



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



**LOMA-ASUNTOMESSUT  
PORISSA 13.6.-6.7.2008**

# **KÄVIJÄTUTKIMUS**

Tämä raportti perustuu Porin Loma-asuntomessuilla tehtyyn kävijätutkimukseen.  
Tutkimukseen osallistui yhteensä 4 139 kävijäperhettä.



# SUOMEN ASUNTOMESSUT

<b>SISÄLLYSLUETTELO</b>	2
<b>1. JOHDANTO</b>	3
<b>2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT</b>	
Messujen kävijämäärät	4
Kävijämäärät päivittäin	5
Messumatka	6
<b>3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFILI</b>	
Lähikuntien kävijät	7
Kävijät maakunnittain	8
Maakunnat	9
Ammattiryhmät	10
Ikäjakauma ja sukupuoli	11
Rakennus- ja remonttiaikomukset	12
Remonttiaikomukset	13
Kiinnostavimmat tuotteet/hankinnat	14
<b>4. MESSUILLE TULO</b>	
Mikä sai lähtemään messuille	15
Päätös lähteä messuille	16
Aiemmat käynnit	17
Kulkuväline ja messumatkan luonne	18
<b>5. MESSUILLA OLO</b>	
Tutustumisaika ja käynnit näyttelykohteissa	19
Messupalvelut	20
Rahankulutus	21
Palveluiden hinnat	22
<b>6. TYYTYVÄISYYS MESSUIHIN</b>	
Olitko tyytyväinen palveluihin	23
Messutarjonnan riittävyys	24
Yleisarvosana ja odotukset	25
Palaute hyvää omin sanoin	26
Palaute huonoa omin sanoin	27
<b>7. MESSUVIESTINTÄ</b>	
Mistä parasta ennakkoinfoa	29
Huomiota herättävät/hyödyllisimmät tietolähteet	30
Pilari- ja äänimainonta	31
Messuluettelo	32
Messutiedotus	33
Asuntomessujen kotisivut	35
<b>8. MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA</b>	
Mielipiteet messupaikkakunnasta	37
Aikomus vierailta Porissa uudelleen	38
<b>9. TULEVAT MESSUT</b>	
Asuntomessut Valkeakoskella 2009	40
<b>10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT</b>	
Miten haluat asua	41
Millaisen loma-asunnon rakentaisit	42
Nykyiseen asuntooni kaipaisin	43
Mikä sana kuvailee parhaiten Asuntomessuja	44
<b>11. ÄÄNESTYS</b>	
Paras mökki -äänestys	45
<b>12. NÄYTTÄILLEASETTAJATUTKIMUS</b>	46



# SUOMEN ASUNTOMESSUT

## 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 äänestää myös mielestään parasta loma-asuntoa. 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 messualueella oleviin laatikoihin tai Suorakanava Oy:n pisteeseen.

Messujen tunnusluvut

- kävijöitä 65 363
- perheitä 27 010
- keskimääräinen perheenkoko 2,42
- palautettuja tutkimuslomakkeita 4 139
- palautus-% perheistä 15,3

### 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 GSM 044 540 3232

### Suorakanava Oy

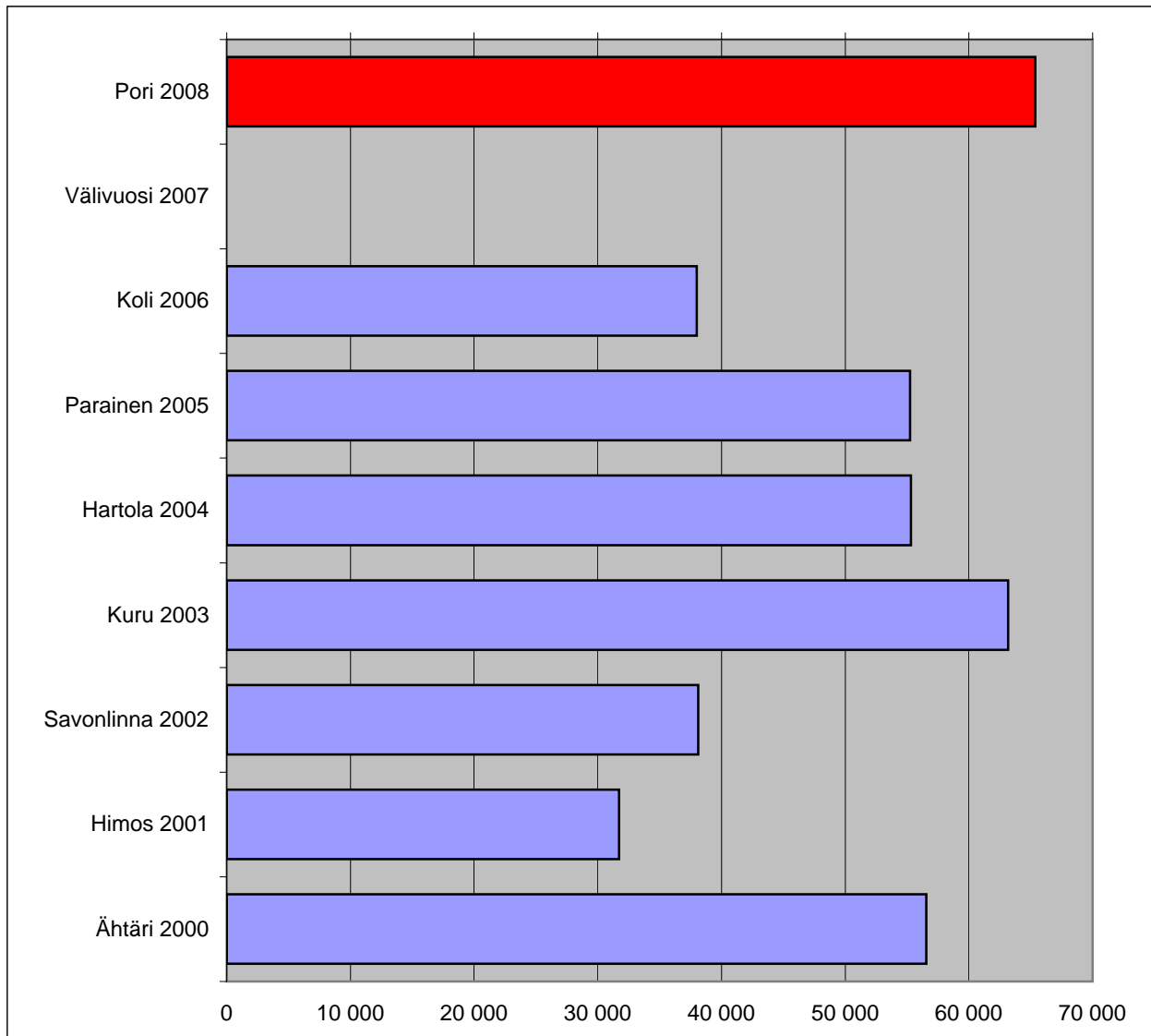
Luotsinmäenpuistokatu 1  
28100 PORI  
Puhelin 02-634 6400  
E-mail: etunimi.sukunimi@rakentaja.fi





## 2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT

### Loma-asuntomessut 2000-2008



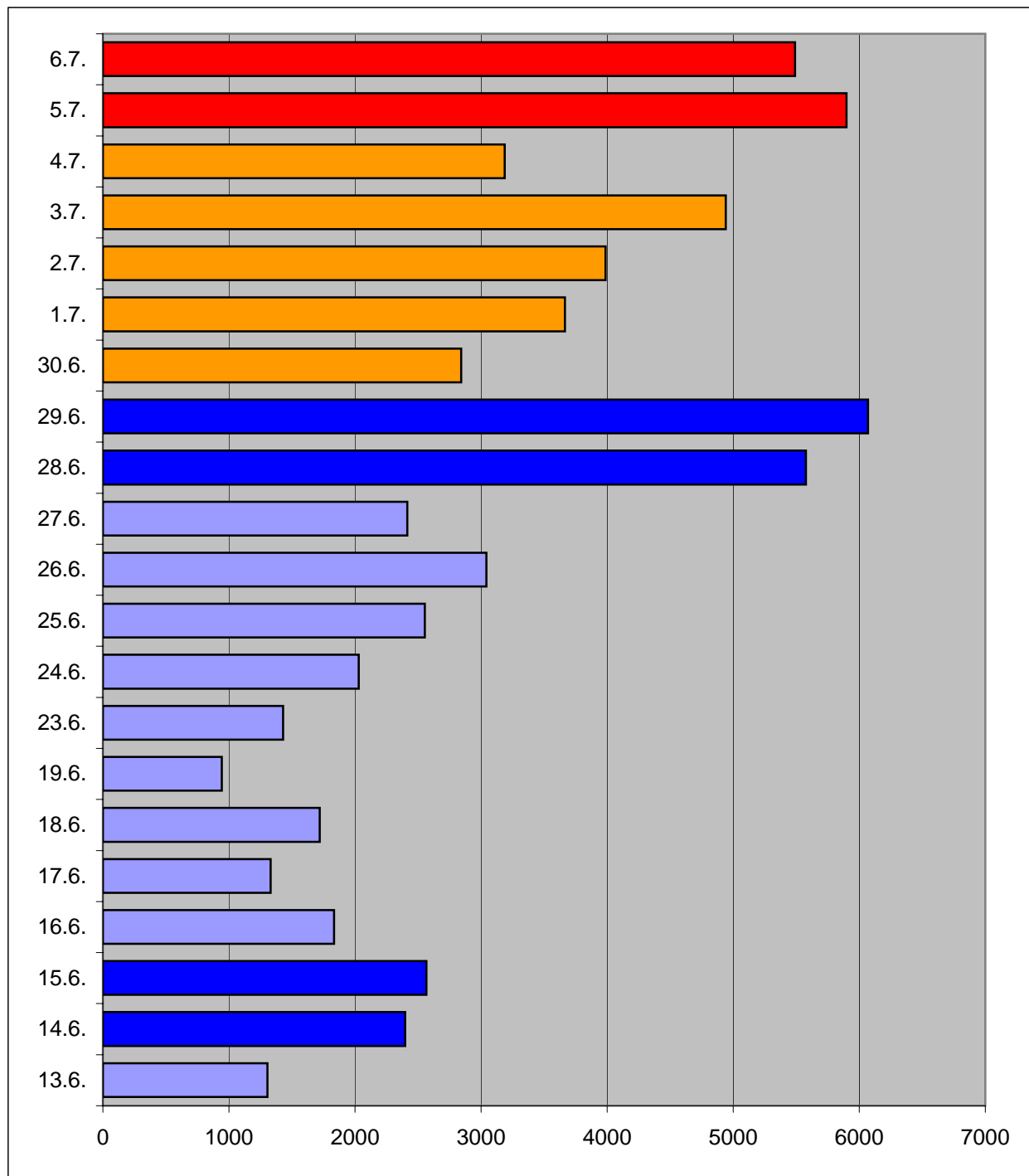
#### Loma-asuntomessut 2000-2008

	kävijämäärä
Pori 2008	65 363
Välivuosi 2007	0
Koli 2006	38 005
Parainen 2005	55 244
Hartola 2004	55 306
Kuru 2003	63 175
Savonlinna 2002	38 123
Himos 2001	31 724
Ähtäri 2000	56 551

Loma-asuntomessujen uuteen kävijäennätykseen saattoi vaikuttaa yksi välivuosi. Myös teemat olivat kiinnostavia.



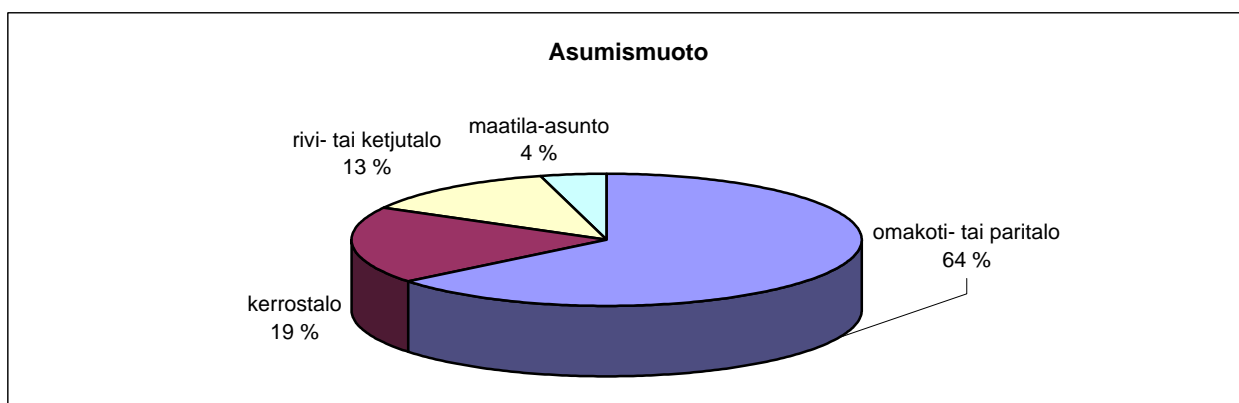
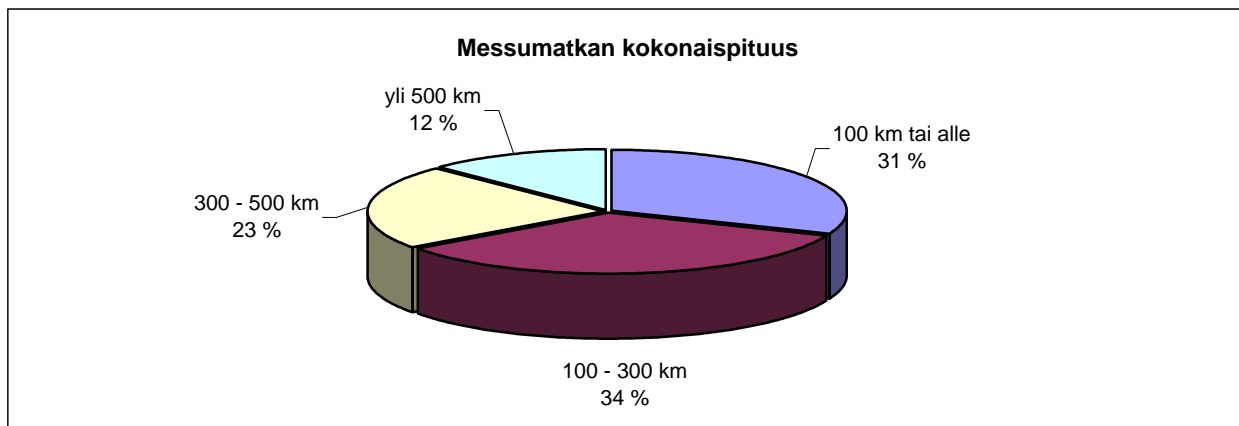
## Porin kävijät päivittäin



Messujen kävijämäärä kasvoi poikkeuksellisen voimakkaasti loppua kohden.



## Messumatka



### Messumatkan kokonaispituus

#### edestakaisin

	vastanneet	% osuus
100 km tai alle	963	31 %
100 - 300 km	1056	34 %
300 - 500 km	705	23 %
yli 500 km	385	12 %

### Asumismuoto

	vastanneet	% osuus
omakoti- tai paritalo	2408	64 %
kerrostalo	711	19 %
rivi- tai ketjutalo	478	13 %
maatila-asunto	160	4 %

### Onko teillä mökki?

	vastanneet	% osuus
kyllä	1680	51 %
ei	1617	49 %

### Mistä lähditte messuille?

	vastanneet	% osuus
Kotoa	245	81 %
Mökiltä	29	10 %
Muu	27	9 %

Matkan pituus ei ollut este loma-asuntomessuilla käyntiin.

Joka toisella messuvieraalla on oma mökki, joka kertonee remontoinnin tai sisustamisen ajankohtaisuudesta.

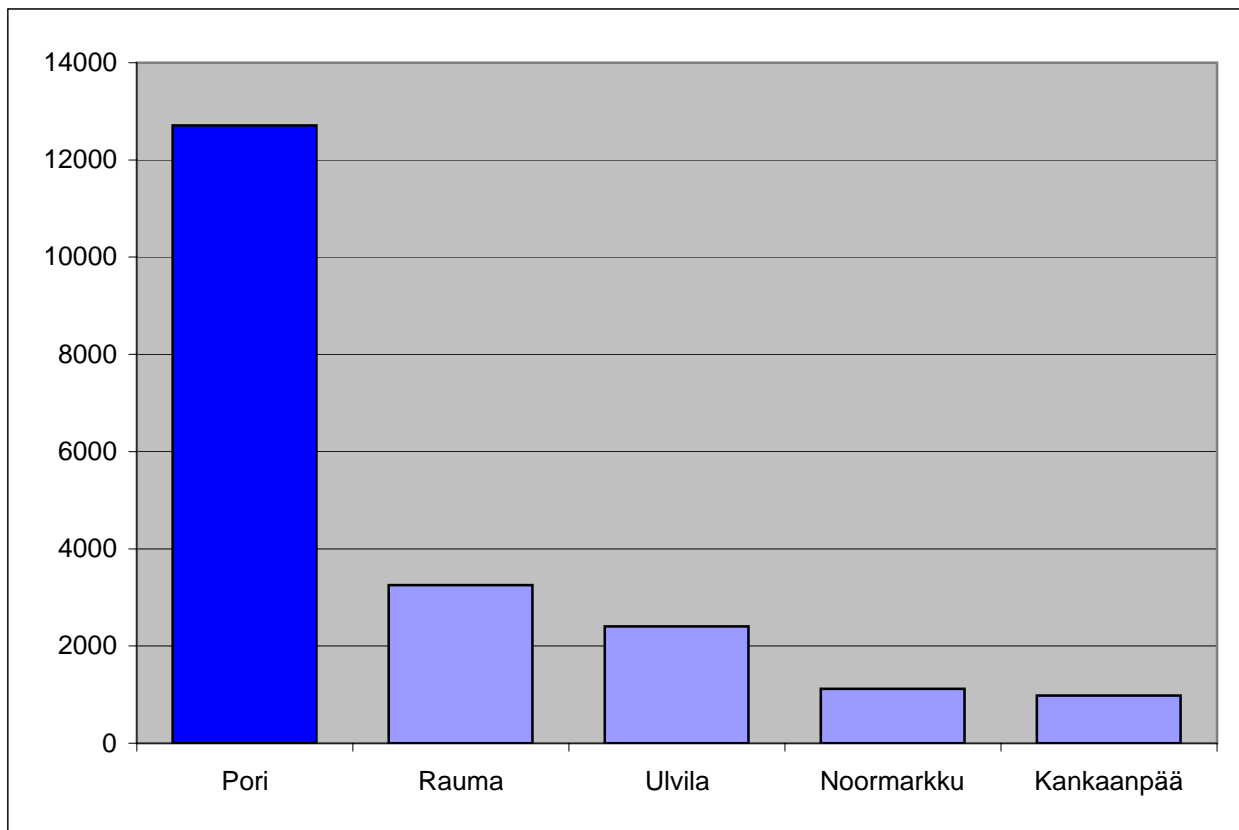
Messuille tultiin kuitenkin kotoa käsin, ei mökiltä.

Omakoti- tai paritalossa asuvista 43 %:lla on mökki.



## 3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFILI

### Lähikuntien kävijät



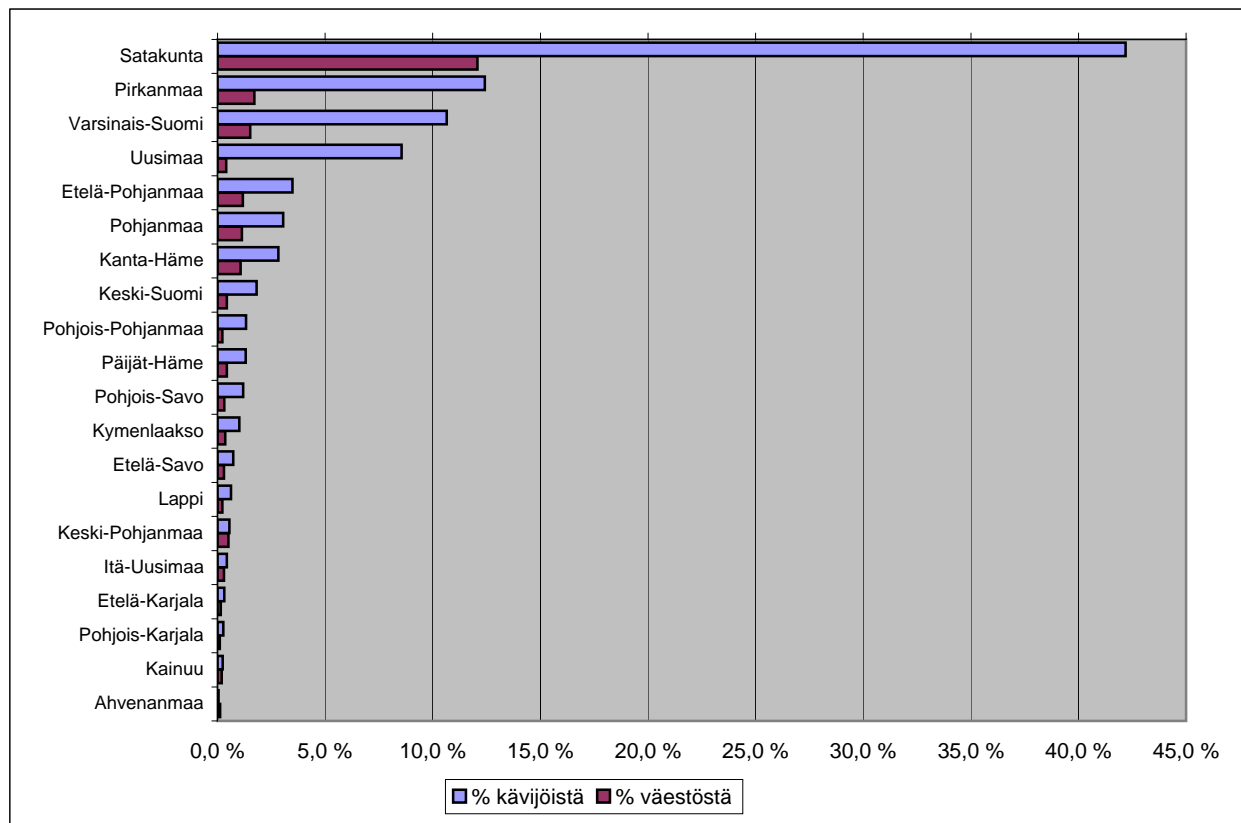
Lähikuntien kävijät	vastanneet	kävijät	% osuus kävijöistä	% osuus väestöstä
Pori	805	12713	19,4 %	16,7 %
Rauma	206	3253	5,0 %	8,9 %
Ulvila	152	2400	3,7 %	17,4 %
Noormarkku	71	1121	1,7 %	18,3 %
Kankaanpää	62	979	1,5 %	7,8 %
Harjavalta	58	916	1,4 %	11,9 %
Nakkila	55	869	1,3 %	14,9 %
Eura	49	774	1,2 %	8,2 %
Kokemäki	44	695	1,1 %	8,3 %
Eurajoki	43	679	1,0 %	11,6 %
Huittinen	29	458	0,7 %	5,1 %
Luvia	27	426	0,7 %	12,8 %
Säkylä	20	316	0,5 %	6,4 %
Köyliö	17	268	0,4 %	9,1 %
Pomarkku	17	268	0,4 %	10,6 %
Merikarvia	16	253	0,4 %	7,1 %
Kiukainen	15	237	0,4 %	7,1 %
Lappi	11	174	0,3 %	5,3 %

Porilaisten pieni kävijäosuus hämmästyttää.

Vertailuna: Hartolassa oman kunnan väestä kävi perästi 30 %.



## Kävijät maakunnittain



Maakunnat	väestö	vastanneet	kävijät	% kävijöistä	% väestöstä
Satakunta	228 431	1 746	27 573	42,2 %	12,1 %
Pirkanmaa	476 631	514	8 117	12,4 %	1,7 %
Varsinais-Suomi	459 235	441	6 964	10,7 %	1,5 %
Uusimaa	1 388 964	354	5 590	8,6 %	0,4 %
Etelä-Pohjanmaa	193 815	144	2 274	3,5 %	1,2 %
Pohjanmaa	174 987	126	1 990	3,0 %	1,1 %
Kanta-Häme	171 449	117	1 848	2,8 %	1,1 %
Keski-Suomi	270 701	75	1 184	1,8 %	0,4 %
Pohjois-Pohjanmaa	383 411	55	869	1,3 %	0,2 %
Päijät-Häme	200 061	54	853	1,3 %	0,4 %
Pohjois-Savo	248 872	49	774	1,2 %	0,3 %
Kymenlaakso	183 564	42	663	1,0 %	0,4 %
Etelä-Savo	157 862	30	474	0,7 %	0,3 %
Lappi	184 390	26	411	0,6 %	0,2 %
Keski-Pohjanmaa	70 964	23	363	0,6 %	0,5 %
Itä-Uusimaa	94 755	18	284	0,4 %	0,3 %
Etelä-Karjala	134 716	13	205	0,3 %	0,2 %
Pohjois-Karjala	166 744	11	174	0,3 %	0,1 %
Kainuu	83 779	10	158	0,2 %	0,2 %
Ahvenanmaa	27 153	2	32	0,0 %	0,1 %
<b>Yhteensä</b>	<b>5 300 484</b>		<b>65 363</b>		

Kävijämäärä koostui selkeästi pääosin satakuntalaisista.

Uusimaalaisten määrällinen ja varsinkin suhteellinen osuus jäi pieneksi.



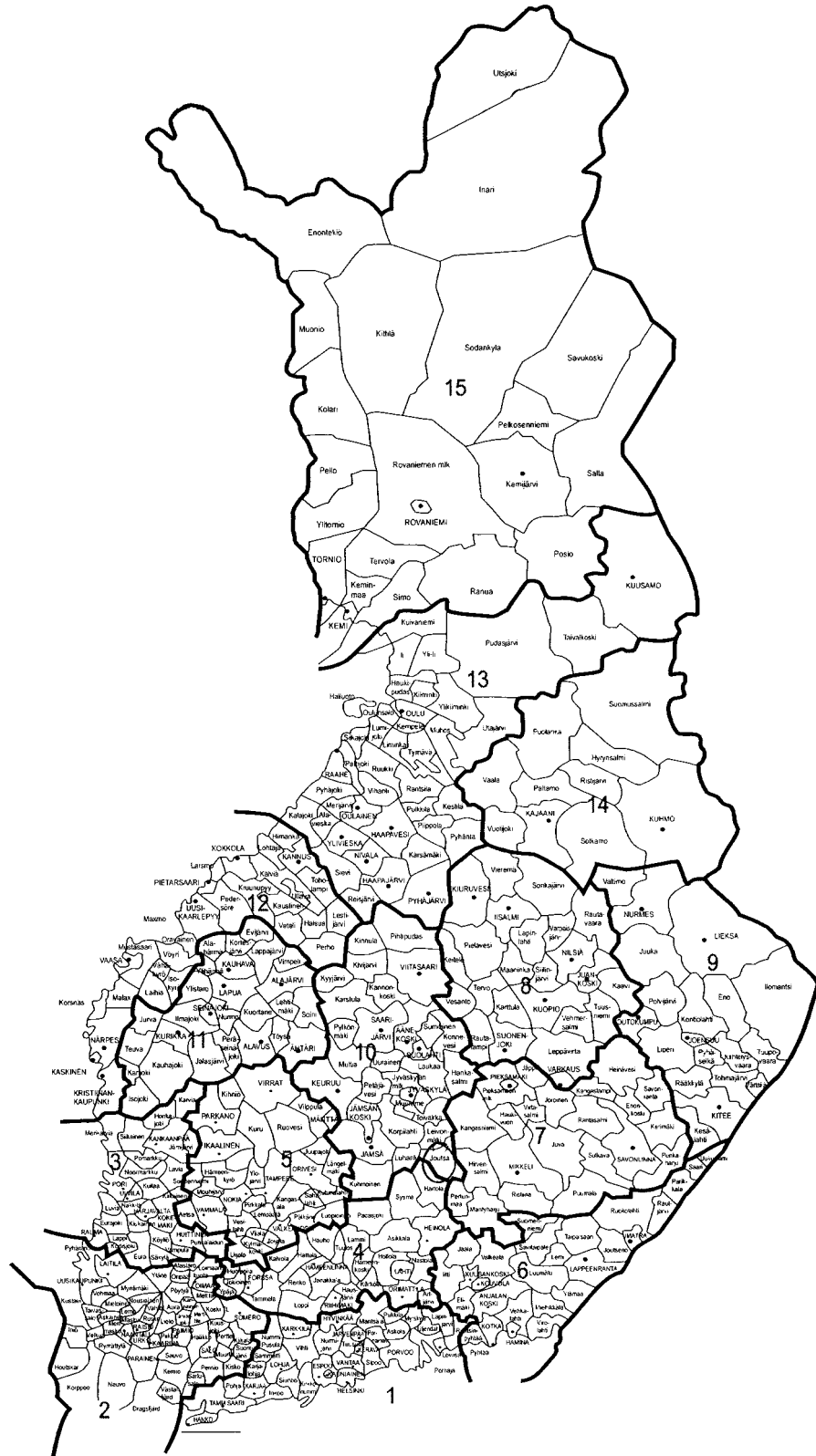


# SUOMEN ASUNTOMESSUT

## Maakunnat

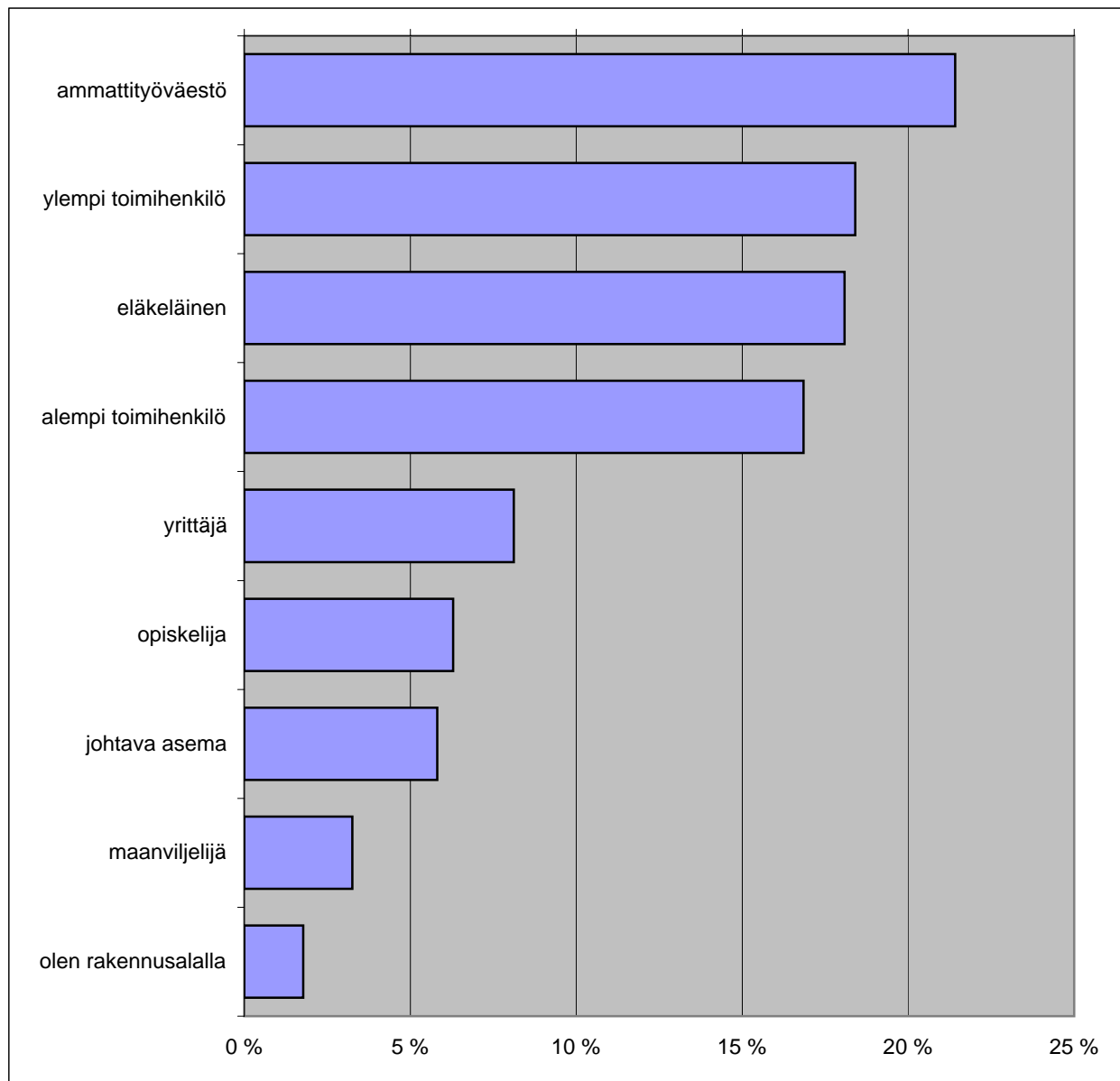
### Maakunnat

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





## Ammattiryhmät

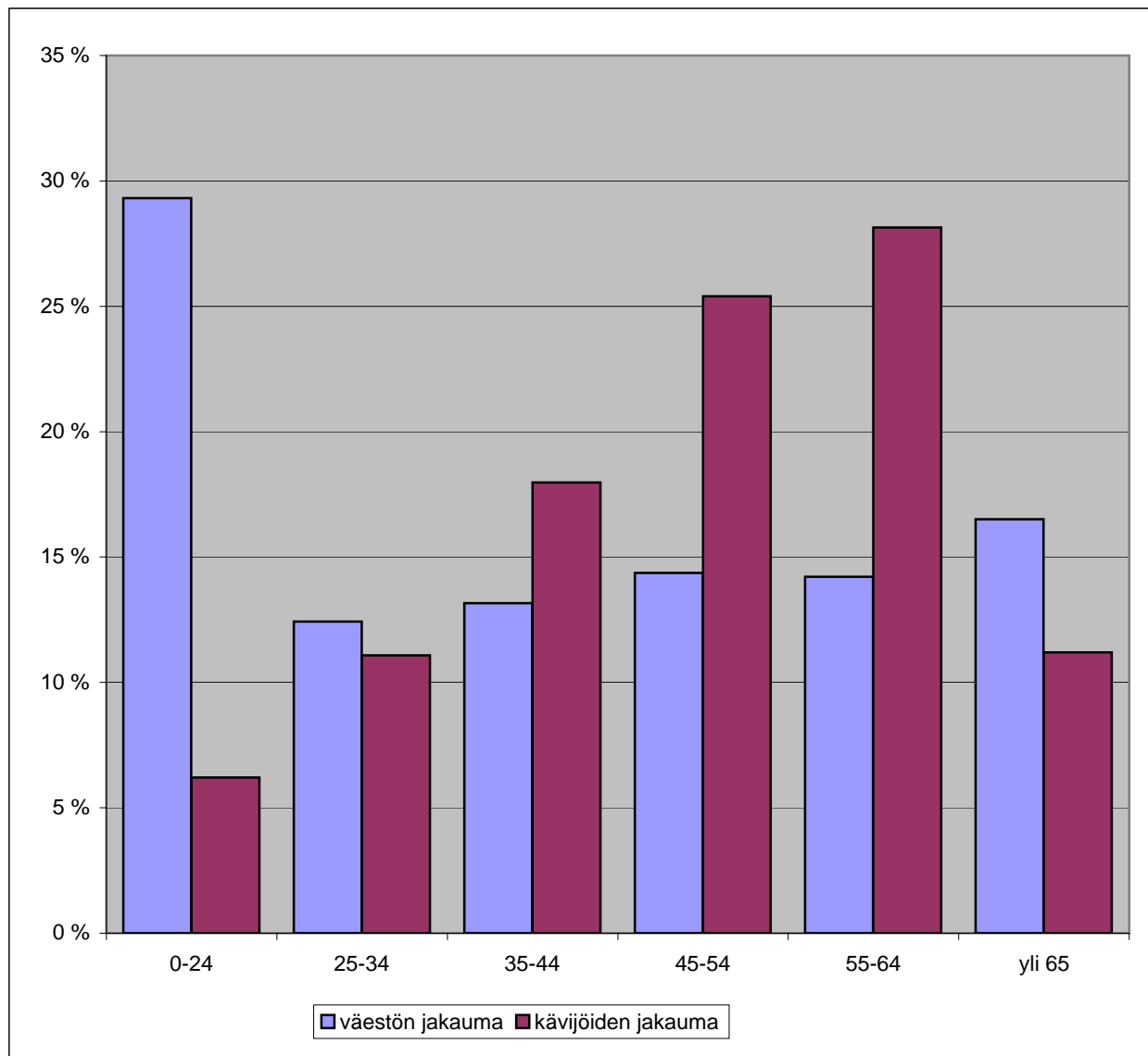


Ammattiryhmät	vastanneet	% osuus
ammattityöväestö	810	21 %
ylempi toimihenkilö	696	18 %
eläkeläinen	684	18 %
alempi toimihenkilö	637	17 %
yrittäjä	307	8 %
opiskelija	238	6 %
johtava asema	220	6 %
maanviljelijä	123	3 %
olen rakennusalalla	67	2 %

Kävijöitä oli kaikista ammattiryhmistä vastaten melko tarkkaan ko. ryhmän osuutta väestöstä.



## Ikäjakauma ja sukupuoli



Ikäjakauma	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
0-24	1 553 776	219	29 %	6 %
25-34	658 633	391	12 %	11 %
35-44	697 681	634	13 %	18 %
45-54	761 531	896	14 %	25 %
55-64	753 632	993	14 %	28 %
yli 65	875 231	395	17 %	11 %
	5 300 484	3 528		

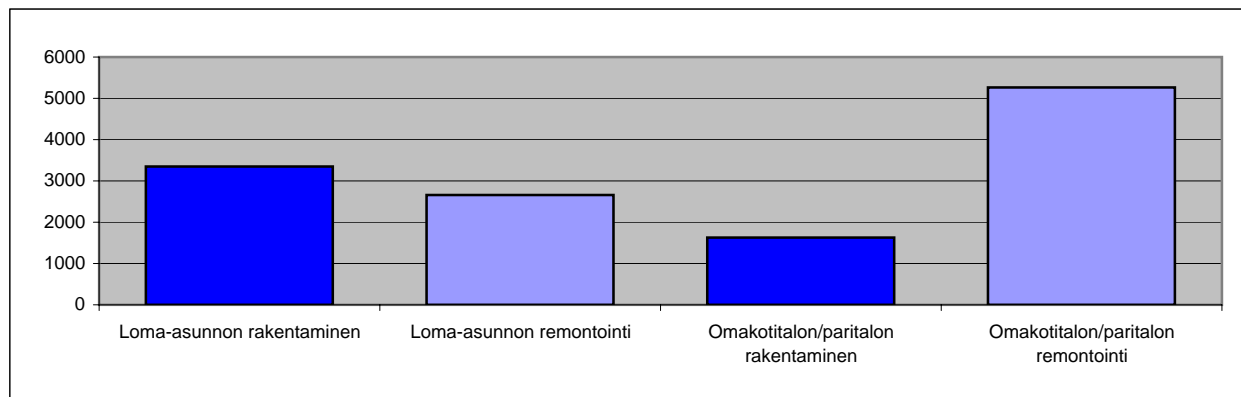
  

Sukupuoli	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
Nainen	2 703 697	2439	51 %	64 %
Mies	2 596 787	1361	49 %	36 %

Kävijöistä 64 % oli yli 45-vuotiaita. Täsmälleen sama kuin Koliilla 2006.



## Rakennus- ja remonttiaikomukset



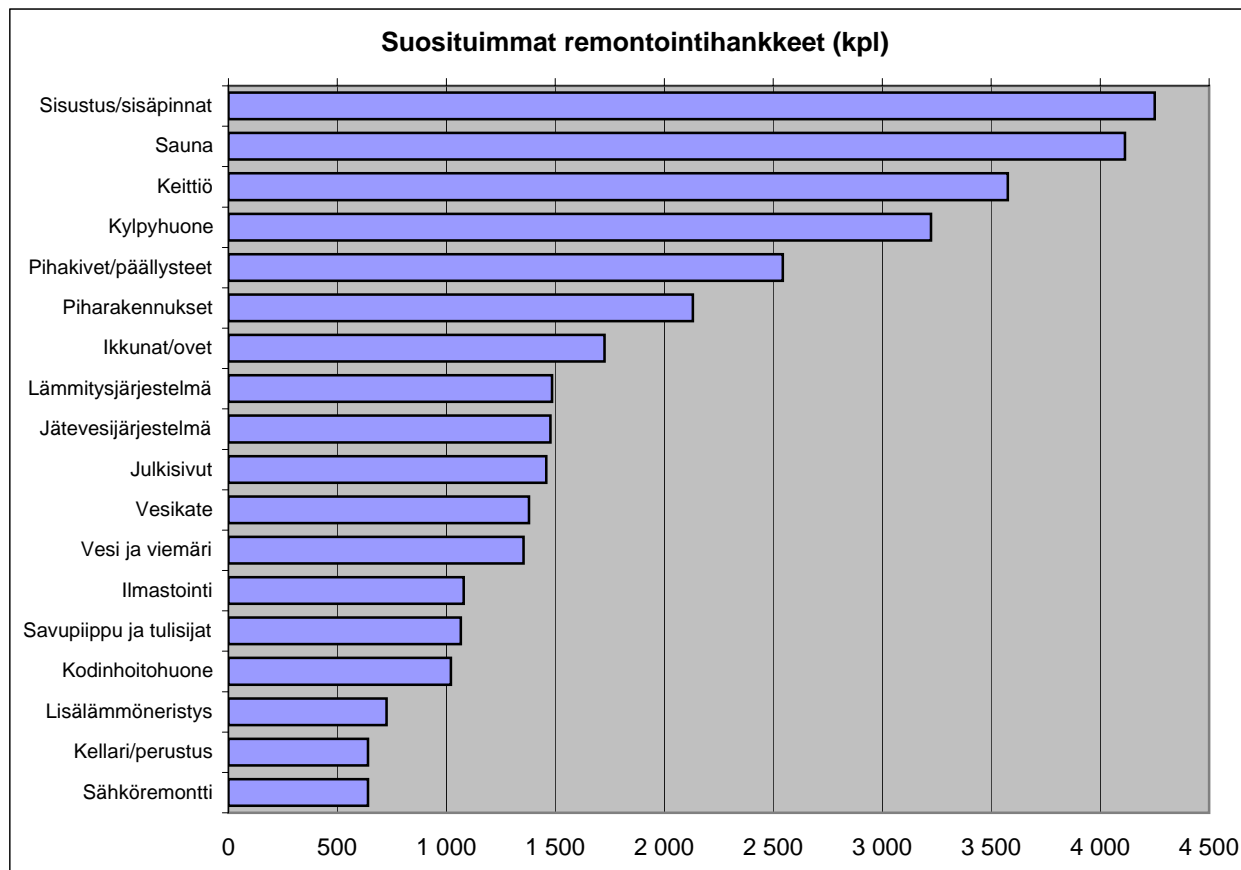
Porin hankkeet	vastanneet 2008-2009	vastanneet myöh.	vastanneet ei vuotta	vastanneet yhteensä
Loma-asunnon rakentaminen	233	175	104	512
Loma-asunnon remontointi	180	152	75	407
Loma-asunnon laajennus	55	43	18	116
Loma-asunnon osto/myynti	37	48	30	115
Omakotitalon/paritalon rakentaminen	107	87	55	249
Omakotitalon/paritalon remontointi	374	295	136	805
Omakotitalon/paritalon laajennus	26	16	11	53
Omakotitalon/paritalon osto/myynti	29	44	23	96
Rivi- tai kerrostaloasunnon remontointi	78	88	29	195
Rivi- tai kerrostaloasunnon laajennus	4	4	1	9
Rivi- tai kerrostaloasunnon osto/myynti	35	53	21	109
Saunan rakentaminen	94	74	31	199
Saunan remontointi	134	108	49	291

Porin hankevolyymit	volyyymi 2008-2009	volyyymi myöh.	volyyymi ei vuotta	volyyymi yhteensä
Loma-asunnon rakentaminen	1524	1144	680	3348
Loma-asunnon remontointi	1177	994	490	2661
Loma-asunnon laajennus	360	281	118	759
Loma-asunnon osto/myynti	242	314	196	752
Omakotitalon/paritalon rakentaminen	700	569	360	1628
Omakotitalon/paritalon remontointi	2446	1929	889	5264
Omakotitalon/paritalon laajennus	170	105	72	347
Omakotitalon/paritalon osto/myynti	190	288	150	628
Rivi- tai kerrostaloasunnon remontointi	510	575	190	1275
Rivi- tai kerrostaloasunnon laajennus	26	26	7	59
Rivi- tai kerrostaloasunnon osto/myynti	229	347	137	713
Saunan rakentaminen	615	484	203	1301
Saunan remontointi	876	706	320	1903

Loma-asuntomessuilta haetaan ideoita myös omakotitalon rakentamiseen ja remontointiin. Edellä mainittuihin hankkeisiin aiotaan käyttää seuraavan vuoden aikana keskimäärin 25 400 € Messukävijät rakentavat tai remontoivat loma-asuntoa ensi vuonna noin 200 miljoonalla eurolla.



## Remonttiaikomukset



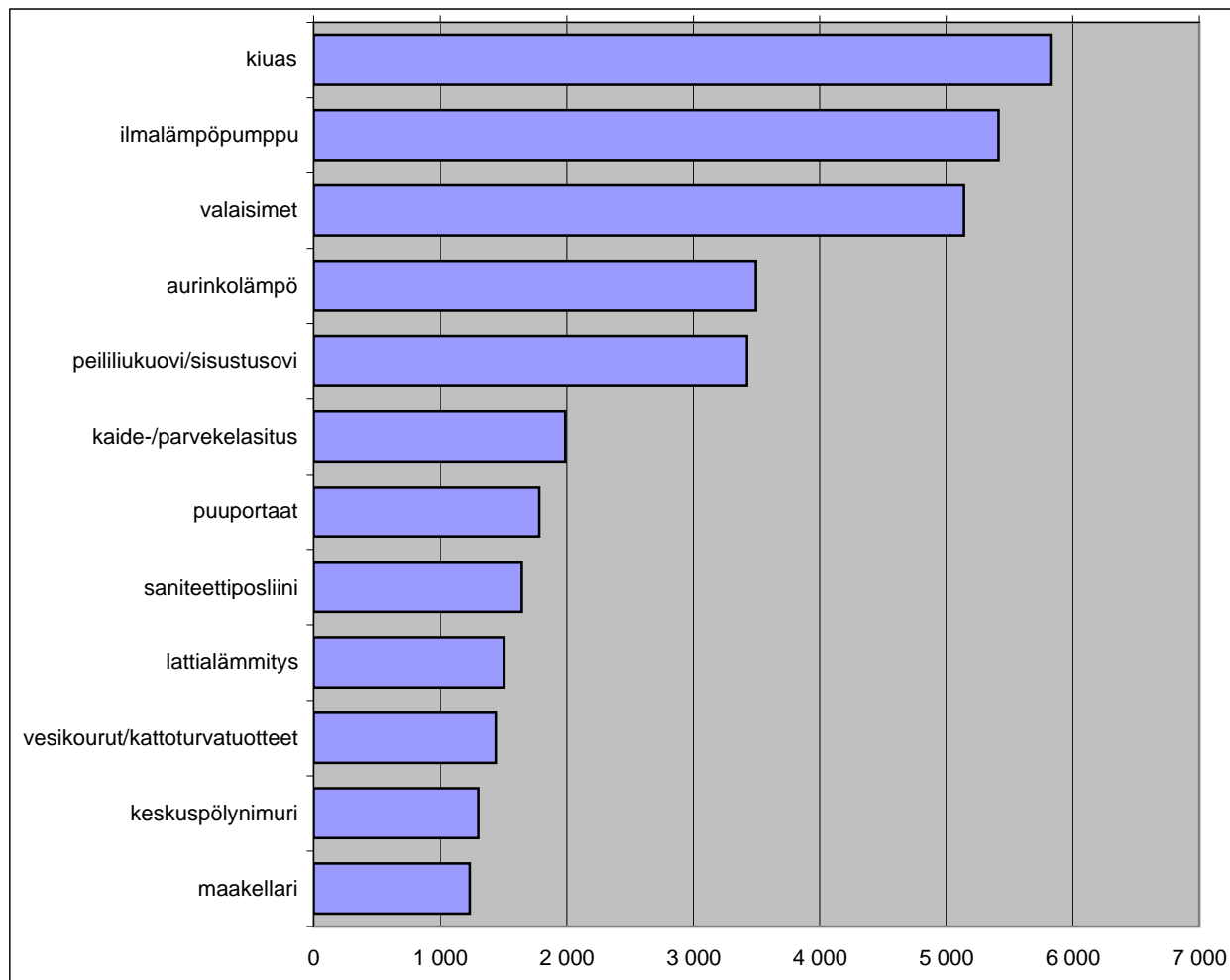
Remonttiaikomukset	vastanneet	% osuus	messu-volyymi	% remonteista
Sisustus/sisäpinnat	650	38,3 %	4 250	38 %
Sauna	629	37,0 %	4 113	37 %
Keittiö	547	32,2 %	3 577	32 %
Kylpyhuone	493	29,0 %	3 224	29 %
Pihakivet/päälysteet	389	22,9 %	2 544	23 %
Piharakennukset	326	19,2 %	2 132	19 %
Ikkunat/ovet	264	15,5 %	1 726	16 %
Lämmitysjärjestelmä	227	13,4 %	1 484	13 %
Jätevesijärjestelmä	226	13,3 %	1 478	13 %
Julkisivut	223	13,1 %	1 458	13 %
Vesikate	211	12,4 %	1 380	12 %
Vesi ja viemäri	207	12,2 %	1 354	12 %
Ilmastointi	165	9,7 %	1 079	10 %
Savupiippu ja tulisijat	163	9,6 %	1 066	10 %
Kodinhuoltohuone	156	9,2 %	1 020	9 %
Lisälämmöneristys	111	6,5 %	726	7 %
Kellari/perustus	98	5,8 %	641	6 %
Sähköremontti	98	5,8 %	641	6 %

Reilut 4 000 perhettä haki messuilta sisustusideoita, normaalien "kestosuosikkien" sauna-, keittiö- ja kylpyhuone-remonttien ollessa niin ikään vahvasti ajankohtaisia.

Kaikkiaan remontoitavia kohteita oli messukävijöillä yhteensä 35 000.



## Kiinnostavat tuotteet



### Kiinnostavat tuotteet

Kiinnostavat tuotteet	vastanneet	volyyymi	%-osuus
kiuas	85	5 824	21,5 %
ilmalämpöpumppu	79	5 413	20,0 %
valaisimet	75	5 139	19,0 %
aurinkolämpö	51	3 494	12,9 %
peiliiliukuovi/sisustusovi	50	3 426	12,7 %
kaide-/parvekelasitus	29	1 987	7,3 %
puuporta	26	1 781	6,6 %
saniteettiposliini	24	1 644	6,1 %
lattialämmitys	22	1 507	5,6 %
vesikourut/kattoturvatuotteet	21	1 439	5,3 %
keskuspölynimuri	19	1 302	4,8 %
maakellari	18	1 233	4,6 %
lämmityskattila	16	1 096	4,1 %
autotallin ovet	14	959	3,5 %
kattoikkunat	11	754	2,8 %
	395		

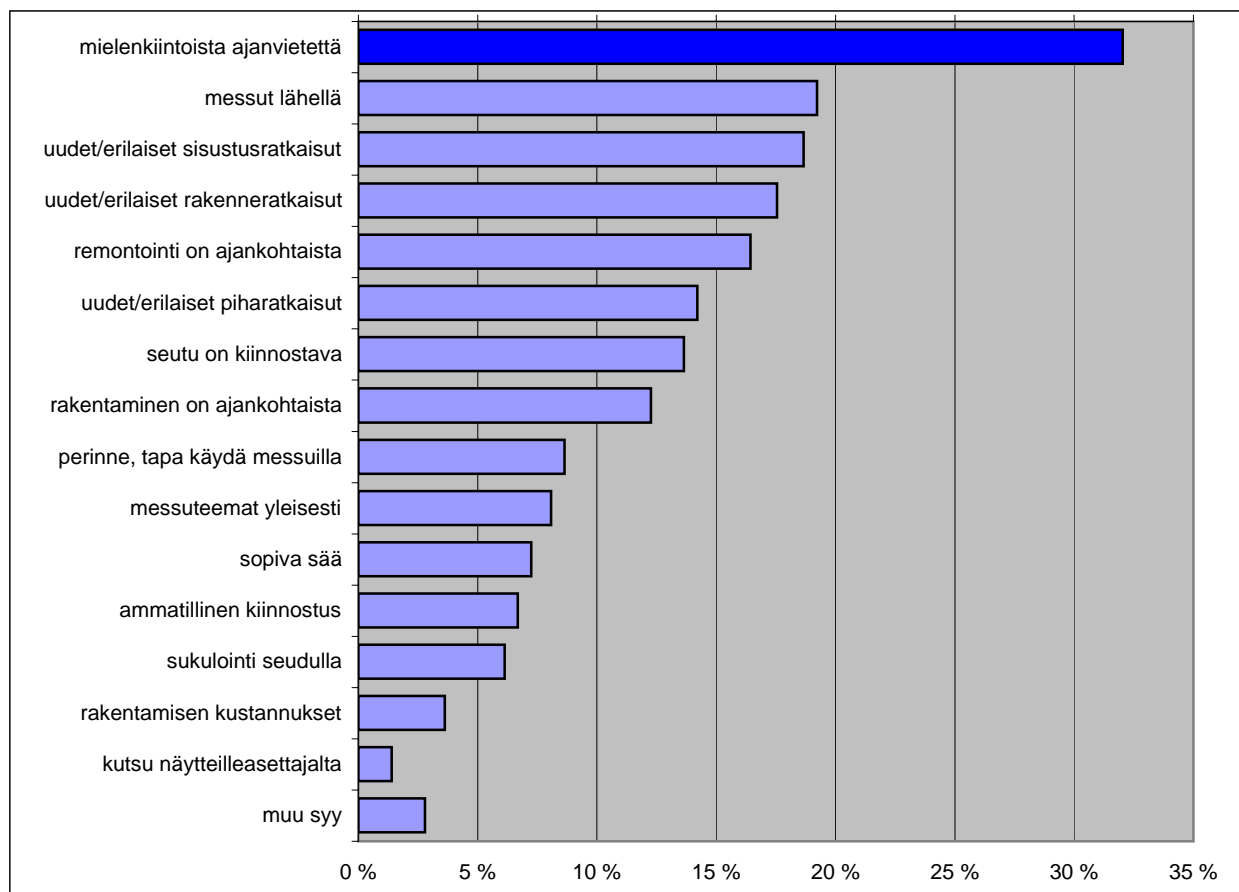
Ilmalämpöpumppu ja aurinkolämpö ovat eniten "nousseita" kiinnostuksen kohteita.

Messuvieraat aikovat tehdä noin 40 000 tuotehankintaa seuraavan vuoden aikana.



## 4. MESSUILLE TULO

### Mikä sai lähtemään messuille?



#### Mikä sai lähtemään messuille?

Mikä sai lähtemään messuille?	vastanneet	% osuus	volyymi
mielenkiintoista ajanvietettä	115	32 %	8670
messut lähellä	69	19 %	5202
uudet/erilaiset sisustusratkaisut	67	19 %	5051
uudet/erilaiset rakenneratkaisut	63	18 %	4750
remontointi on ajankohtaista	59	16 %	4448
uudet/erilaiset piharatkaisut	51	14 %	3845
seutu on kiinnostava	49	14 %	3694
rakentaminen on ajankohtaista	44	12 %	3317
perinne, tapa käydä messuilla	31	9 %	2337
messuteemat yleisesti	29	8 %	2186
sopiva sää	26	7 %	1960
ammattilinen kiinnostus	24	7 %	1809
sukulointi seudulla	22	6 %	1659
rakentamisen kustannukset	13	4 %	980
kutsu näytteilleasettajalta	5	1 %	377
muu syy	10	3 %	754

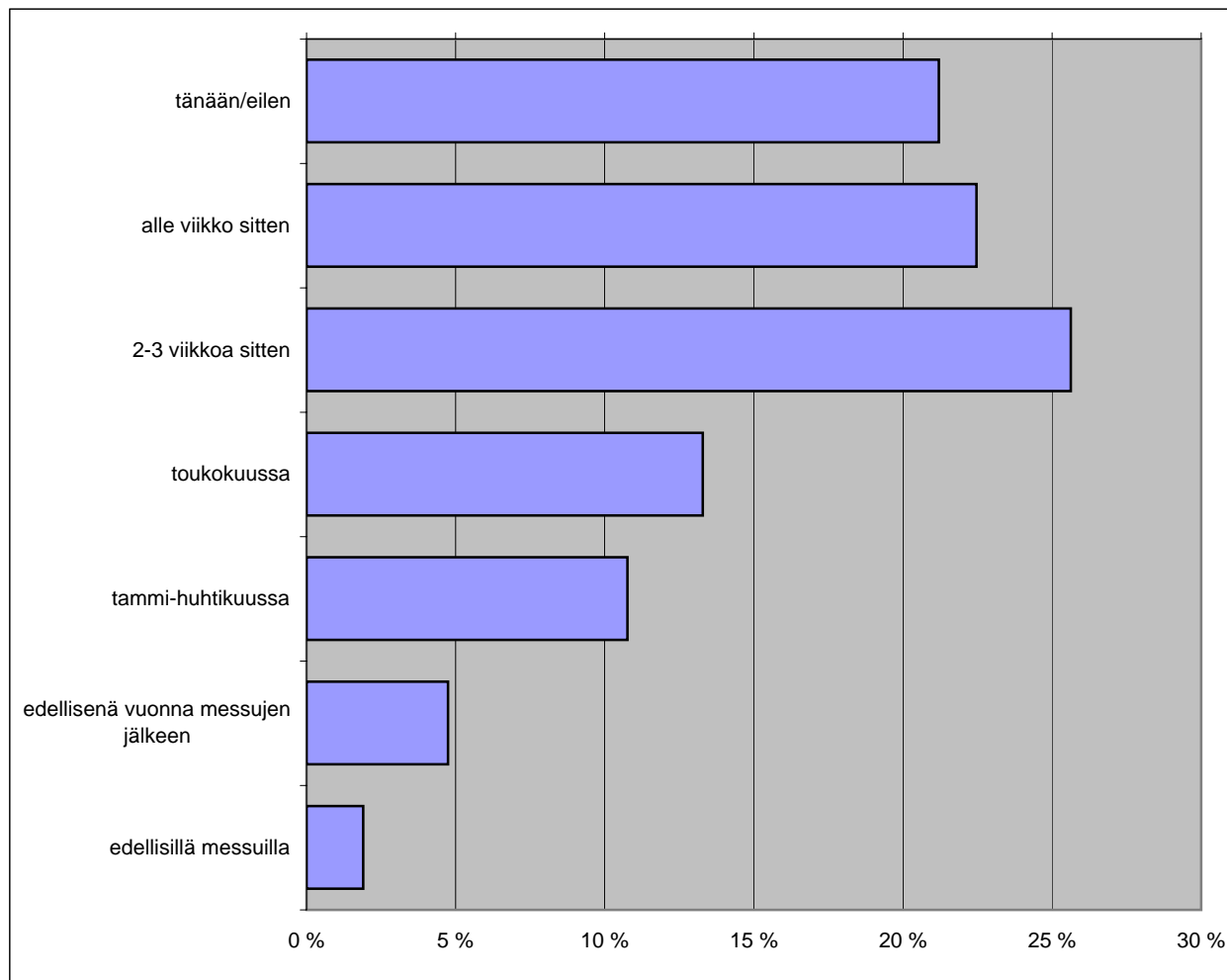
Vastaajista kolmannes tuli viettämään vapaa-aikaa (sama kuin Koli), kun messut olivat lähellä.

Paraisilla 2005 "hupikävijöiden" osuus oli vain 20 %

Rakentamisen ajankohtaisuus:  
- Reposaari 12 %  
- Koli 20 %  
- Parainen 13 %



## Päätös lähteä messuille



### Päätös lähteä messuille

	vastanneet	%-osuus
tänään/eilen	67	21 %
alle viikko sitten	71	22 %
2-3 viikkoa sitten	81	26 %
toukokuussa	42	13 %
tammi-huhtikuussa	34	11 %
edellisenä vuonna messujen jälkeen	15	5 %
edellisillä messuilla	6	2 %

316

### Miksi tulitte arkipäivänä/viikonloppuna?

	vastanneet	%-osuus
perheelle/seurueelle kävi vain tämä päivä	93	37 %
melko spontaanisti	65	26 %
oletin että on väljempää	46	18 %
liittyi messumatkan muuhun ohjelmaan	23	9 %
olen muulloin töissä	18	7 %
työnantajan suostumus	9	4 %

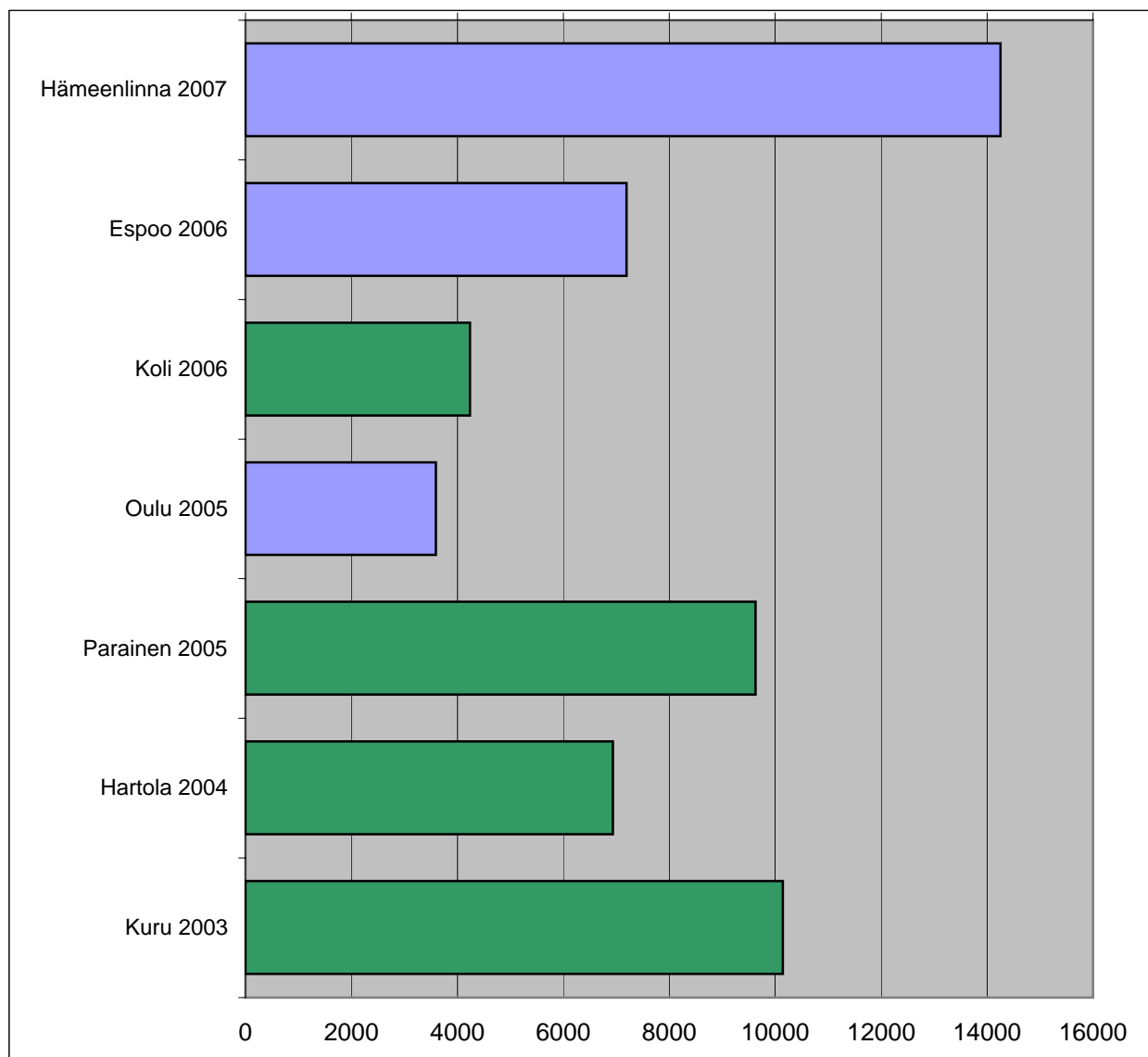
254

Yli puolet kävijöistä oli tehnyt päätöksen messuille lähdistä viimeistään 2-3 viikkoa aikaisemmin.





## Aikaisemmat loma-asuntomessu- tai asuntomessukäynnit



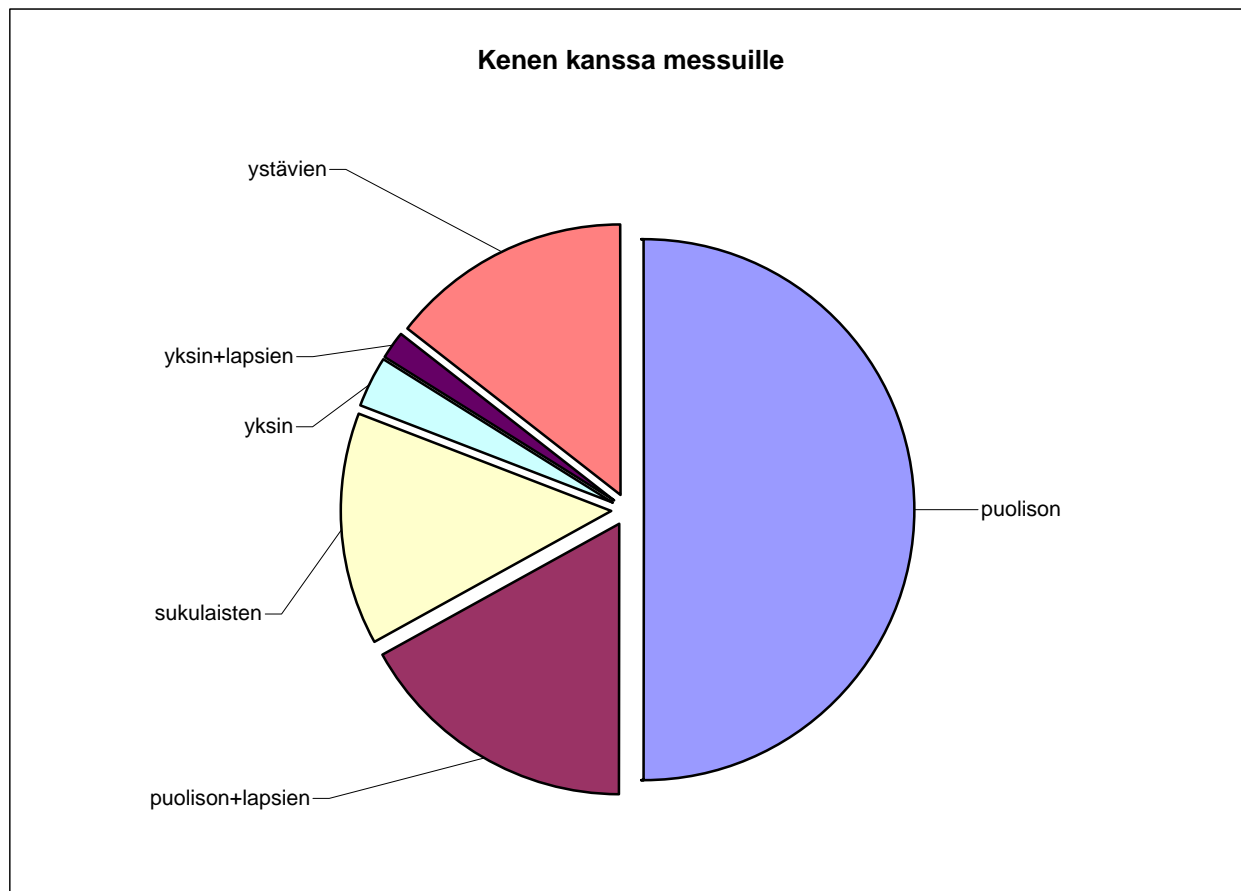
### Aikaisemmat loma-asuntomessu- tai asuntomessukäynnit

	vastanneet	%-osuus	volyymi
Hämeenlinna 2007	111	22 %	14254
Espoo 2006	56	11 %	7191
Koli 2006	33	6 %	4238
Oulu 2005	28	6 %	3596
Parainen 2005	75	15 %	9631
Hartola 2004	54	11 %	6934
Kuru 2003	79	16 %	10145
			55 989

Messukävijät ovat uskollisia, sillä keskimäärin jokainen on käynyt joillain aiemmillä messulla viiden edellisvuoden aikana.



## Kulkuväline ja messumatkan luonne



### Tulin messuille

	vastanneet	% osuus
bussilla	24	8 %
henkilöautolla	280	88 %
lentokoneella	0	0 %
junalla	1	0 %
muulla	7	2 %
pyörällä/kävelen	6	2 %

### Kenen kanssa tulit?

	vastanneet	% osuus
puolison	156	50 %
puolison+lapsien	53	17 %
sukulaisten	43	14 %
yksin	10	3 %
yksin+lapsien	5	2 %
ystävien	45	14 %

### Säätila messupäivänä

	vastanneet	% osuus
aurinkoinen	1815	52 %
pilvipouta	1334	38 %
sateinen	328	9 %

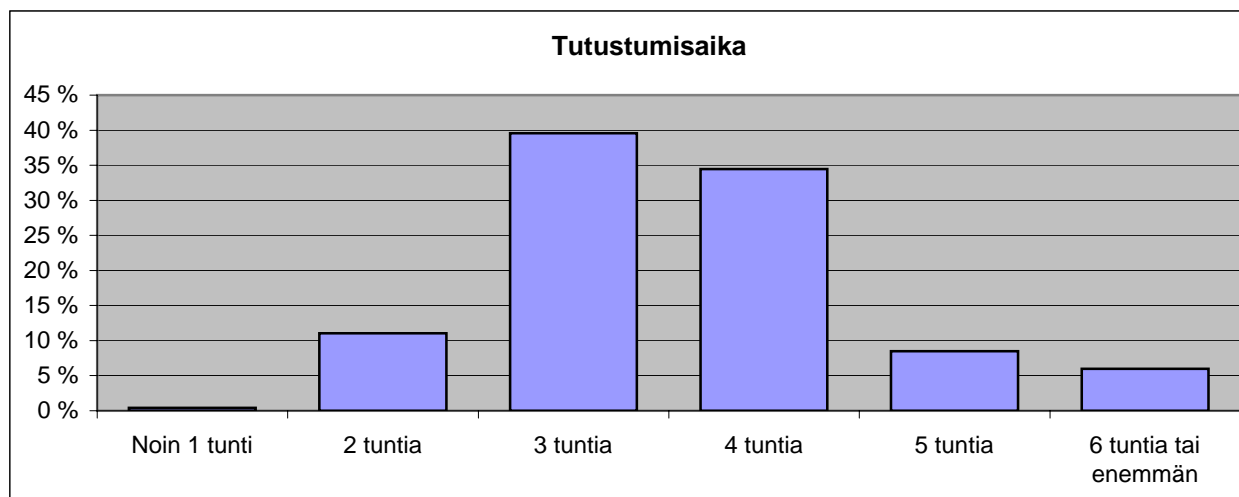
Messuille tullaan edelleen pääosin omalla autolla.

Messuille tullaan perheenjäsenten tai ystävien kanssa.



## 5. MESSUILLA OLO

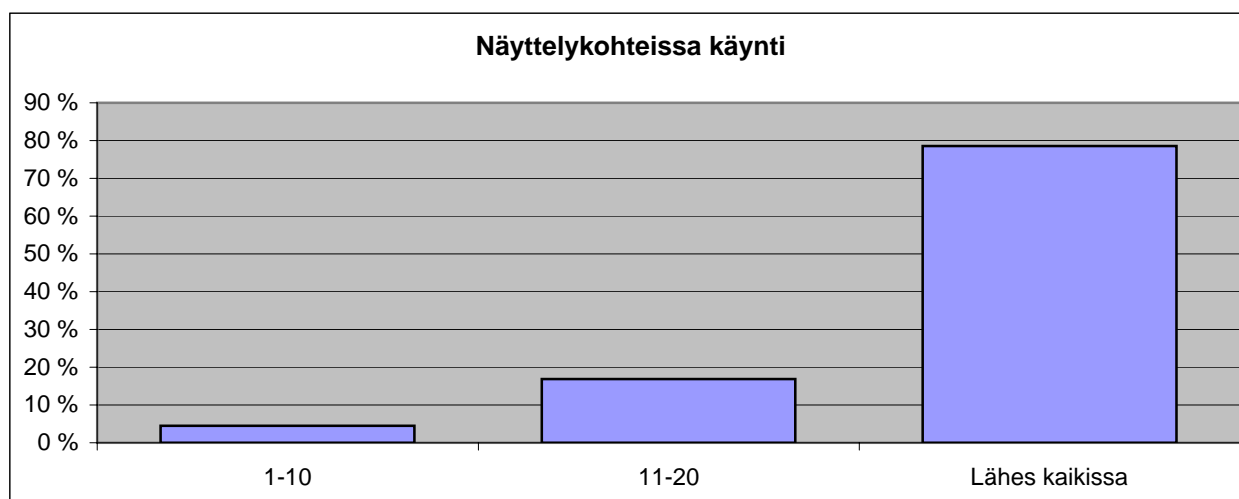
### Tutustumisaika ja käynnit näyttelykohteissa



#### Tutustumisaika messuihin

	vastanneet	% osuus
Noin 1 tunti	1	0 %
2 tuntia	26	11 %
3 tuntia	93	40 %
4 tuntia	81	34 %
5 tuntia	20	9 %
6 tuntia tai enemmän	14	6 %
	235	

Noin 90 % tutustuu messuihin yli 3 tuntia. Aiemmillä messuilla, Koli ja Parainen oli viisi tuntia viettäneiden osuus suurempi, mutta niinpä olivat alueetkin isommat.



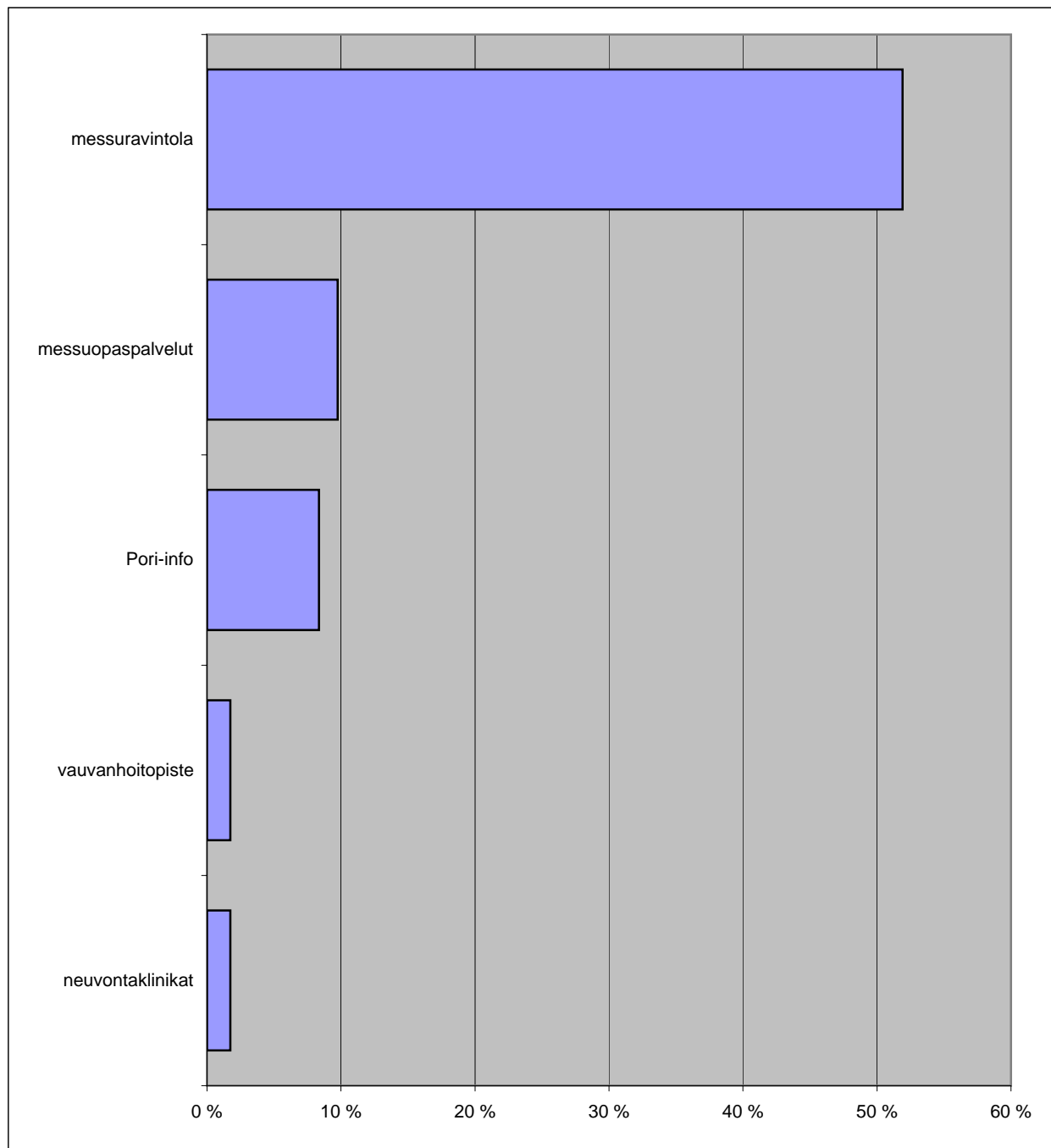
#### Näyttelykohteissa käynti

	vastanneet	% osuus
1-10	11	5 %
11-20	41	17 %
Lähes kaikissa	191	79 %

Messutalot kiinnostivat. Valtaosa kävijöistä tutustui lähes koko messutarjontaan.



## Messupalvelut



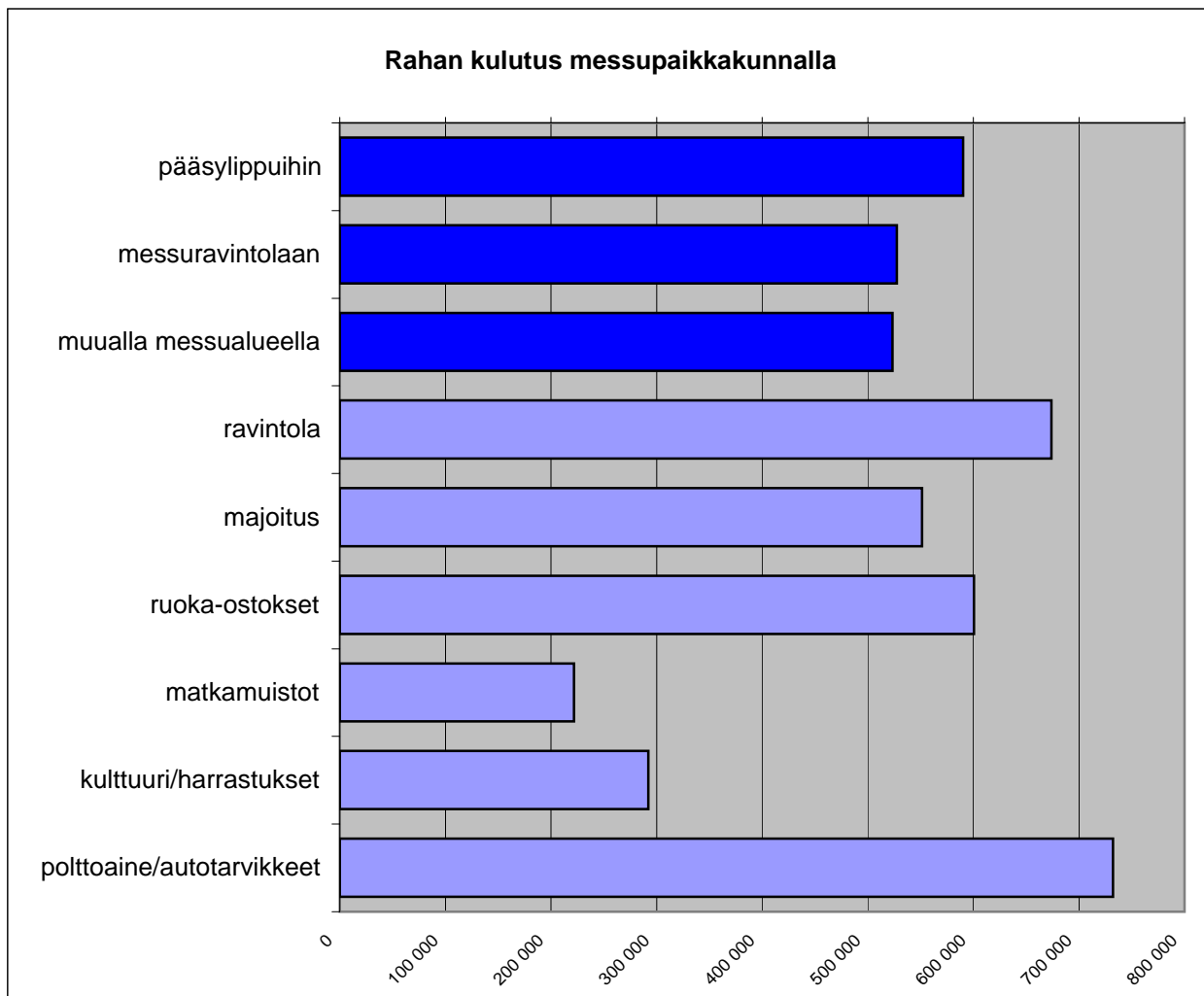
### Mitä messupalveluita käytitte?

	vastanneet	% osuus
messuravintola	149	52 %
messuopaspalvelut	28	10 %
Pori-info	24	8 %
vauvanhoitopiste	5	2 %
neuvontaklinikat	5	2 %

Messuravintolaa käytti vain puolet messuvieraista. Koliilla ja Paraisilla yli 90 %. Alueen koko ja siten vierailuaika korreloivat suoraan ravintolan käyttöä.



## Rahankulutus



### Kuinka paljon seurueenne käytti

#### rahaa henkilöä kohden?

	euroa/kävijä	yhteensä
pääsylippuihin	9,03	590 414
messuravintolaan	8,07	527 595
muualla messualueella	8,01	523 540
		1 641 550

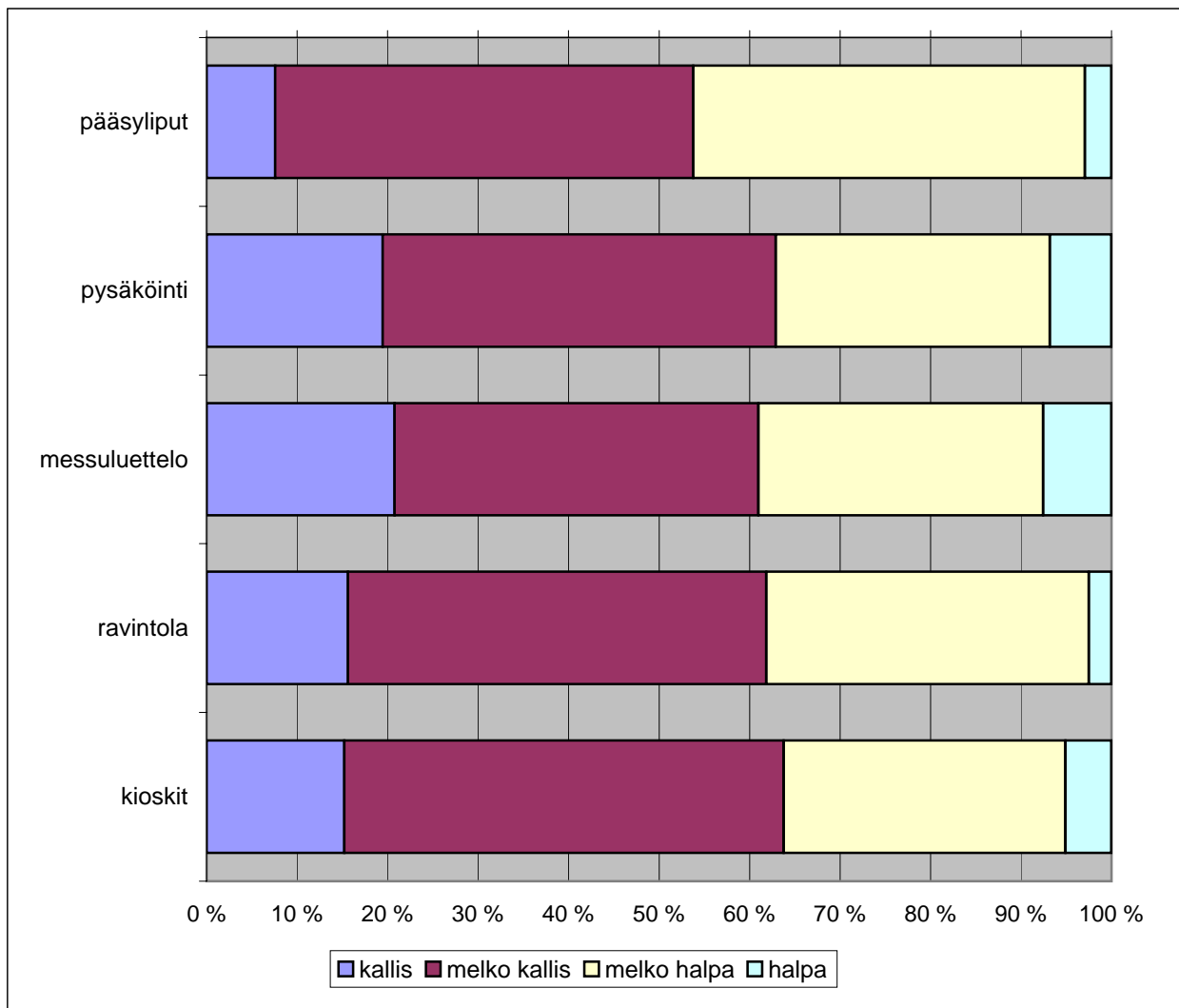
#### Rahan kulutus muualla messupaikkakunnalla

	euroa/kävijä	yhteensä
ravintola	10,31	673 887
majoitus	8,44	551 444
ruoka-ostokset	9,19	600 606
matkamuistot	3,39	221 864
kulttuuri/harrastukset	4,47	292 194
polttoaine/autotarvikkeet	11,20	732 373
		3 072 368

Messuvieraat jättivät yli kolme miljoonaa euroa messupaikkakunnalle. Messualueelle jäi sinnekin 1,7 M€.



## Palveluiden hinnat



### Mitä mieltä olitte

#### messupalveluiden hinnoista?

	kallis	melko kallis	melko halpa	halpa	yhteensä
pääsyliput	18	110	103	7	238
pysäköinti	43	96	67	15	221
messuluettelo	33	64	50	12	159
ravintola	25	74	57	4	160
kioskit	21	67	43	7	138

### Mitä mieltä olitte

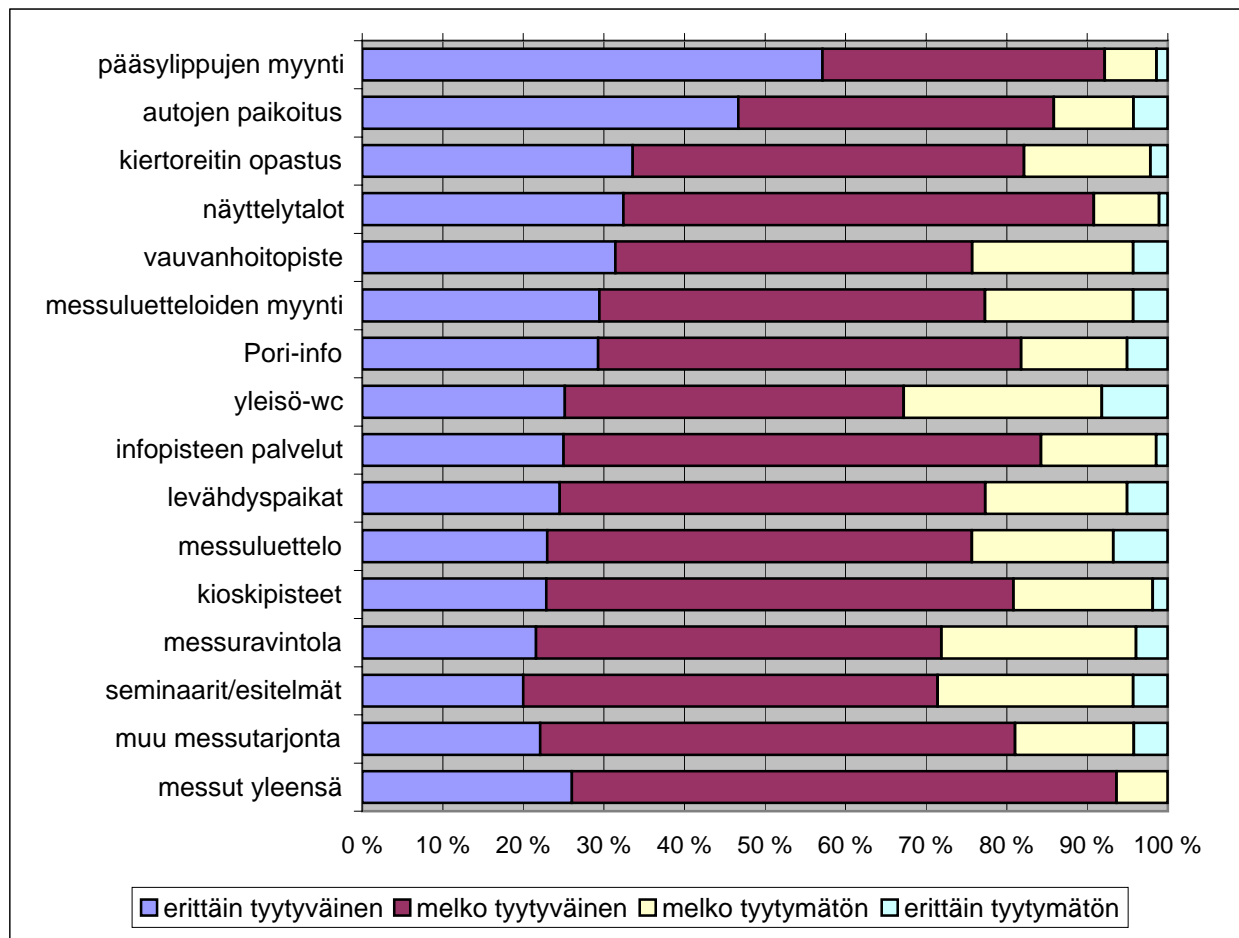
#### messupalveluiden hinnoista?

	kallis	melko kallis	melko halpa	halpa	yhteensä
pääsyliput	8 %	46 %	43 %	3 %	100 %
pysäköinti	19 %	43 %	30 %	7 %	100 %
messuluettelo	21 %	40 %	31 %	8 %	100 %
ravintola	16 %	46 %	36 %	3 %	100 %
kioskit	15 %	49 %	31 %	5 %	100 %

Pääsylippujen, tuotteiden ja palveluiden hintoja ei pidetty kohtuuttomina.



## Olitko tyytyväinen palveluihin



### Olitko tyytyväinen

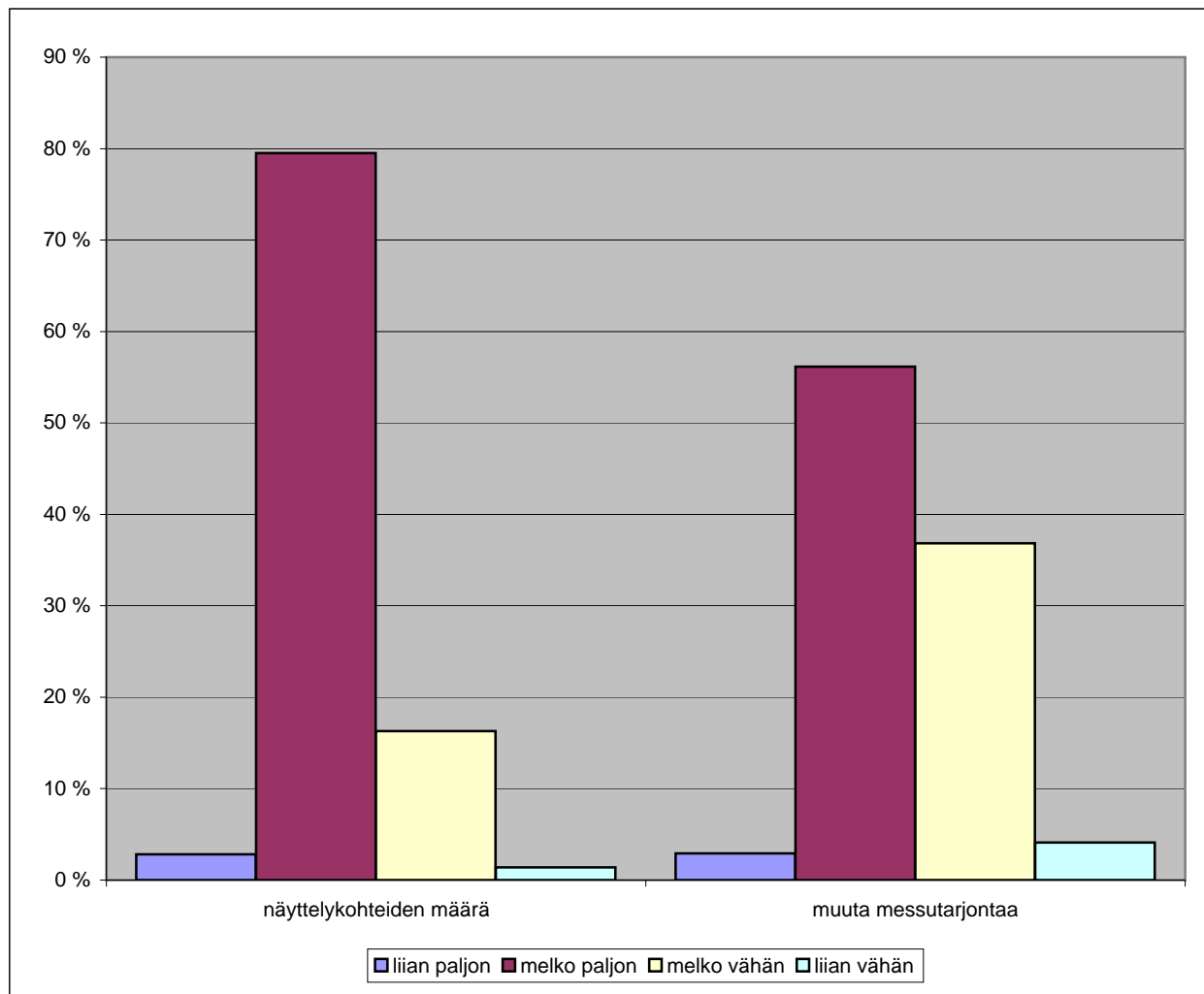
#### seuraaviin palveluihin?

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
pääsylippujen myynti	57 %	35 %	6 %	1 %
autojen paikoitus	47 %	39 %	10 %	4 %
kiertoreitin opastus	34 %	49 %	16 %	2 %
näyttelytalot	32 %	58 %	8 %	1 %
vauvanhoitopiste	31 %	44 %	20 %	4 %
messuluetteloiden myynti	29 %	48 %	18 %	4 %
Pori-info	29 %	53 %	13 %	5 %
yleisö-wc	25 %	42 %	25 %	8 %
infopisteen palvelut	25 %	59 %	14 %	1 %
levähdyspaikat	25 %	53 %	18 %	5 %
messuluettelo	23 %	53 %	18 %	7 %
kioskipisteet	23 %	58 %	17 %	2 %
messuravintola	22 %	50 %	24 %	4 %
seminaarit/esitelmät	20 %	51 %	24 %	4 %
muu messutarjonta	22 %	59 %	15 %	4 %
messut yleensä	26 %	68 %	6 %	0 %

Tyytymättömiä on aina, mutta jos summaa erittäin tyytyväisten ja melko tyytyväisten osuudet, onnistuivat kaikki palvelut ihan hyvin arvosanoin.



## Messutarjonnan riittävyys



### Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
näyttelykohteiden määrä	10	283	58	5
muuta messutarjontaa	10	192	126	14

### Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
näyttelykohteiden määrä	3 %	79 %	16 %	1 %
muuta messutarjontaa	3 %	56 %	37 %	4 %

### Pitäisikö sisustuksen roolia Loma-asuntomessuilla lisätä?

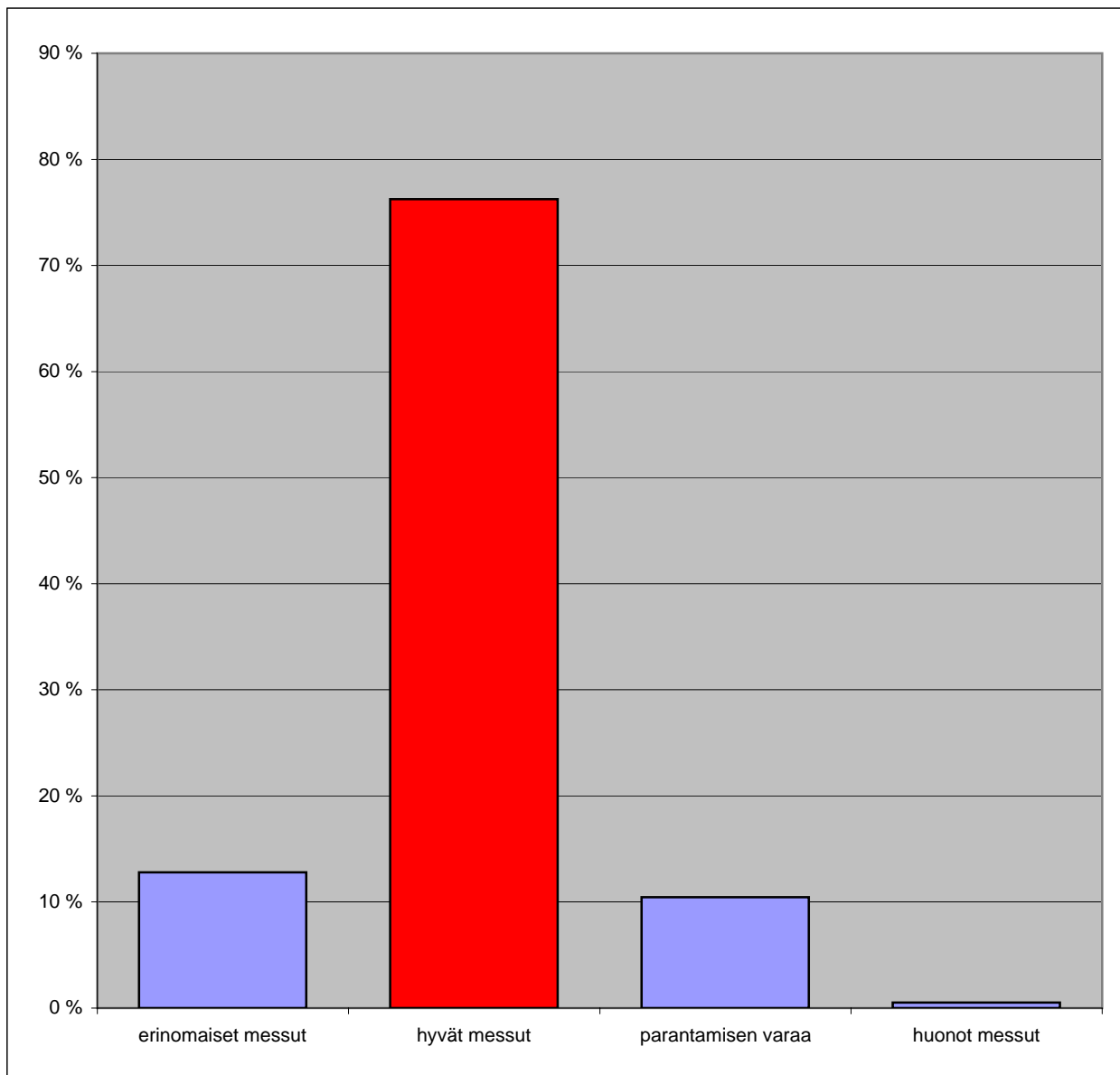
	vastanneet	% osuus
kyllä	126	34 %
ei	247	66 %

Näyttelykohteiden määrä, 30, riitti pääosalle vieraista. Reilu puolet piti muutakin messutarjontaa riittävänä.





## Yleisarvosana ja odotukset



### Yleisarvosana messuista

	vastanneet	% osuus
erinomaiset messut	49	13 %
hyvät messut	292	76 %
parantamisen varaa	40	10 %
huonot messut	2	1 %
	383	

### Vastasivatko messut odotuksianne?

	vastanneet	% osuus
Erittäin hyvin	99	32 %
Melko hyvin	191	63 %
Melko huonosti	14	5 %
Erittäin huonosti	1	0 %

Yleisarvosanaa erittäin hyvin tai melko hyvin annettiin summana:  
- Pori 95 %  
- Koli 86 %  
- Parainen 93 %



## Palaute hyvää

Alueen asfaltoidut kadut.  
aurinkokin paistoi ajoittain  
Avara, merinäköymät  
ei liikaa kohteita  
Eka päivä sopivasti väkeä, kaikki meni hyvin.  
erikoista, hyvin esitelty, meri  
Erilainen ilme.  
erinmaista mainosta porille + reposaarelle !  
Erinomaiset.  
Erittäin kauniit näköalat.  
Hieno sää.  
hienot messut  
hyvin järjestetty  
hyvin vähän  
hyviä kohteita  
Hyviä sisustusvinkkejä.  
Hyvät 2  
Hyvä alue, kivoja taloja.  
hyvän kokoisia huviloita  
hyvät ensikertalaiset  
hyvät messut 3  
hyvät mökit, kaunis ilma  
ilma  
kaikin puolin sopivat  
kaikki 2  
kaikki hyvin 2  
kannatti käydä, laiturit, piha-alueet, terassit hienoja  
Kaukana oli, mutta kannatti tulla.  
kaunis alue, mökkien sijoittelu ok, ei näy naapuriin  
Kaunis merellinen paikka.  
Kiitos.  
Kivan kokoinen, tuoreita & järkeviä ratkaisuja.  
kivä päivä  
kohteet hyviä  
kohteet ok,  
Kohteiden sisustus toisiinsa nähden.  
Koko alue hyvin toteutettu.  
Korkeatasoista.  
kulkuväylien pinnoite  
lyhyt matka käydä  
Merellinen ympäristö, runsaat viheristutukset.  
Meri, pihat, saunat.  
merimaisemat, kohteet komeita  
mielenkiintoiset  
mielenkiintoisia kohteita  
mielenkiintoisia merimaisemia ja piharatkaisuja  
monipuolisia ratkaisuja  
mukava sijainti  
Mökit  
Mökit lähetysten  
Oheiskohteet auki myöhempään.  
oikein hyvä  
OK! 2  
Ok. Kaikki suht käypästä paitsi hinta.

Oli lähellä, kiva alue, erilainen.  
oma ranta  
paikka upea ! 2  
Parempaa kuin odotin.  
Parkkipaikan oppaat.  
Perus ok.  
positiivisesti yllätti  
pyhimysvolvo ainut kuvattava kohde  
rauhallisuus, esittelijät, meri  
reposaari sinäänsään  
räpsöö  
selkeys 2  
Siisti, mukava alue. Sopivan kokoinen.  
Sijainti, erilaisia asuntoja.  
Sisustus  
Sopiva koko.  
sopivan kokoinen alue  
Sopivan kokoinen tutkittavaksi.  
Sopivan kokoinen!  
Sopivan laaja.  
Sopivasti kohteita 2  
sopivasti kohteita, kaikille jotain  
sopivasti väkeä näki, mitä halusi  
suppea alue  
Sää, sisustukset, seura.  
Talkooväki!  
Talot pääosassa, ei sisustus. Maisema hieno.  
tavallisia keämökkejä kiitos !  
tosi hyvä 2  
Tosi kiva paikka.  
ulosmeno portti  
Upeita kohteita.  
uutuudet  
valmiit kohtee  
Valmista kaikki.

Messututkimuslomakkeen kohtaan vapaa sana saatiin satakunta positiivista kommenttia. Loma-asuntomessuja pidettiin mielenkiintoisina. Myös merellinen ympäristö viehätti.



## Palaute huonoa

Ahtaat parkkitilat.  
ahtaus  
ahtaus, asumisessa  
aina vain luxusta..  
Ammattitaidottomia oppaita, mm. OP-talo!  
aukiolo ajat vaikea löytää  
Autokatokset liian massiivisia ja korkealla.  
ei mainittavaa  
ei ole  
Ei tule mitään huonoa mieleen.  
Eipä mitään!  
Enemmän normaaleja mökkejä kiitos.  
etäisyydet  
Hinnat kohtuuttomat.  
Huonosti opastettu  
huonot parkkialueet, kaukana  
hyvä kuulutus, ettei joku huutanut kokoajan mikrofooniin  
Ilma 3  
info-piste liian kaukana!  
juomapaikkoja liian vähän, vähän penkkejä  
kahvila puuttuu keskikohdilta  
kaksisia asuntoja lähes kaikki  
Kalliit hinnat.  
Kalliit mökit.  
kallista  
Kauimmaisilla P-paikoilla pitäisi ehdottomasti olla kuljetus messualueelle.  
kelluvat kesken  
Kelluvat kohteet kaukana muista kohteista.  
Kohteet aivan liian lähellä toisiaan.  
Kohteet vain tähän rak. paikkaan soveltuvia.  
kylmä sää  
Liian kalliita. Saunarakennukseen mahtuisin hyvin.  
liian kallista  
Liian kuuma, paljon kävelemistä.  
liian lähellä toisiaan...  
liian moderneja mökkejä, enemmän perinteisen tyyliä  
liian paljon samanlaista  
Liian paljon väkeä ja ahdasta.  
liian taajassa  
liian tuulista  
liian vähän kesä asunton tyyppisiä  
Liian vähän mökkejä. Liikaa villoja/omakotitaloja.  
Liian vähän penkkejä.  
liian yleelliset ollakseen vapaa-ajan asuntoja, asunnot liian lähekkäin  
Liikaa jonotusta.  
liikaa tuulta  
loka-marras  
messututkimuslomaketta ole vaikea saada - eo jaettu lipunmyynnissä  
Miksi radio pauhasi nuorisomusiikkia  
Missä mökit?  
mökit liian lähellä toisiaan

paikka väärä  
Palautetta pitää voida antaa netissä.  
penkit varjoon, lisää kahvipaikkoja  
Pienet tontit.  
Pori...  
radio meteli  
radion melu messukadun lopussa. jälleen rakennettu liian tiheään. ei loma-asuntoja  
Rakennettu liian tiiviisti.  
samankaltaiset sisustukset  
sisäkahvilan puute  
sisään tulo, kohteet, messutoimisto, meri näköala  
surkea opastus ja ohjaus  
Tuulee.  
Typeriä materiaaleja.  
Työn jälki(useissa kohteissa).  
WC- tosi törkeät !  
Vessoja saisi olla useammassa paikassa.  
vähän hintavaa, messu junaa ei ollut

Messuvieraat moittivat tonttien pienuutta ja siten huviloiden läheisyyttä. Muuten palaute oli liikaa väkeä, liikaa tuulta, liian kallista...



## Mitä jäit kaipaamaan messusisällöstä?

enemmän normaalihintaisia ratkaisuja.  
Eino Grön olisi saanut olla paikalla.....  
Eino Grön, ei ollut paikalla  
ekovillan mainos pitäisi kieltää !  
-enemmän messukohteita, myös ns. kuivamaan mökkejä  
erittäin hyvät ja mieluiset messut, kiitos!  
grillikatoksia enemmän  
ilmaista kuljetusta messualueiden välillä. levähdyspaikkoja  
info pisteen sijainti..- kiitos, info pisteen henkilökunnalle  
Järkeviä saunaratkaisuja, merinäköala ym. Kuinka näihin ON  
annettu rak. lupa!?  
Kaikki hyvin.  
kaikki ok  
KAIKKI OK  
kelluvaa asuntoa  
kelluvat mökit, jotka nyt tehdään  
kiitos !  
Laajempaa esittelyä  
missä kelluva asunto  
monipuolisempia, sisustusratkaisuja etenkin pesutiloihin  
mökkeissä ei ollut vaate.säilytyspaikkoja ulkoa tullessa.  
mökkejä  
ohjelmatarjontaa  
ok  
pienempien ja halvempien mökkejen malleja  
riittävästi kaikkia  
siistimpiä istutuksia, rikkaruohot pois!  
Tarvittava löytyi, KIITOS!  
tietoa kuljetuksesta kelluville huviloille  
Tietoa maaleista ja kyllästämisaineista.  
tyylikkäämpiä kokonaisuuksia  
vanhaa reposaarta  
wc:n hajunpoistajaa messualueen perällä  
ykkösasia on piharakennukset 3

Suoria kehitysehdotuksia tuli kohtalaisen vähän.  
Eino Grönia kaivattiin henkilökohtaisesti paikalle.



## 7. MESSUVIESTINTÄ

### Mistä parasta ennakkoinfoa



#### Mistä etsitte asumisen tietoa?

	vastanneet	% osuus
Asuntomessut.fi	65	23 %
Rakentaja.fi	47	17 %
Mtv3.fi	26	9 %
Suomela.fi	25	9 %
Asuntomessuopas.fi	24	9 %
Rakennustieto.fi	23	8 %
Rakenna oikein.fi	13	5 %
Rakentaa.fi	11	4 %
Asuntotieto.com	10	4 %
Suomirakentaa.fi	7	2 %
Omakotiliitto.fi	5	2 %
Ellit.fi	4	1 %
Kotitieto.fi	3	1 %
Prkk.fi	2	1 %
	281	

#### Mistä saitte parasta

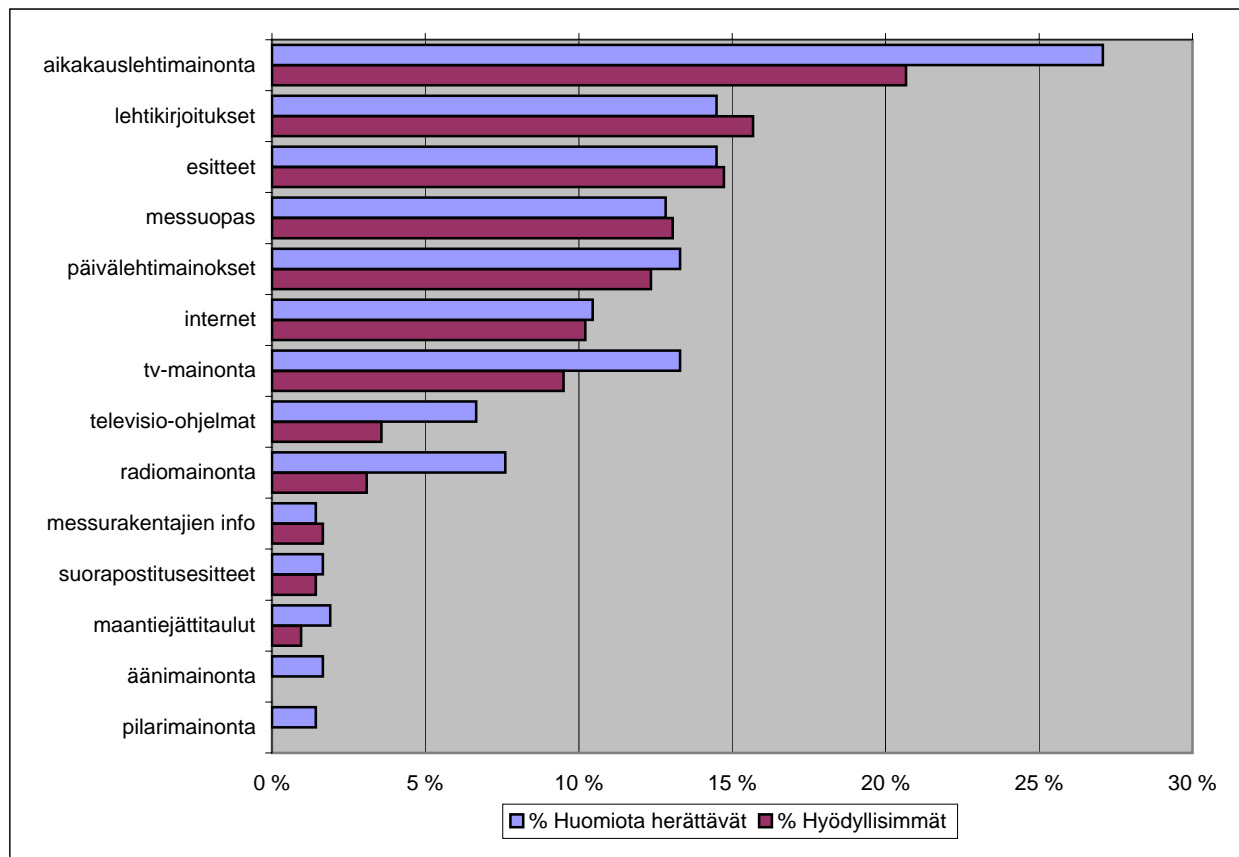
#### ennakkoinfoa messuista?

	vastanneet	% osuus
aikakauslehti-artikkelit	130	24 %
päivälehti-artikkelit	76	14 %
tv-mainonnasta	68	13 %
tuttavat/sukulaiset	62	11 %
aikakauslehti-ilmoitukset	61	11 %
asuntomessujen www-sivut	60	11 %
päivälehti-ilmoitukset	57	10 %
radiosta	57	10 %
kotiin jaetusta		
messulehdestä	41	8 %
www.asuntomessuopas.fi -sivuilta	34	6 %
messuluettelosta	20	4 %
maantiejättitauluista	18	3 %
muualta internetistä	12	2 %
Hämeenlinnan asuntomessut	11	2 %
Porin asuntomessutoimisto	7	1 %
suorapostitus-esitteistä	5	1 %
VR:n junista ja asemilta	2	0 %
Talven ja kesän rakennusmessuilta	2	0 %
bussimainonnasta	1	0 %
	544	

Asuntomessut.fi-sivuilta haetaan myös asumisen tietoa.



## Huomiota herättävät/hyödyllisimmät tietolähteet



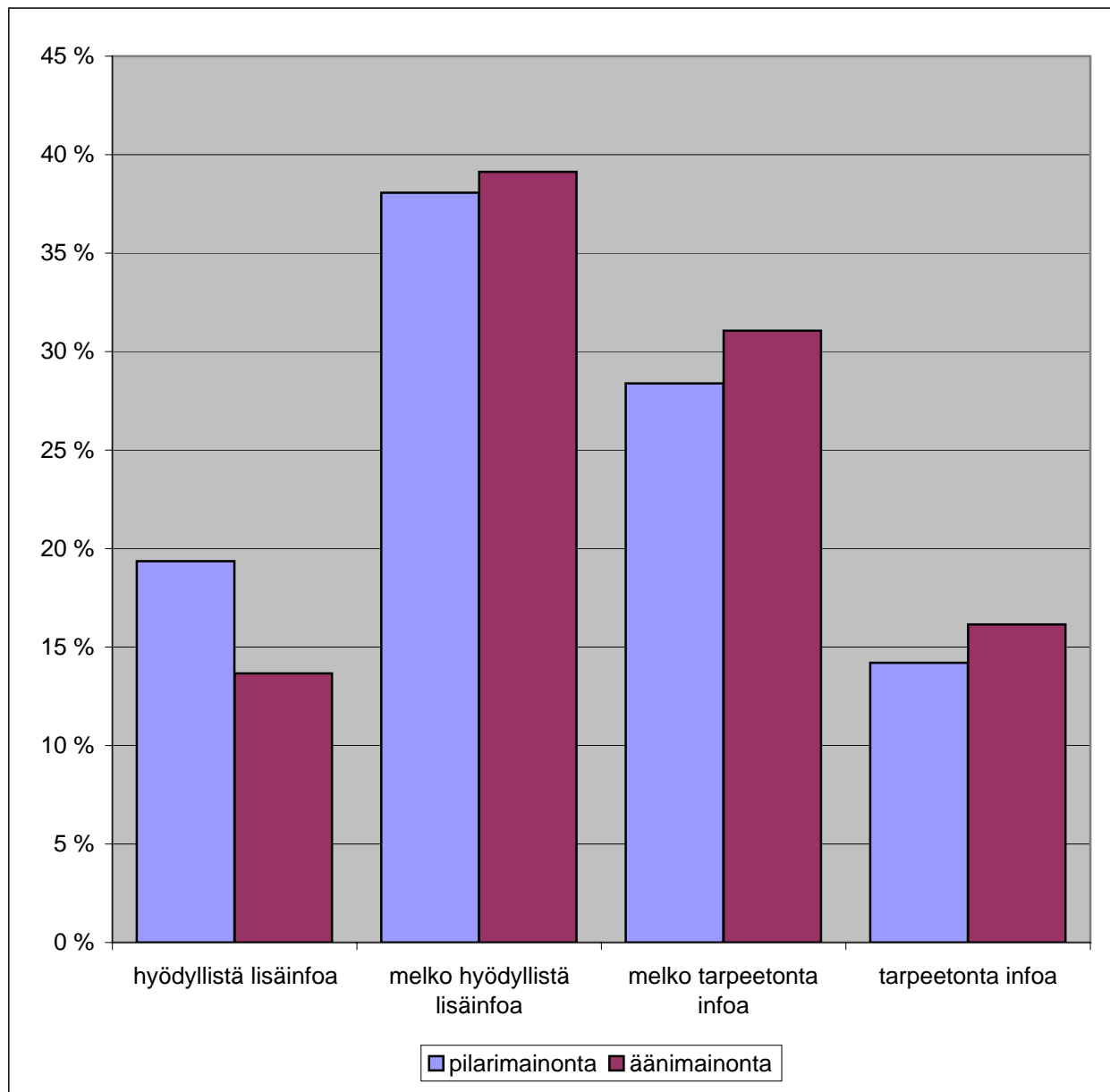
### Huomiota herättävimmät ja hyödyllisimmät tietolähteet messutiedotuksessa?

	Huomiota herättävät	Hyödyllisimmät	% Huomiota herättävät	% Hyödyllisimmät
aikakauslehtimainonta	114	87	27 %	21 %
lehtikirjoitukset	61	66	14 %	16 %
esitteet	61	62	14 %	15 %
messuopas	54	55	13 %	13 %
päivälehtimainokset	56	52	13 %	12 %
internet	44	43	10 %	10 %
tv-mainonta	56	40	13 %	10 %
televisio-ohjelmat	28	15	7 %	4 %
radiomainonta	32	13	8 %	3 %
messurakentajien info	6	7	1 %	2 %
suorapostitusesitteet	7	6	2 %	1 %
maantiejättitaulut	8	4	2 %	1 %
äänimainonta	7	2	2 %	0 %
pilarimainonta	6	1	1 %	0 %

Messut on huomioitu aikakauslehdissä, jotka koettiin myös hyödyllisimmiksi.



## Pilari- ja äänimainonta



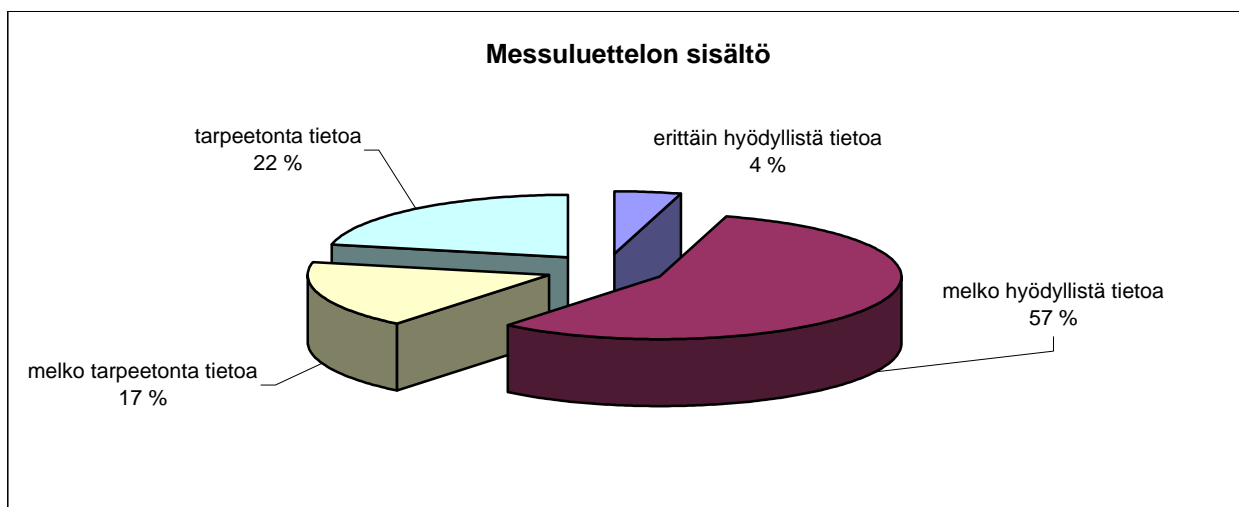
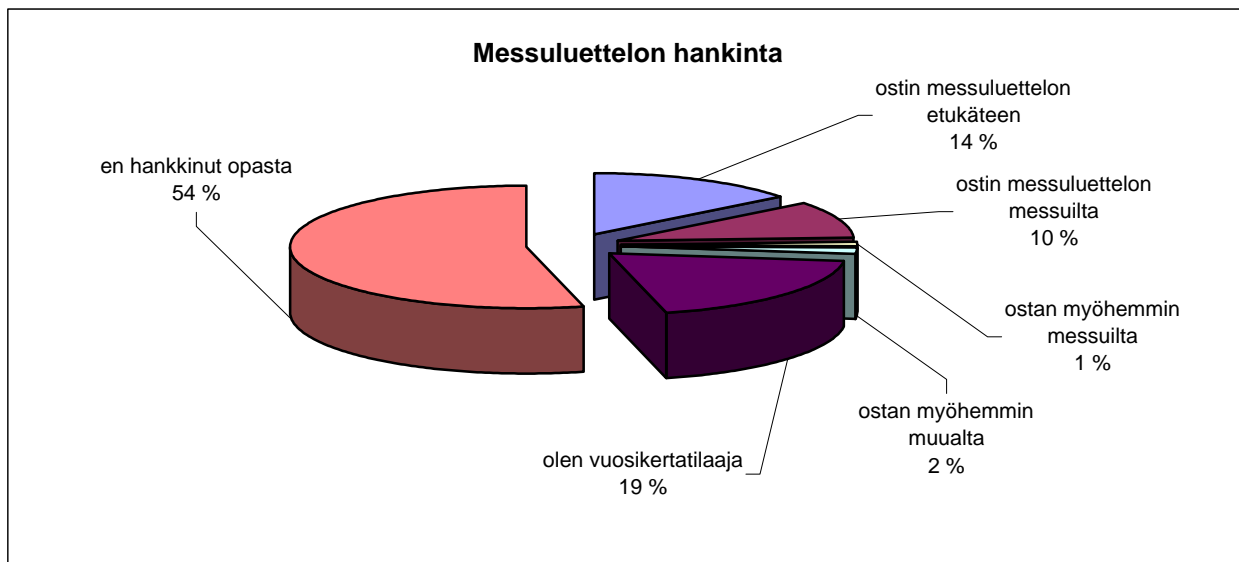
### Pilari- ja äänimainonta

	pilarimainonta	äänimainonta	pilarimainonta	äänimainonta
hyödyllistä lisäinfoa	30	22	19 %	14 %
melko hyödyllistä lisäinfoa	59	63	38 %	39 %
melko tarpeetonta infoa	44	50	28 %	31 %
tarpeetonta infoa	22	26	14 %	16 %
	155	161	100 %	100 %

Messuaikainen tuotemainonta jakoi perinteisesti mielipiteet.



## Messuluettelo



### Messuluettelon hankintatapa

ostin messuluettelon etukäteen  
ostin messuluettelon messuilta  
ostan myöhemmin messuilta  
ostan myöhemmin muualta  
olen vuosikertatilaaja  
en hankkinut opasta

	vastanneet	Koli 2006	Pori 2008	Pori volyyymi
ostin messuluettelon etukäteen	25	18 %	14 %	3 889
ostin messuluettelon messuilta	17	24 %	10 %	2 644
ostan myöhemmin messuilta	2	4 %	1 %	311
ostan myöhemmin muualta	3	2 %	2 %	467
olen vuosikertatilaaja	33	7 %	19 %	5 133
en hankkinut opasta	94	45 %	54 %	14 621

### Messuluettelon sisältö

erittäin hyödyllistä tietoa  
melko hyödyllistä tietoa  
melko tarpeetonta tietoa  
tarpeetonta tietoa

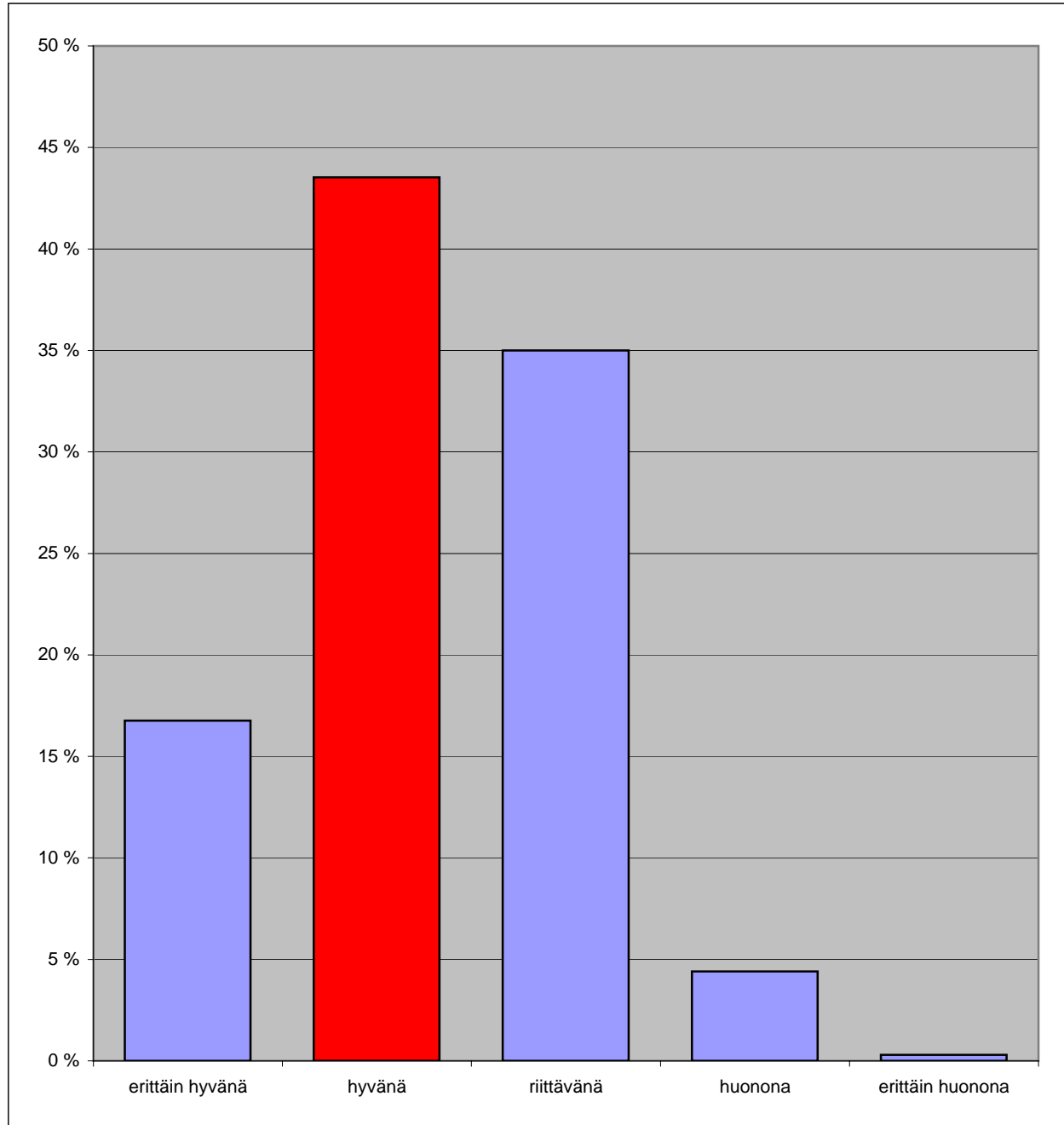
	vastanneet	Koli 2006	Pori 2008
erittäin hyödyllistä tietoa	1	31 %	4 %
melko hyödyllistä tietoa	13	60 %	57 %
melko tarpeetonta tietoa	4	8 %	17 %
tarpeetonta tietoa	5	1 %	22 %

Messuluettelo ei hankittu messuilta eikä ennakoon niin aktiivisesti kuin Koliilla tai Paraisilla. Messuluettelon sisältöönkään ei oltu enää niin tyytyväisiä kuin aiemmin.





## Loma-asuntomessujen tiedotus



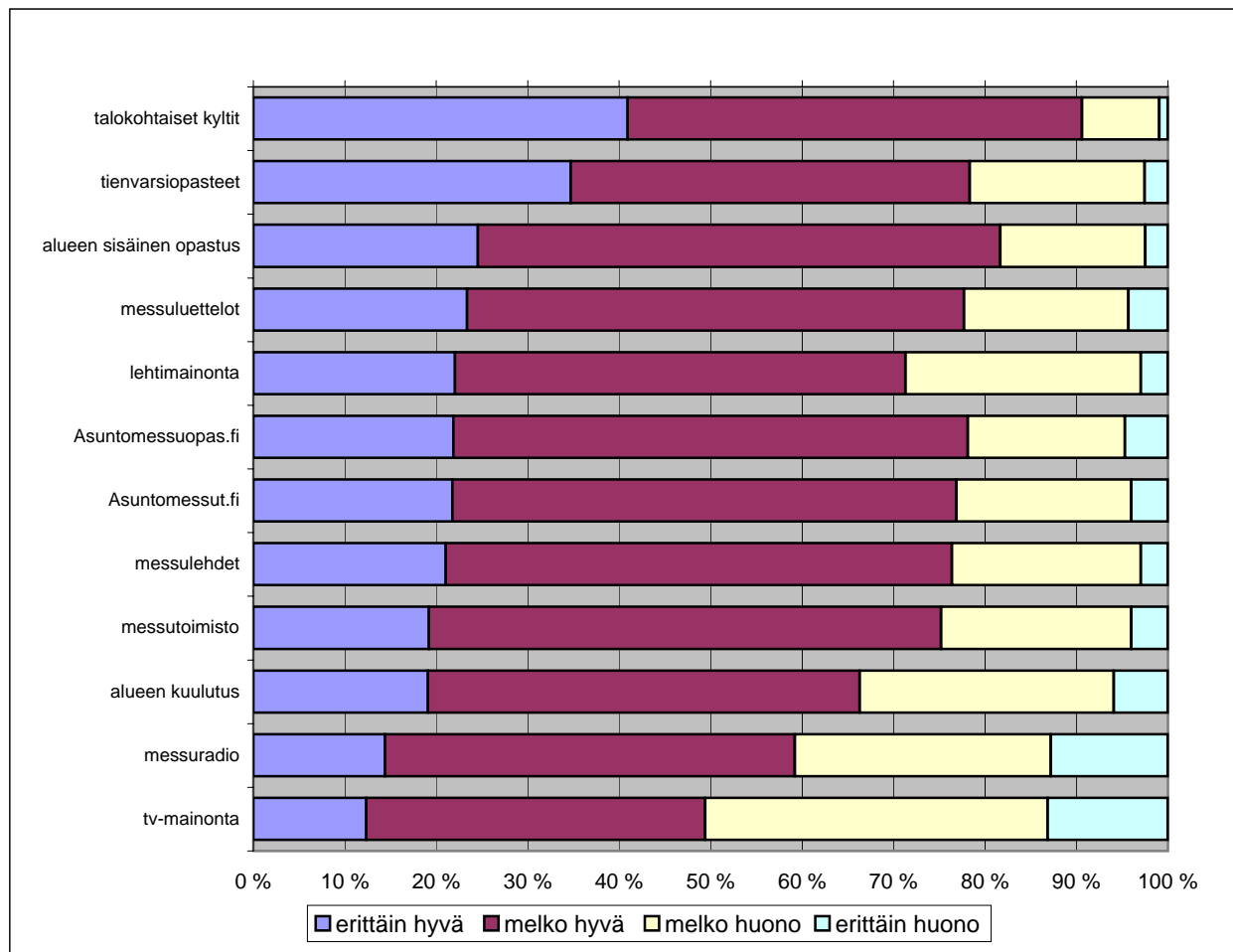
### Millaisena pidätte tiedotusta Porin Loma-asuntomessuista?

	vastanneet	% osuus
erittäin hyvä	57	17 %
hyvä	148	44 %
riittävä	119	35 %
huonona	15	4 %
erittäin huonona	1	0 %

Loma-asuntomessujen tiedotusta  
pidettiin varsin onnistuneena.



## Arviot messutiedotuksen tasosta



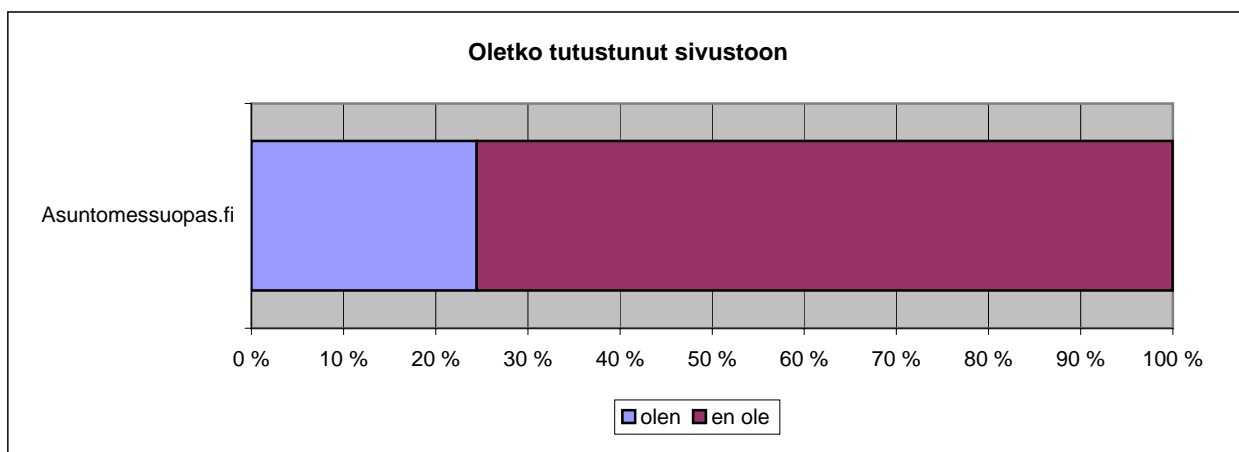
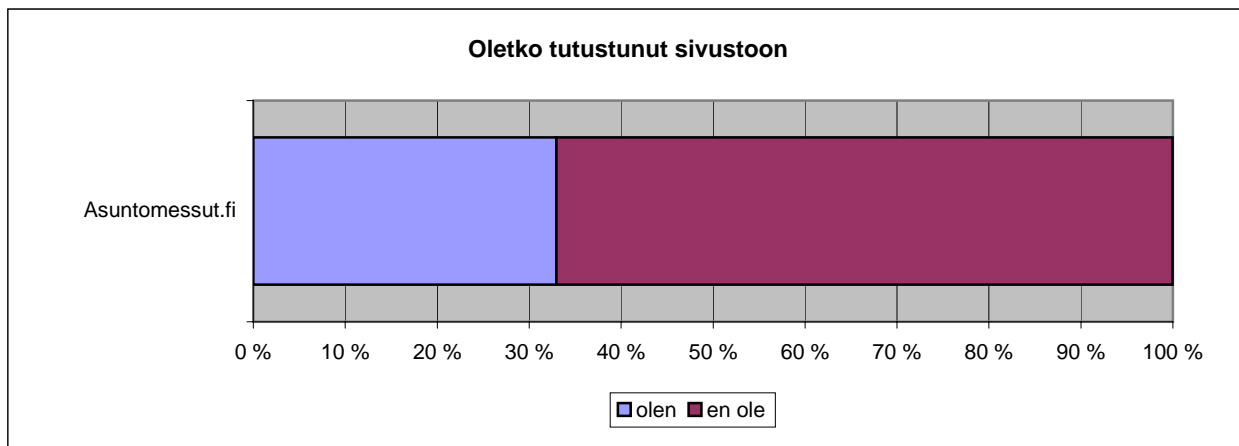
### Arviot messutiedotuksen tasosta

	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
talokohtaiset kyltit	41 %	50 %	8 %	1 %
tienvarsioasteet	35 %	44 %	19 %	3 %
alueen sisäinen opastus	25 %	57 %	16 %	2 %
messuluettelot	23 %	54 %	18 %	4 %
lehtimainonta	22 %	49 %	26 %	3 %
Asuntomessuopas.fi	22 %	56 %	17 %	5 %
Asuntomessut.fi	22 %	55 %	19 %	4 %
messulehdet	21 %	55 %	21 %	3 %
messutoimisto	19 %	56 %	21 %	4 %
alueen kuulutus	19 %	47 %	28 %	6 %
messuradio	14 %	45 %	28 %	13 %
tv-mainonta	12 %	37 %	37 %	13 %

Messutiedottamisessa korostuivat positiivisesti talokohtaiset kyltit ja tienvarsien opasteet. Varsinaista mainontaa moitittiin (perinteisesti).



## Asuntomessujen kotisivut



### Oletko tutustunut Asuntomessujen kotisivuihin [www.asuntomessut.fi](http://www.asuntomessut.fi)?

	vastanneet	% osuus
olen	90	33 %
en ole	183	67 %
	273	

### Oletko tutustunut Asuntomessuopas.fi-sivustoon?

	vastanneet	% osuus
olen	68	24 %
en ole	210	76 %
	278	

### Kävisittekö enemmän

#### Asuntomessujen Internet-sivuilla, jos

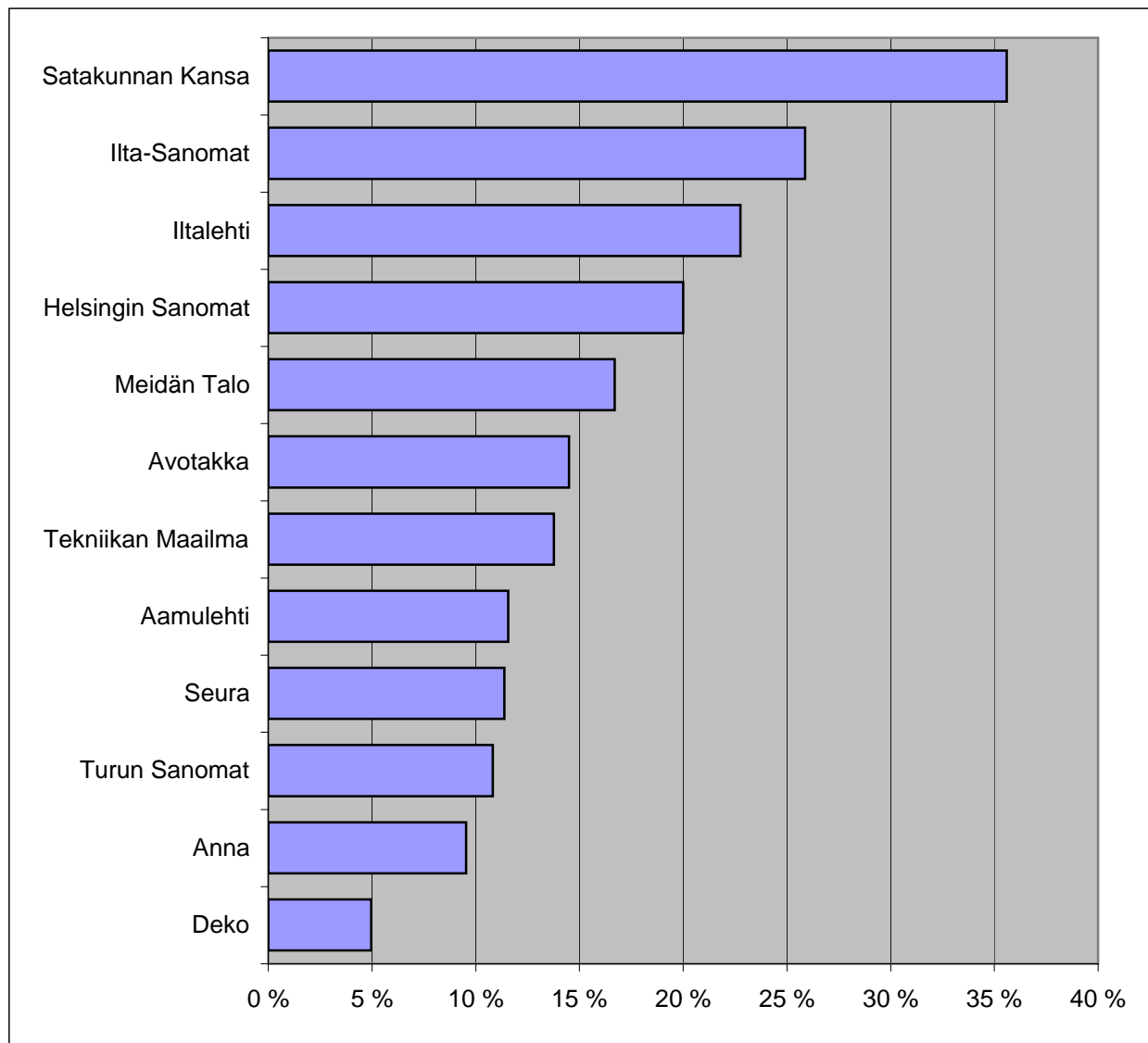
	vastanneet	% osuus
sivuilla olisi enemmän koottua tietoa	38	31 %
sivut olisivat elämykselliset ja hauskat	31	25 %
sivuilla olisi 3 kertaa/vuosi uudistuvat virtuaalimessut	54	44 %
	123	

Kolmannes on tutustunut Asuntomessujen kotisivuihin ja neljänne Asuntomessuopas.fi-sivustoon.

Virtuaalimessuille on selkeä tilaus.



## Mitä lehtiä luette



### Mitä lehtiä luette?

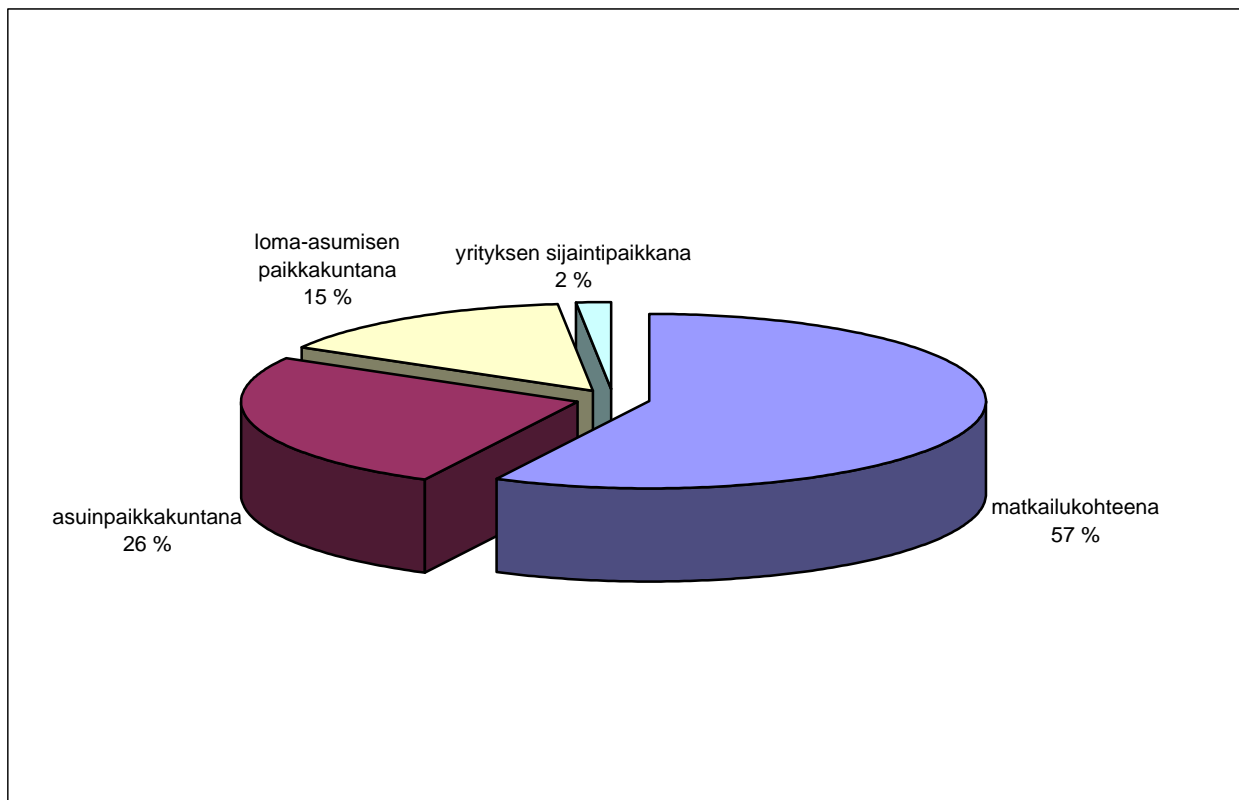
	vastanneet	% osuus
Satakunnan Kansa	194	36 %
Ilta-Sanomat	141	26 %
Iltalehti	124	23 %
Helsingin Sanomat	109	20 %
Meidän Talo	91	17 %
Avotakka	79	14 %
Tekniikan Maailma	75	14 %
Aamulehti	63	12 %
Seura	62	11 %
Turun Sanomat	59	11 %
Anna	52	10 %
Deko	27	5 %

Maakunnan ykköslehti on luetuin, mutta iltapäivälehdet ovat yhteenlaskettuna summana suurempi. Helsingin Sanomien valtakunnallisuus korostui.



## 8. MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA

### Olen kiinnostunut Porista



#### Olen kiinnostunut Porista

	vastanneet	% osuus
matkailukohteena	1513	37 %
asuinpaikkakuntana	681	16 %
loma-asumisen paikkakuntana	395	10 %
yrityksen sijaintipaikkana	41	1 %
<b>Yhteensä</b>	<b>3477</b>	

#### Mitä palveluja käytit/käytät Porissa

##### vieraillessasi:

	vastanneet	% osuus
ravintolapalveluja	192	46 %
päivittäistavarakaupan palveluja	97	23 %
erikoisliikkeiden palveluja	51	12 %
majoituspalveluja	38	9 %
<b>Yhteensä</b>	<b>416</b>	

#### Miten sinua palveltiin Porissa?

	vastanneet	% osuus
erinomaisesti	75	27 %
hyvin	194	69 %
huonosti	4	1 %
ei mitenkään	9	3 %
<b>Yhteensä</b>	<b>282</b>	

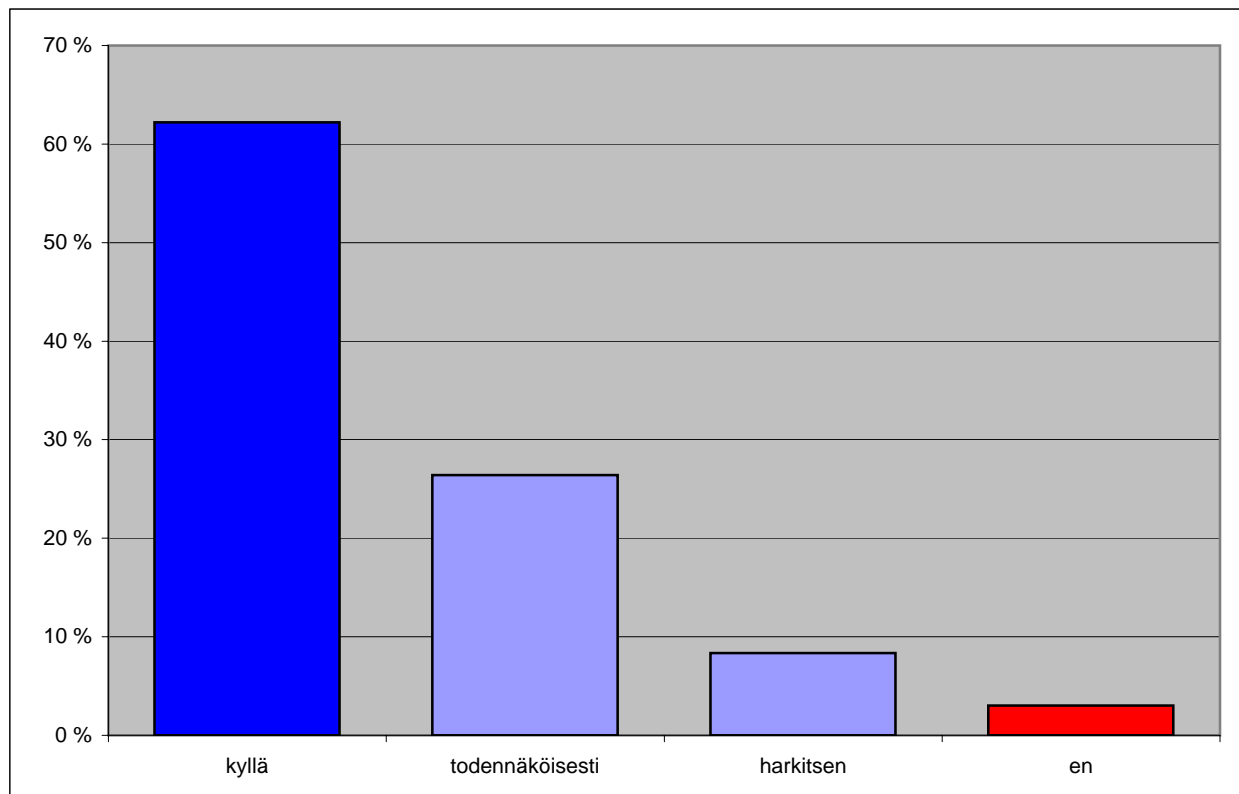
Pori kiinnostaa matkailu- ja jopa asumiskohteena!

Vain puolet messukävijöistä käytti messuravintolaa, toinen puoli kävijöistä aikoi syödä kaupungilla.

Pori ja porilaiset palvelivat vieraitaan hyvin.



## Aikomus vierailla Porissa uudelleen



### Aiotko vierailla Porissa uudelleen ja suositella kaupunkia ystäväillesi?

	% osuus	volyymi
kyllä	62 %	40 661
todennäköisesti	26 %	17 270
harkitsen	8 %	5 465
en	3 %	1 967

### Mihin Porin nähtävyyksiin olet tutustunut/aiot tutustua?

	vastanneet	% osuus
Yyteri	204	49 %
Porin taidemuseo	79	19 %
Pelle Hermannin puisto	74	18 %
Satakunnan museo	73	18 %
joku muu	64	15 %
	417	

### Missä tilaisuuksissa tai paikoissa olet aiemmin vieraillut Porissa?

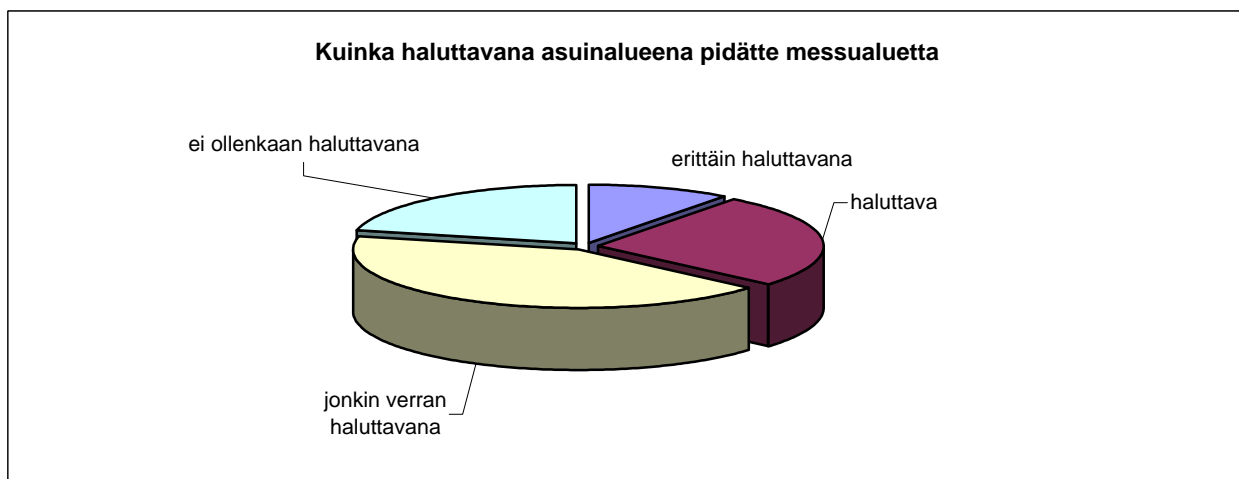
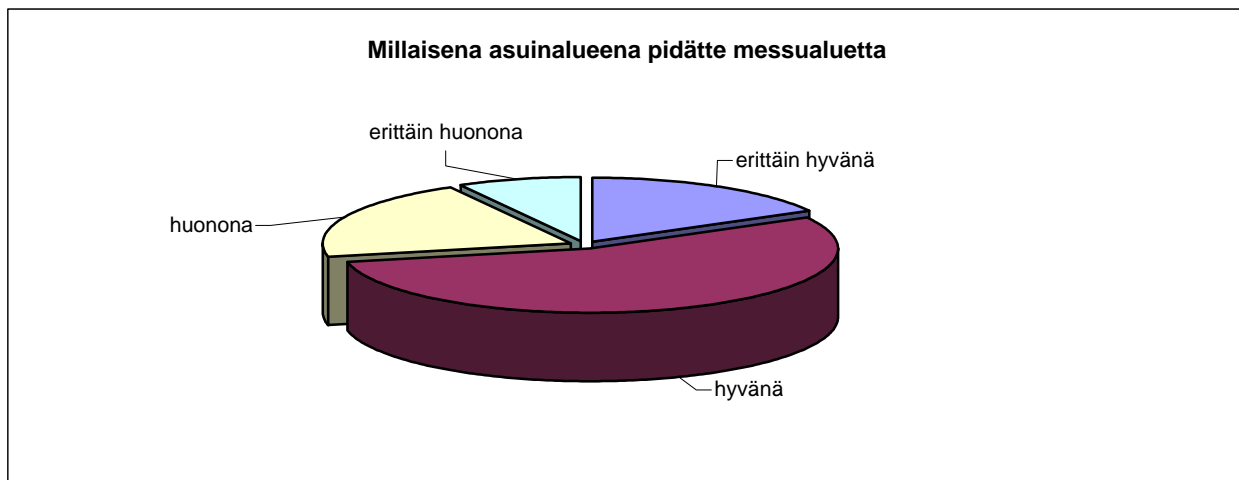
	vastanneet	% osuus
Yyteri	227	54 %
Pori Jazz	173	41 %
Porin teatteri	122	29 %
Suomi Areena	40	10 %
joku muu	72	17 %
	417	

Poria suositellaan ystäville

Yyteri on ykköskohde, jossa on käynyt yli puolet, mutta Jazz on hyvänä kakkosena.



## Messualue asuinalueena



**Millaisena loma-asuinalueena pidätte Porin Loma-asuntomessujen kaltaista aluetta omalta kannaltanne?**

	vastanneet	% osuus
erittäin hyvä	56	17 %
hyvä	181	55 %
huonona	67	20 %
erittäin huonona	27	8 %
<b>Kokonaan</b>	<b>331</b>	

**Kuinka haluttavana pidätte loma-asumista messualueen tyyppisellä asuinalueena?**

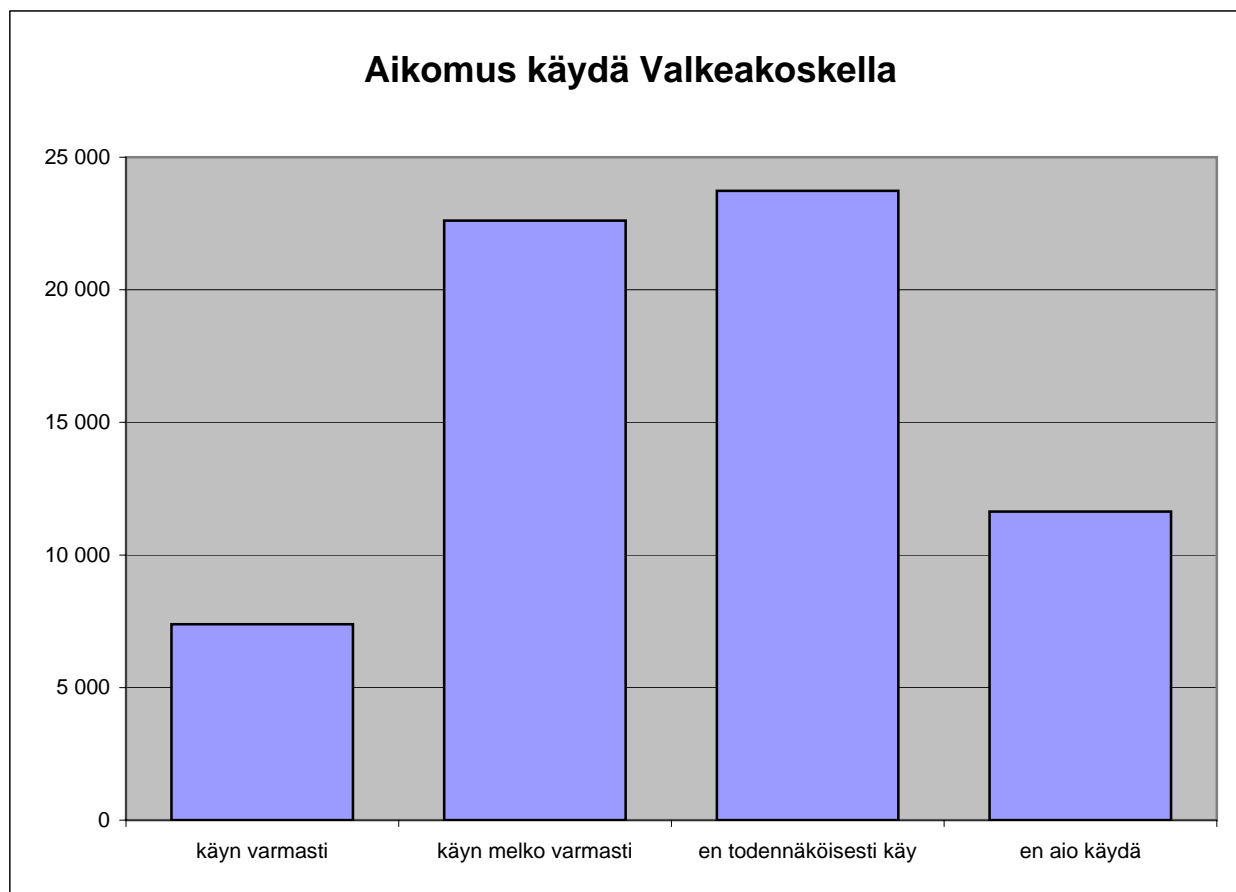
	vastanneet	% osuus
erittäin haluttavana	35	10 %
haluttava	88	26 %
jonkin verran haluttavana	143	42 %
ei ollenkaan haluttavana	72	21 %
<b>Kokonaan</b>	<b>338</b>	

Messualue oli hyvä ja haluttava, mutta...



## 9. TULEVAT MESSUT

### Asuntomessut Valkeakoskella 2009



#### Aikomus käydä Valkeakoskella

##### 2009

	vastanneet	% osuus	volyymi
käyn varmasti	33	11 %	7 387
käyn melko varmasti	101	35 %	22 608
en todennäköisesti käy	106	36 %	23 728
en aio käydä	52	18 %	11 640

Lähes puolet aikoo käydä Valkeakosken asuntomessuilla 2009.

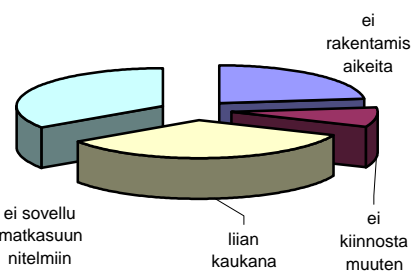
#### Jos ei, miksi ei

	vastanneet	% osuus
ei rakentamisaikkeitä	37	23 %
ei kiinnostaa muuten	13	8 %
liian kaukana	55	34 %
ei sovellu matkasuunnitelmiin	55	34 %

#### Olen käynyt Valkeakoskella

	vastanneet	% osuus
useasti	51	18 %
1 - 2 kertaa	99	35 %
en ole käynyt	129	46 %

#### Miksi ei Valkeakoskelle

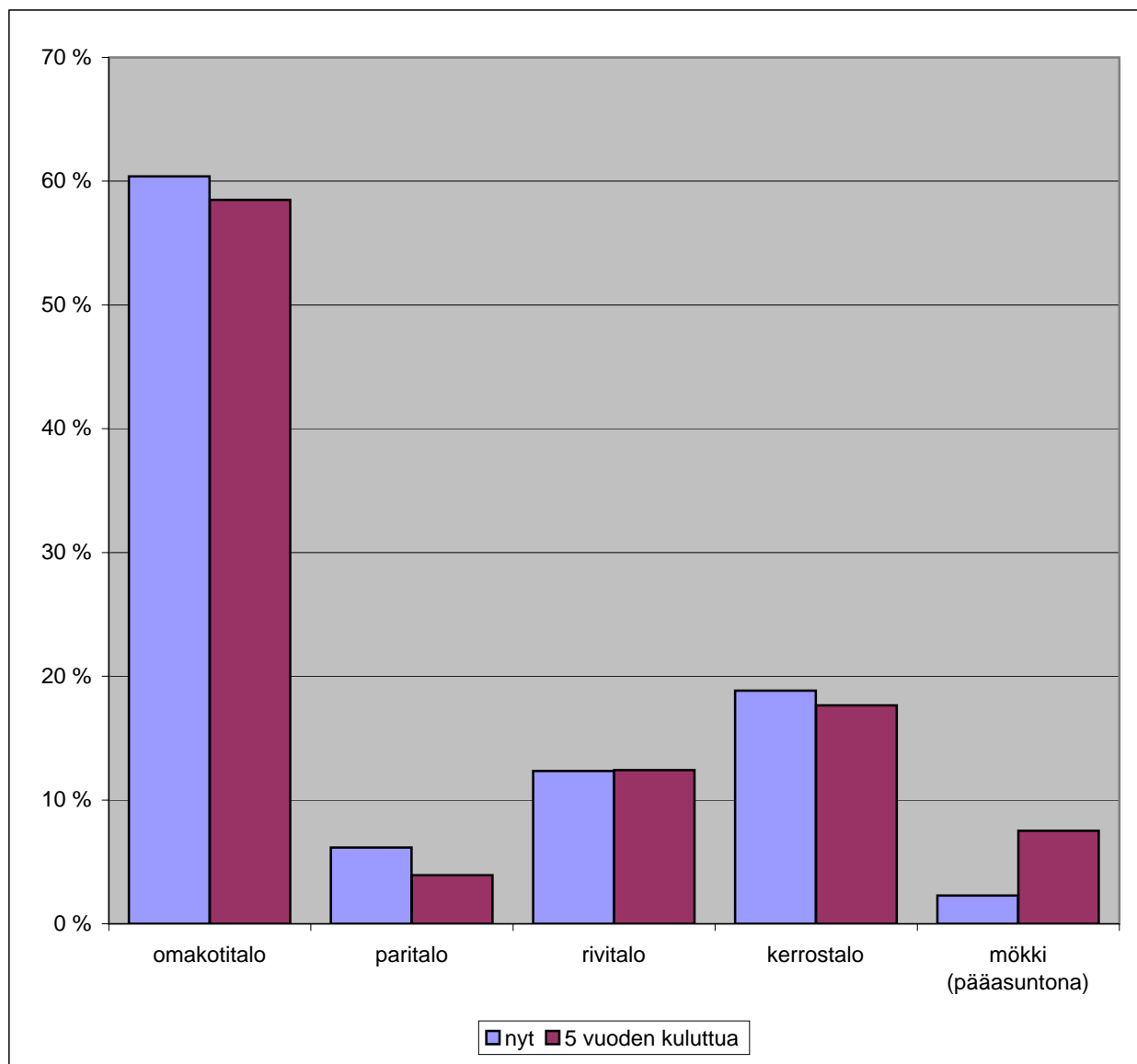






## 10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT

### Miten haluat asua



#### Minkälaisessa asunnossa asutte

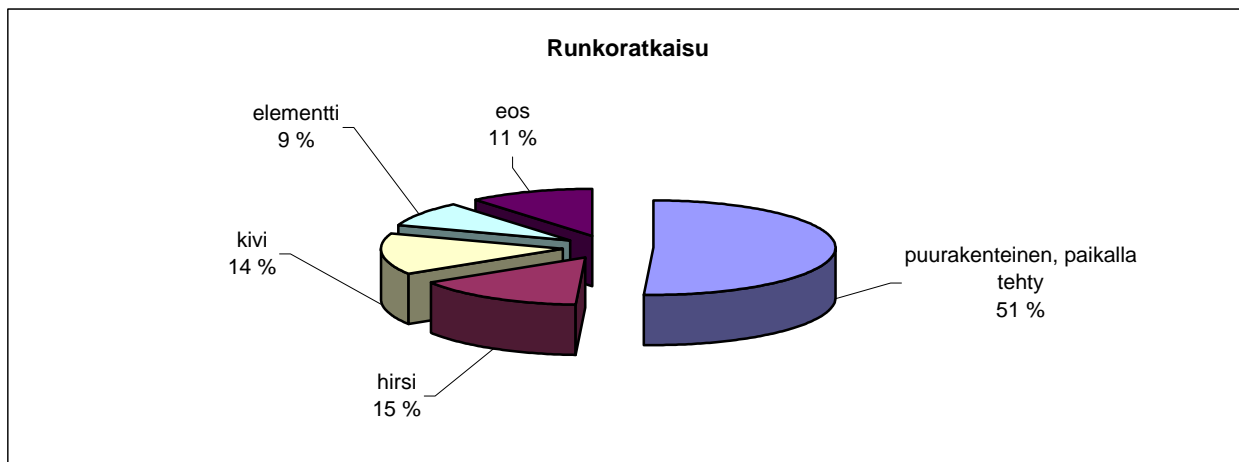
nyt ja millaisessa oletatte  
asuvanne viiden vuoden  
kuluttua?

	nyt	5 vuoden kuluttua	nyt	5 vuoden kuluttua
omakotitalo	186	179	60 %	58 %
paritalo	19	12	6 %	4 %
rivitalo	38	38	12 %	12 %
kerrostalo	58	54	19 %	18 %
mökki (pääasuntona)	7	23	2 %	8 %

Loma-asuntomessukävijöiden tulevaisuuden asumisaikaisissa korostuu muutto mökille, josta tulee vakituinen asunto.



## Millaisen loma-asunnon rakentaisit



<b>Muoto</b>	vastanneet	% osuus	<b>Rakentamispaikka</b>	vastanneet	% osuus
yksitasoratkaisu	105	53 %	ei osaa sanoa	23	10 %
puolitoistakerroksinen	65	33 %	haja-asutus	118	53 %
monitasoratkaisu	29	15 %	taajama	81	36 %

<b>Runko</b>	vastanneet	% osuus	<b>Rakentamistapa</b>	vastanneet	% osuus
puurakenteinen, paikalla tehty	111	51 %	pääasiassa itse	73	34 %
hirsi	33	15 %	teettämällä palkkatyönä	64	29 %
kivi	31	14 %	ostamalla avaimet käteen	53	24 %
elementti	19	9 %	ei osaa sanoa	27	12 %
eos	24	11 %			

<b>Kate</b>	vastanneet	% osuus
tiili	96	49 %
pelti	70	36 %
huopa	28	14 %
muu	1	1 %

<b>Koko</b>	vastanneet	% osuus
alle 120 m <sup>2</sup>	89	40 %
120-139 m <sup>2</sup>	55	25 %
140-159 m <sup>2</sup>	34	15 %
160-199 m <sup>2</sup>	31	14 %
yli 200 m <sup>2</sup>	7	3 %

<b>Lämmitys</b>	vastanneet	% osuus
maalämmitys	72	32 %
puulämmitys	57	25 %
varaava sähkölämmitys	31	14 %
suora sähkölämmitys	23	10 %
vesikeskuslämmitys	18	8 %
muu lämmitys	24	11 %
ei osaa sanoa	30	13 %

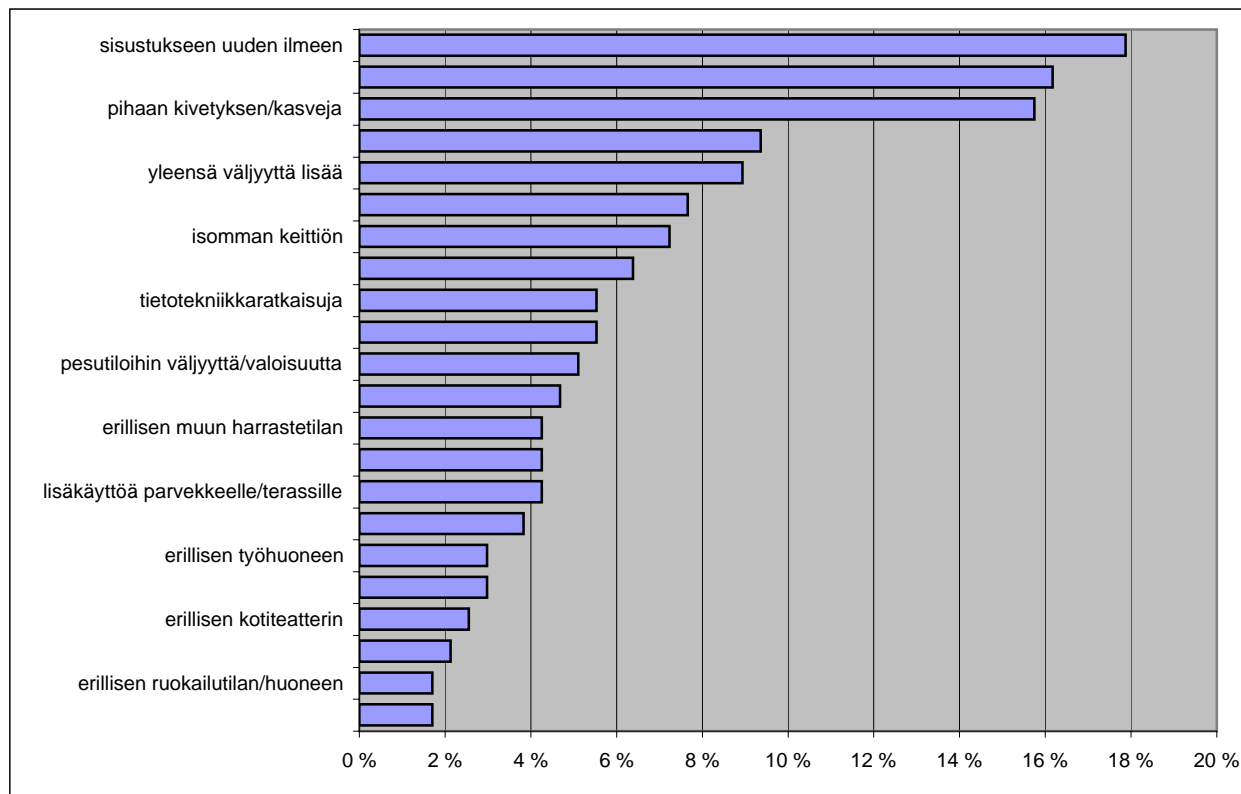
**Pori:** Yhdessä tasossa oleva haja-asutusalueella sijaitseva puurakenteinen ja tiilikattoinen huvila, jossa on maalämmitys, on messukävijän perustoiveena.

**Koli:** Yksitasoinen, hirsirakenteinen, huopakattoinen, puulämmitys.

**Parainen:** Puolitoistakerroksinen, hirsirakenteinen, huopakattoinen, puulämmitys



## Nykyiseen asuntooni kaipaisin ensisijaisesti



### Nykyiseen asuntooni kaipaisin ensisijaisesti

Parannus	vastanneet	% osuus
sisustukseen uuden ilmeen	42	18 %
saunan tai vanha uusiksi	38	16 %
pihaan kivetyksen/kasveja	37	16 %
pihaan lisäkäyttöä	22	9 %
yleensä väljyyttä lisää	21	9 %
ilmanvaihdon/jäähdytyksen	18	8 %
isomman keittiön	17	7 %
turvallisuusratkaisuja	15	6 %
tietotekniikkaratkaisuja	13	6 %
kalustuksen pääosin uusiksi	13	6 %
pesutiloihin väljyyttä/valoisuutta	12	5 %
lisää ääneneristävyyttä	11	5 %
erillisen muun harrastetilan	10	4 %
lisää lämmöneristävyyttä	10	4 %
lisäkäyttöä parvekkeelle/terassille	10	4 %
valaistuksen uusiminen	9	4 %
erillisen työhuoneen	7	3 %
modernimmat kodinkoneet	7	3 %
erillisen kotiteatterin	6	3 %
lisämakuuhuoneen	5	2 %
erillisen ruokailutilan/huoneen	4	2 %
erillisen kuntotilan	4	2 %

Sisustus, sauna ja piha ovat nykyisessä asunnossa kohennusta kaipaavia osioita.



## Mikä sana kuvailee parhaiten Asuntomessuja

ahdas 6  
ajanhenkinen  
ajanviete  
aurinko  
aurinkoiset  
ei-erämaa  
ei-mökkimäinen  
erikoinen 6  
erinomainen  
hauskat  
hieno paikka  
hienot! 3  
hirsi  
huikaseva meri  
Huippu  
hyvin järjestetty  
hyvä 12  
hyvä järjestely  
hyvät 5  
hyvät messut  
Idea  
ideapaikka  
ihanaa!  
informatiivinen 2  
kallis  
kallista  
kaunis / hyvä sijoituskohde  
kaunista  
keskiluokkaista  
kesäpäivä  
kiinnostava 3  
kiintoisa  
kiva 4  
kivat 4  
kotoiset  
kylmä tuuli  
kätevät  
leppoisa  
loistava  
loma  
Loma-asuntomessut!  
luxus  
mahdollisuus  
Melko kattava  
Menestys  
merellinen 7  
merellisyys  
meri 3  
merituuli  
mielenkiintoinen 15  
mielenkiintoiset 7  
mielenkiintoista 2  
miellyttävä 2  
mieluin

moderni 3  
monipuolinen  
monipuoliset 2  
Mukava  
mukavaa  
mukavat 5  
mustaa  
no okay !  
nykyaikainen  
näpäkä  
näyttävä 2  
ok 7  
onnistuneet  
onnistunut  
organisoitu 2  
perinteinen  
Pieni ja intiimi.  
pienimuotoiset  
prameileva  
prameus  
raikas 3  
raikkaat  
rento  
rentouttava  
rivitaloasumista  
ruuhkainen  
saaristo  
sateinen  
sekava  
sijaintipaikka  
sopiva  
soppeli  
Steriiliä  
sukka  
Synkkyys!  
tarpeelliset  
tasapaksu  
tasokas 2  
tasokkaat  
tiivis  
tiivis tunnelma  
tiivistetty  
tiivistunnelmaista  
toimivat 2  
traditio  
tuulinen 3  
tuulinen paikka  
tuulisen mukava  
tyylikäs 2  
tärkeä  
upeat maisemat, mökit liian lähellä  
uudenlainen  
valtavat  
vapaa-aika

varakkaat  
viehättävä  
viihtyisyys  
viihtyisiä 2  
viihtyisät  
viihtyisää  
vilkkaat  
virike reposaarelle  
virkistävä  
virkistävät  
yhteisöllisyys  
ylellistä 3  
ylellisyys  
yllättävä  
yllätyksellinen  
öky

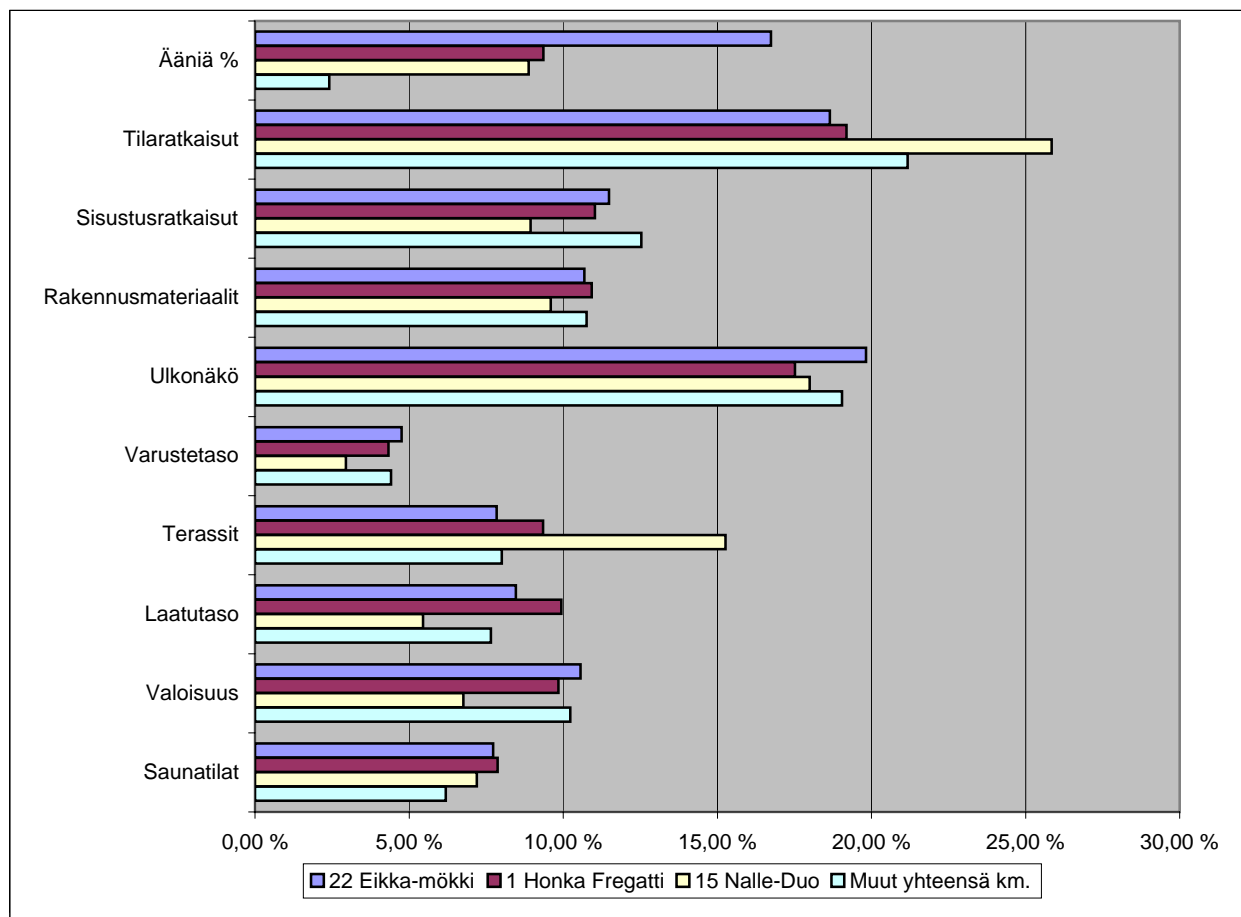
Vastaajat ovat hieman sotkeneet kysymyksen yleisluontoisuutta ja Reposarta tapahtumana.

Eniten nousivat esille mielenkiintoinen, hyvä, kiva/kivat, erikoinen, ahdas, merellinen, mukava ja OK



## 11. ÄÄNESTYS

### Paras mökki -äänestys



Yhteenveto	Ääniä %	Tilaratkaisut	Sisustusratkaisut	Rakennusmateriaalit	Ulkonäkö	Varustetaso	Terassit	Laatutaso	Valoisuus	Saunatilat
22 Eikka-mökki	16,74 %	19 %	11 %	11 %	20 %	5 %	8 %	8 %	11 %	8 %
1 Honka Fregatti	9,35 %	19 %	11 %	11 %	18 %	4 %	9 %	10 %	10 %	8 %
15 Nalle-Duo	8,87 %	26 %	9 %	10 %	18 %	3 %	15 %	5 %	7 %	7 %
Muut yhteensä km.	2,41 %	21 %	13 %	11 %	19 %	4 %	8 %	8 %	10 %	6 %

Paras mökki -äänestyksen voittaja, Kastellin rakentama Eikka-mökki sai kaikista annetuista äänistä lähes 17 %. Voittaja erottui muista ulkonäkö- ja valoisuuskriteereillä. Toiseksi tulleessa Honka Fregatissa korostui yleinen laatutaso. Kolmanneksi sijoittuneen Kontiotuotteen Nalle Duon tilaratkaisut ja terassit arvoitiin korkealle. Merkilläpantavaa on, että keskimäärin näyttelymökkien sisustusratkaisut arvioitiin kiinnostavimmiksi kuin kärkikolmikon.



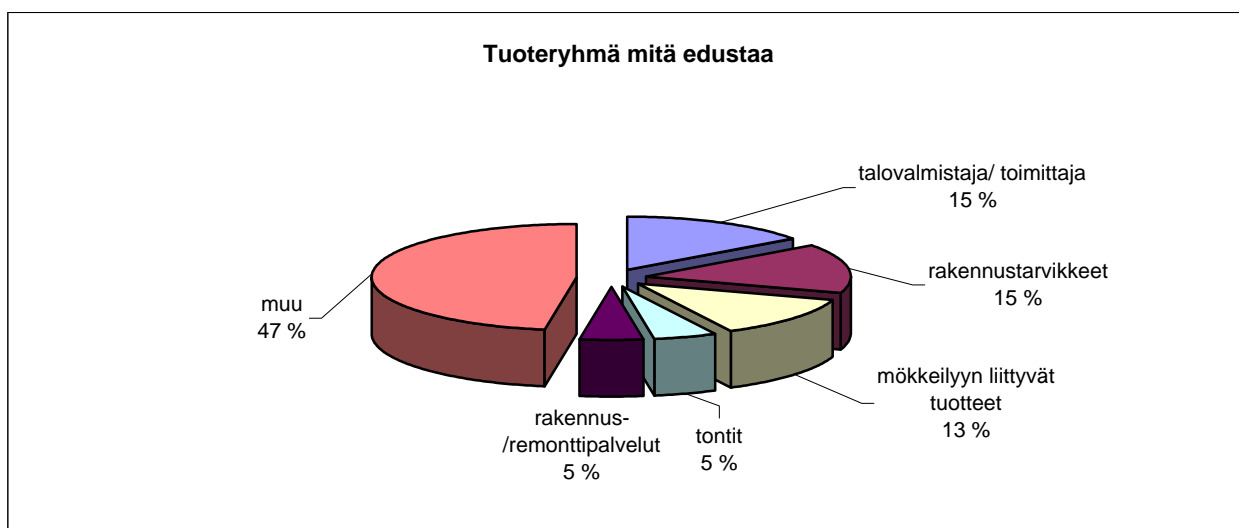
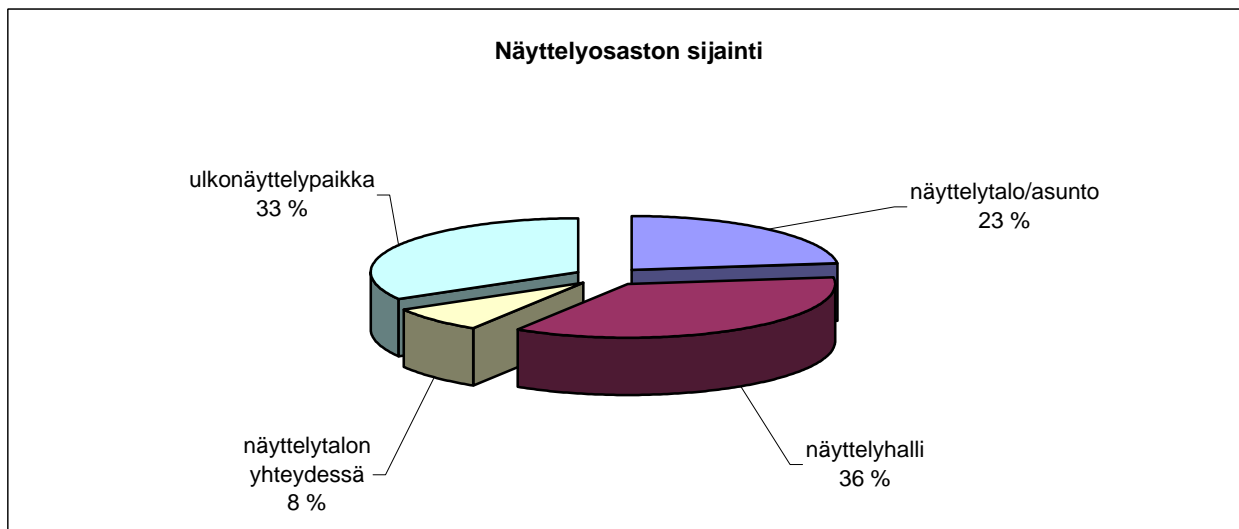
## 12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS

Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin messujen viimeisten päivien aikana. Näytteilleasettajille jaettiin kyselylomakkeet. Lomakkeen palautti 40 näytteilleasettajaa.

Näyttelyosaston sijainti	47
Yrityksen tavoitteet messuilla	48
Tyytyväisyys messujen antiin	49
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	50
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon	51
Mielipiteet palveluiden hintatasosta	52
Näyttelykohteiden määrä	53
Mainonnan määrä	54
Mainonnan laatu	55
Aikomus osallistua tuleville messuille	56
Loma-asuntomessujen sopiva kesto	57
Sopiva kävijämäärä/pv	58
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään	59
Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä	60
Kommentit ja kehitysideoita	61
Messuissa hyvää ja huonoa	62



## Tuoteryhmä mitä edustaa



### Näyttelyosaston sijainti

Näyttelyosaston sijainti	vastanneet	% osuus
näyttelytalo/asunto	9	23 %
näyttelyhalli	14	36 %
näyttelytalon yhteydessä	3	8 %
ulkonäyttelypaikka	13	33 %
<b>Yhteensä</b>	<b>39</b>	

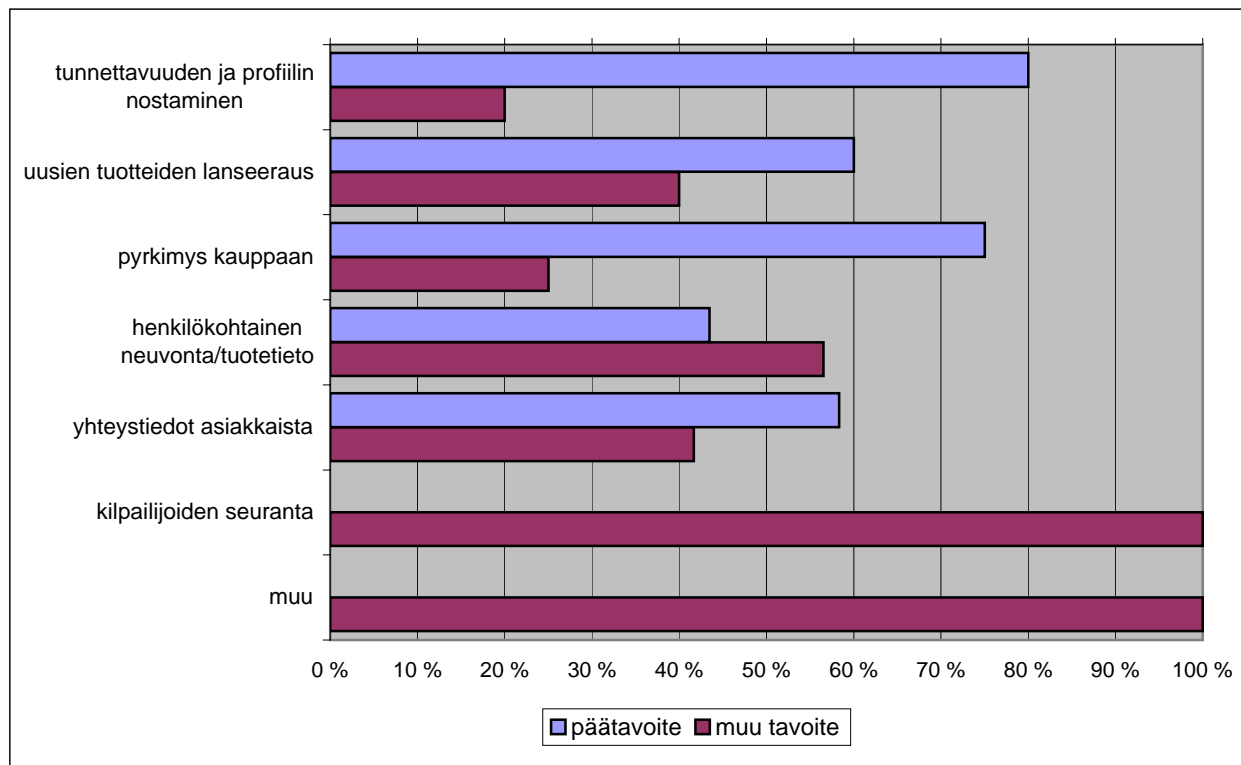
### Tuoteryhmä mitä edustaa

Tuoteryhmä mitä edustaa	vastanneet	% osuus
talovalmistaja/ toimittaja	6	15 %
rakennustarvikkeet	6	15 %
mökkeilyyn liittyvät tuotteet	5	13 %
tontit	2	5 %
rakennus-/remonttipalvelut	2	5 %
muu	19	48 %

Näyttelyhallissa ja ulkopaikoilla olleet näytteilleasettajat olivat suurin vastaajaryhmä



## Yrityksen tavoitteet messuilla



### Yrityksen tavoitteet messuilla

	pää tavoite	% osuus	muu tavoite	% osuus
tunnettavuuden ja profiilin nostaminen	24	80 %	6	20 %
uusien tuotteiden lanseeraus	9	60 %	6	40 %
pyrkimys kauppaan	18	75 %	6	25 %
henkilökohtainen neuvonta/tuotetieto	10	43 %	13	57 %
yhteystiedot asiakkaista	7	58 %	5	42 %
kilpailijoiden seuranta	0	0 %	7	100 %
muu	0	0 %	5	100 %

### Mitä asiakasryhmää tavoitelti

	vastanneet	% osuus
loma-asunnon rakentajat	24	60 %
loma-asunnon remontoijat	18	45 %
loma-asunnon ostajat/myyjät	14	35 %
omakotitalon rakentajat	29	73 %
omakotitalon remontoijat	23	58 %
omakotitalon ostajat/myyjät	13	33 %
sisustajat	16	40 %

### Arvio, miten tavoitti haluamansa

asiakasryhmän	vastanneet	% osuus
kiitettävästi	14	37 %
hyvin	19	50 %
välttävästi	4	11 %
huonosti	1	3 %

Tunnettavuuden ja profiilin nostaminen olivat näytteilleasettajille tärkeämpiä kuin pyrkimys suoraan kauppaan.

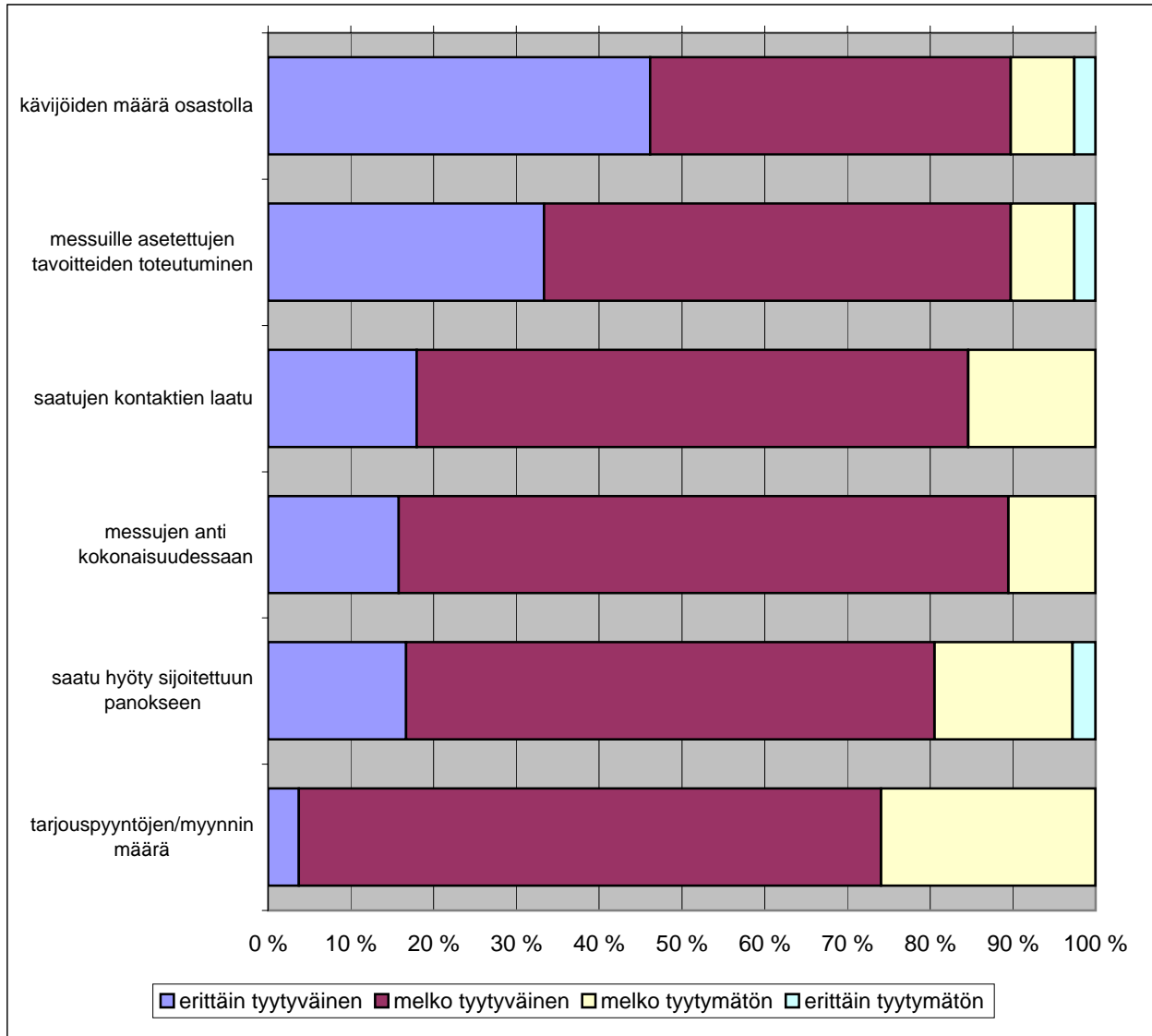
Loma-asuntorakentajien ja -remontoijien lisäksi näytteilleasettajia kiinnostivat myös omakotitalorakentajat ja näitä remontoivat.

Kohderyhmä on tavoitettu erittäin hyvin.





## Tyytyväisyys messujen antiin



### Tyytyväisyys messujen antiin

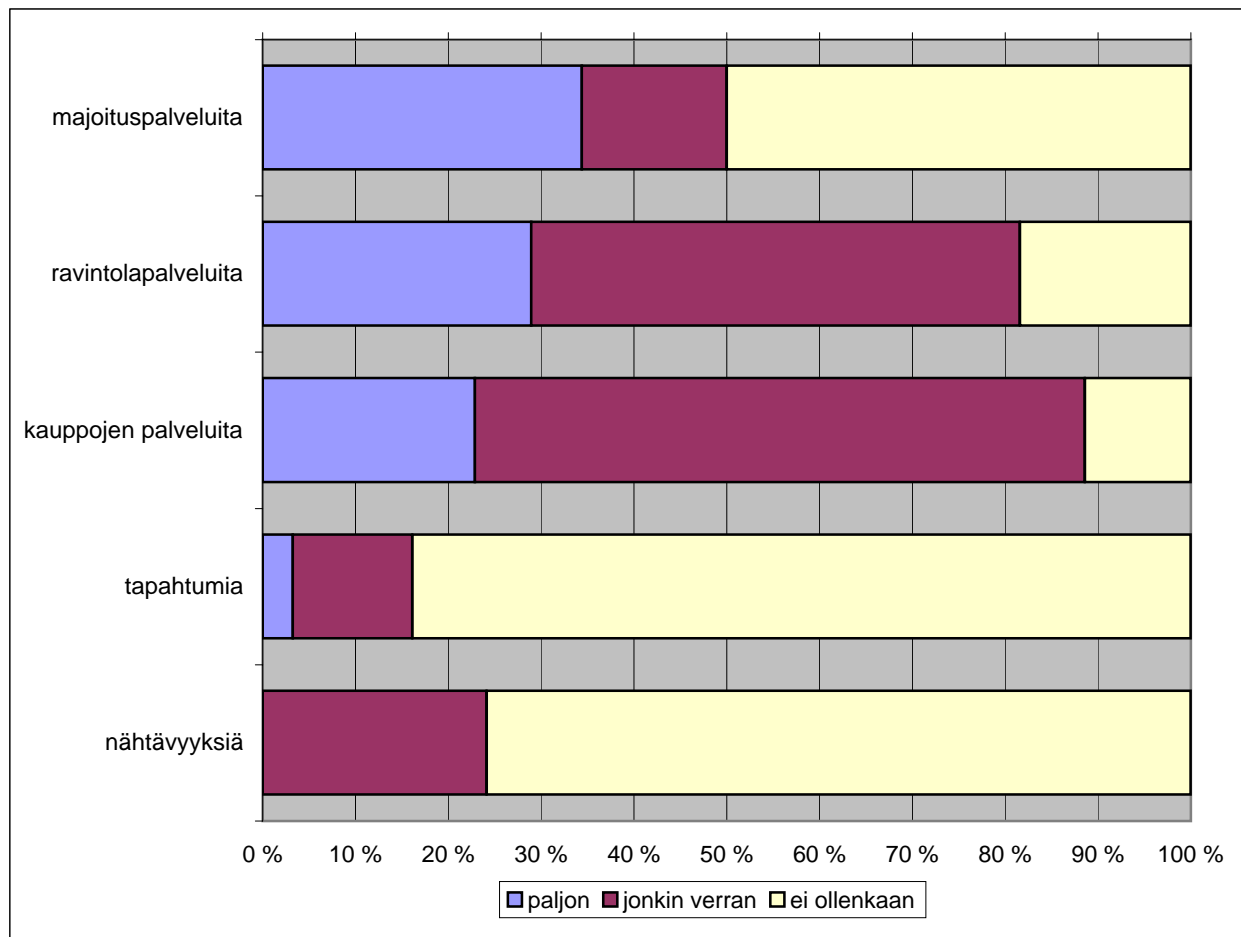
	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
kävijöiden määrä osastolla	46 %	44 %	8 %	3 %
messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen	33 %	56 %	8 %	3 %
saatujen kontaktien laatu	18 %	67 %	15 %	0 %
messujen anti kokonaisuudessaan	16 %	74 %	11 %	0 %
saatu hyöty sijoitettuun panokseen	17 %	64 %	17 %	3 %
tarjouspyyntöjen/myynnin määrä	4 %	70 %	26 %	0 %

Kävijöiden määrää osastolla pidettiin oikein hyvänä, kuten myös asiakaslaatua.

Messujen kaupallinen anti oli kokonaisuudessaan varsin positiivinen.



## Messupaikkakunnan palveluiden käyttö



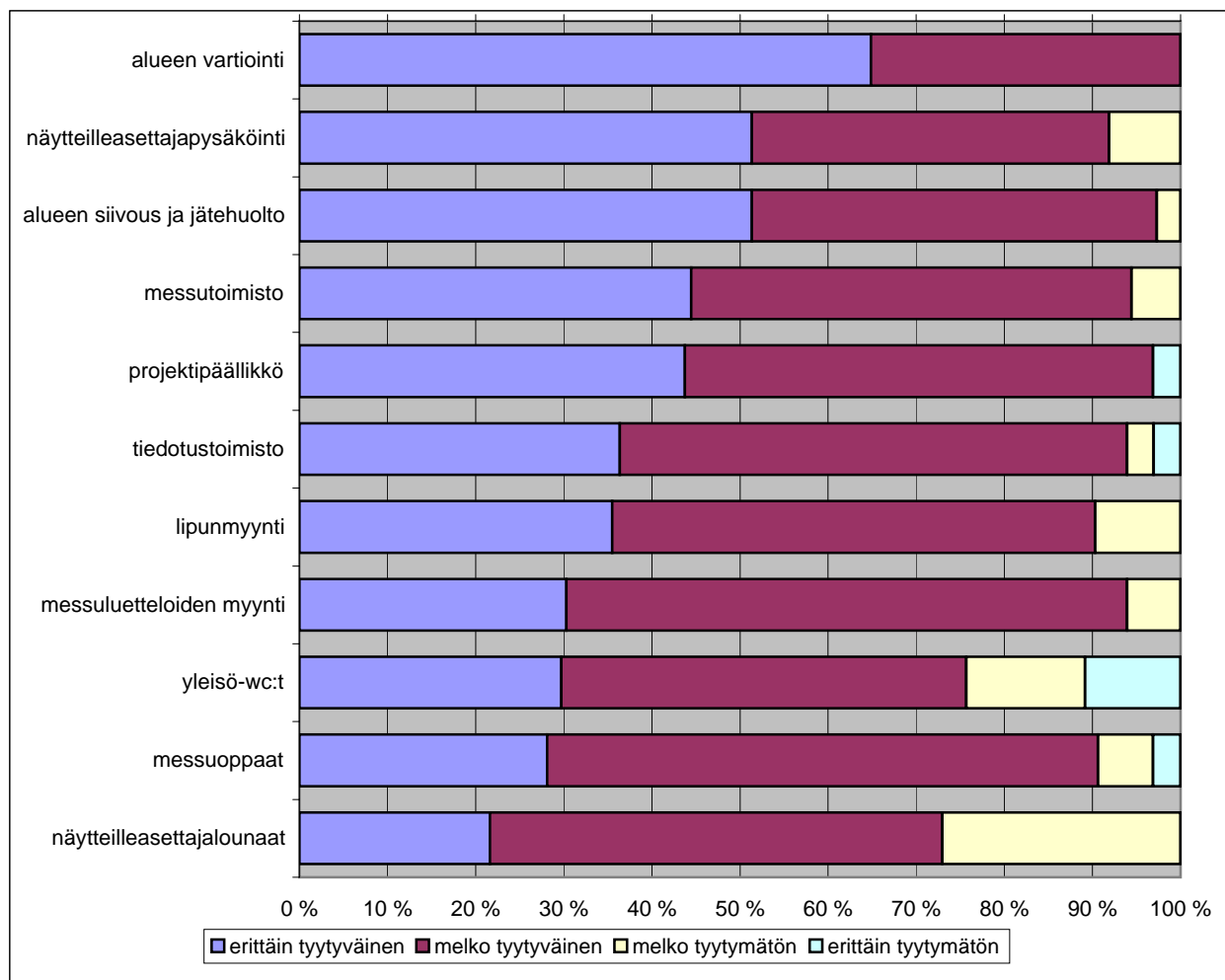
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
liikenteen sujuvuus	55 %	34 %	8 %	3 %
messupaikkakunnan sijainti	51 %	38 %	11 %	0 %
messupaikkakunta kokonaisuudessaan	45 %	47 %	8 %	0 %
messupaikkakunnan muut palvelut	29 %	55 %	13 %	3 %
messupaikkakunnan majoituspalvelut	25 %	43 %	25 %	7 %

Messupaikkakunnan palveluiden käyttö	paljon	jonkin verran	ei ollenkaan
majoituspalveluita	34 %	16 %	50 %
ravintolapalveluita	29 %	53 %	18 %
kauppojen palveluita	23 %	66 %	11 %
tapahtumia	3 %	13 %	84 %
nähtävyyksiä	0 %	24 %	76 %

Kaikki toimi, ainoastaan majoituspalvelut aiheuttivat tyytymättömyyttä.  
Näytteilleasettajilla ei riittänyt "virtaa" käydä tapahtumissa tai katsella nähtävyyksiä.



## Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon



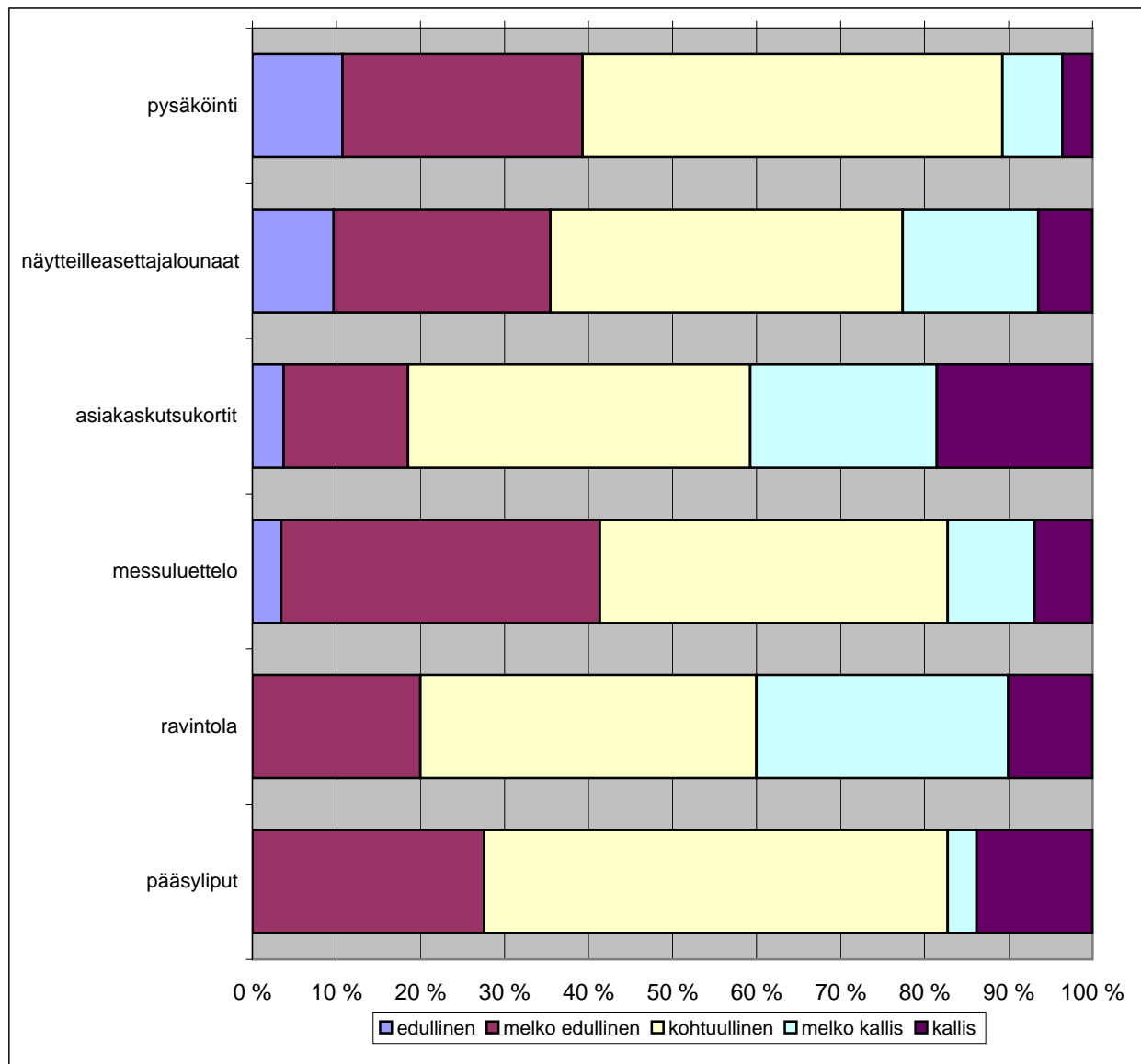
### Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
alueen vartiointi	65 %	35 %	0 %	0 %
näytteilleasettajapysäköinti	51 %	41 %	8 %	0 %
alueen siivous ja jätehuolto	51 %	46 %	3 %	0 %
messutoimisto	44 %	50 %	6 %	0 %
projektipäällikkö	44 %	53 %	0 %	3 %
tiedotustoimisto	36 %	58 %	3 %	3 %
lipunmyynti	35 %	55 %	10 %	0 %
messuluetteloiden myynti	30 %	64 %	6 %	0 %
yleisö-wc:t	30 %	46 %	14 %	11 %
messuoppaat	28 %	63 %	6 %	3 %
näytteilleasettajalounaat	22 %	51 %	27 %	0 %

Näytteilleasettajien tyytyväisyys alueeseen ja organisaatioihin olivat jälleen korkealla tasolla. Erityisesti projektipäällikköön oli tyytyväisiä, 97 % (Parainen 91 % ja Koli 86 %).



## Mielipiteet palveluiden hintatasosta



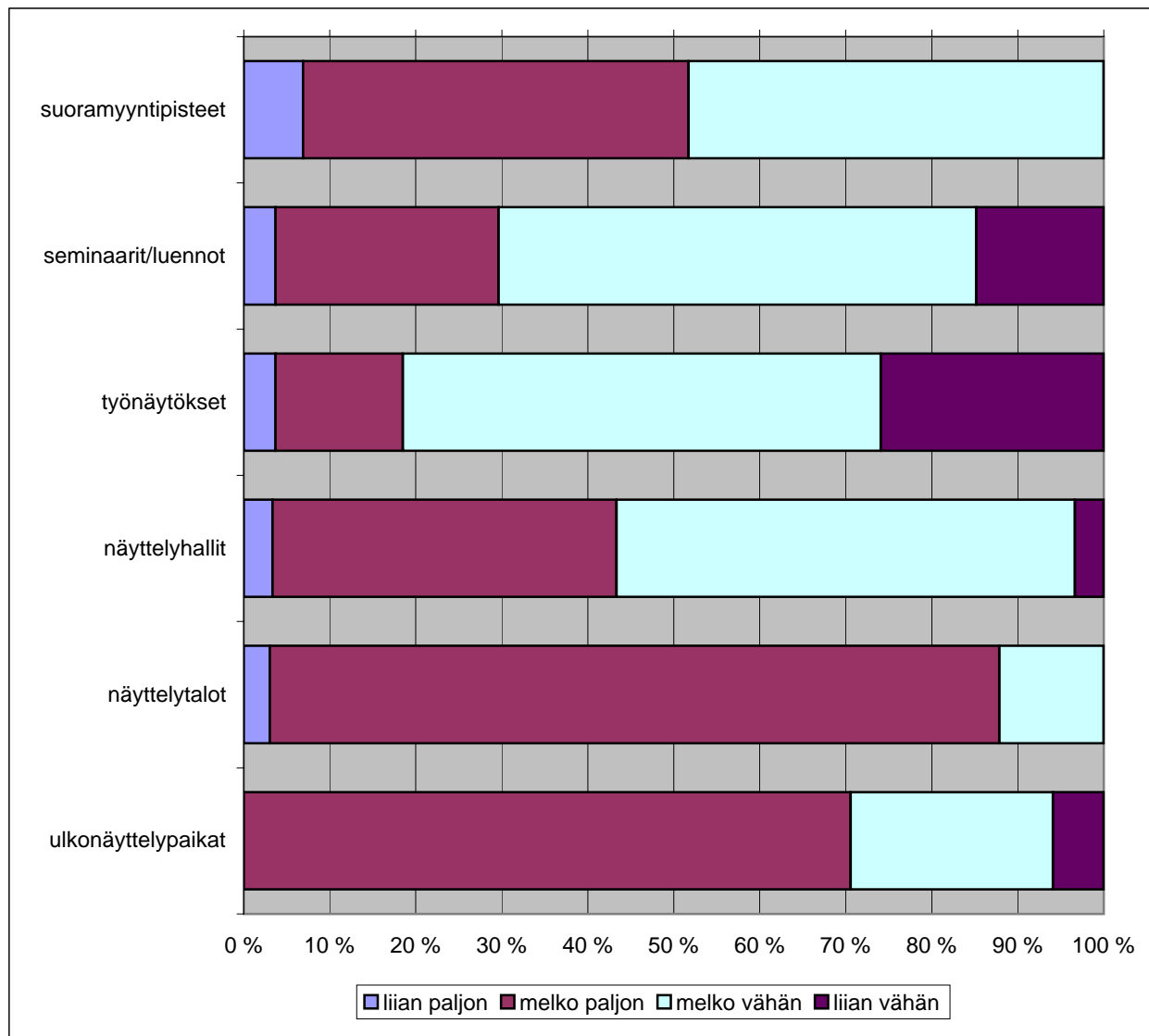
### Mielipiteet palveluiden hintatasosta

	edullinen	melko edullinen	kohtuullinen	melko kallis	kallis
pysäköinti	11 %	29 %	50 %	7 %	4 %
näytteilleasettajalounaat	10 %	26 %	42 %	16 %	6 %
asiakaskutsukortit	4 %	15 %	41 %	22 %	19 %
messuluettelo	3 %	38 %	41 %	10 %	7 %
ravintola	0 %	20 %	40 %	30 %	10 %
pääsyliput	0 %	28 %	55 %	3 %	14 %

Vaikka asiakaskutsukortteja pidettiin kalliina, suurin osa piti hintaa kuitenkin kohtuullisena. Näytteilleasettajalounaan hintakin oli nyt kohdallaan.



## Näyttelykohteiden määrä

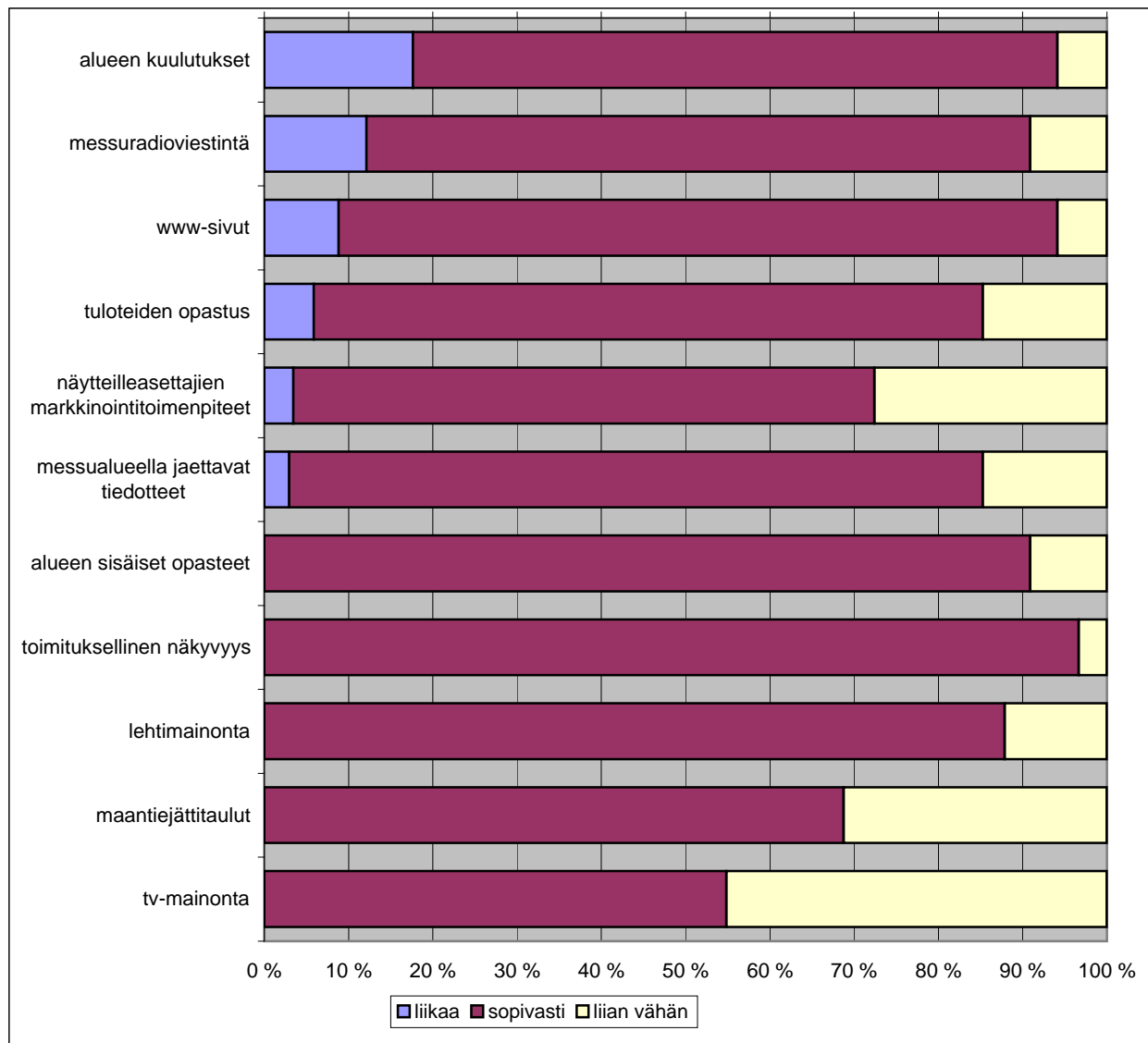


Näyttelykohteiden määrä	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
suoramyyntipisteet	7 %	45 %	48 %	0 %
seminaarit/luennot	4 %	26 %	56 %	15 %
työnäytökset	4 %	15 %	56 %	26 %
näyttelyhallit	3 %	40 %	53 %	3 %
näyttelytalot	3 %	85 %	12 %	0 %
ulkonäyttelypaikat	0 %	71 %	24 %	6 %
rivi- ja kerrostalot	0 %	46 %	43 %	11 %

Näyttelykohteiden määrään oltiin tyytyväisiä. Työnäytöksiä haluttiin enemmän. Tutkimuksesta ei vain ilmene kumman kannalta: näytteilleasettajan vai messuvieraan.



## Mainonnan määrä



### Mainonnan määrä

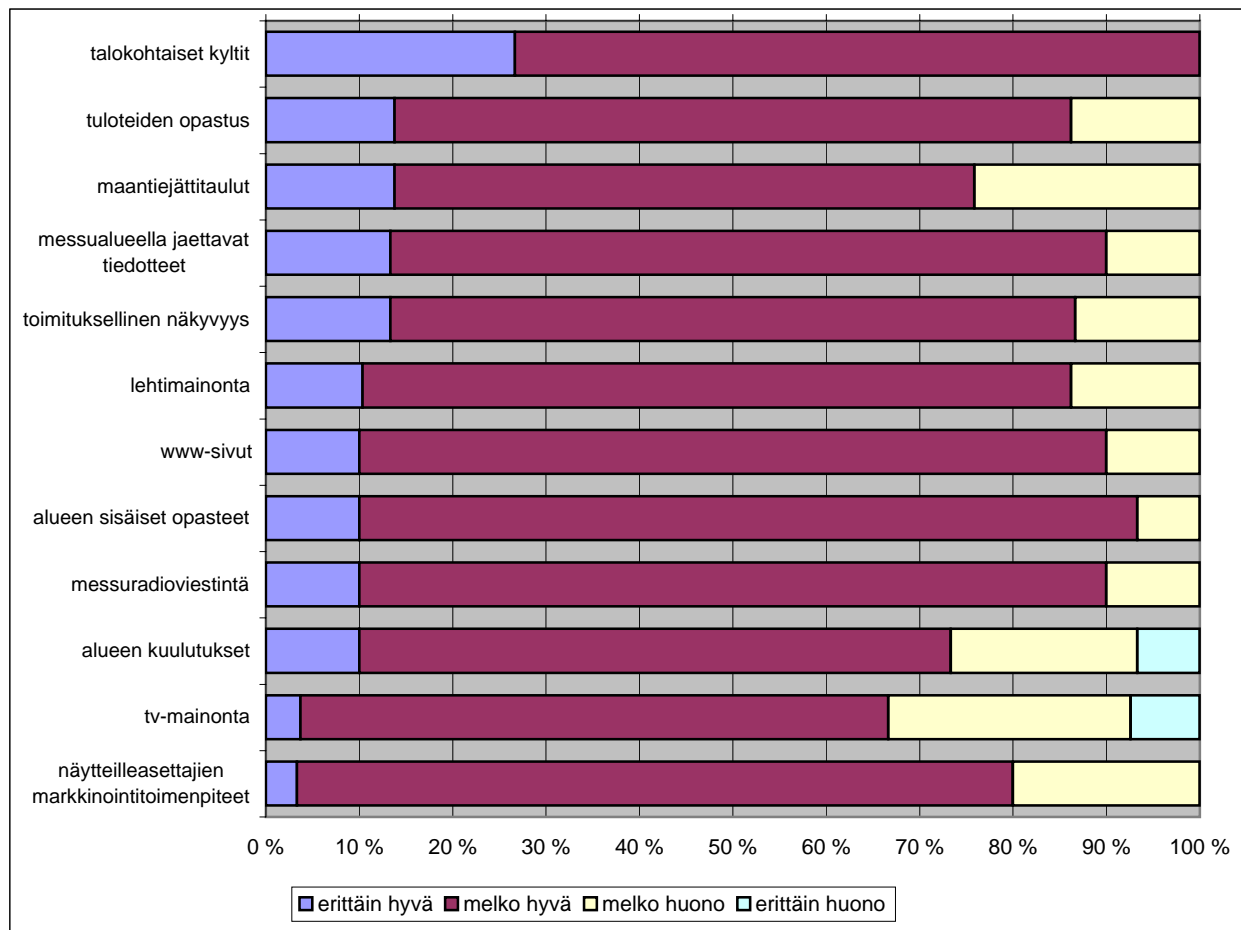
	liikaa	sopivasti	liian vähän
alueen kuulutukset	18 %	76 %	6 %
messuradioviestintä	12 %	79 %	9 %
www-sivut	9 %	85 %	6 %
tuloteiden opastus	6 %	79 %	15 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	3 %	69 %	28 %
messualueella jaettavat tiedotteet	3 %	82 %	15 %
alueen sisäiset opasteet	0 %	91 %	9 %
toimituksellinen näkyvyys	0 %	97 %	3 %
lehtimainonta	0 %	88 %	12 %
maantiejättitulut	0 %	69 %	31 %
tv-mainonta	0 %	55 %	45 %

TV-mainonta ja maantiejättitulut saivat eniten kritiikkiä; niiden määrää pidettiin jälleen liian pienenä.

Sen sijaan toimituksellinen näkyvyys ja www-sivut arvostettiin korkealle.



## Mainonnan laatu

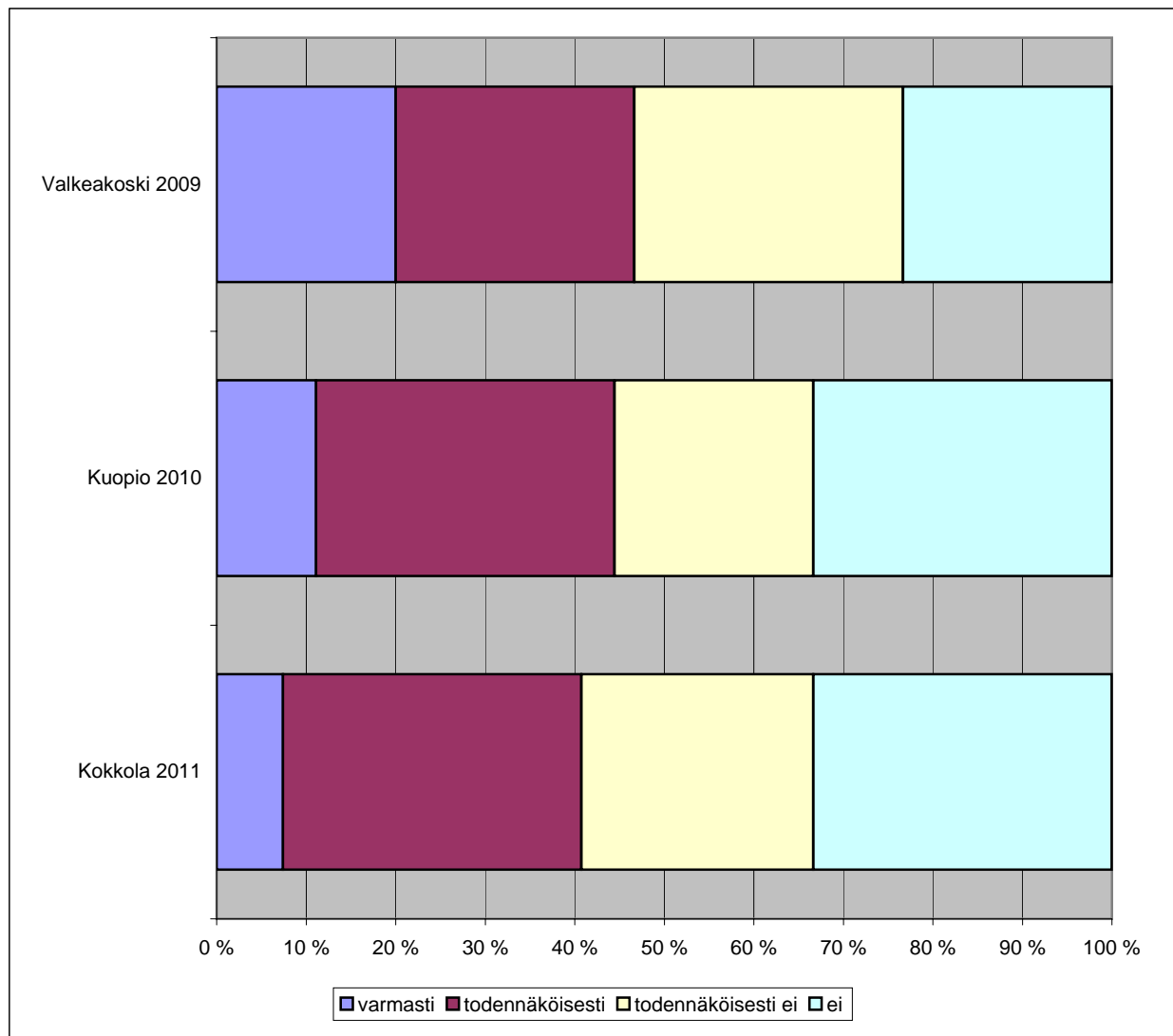


Mainonnan laatu	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
talokohtaiset kyltit	27 %	73 %	0 %	0 %
tuloteiden opastus	14 %	72 %	14 %	0 %
maantiejättitaulut	14 %	62 %	24 %	0 %
messualueella jaettavat tiedotteet	13 %	77 %	10 %	0 %
toimituksellinen näkyvyys	13 %	73 %	13 %	0 %
lehtimainonta	10 %	76 %	14 %	0 %
www-sivut	10 %	80 %	10 %	0 %
alueen sisäiset opasteet	10 %	83 %	7 %	0 %
messuradioviestintä	10 %	80 %	10 %	0 %
alueen kuulutukset	10 %	63 %	20 %	7 %
tv-mainonta	4 %	63 %	26 %	7 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	3 %	77 %	20 %	0 %

Talokohtaiset kyltit, sisäiset opasteet ja messutiedotteet toimivat!



## Aikomus osallistua tuleville messuille



### Yrityksen osallistuminen messuille

#### 2008

	vastanneet	% osuus
yksille messuille(näille)	7	23 %
2-3 messuille	13	42 %
4-5 messuille	5	16 %
6-7 messuille	0	0 %
8-9 messuille	3	10 %
10 tai useammille messuille	3	10 %

Näytteilleasettajista 2/3 osallistuu vuosittain korkeintaan kolmille messuille. Kiinnostus tuleviin asuntomessuihin on hyvä, noin puolet aikoo osallistua.

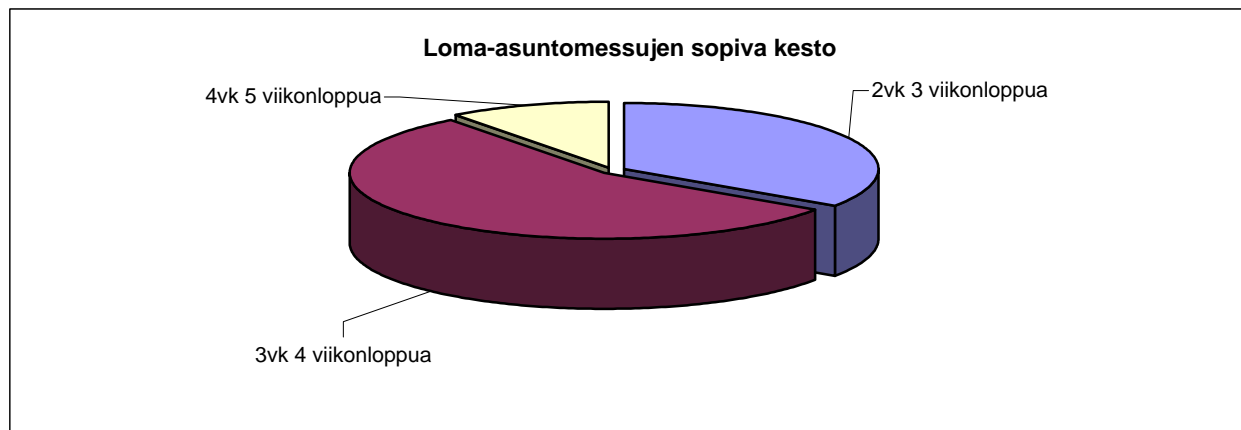
### Aikomus osallistua tuleville messuille

	varmasti	todennäköisesti	todennäköisesti ei	ei
Valkeakoski 2009	20 %	27 %	30 %	23 %
Kuopio 2010	11 %	33 %	22 %	33 %
Kokkola 2011	7 %	33 %	26 %	33 %





## Loma-asuntomessujen sopiva kesto

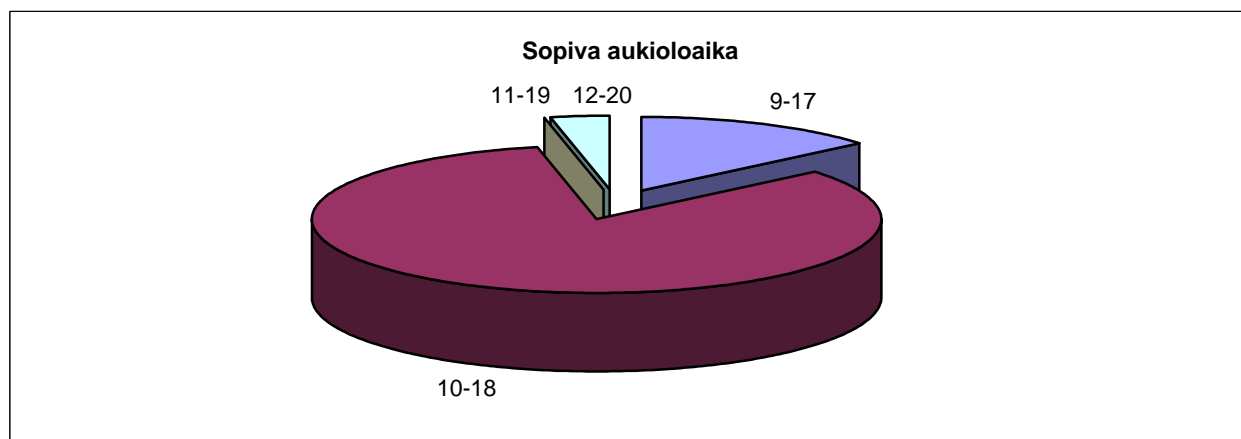


### Loma-asuntomessujen sopiva kesto

2vk 3 viikonloppua  
3vk 4 viikonloppua  
4vk 5 viikonloppua

vastanneet	% osuus
10	34 %
16	55 %
3	10 %

Kolmen viikon mittaiset loma-asuntomessut sopivat useimmille.



### Sopiva Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen väli

1 viikko  
2 viikkoa  
3 viikkoa  
4 viikkoa  
ei merkitystä

vastanneet	% osuus
5	15 %
18	53 %
4	12 %
3	9 %
4	12 %

Näytteilleasettajien enemmistö toivoisi kahta viikkoa messutapahtumien väliksi.

### Sopiva aukioloaika

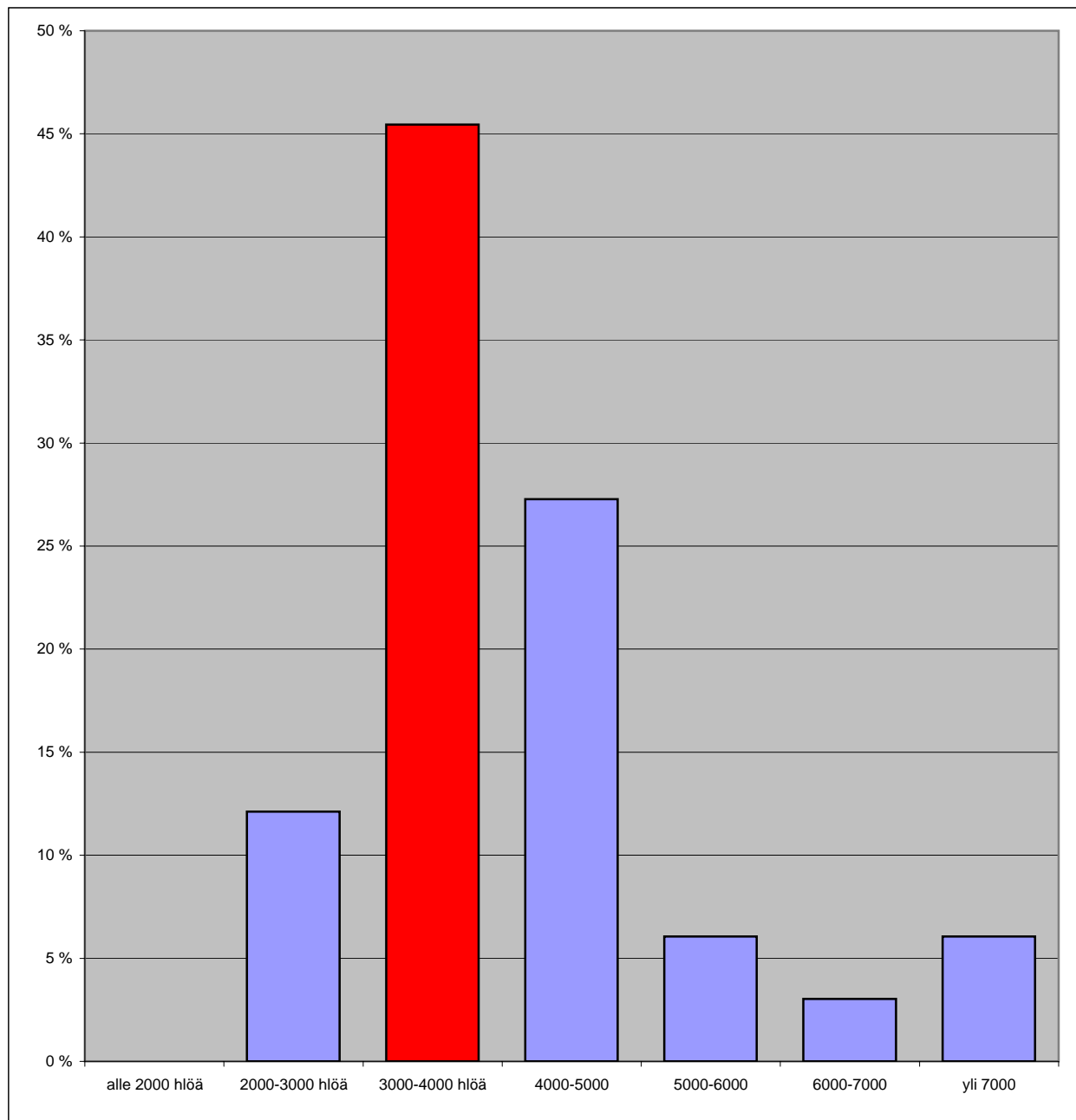
9-17  
10-18  
11-19  
12-20

vastanneet	% osuus
4	13 %
24	80 %
0	0 %
1	3 %

Aukioloaika klo 10-18 saa lähes varauksettoman kannatuksen.



## Sopiva kävijämäärä/pv



### Sopiva kävijämäärä/pv

alle 2000 hlöä  
2000-3000 hlöä  
3000-4000 hlöä  
4000-5000  
5000-6000  
6000-7000  
yli 7000

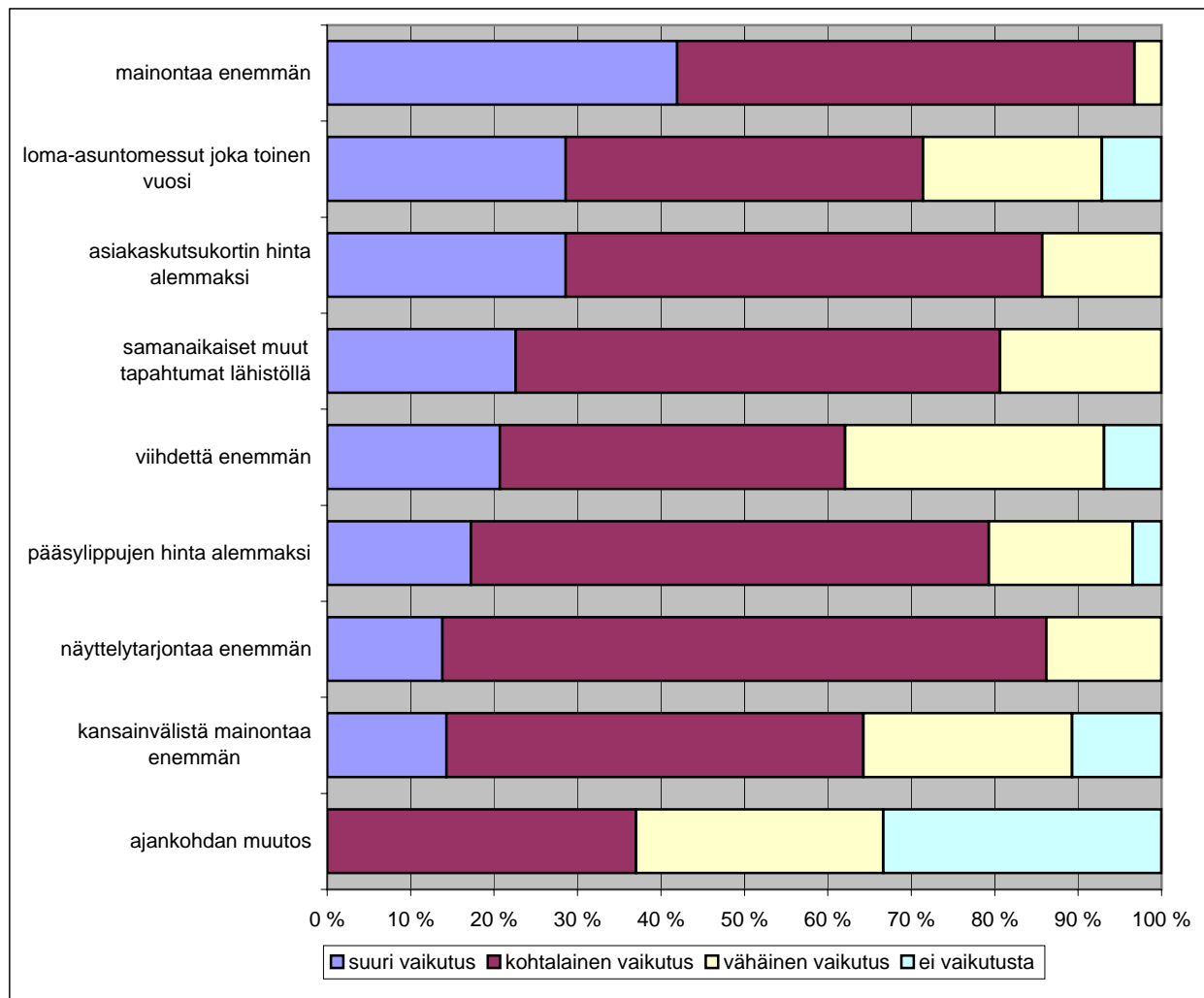
### % osuus

0 %  
12 %  
45 %  
27 %  
6 %  
3 %  
6 %

Ei määrä vaan laatu!



## Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään



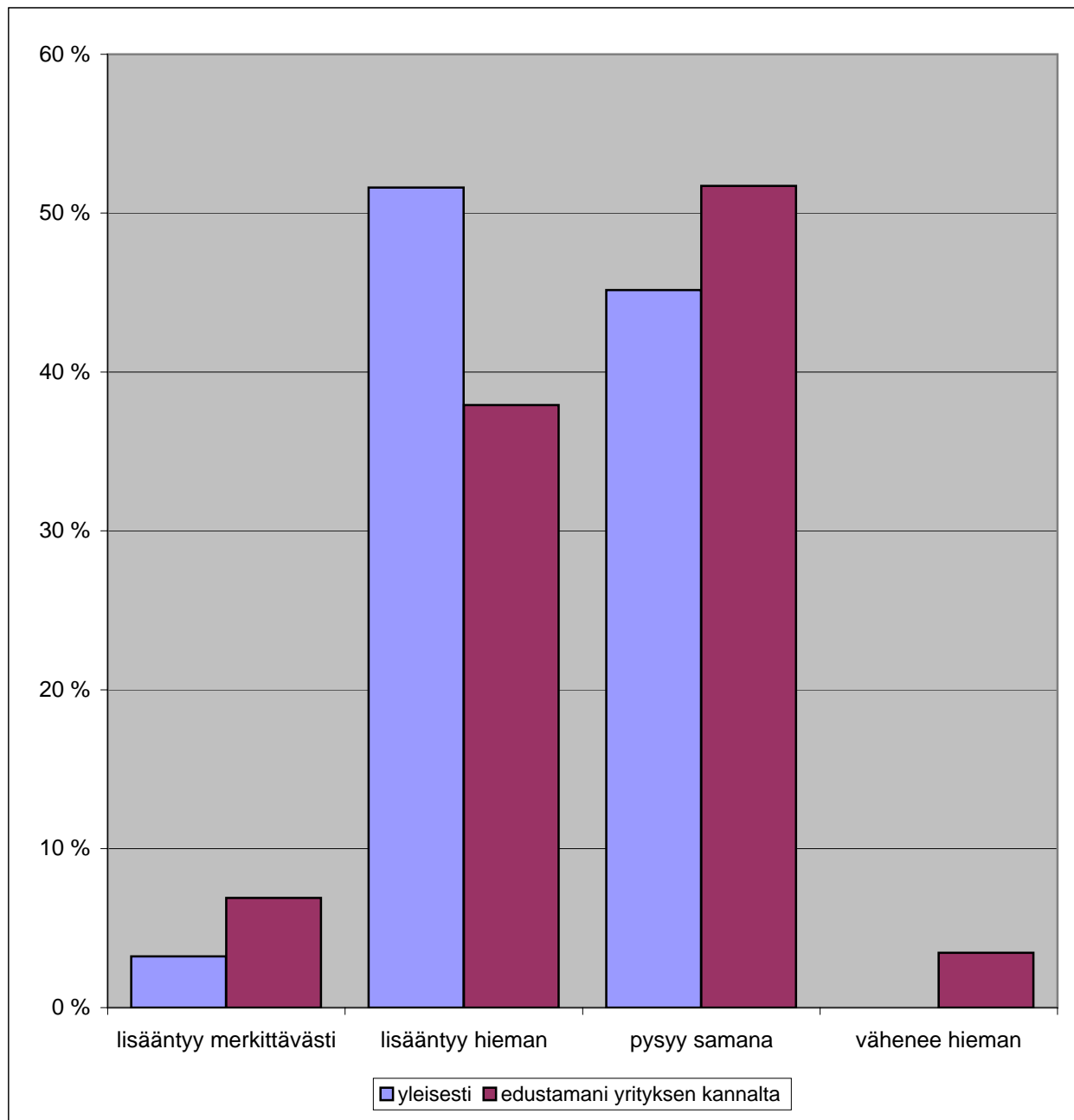
### Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään

	suuri vaikutus	kohtalainen vaikutus	vähäinen vaikutus	ei vaikutusta
mainontaa enemmän	42 %	55 %	3 %	0 %
loma-asuntomessut joka toinen vuosi	29 %	43 %	21 %	7 %
asiakaskutsukortin hinta alemmaksi	29 %	57 %	14 %	0 %
samanaikaiset muut tapahtumat lähistöllä	23 %	58 %	19 %	0 %
viihdettä enemmän	21 %	41 %	31 %	7 %
pääsylippujen hinta alemmaksi	17 %	62 %	17 %	3 %
näyttelytarjontaa enemmän	14 %	72 %	14 %	0 %
kansainvälistä mainontaa enemmän	14 %	50 %	25 %	11 %
ajankohdan muutos	0 %	37 %	30 %	33 %

Näytteilleasettajien mielestä mainontaa saisi kernaasti olla enemmän ja asiakaskutsukorttien tulisi olla edullisempia. Myös synergian muiden tapahtumajärjestäjien kanssa uskottaisiin tuovan enemmän kävijöitä.



## Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä



### Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä

	lisääntyy merkittävästi	lisääntyy hieman	pysyy samana	vähenee hieman
yleisesti	3 %	52 %	45 %	0 %
edustamani yrityksen kannalta	7 %	38 %	52 %	3 %

Yritysten pääosa tulee jatkossakin käyttämään asuntomessuja ja loma-asuntomessuja markkinoinnissaan - jopa panostuksia lisäämällä.



## Kommentit ja kehitysideat

### Kommentit

hyvin järjestetyt

järjestelyt sujuneet hyvin, kuten myös huolto ja tarvittavat korjaukset

lippuja ei mielestäni saisi myydä enään klo 17.30 jälkeen, koska asiakkaat ovat pettyneitä, kun eivät kerkiä kiertämään koko messualueetta 30 min.aikana

lounaslipuista turhan paljon häslinkiä ja epäselvyyttä.

Ruoka aina samanmakuista.

Alue epäselvä käviöiden mielestä

meidän osastolta haettiin tietoa reposaaren messualueesta sekä kohteista ym.neuvontapalveluista...joten toimimme info pisteenä asiakkaille

Messut oli järjestetty ammattitaitoisesti

mies hlö joka vastasi/kävi osastoja läpi päivittäin kommentoi ja haukkui näytteilleasettajia muille näytteilleasettajille !

Oiva löysää vyötä :)

Ok ! Toki 6 jälkeen olisi hyvä päästää asiakkaatkin huoltoportista ulos; pitkän päivän jälkeen ei haluaisi enää itse jäädä näyttelyhalliin vartioon.

Olis ollut kiva jos olis ollut enemmän vesipisteitä käsienpesua ja juomista varten

palvelu ystävällistä ja tarvittaessa nopeaa !

siivoukselle KIITOS ! - haisevat vessat hyi !

### Kommentit onnistumisesta

Hyvä näkyvyys!

ihan panostusta vastaava

mielestämme hyvin

ok/budjetti saavutettu

olemme erittäin tyytyväisiä

saimme kohtuullisesti näkyvyyttä ja kontakteja, ei täysin oikea kohdeyleisö-puolivälin messututkimus yleisön osalta

sen tietää vasta myöhemmin

Suosio oli suuri, suuri osa esitteistä loppui kesken messujen

toteutui suunnitelujen mukaisesti

### Kehitysideat

kun on kyse näyttelyteltasta ! ottakaa huomioon tekstiilien myyjät (=) sijoitus kauemmaksi oviaukosta (pääsisi käyntiin) kun osastoja varataan !!!

tilavampi ruokateltta

enemmän vessoja



## Messuissa hyvää ja huonoa

### Messuissa hyvää

ei liikaa messukohteita, keskimäärin ihmiset viettivät n. 2 h messualueella. Erilaiset loma-asuntomessut, urbaani ympäristö, kelluvat kohteet

Hyvää ruokaa ! - kiitos - ja ihania ihmisiä työkavereina

järjestelyt onnistuneet mielestämme hyvin

Kiva yhteishenki, upeat puitteet ! Käviötä enemmän kuin uskalsin kuvitella.

kun osastolle tuli vettä, toimenpiteet; asian hoidosta (kuivausta yms.) Toimivat hyvin ! sekä vesivahingosta joutuvien tavaroiden korvaus ok. kävijöitä runsaasti (vaikkakaan se ei näkykynyt omalla osastolla)

kävijämäärä, UA:n sijainti

Media julkisuuden määrä

Raitista ulkoilmaa, kauniit maisemat ja oikein mukavia ihmisiä!

Tosi mukavaa porukkaa. Apua saatu kun on sitä pyydetty. Rentoa meininkiä

Täällä saamme paljon tarjous-pyyntöjä ja tunnettavuus kasvaa. Tosin alkaa olla aika maksimissaan.

väkimmäärä

paikka

ajankohta

### Messuissa huonoa

Alkuviiikon kylmä ilma =>

Ekovilla tulee korvista =>

huoltoportti saisi olla auki useammin

huono opastus/neuvonta/apu rakennuspvänä

huono sää

huono osaston sijainti

osastolla vesivahinko, joka ei vaikuttanut tunnelmaan ainakaan piristävästi

kelluvat lomakohteet keskeneräisiä eivät ole hyvä ajatus ! monet ovat ihmetelleet asiaa !

Lehdistö pvä oli näyttelyhallissa päivystäjille näytteilleasettajille pettymys ! Lehdistö tuotiin alueelle ilm.huoltoportin kautta ja hallissa ei käynyt ristinsielua ! Pitkä 7-tuntia...Lisäksi vielä pieni harmitus mieltä vähän kohteissa oli käytetty porilaisia ja lähialueen sisustus- ja huonekalualan yrittäjiä !

Liian vähän vessoja !

Muuten huonoa ei ole kuin tämä hlö joka mollailee muita näytt.asettajia. Huom.me tuomme teille palkanHän haukkui esim. Ingmannin jäätölö myyjät pystyyn niin että vieraat ja me kaikki kuulumme sen, moukka !

näytteilleasettajan kannalta huonoa se, ettei merimestan puol.portista päässyt pois enään klo 18 jälkeen eikä sisälle ennen klo 10 ja eikun kävelemään =>

Näytteilleasettajille ei ainuttakaan vapaa lippua.Asiakaskutsukortit suurissa tilausmäärissä-pienet yritykset niin suuria määriä tarvitse.

peruspalveluiden puute

Ruoka joka pvä saman makuista, ei väliä oliko sikaa vai nautaa = sama.Reposaaren alueella puuttui opasteita pääportille.Käviöiden käytöstapojen puutos ! (kiitos on kadonnut sanavarastosta) Ekovillan mainos aivan hirveää aivopesua kun se huuti päivät pitkät täysillä

välillä ja paikoittain hiljaisia hetkiä...Wc:tä saisi olla hieman enempi.Kelluvien talojen kohteet hankalasti tavoitettavissa, tai opasteiden puutteellinen sijainti heikko, joka toista kävijää sai neuvoa niiden sijainnista