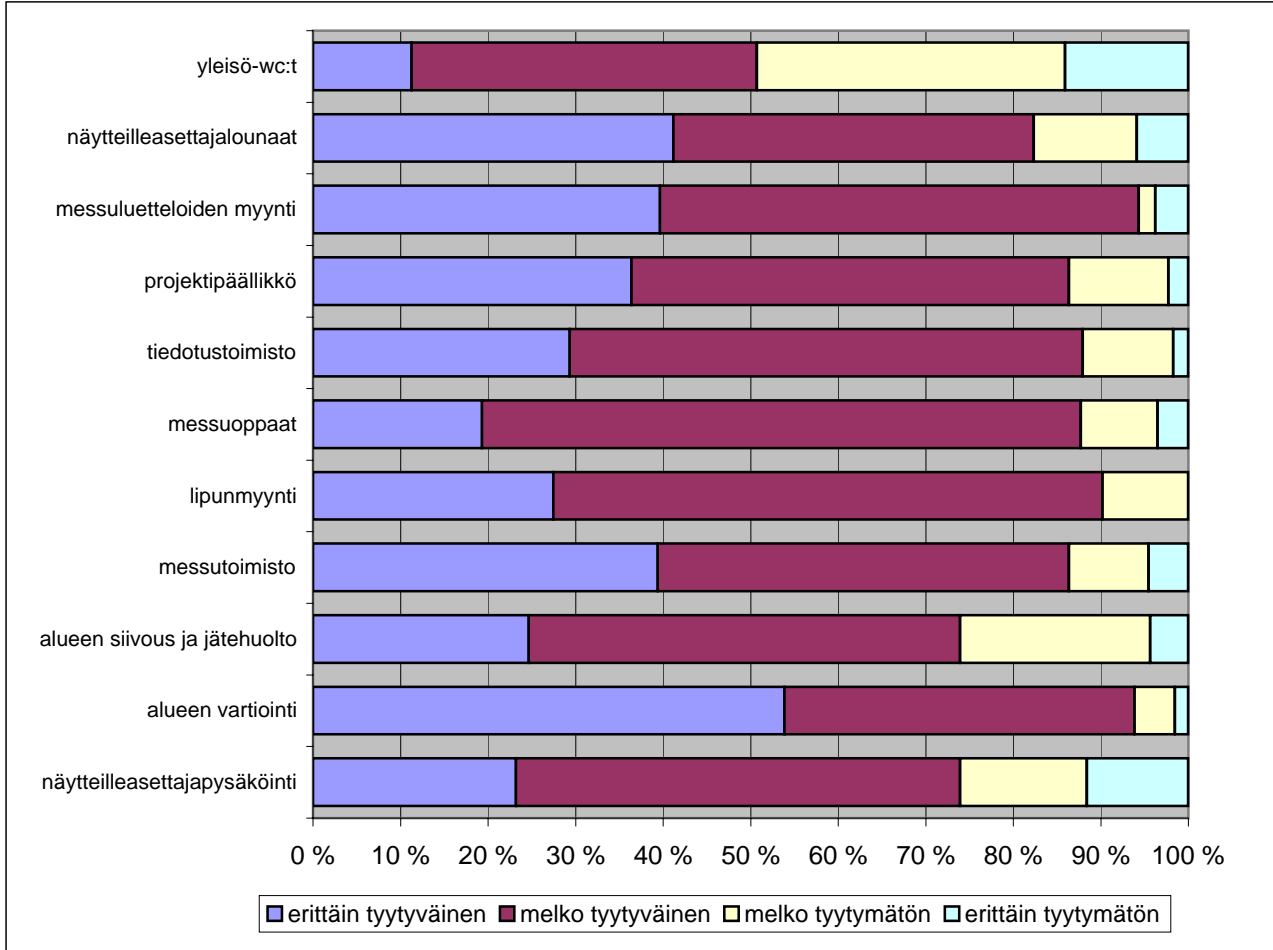
Messupaikkakunnan palveluiden käyttö

Palvelu	paljon	jonkin verran	ei ollenkaan
majoituspalveluita	23 %	25 %	52 %
kauppojen palveluita	32 %	47 %	22 %
ravintolapalveluja	24 %	49 %	27 %
nähtävyyksiä	7 %	33 %	59 %
tapahtumia	6 %	37 %	57 %

Lähes täydellinen (99 %) oli tyytyväisyys messualueen sijaintiin.
Puolet näytteilleasettajista käytti paikkakunnan majoituspalveluita.



Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon



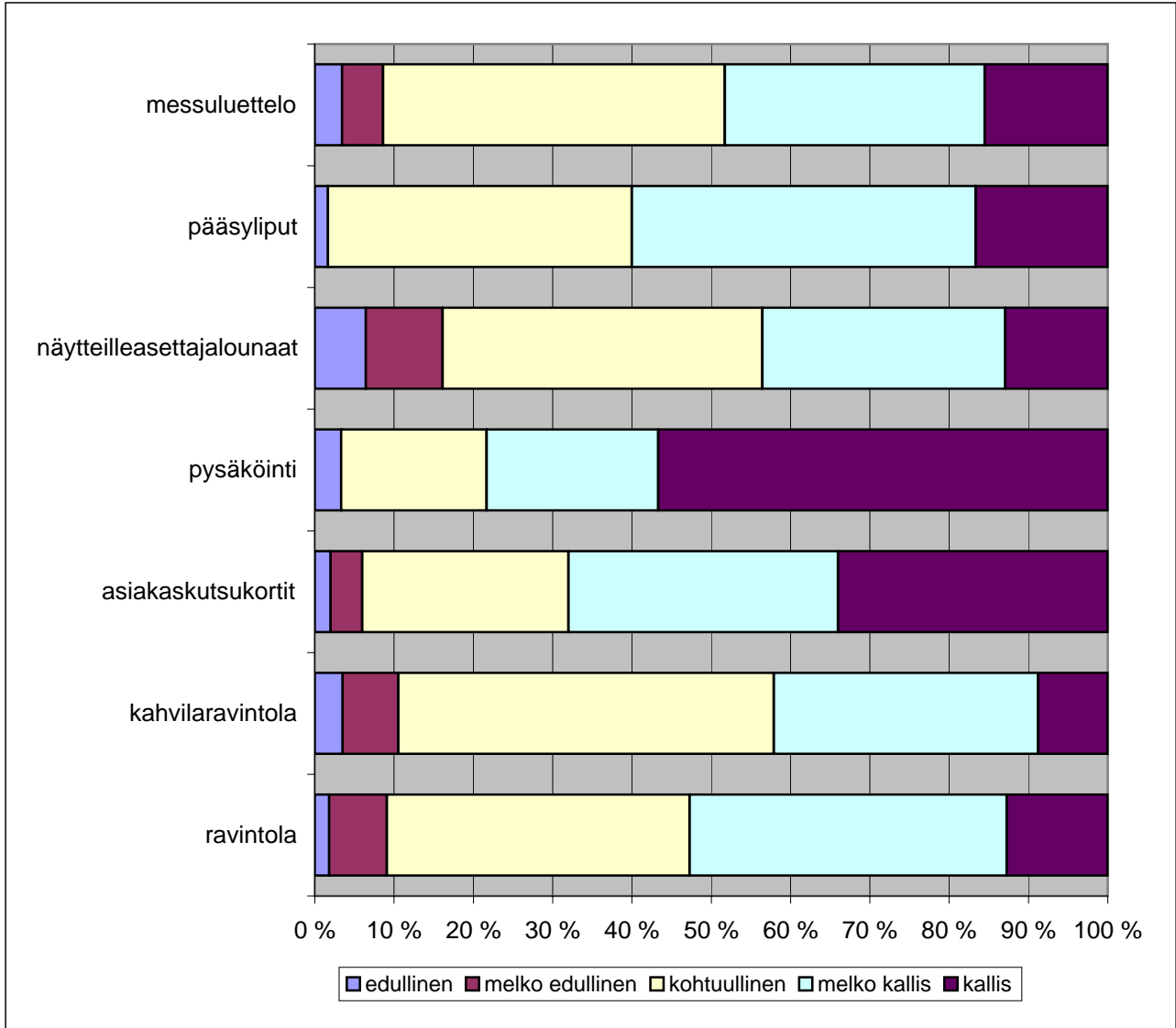
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
näytteilleasettajapysäköinti	23 %	51 %	14 %	12 %
alueen vartiointi	54 %	40 %	5 %	2 %
alueen siivous ja jätehuolto	25 %	49 %	22 %	4 %
messutoimisto	39 %	47 %	9 %	5 %
lipunmyynti	27 %	63 %	10 %	0 %
messuoppaat	19 %	68 %	9 %	4 %
tiedotustoimisto	29 %	59 %	10 %	2 %
projektipäällikkö	36 %	50 %	11 %	2 %
messuluetteloiden myynti	40 %	55 %	2 %	4 %
näytteilleasettajalounaat	41 %	41 %	12 %	6 %
yleisö-wc:t	11 %	39 %	35 %	14 %

Kokonaistyytyväisyys messupalvelujen toimivuuteen oli kohtuullisen korkea.



Mielipiteet palveluiden hintatasosta



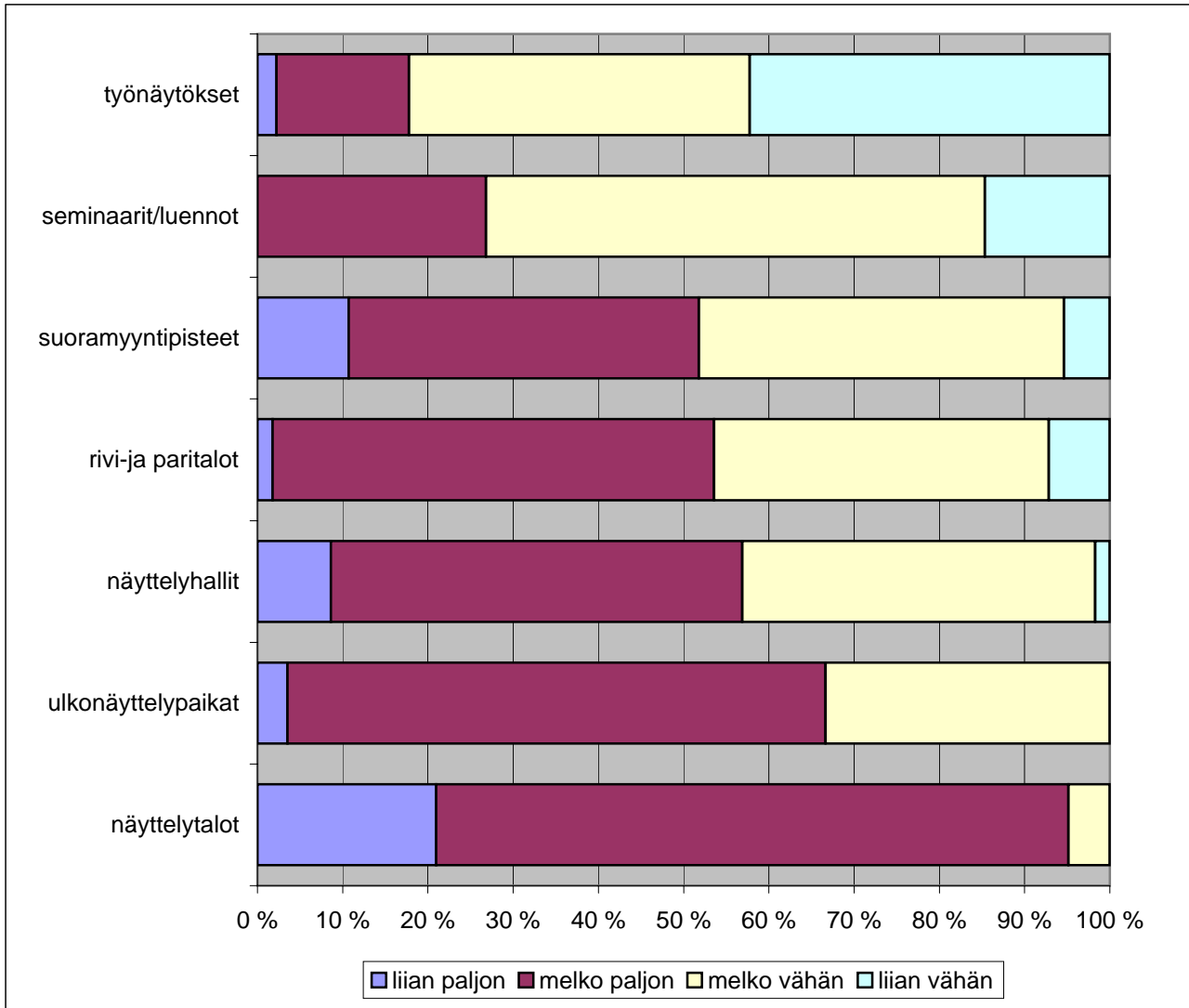
Mielipiteet palveluiden hintatasosta

	edullinen	melko edullinen	kohtuullinen	melko kallis	kallis
ravintola	2 %	7 %	38 %	40 %	13 %
kahvilaravintola	4 %	7 %	47 %	33 %	9 %
asiakaskutsukortit	2 %	4 %	26 %	34 %	34 %
pysäköinti	3 %	0 %	18 %	22 %	57 %
näytteilleasettajalounaat	6 %	10 %	40 %	31 %	13 %
pääsyliput	2 %	0 %	38 %	43 %	17 %
messuluettelo	3 %	5 %	43 %	33 %	16 %

Pysäköinti koettiin selvästi liian kalliiksi.



Näyttelykohteitten määrä



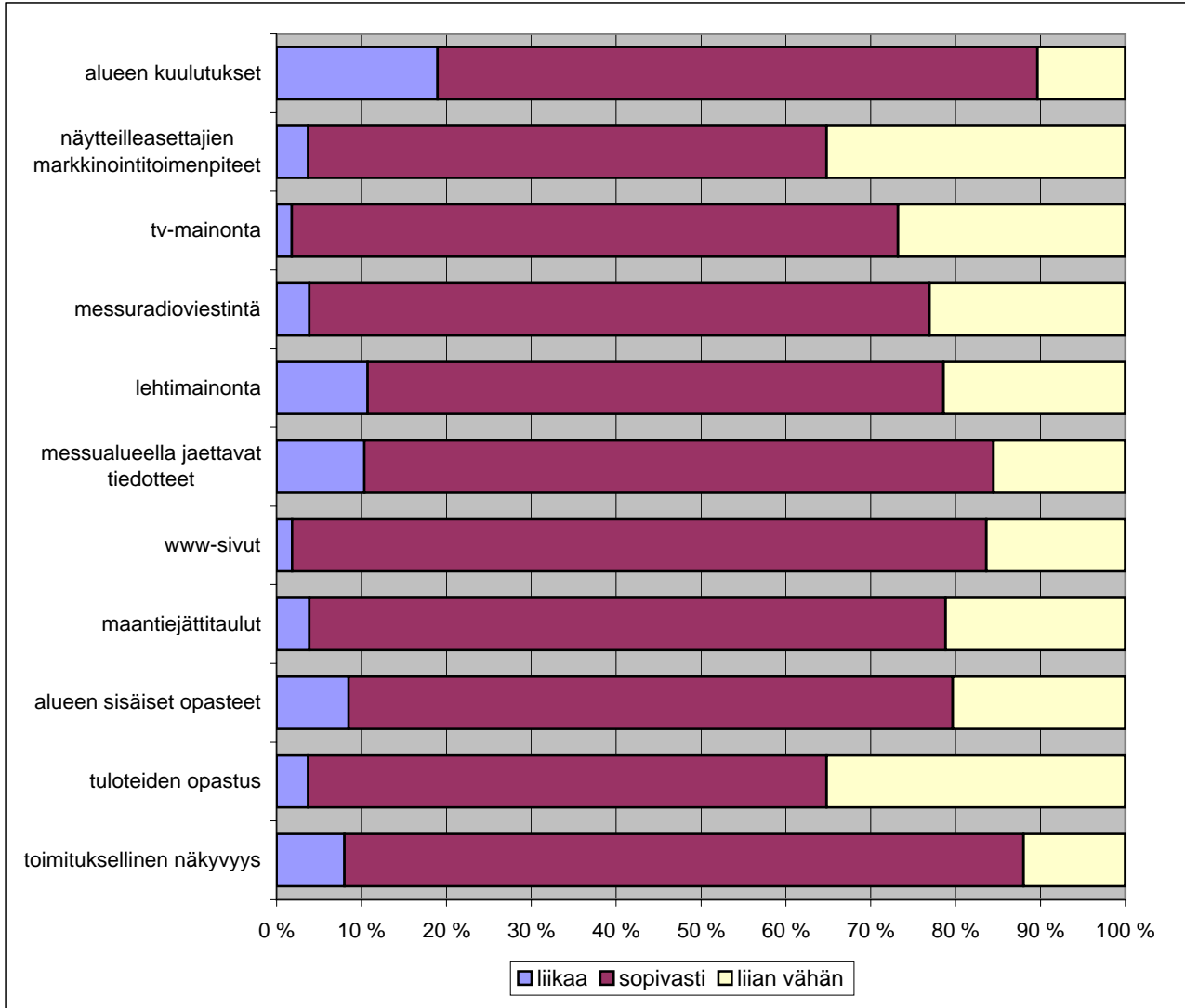
Näyttelykohteitten määrä

Näyttelykohteitten määrä	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
näyttelytalot	21 %	74 %	5 %	0 %
ulkonäyttelypaikat	4 %	63 %	33 %	0 %
näyttelyhallit	9 %	48 %	41 %	2 %
rivi- ja paritalot	2 %	52 %	39 %	7 %
suoramyyntipisteet	11 %	41 %	43 %	5 %
seminaarit/luennot	0 %	27 %	59 %	15 %
työnäytökset	2 %	16 %	40 %	42 %

Näytteilleasettajat toivoisivat messuille työnäytöksiä ja seminaareja.



Mainonnan määrä



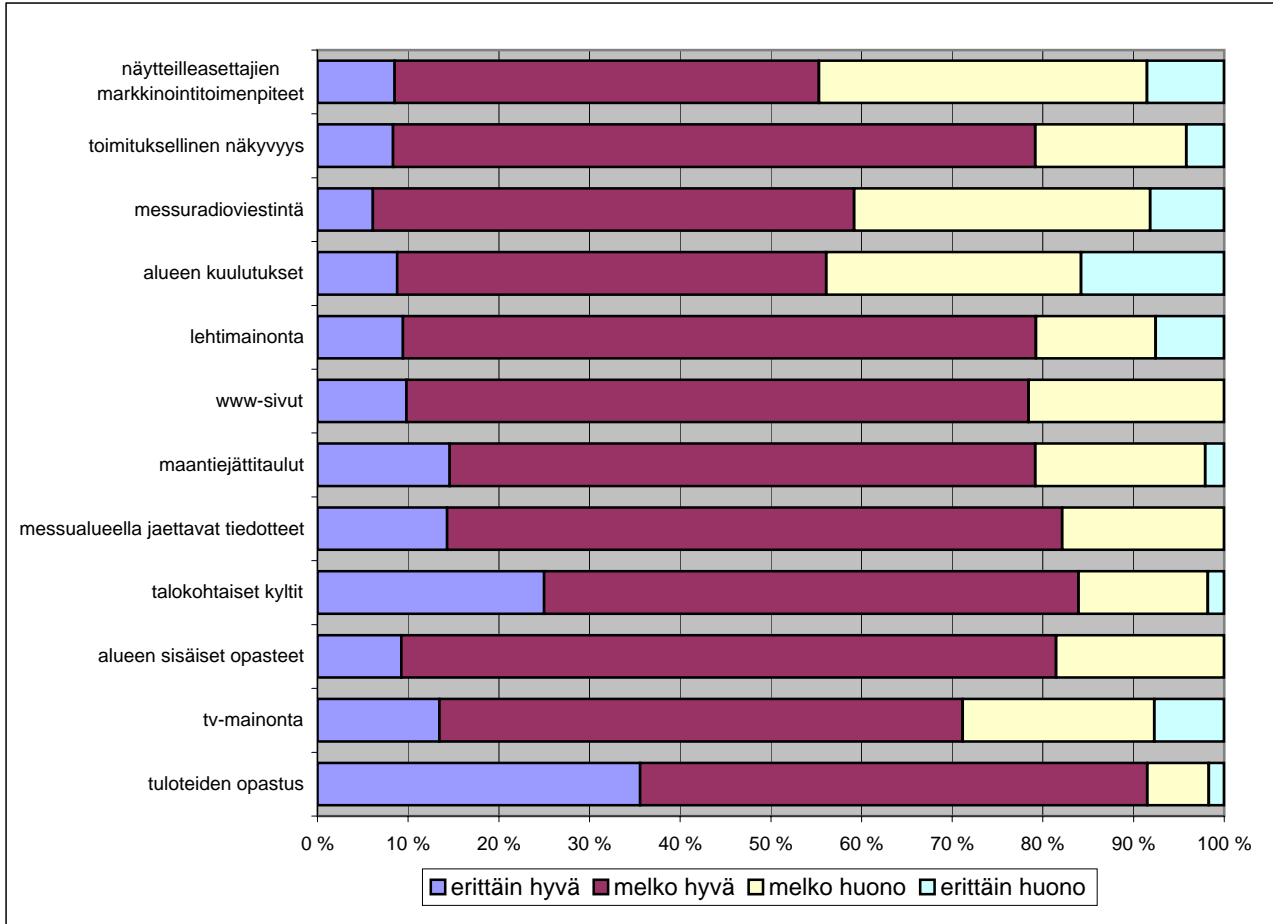
Mainonnan määrä

Mainonnan määrä	liikaa	sopivasti	liian vähän
toimituksellinen näkyvyys	8 %	80 %	12 %
tuloteiden opastus	4 %	61 %	35 %
alueen sisäiset opasteet	8 %	71 %	20 %
maantiejättitulut	4 %	75 %	21 %
www-sivut	2 %	82 %	16 %
messualueella jaettavat tiedotteet	10 %	74 %	16 %
lehtimainonta	11 %	68 %	21 %
messuradioviestintä	4 %	73 %	23 %
tv-mainonta	2 %	71 %	27 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	4 %	61 %	35 %
alueen kuulutukset	19 %	71 %	10 %

Asuntomessuista kirjoitetut sadat artikkelit eivät olleet jääneet huomaamatta.



Mainonnan laatu

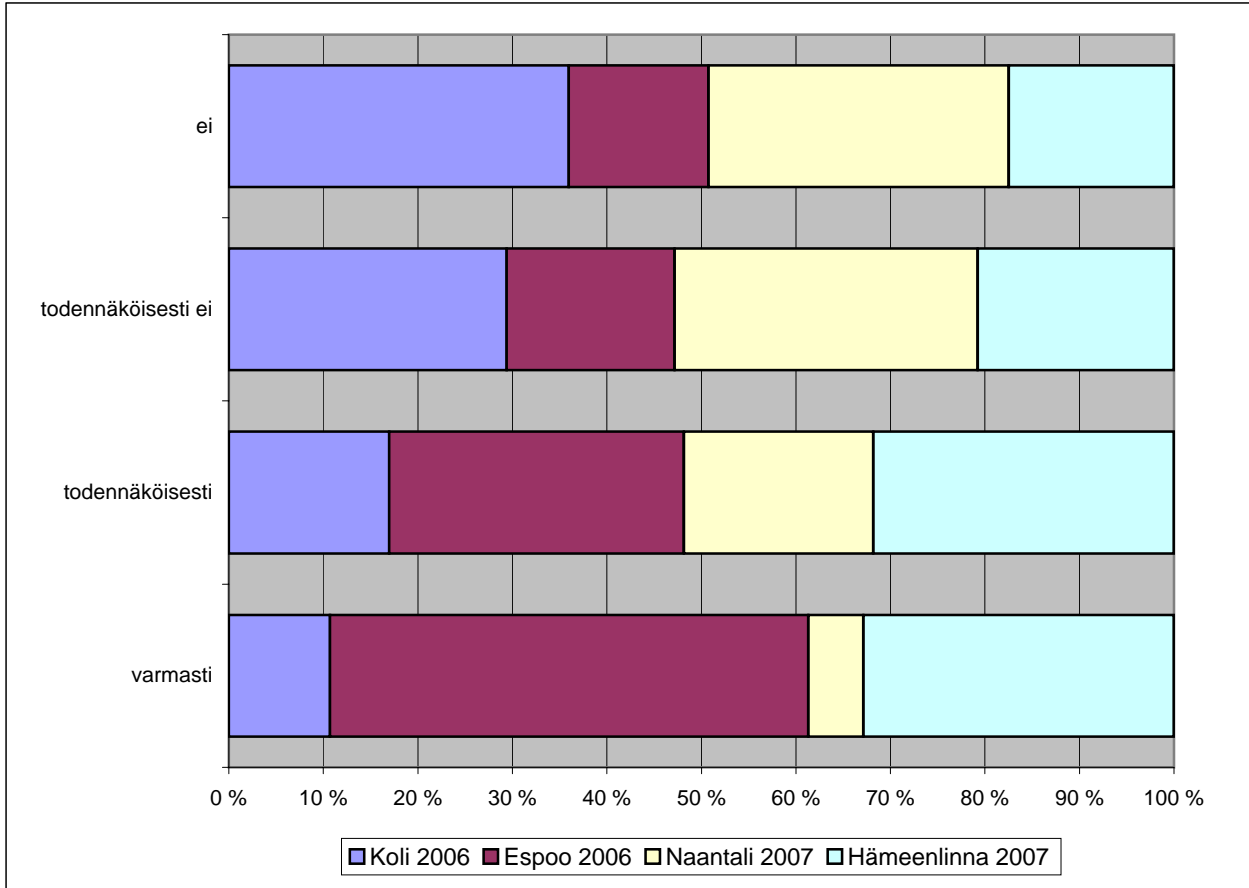


Mainonnan laatu	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
tuloteiden opastus	36 %	56 %	7 %	2 %
tv-mainonta	13 %	58 %	21 %	8 %
alueen sisäiset opasteet	9 %	72 %	19 %	0 %
talokohtaiset kyltit	25 %	59 %	14 %	2 %
messualueella jaettavat tiedotteet	14 %	68 %	18 %	0 %
maantiejättitaulut	15 %	65 %	19 %	2 %
www-sivut	10 %	69 %	22 %	0 %
lehtimainonta	9 %	70 %	13 %	8 %
alueen kuulutukset	9 %	47 %	28 %	16 %
messuradioviestintä	6 %	53 %	33 %	8 %
toimituksellinen näkyvyys	8 %	71 %	17 %	4 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	9 %	47 %	36 %	9 %

Opasteet kokonaisuudessaan saivat parhaat kiitokset.



Aikomus osallistua tuleville messuille



Yrityksen osallistuminen messuille

2004

	vastanneet	% osuus
yksille messuille (näille)	15	24 %
2-3 messuille	15	24 %
4-5 messuille	12	19 %
6-7 messuille	8	13 %
8-9 messuille	4	6 %
10 tai useammille messuille	9	14 %

Messut ovat monelle näytteilleasettajalle erittäin tärkeä markkinointitapa. Vastaajista 20 % osallistuu vähintään kahdeksalle messuille.

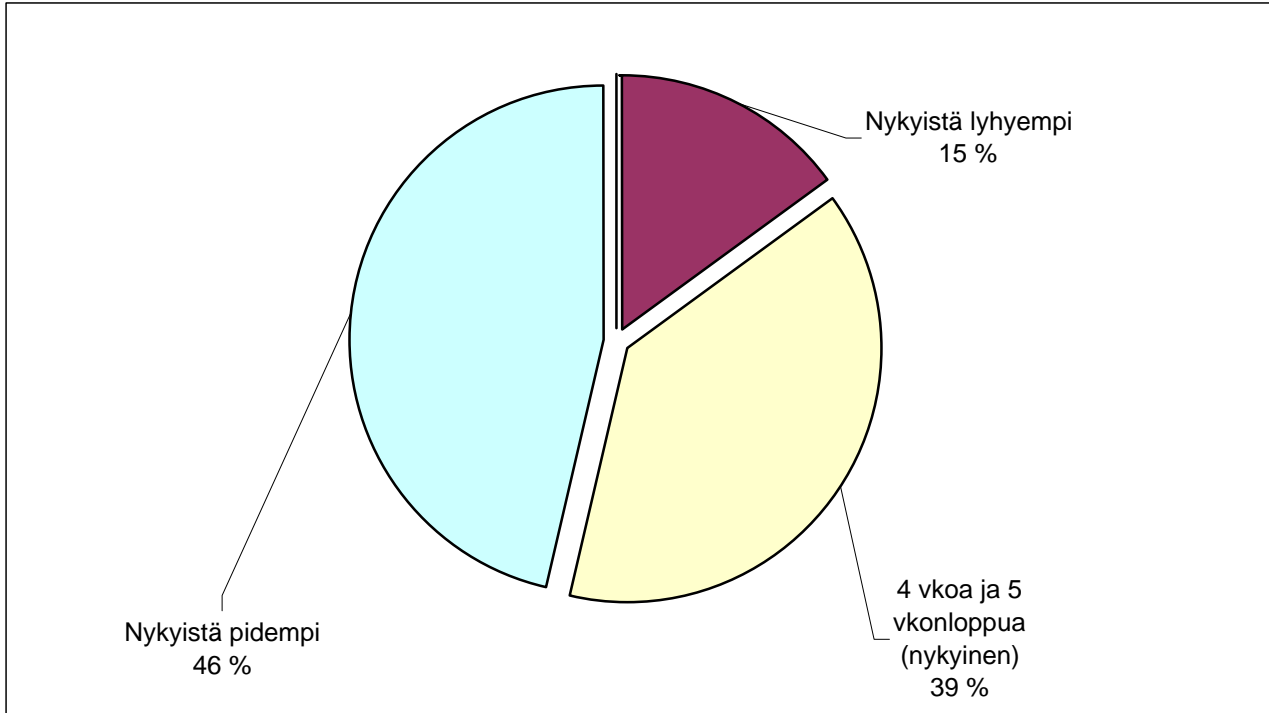
Aikomus osallistua tuleville messuille

	varmasti	todennäköisesti	todennäköisesti ei	ei
Koli 2006	4 %	25 %	27 %	44 %
Espoo 2006	20 %	46 %	16 %	18 %
Naantali 2007	2 %	30 %	30 %	39 %
Hämeenlinna 2007	13 %	47 %	19 %	21 %

Espoon asuntomessuille aikoo osallistua kaksi kolmännestä varmasti tai todennäköisesti.



Sopiva aukioloaika

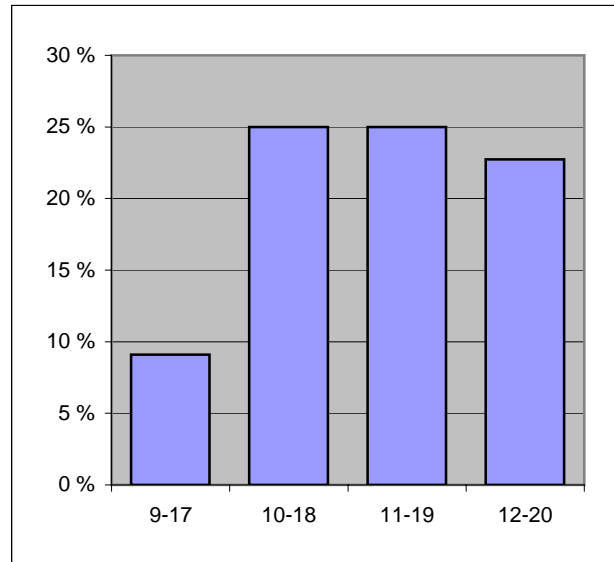


Asuntomessujen sopiva kesto

Nykyistä lyhyempi	10	15 %
4 vkoa ja 5 vkonloppua (nykyinen)	26	39 %
Nykyistä pidempi	31	46 %

Sopiva Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen väli

	vastanneet	% osuus
1 viikko	8	13 %
2 viikkoa	17	27 %
3 viikkoa	14	22 %
4 viikkoa	13	21 %
ei merkitystä	11	17 %
	63	0 %



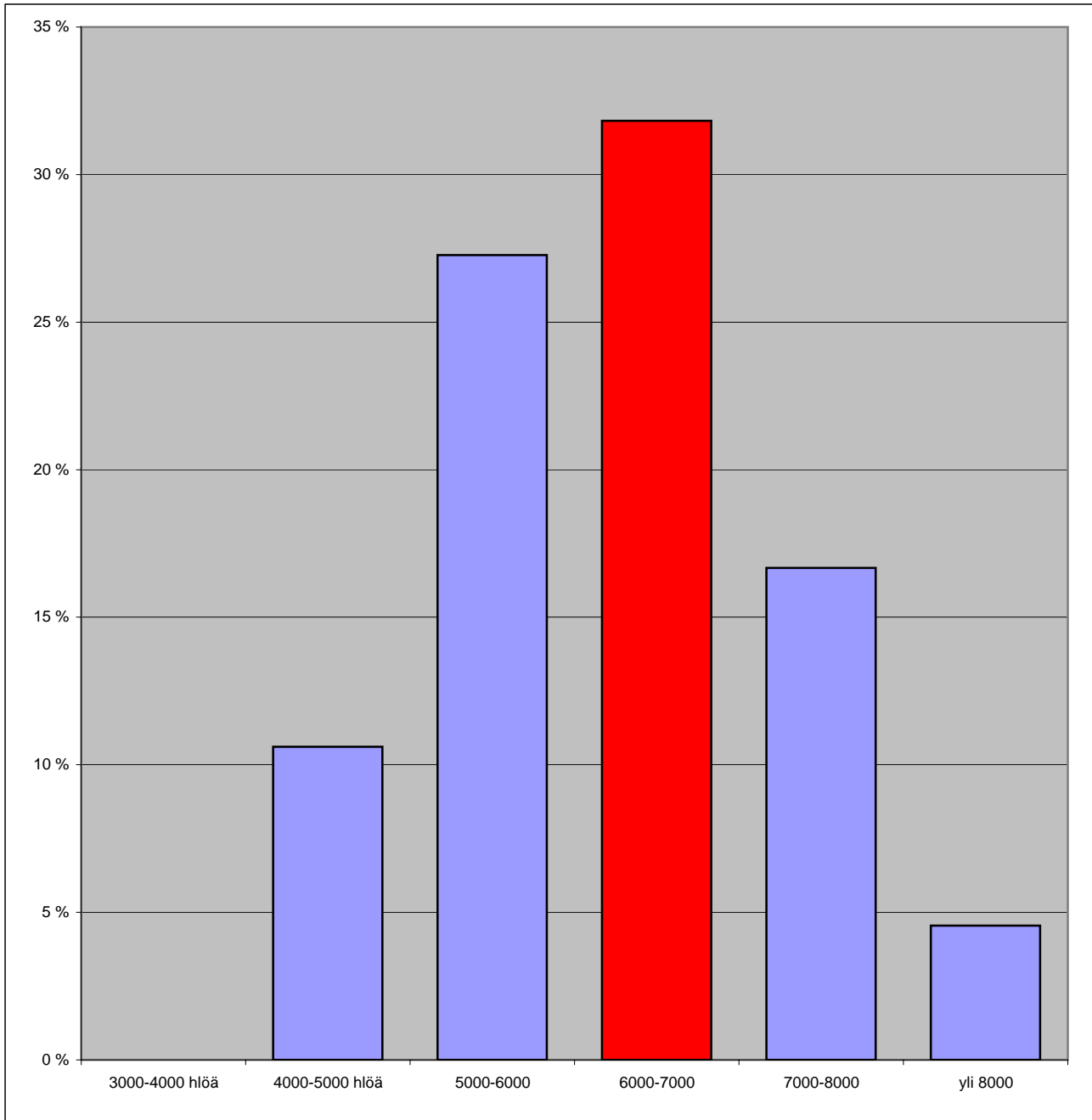
Sopiva aukioloaika

	vastanneet	% osuus
9-17	4	9 %
10-18	11	25 %
11-19	11	25 %
12-20	10	23 %

Messujen oikeasta ajoituksesta ja aukioloajasta oltiin montaa mieltä.



Sopiva kävijämäärä/pvä



Sopiva kävijämäärä/pvä

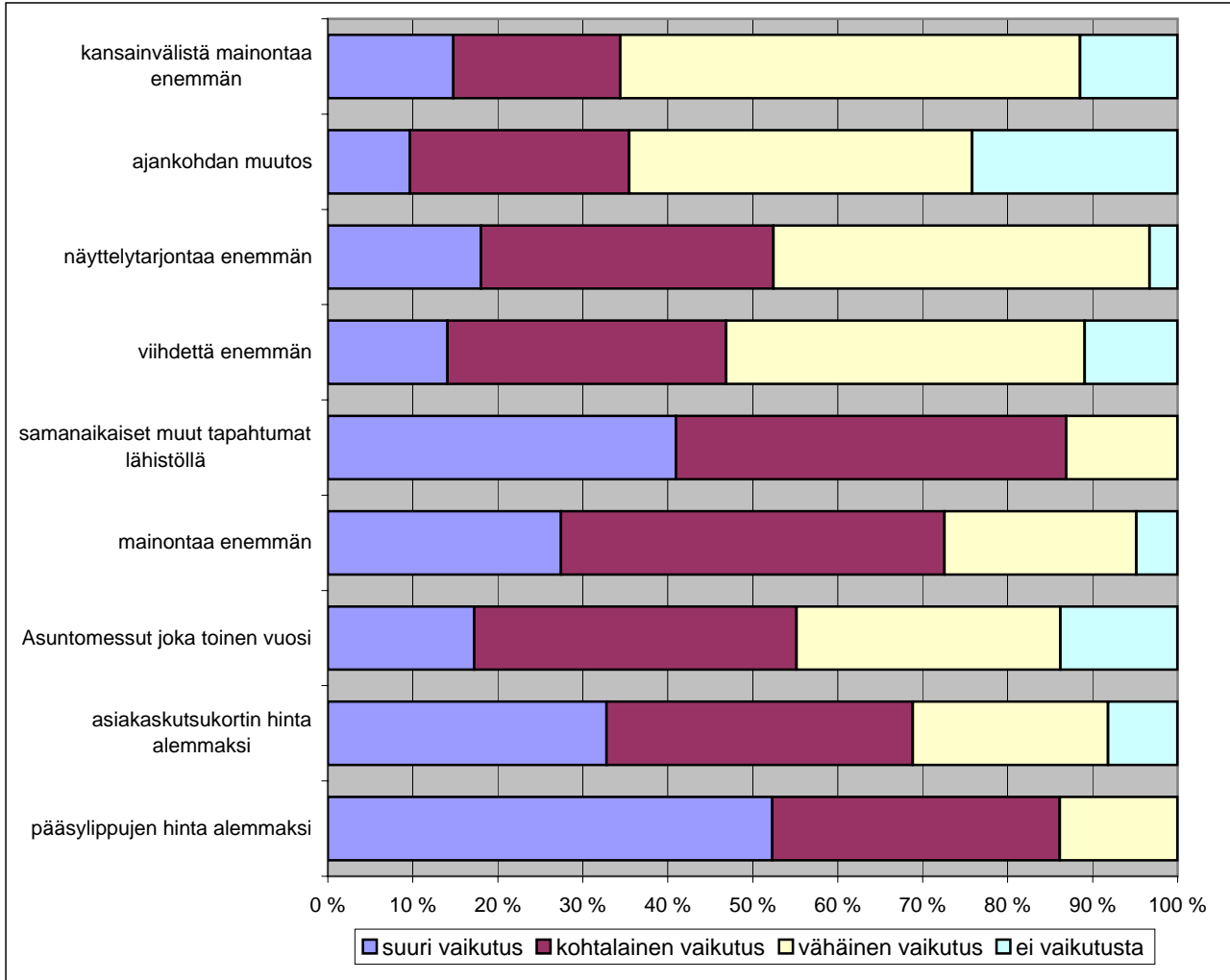
3000-4000 hlöä
4000-5000 hlöä
5000-6000
6000-7000
7000-8000
yli 8000

% osuus
0 %
11 %
27 %
32 %
17 %
5 %

Näytteilleasettajien mieleen olisi ollut 5000-7000 päivittäinen kävijämäärä.



Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään



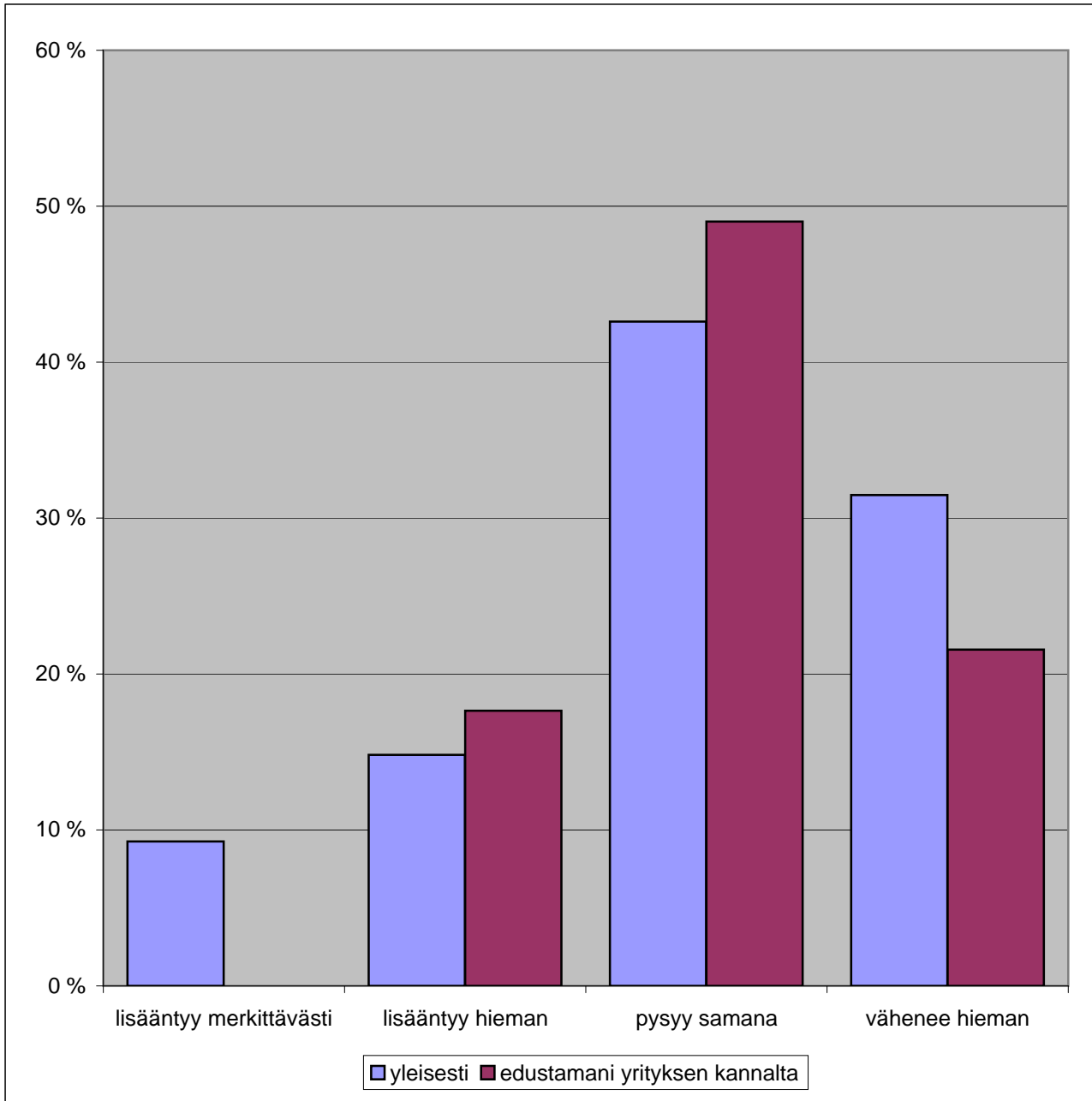
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään

	suuri vaikutus	kohtalainen vaikutus	vähäinen vaikutus	ei vaikutusta
pääsylippujen hinta alemmaksi	52 %	34 %	14 %	0 %
asiakaskutsukortin hinta alemmaksi	33 %	36 %	23 %	8 %
Asuntomessut joka toinen vuosi	17 %	38 %	31 %	14 %
mainontaa enemmän	27 %	45 %	23 %	5 %
samanaikaiset muut tapahtumat lähistöllä	41 %	46 %	13 %	0 %
viihdettä enemmän	14 %	33 %	42 %	11 %
näyttelytarjontaa enemmän	18 %	34 %	44 %	3 %
ajankohdan muutos	10 %	26 %	40 %	24 %
kansainvälistä mainontaa enemmän	15 %	20 %	54 %	11 %

Pääsylippujen hinta koettiin suurimmaksi kynnykseksi messujen kävijämäärän lisäämisessä.



Asuntomessut markkinointimediana



Arvio Asuntomessujen

kehittymisestä

markkinointivälineenä

yleisesti

edustamani yrityksen kannalta

lisääntyy merkittävästi	lisääntyy hieman	pysyy samana	vähenee hieman
9 %	15 %	43 %	31 %
0 %	18 %	49 %	22 %

Yrityksistä pääosa tulee jatkossakin käyttämään asuntomessuja markkinoinnissaan.



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

Messuissa hyvää

Teemat

Uutta arkkitehtuuria perinnerakentamisen sijaan
Modernia arkkitehtuuria
Tekniikan laadun ja sen kehittämisen esilletuonti
Toivottavasti Asuntomessut jatkavat tällä linjalla

Messut tapahtumana

Mukava keskinäinen tunnelma näytteilleasettajien kanssa
Hyvin organisoitu tapahtuma, järjestelyt pelasivat
Positiivinen yleisilme, asunnot erittäin hienoja
Paljon nähtävää, vinkkejä löytyy rakentamiseen
Hyvä ruoka

Messut Oulussa

Positiivinen vaikutus Oulun liike-elämään
Pohjois-Suomen tapahtuma!
Oulu on hieno kaupunki



SUOMEN ASUNTOMESSUT

Messuissa kehitettävää

Näyttelyhallit

Sijointus, rakenne, layout, valvonta
Näyttelyasuntoja vähemmän > tutustumisaikaa myös halleille
Liikaa ulkonäyttelytarjontaa

Näyttelyasunnot

Vapaammat kädet infoon
Yksilöllisyys näennäistä
Rakentamisen vaihtoehtoja > kaikki ratkaisut esiin
Realistisia vaihtoehtoja peruserheelle

Messut markkinoinnin kannalta

Kävijämäärät
Profiloinnin kirkastaminen: vain rakentamisen tuotteita

Messusisältö ja tekniikka

Liian modernia, liian kallista
Erikoisuuden tavoittelu johti epäonnistumiseen
Yleisö-WC:t > kunto ja määrä
Alueen epäsiisteys
Opastukset, kulkusuunnan ohjaus



SUOMEN ASUNTOMESSUT

Kommentit onnistumisesta

- + Kohderyhmä tavoitettu hyvin
- + Paljon asiakaskontakteja
- + Myynnillisesi hyvät messut

- Pienet kävijämäärät eritoten halleissa
- Ulkonäyttelyalueen layout epäonnistunut
- Myynnin osalta pettymys