



SUOMEN ASUNTOMESSUT



**ASUNTOMESSUT
VAASASSA 11.7.-10.8.2008**

KÄVIJÄTUTKIMUS

Tämä raportti perustuu Vaasan Asuntomessuilla tehtyyn kävijätutkimukseen.
Tutkimukseen osallistui yhteensä 6 771 kävijäperhettä.



SUOMEN ASUNTOMESSUT

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



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 140 675
- perheitä 54 125
- keskimääräinen perheenkoko 2,60
- palautettuja tutkimuslomakkeita 6 771
- palautus-% perheistä 12,5

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

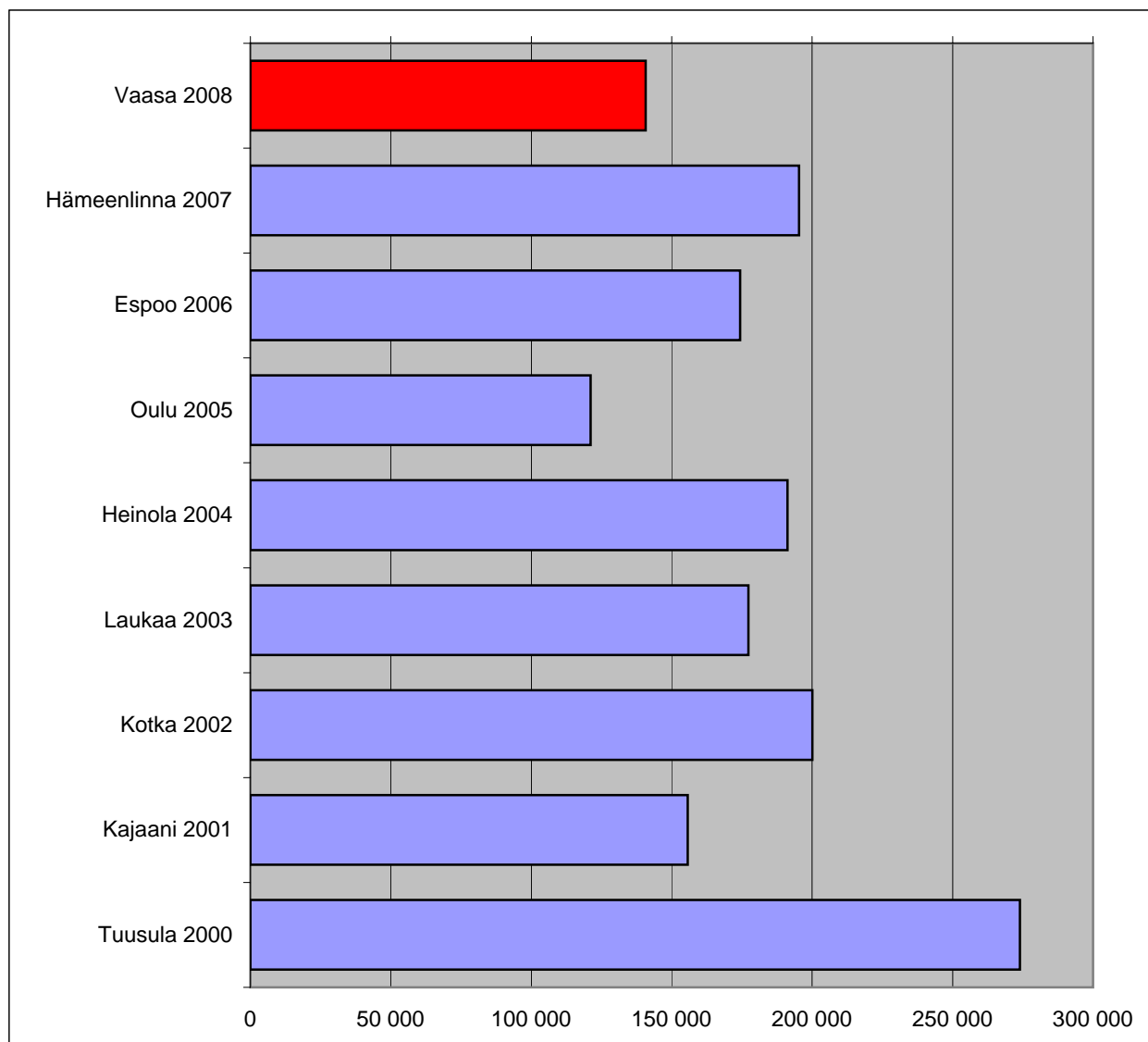
Luotsinmäenpuistokatu 1
28100 PORI
Puhelin 02-634 6400
E-mail: etunimi.sukunimi@rakentaja.fi





2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT

Asuntomessut 2000-2008



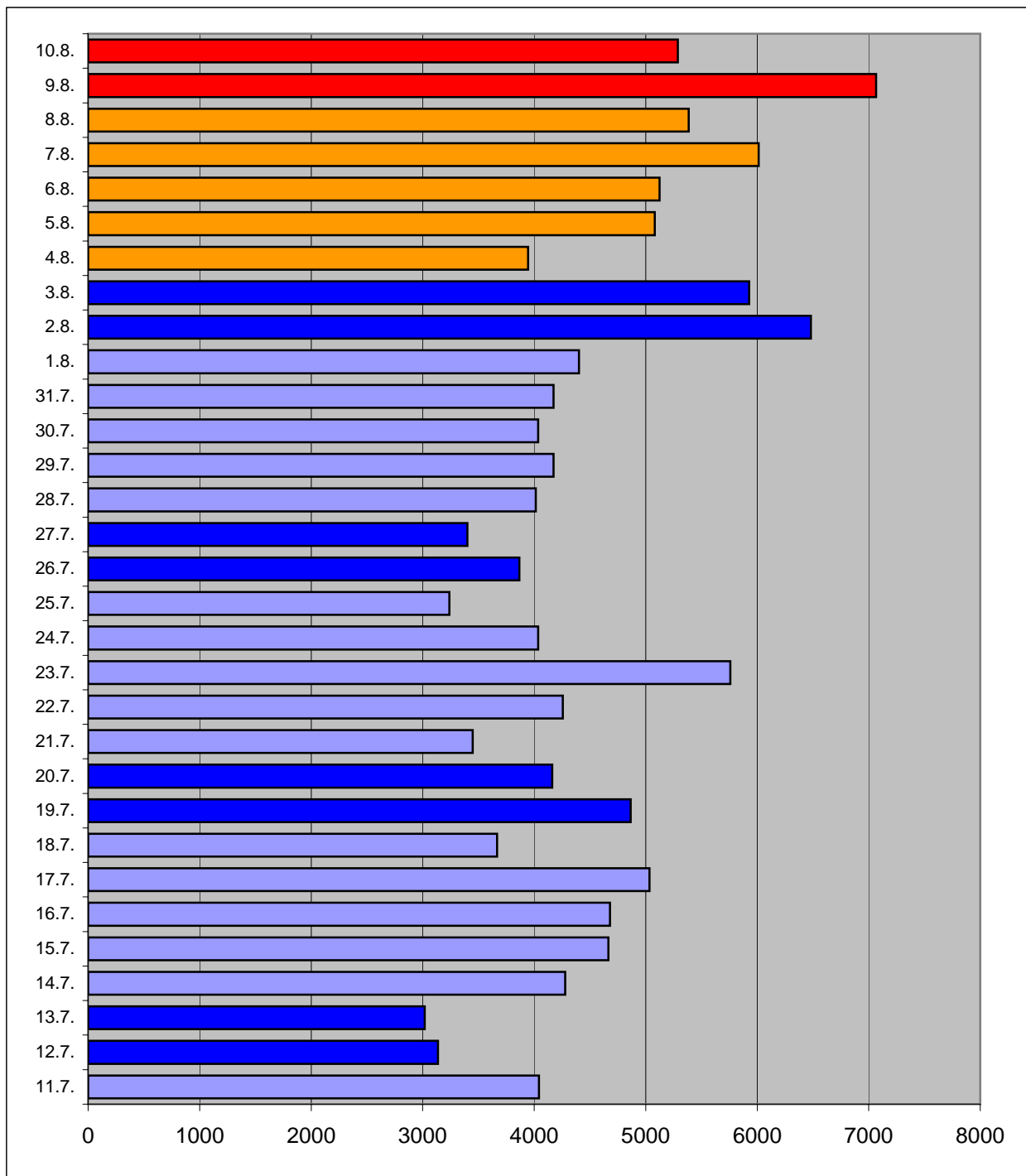
Asuntomessut 2000-2008

	kävijämäärä
Vaasa 2008	140 675
Hämeenlinna 2007	195 345
Espoo 2006	174 305
Oulu 2005	121 110
Heinola 2004	191 254
Laukaa 2003	177 271
Kotka 2002	200 115
Kajaani 2001	155 678
Tuusula 2000	274 000

Vaasan asuntomessut kiinnostivat. Sopivat vertailumessut Oulu 2005 ja Kajaani 2001.



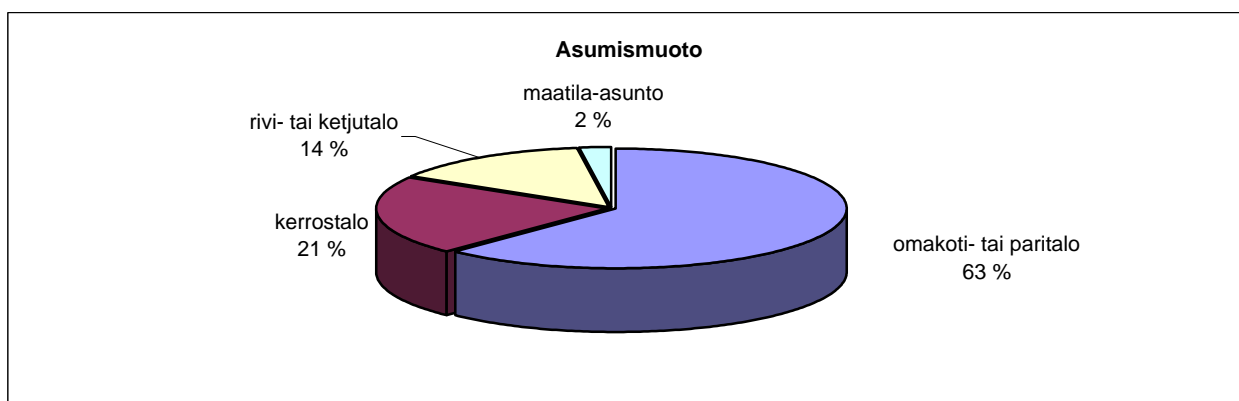
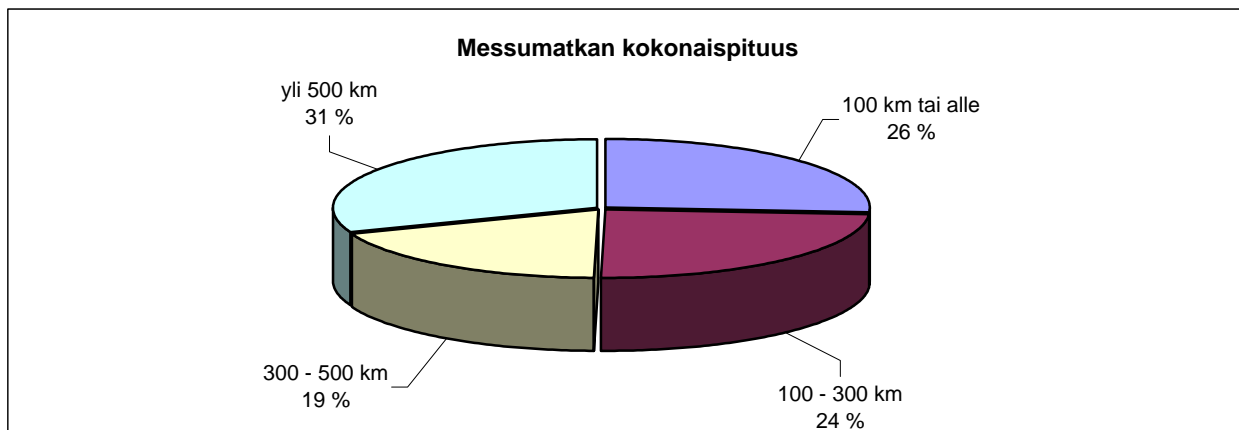
Vaasan kävijät päivittäin



Viimeiset kymmenen päivää menttiin reilusti yli 5 000 kävijän vauhdilla. Merkillepantavaa on kävijöiden tasainen virta, "hiljaisinkin" päivinä yli 3 000.



Messumatka



Messumatkan kokonaispituus

edestakaisin

	vastanneet	% osuus
100 km tai alle	1478	26 %
100 - 300 km	1371	24 %
300 - 500 km	1081	19 %
yli 500 km	1751	31 %

Asumismuoto

	vastanneet	% osuus
omakoti- tai paritalo	4027	62 %
kerrostalo	1372	21 %
rivi- tai ketjutalo	929	14 %
maatalo-asunto	137	2 %

Onko teillä mökki?

	vastanneet	% osuus
kyllä	2154	38 %
ei	3442	62 %

Mistä lähditte messuille?

	vastanneet	% osuus
Kotoa	340	81 %
Mökiltä	21	5 %
Muu	61	14 %

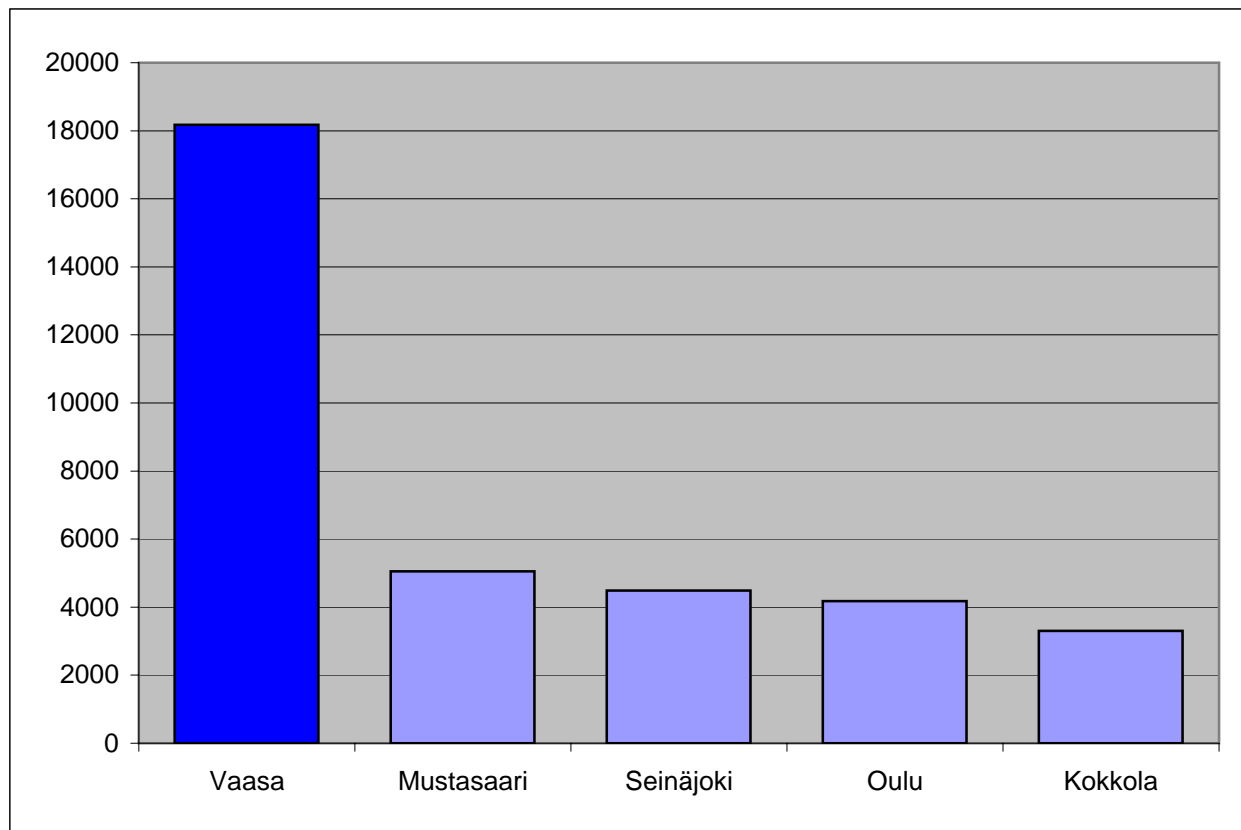
Puolet kävijöistä tuli alle 150 km:n päästä. Pitkämatalaisia oli yli kolmannes!

Omakoti- tai paritalossa asuvista 36 %:lla on mökki.



3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFILI

Lähikuntien kävijät



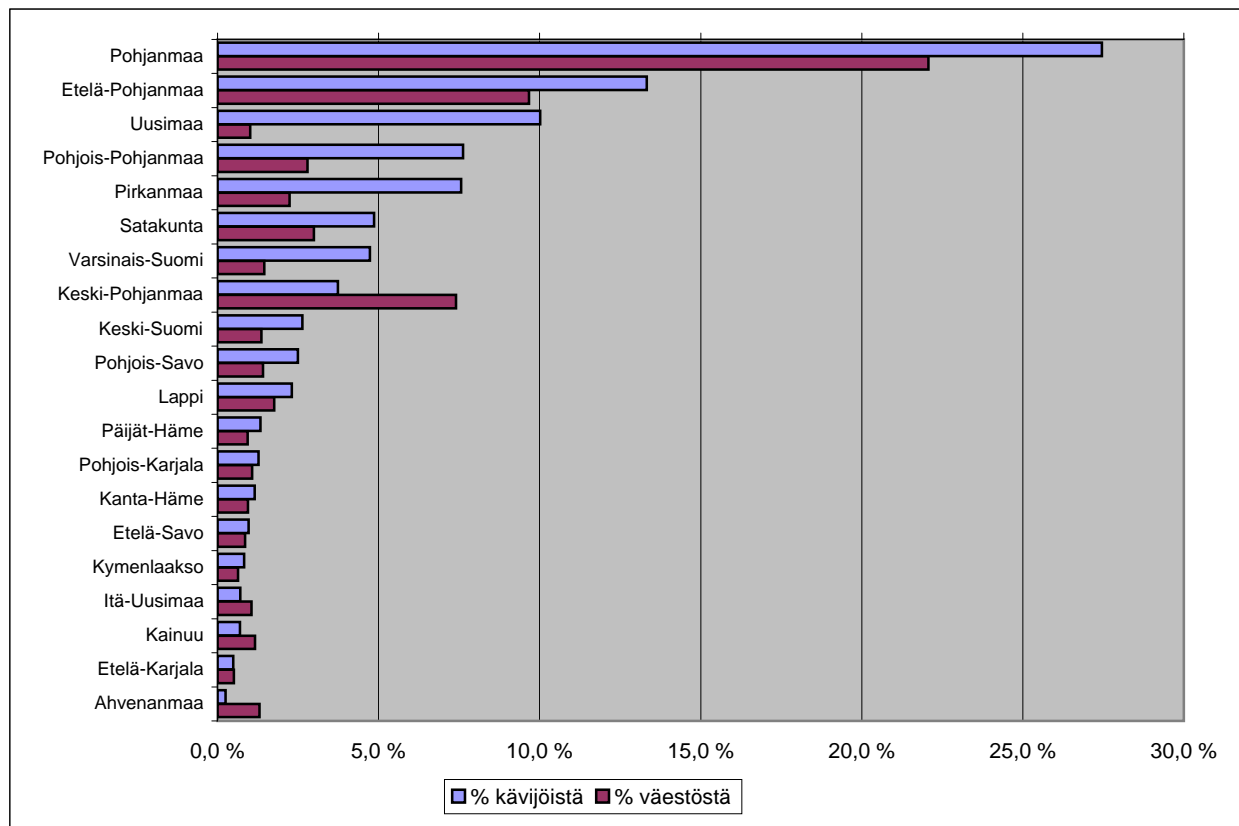
Lähikuntien kävijät	vastanneet	kävijät	% osuus kävijöistä	% osuus väestöstä
Vaasa	875	18179	12,9 %	31,8 %
Mustasaari	243	5049	3,6 %	29,1 %
Seinäjoki	216	4488	3,2 %	12,3 %
Oulu	201	4176	3,0 %	3,2 %
Kokkola	159	3303	2,3 %	9,1 %
Pietarsaari	153	3179	2,3 %	16,3 %
Nurmo	94	1953	1,4 %	16,3 %
Vöyri-Maksamaa	82	1704	1,2 %	48,5 %
Kauhajoki	80	1662	1,2 %	11,5 %
Lapua	71	1475	1,0 %	10,5 %
Ilmajoki	69	1434	1,0 %	12,5 %
Laihia	60	1247	0,9 %	16,5 %
Närpiö	59	1226	0,9 %	13,0 %
Pedersöre	58	1205	0,9 %	11,4 %
Uusikaarlepyy	57	1184	0,8 %	16,1 %
Kurikka	53	1101	0,8 %	10,5 %
Kristiinankaupunki	52	1080	0,8 %	14,1 %
Raahe	51	1060	0,8 %	4,7 %

Vaasalaisia kävi messuilla lähes kolmannes, mikä vastaa 13 % kävijöistä.

Reposaaressa kävi porilaisia vajaa 17 %, mikä oli puolestaan kävijöistä 20 %.



Kävijät maakunnittain



Maakunnat	väestö	vastanneet	kävijät	% kävijöistä	% väestöstä
Pohjanmaa	174 987	1 859	38 623	27,5 %	22,1 %
Etelä-Pohjanmaa	193 815	902	18 740	13,3 %	9,7 %
Uusimaa	1 388 964	678	14 086	10,0 %	1,0 %
Pohjois-Pohjanmaa	383 411	516	10 720	7,6 %	2,8 %
Pirkanmaa	476 631	512	10 637	7,6 %	2,2 %
Satakunta	228 431	329	6 835	4,9 %	3,0 %
Varsinais-Suomi	459 235	320	6 648	4,7 %	1,4 %
Keski-Pohjanmaa	70 964	253	5 256	3,7 %	7,4 %
Keski-Suomi	270 701	178	3 698	2,6 %	1,4 %
Pohjois-Savo	248 872	169	3 511	2,5 %	1,4 %
Lappi	184 390	156	3 241	2,3 %	1,8 %
Päijät-Häme	200 061	90	1 870	1,3 %	0,9 %
Pohjois-Karjala	166 744	86	1 787	1,3 %	1,1 %
Kanta-Häme	171 449	78	1 621	1,2 %	0,9 %
Etelä-Savo	157 862	65	1 350	1,0 %	0,9 %
Kymenlaakso	183 564	56	1 163	0,8 %	0,6 %
Itä-Uusimaa	94 755	48	997	0,7 %	1,1 %
Kainuu	83 779	47	976	0,7 %	1,2 %
Etelä-Karjala	134 716	33	686	0,5 %	0,5 %
Ahvenanmaa	27 153	17	353	0,3 %	1,3 %
Yhteensä	5 300 484				

Pohjalaaset olivat hyvin liikkeellä.

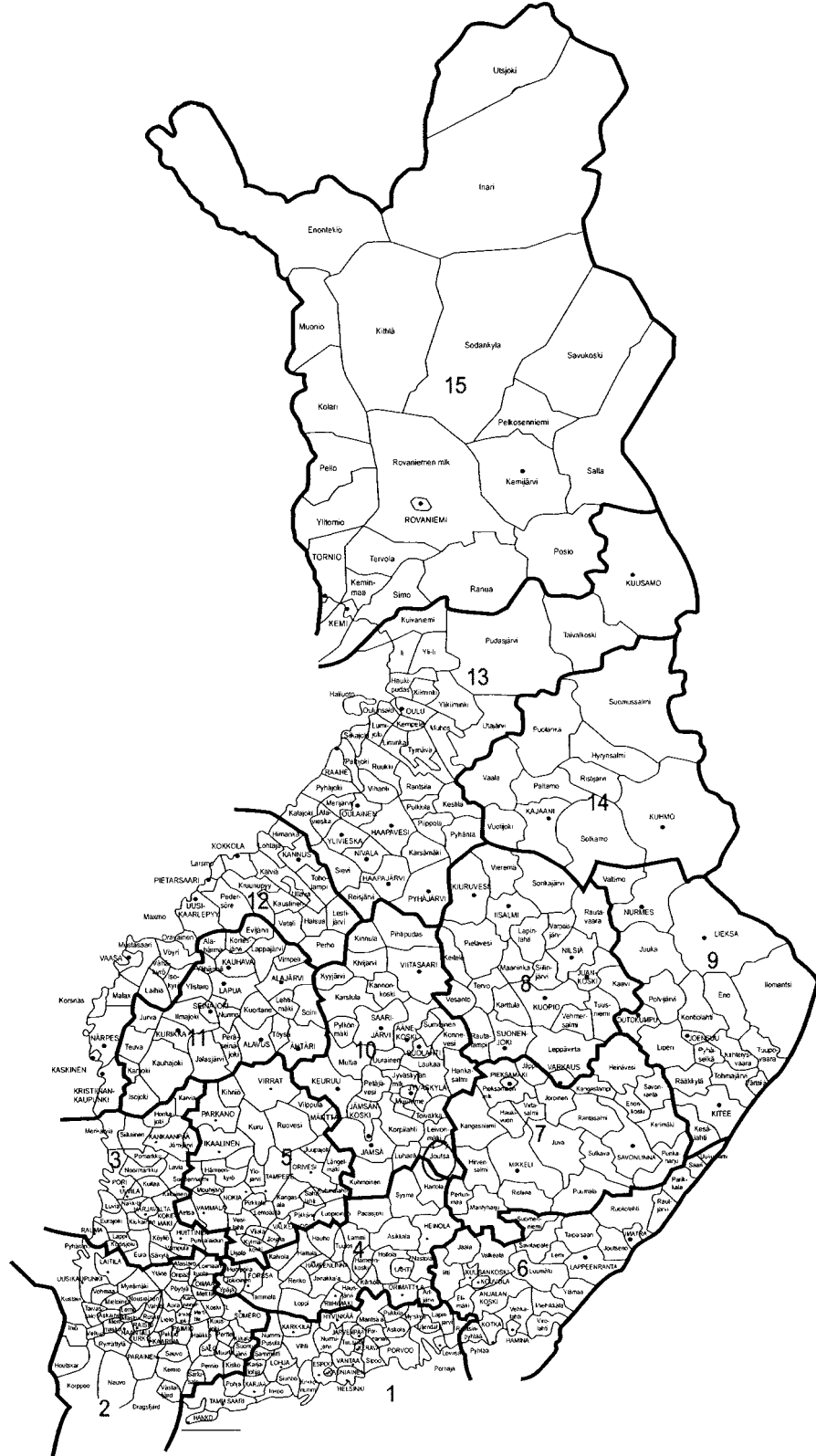
Uusimaalaiset kävivät Vaasassa vastaavalla osuudella kuin Porissa.



SUOMEN ASUNTOMESSUT

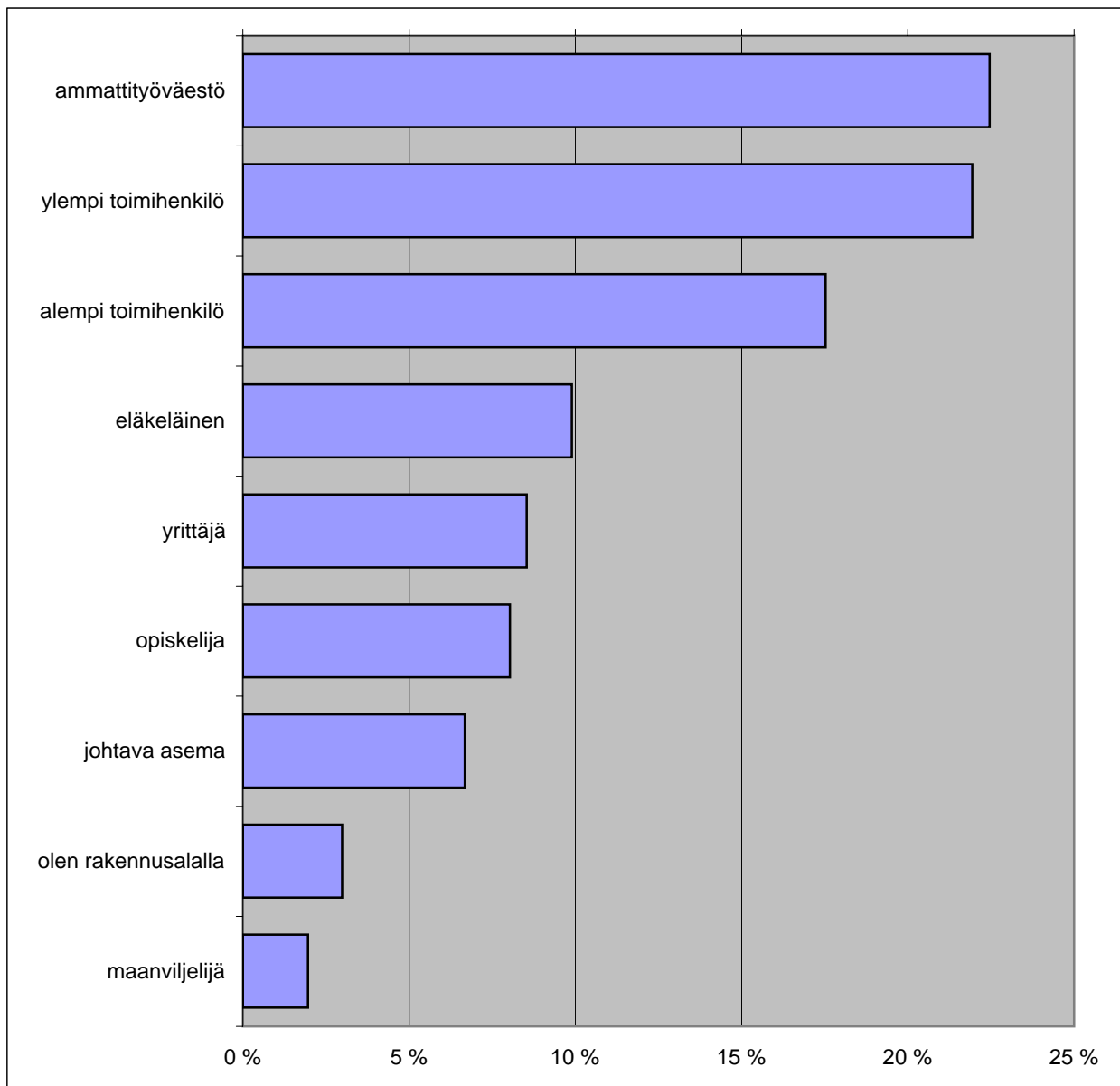
Maakunnat

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





Ammattiryhmät

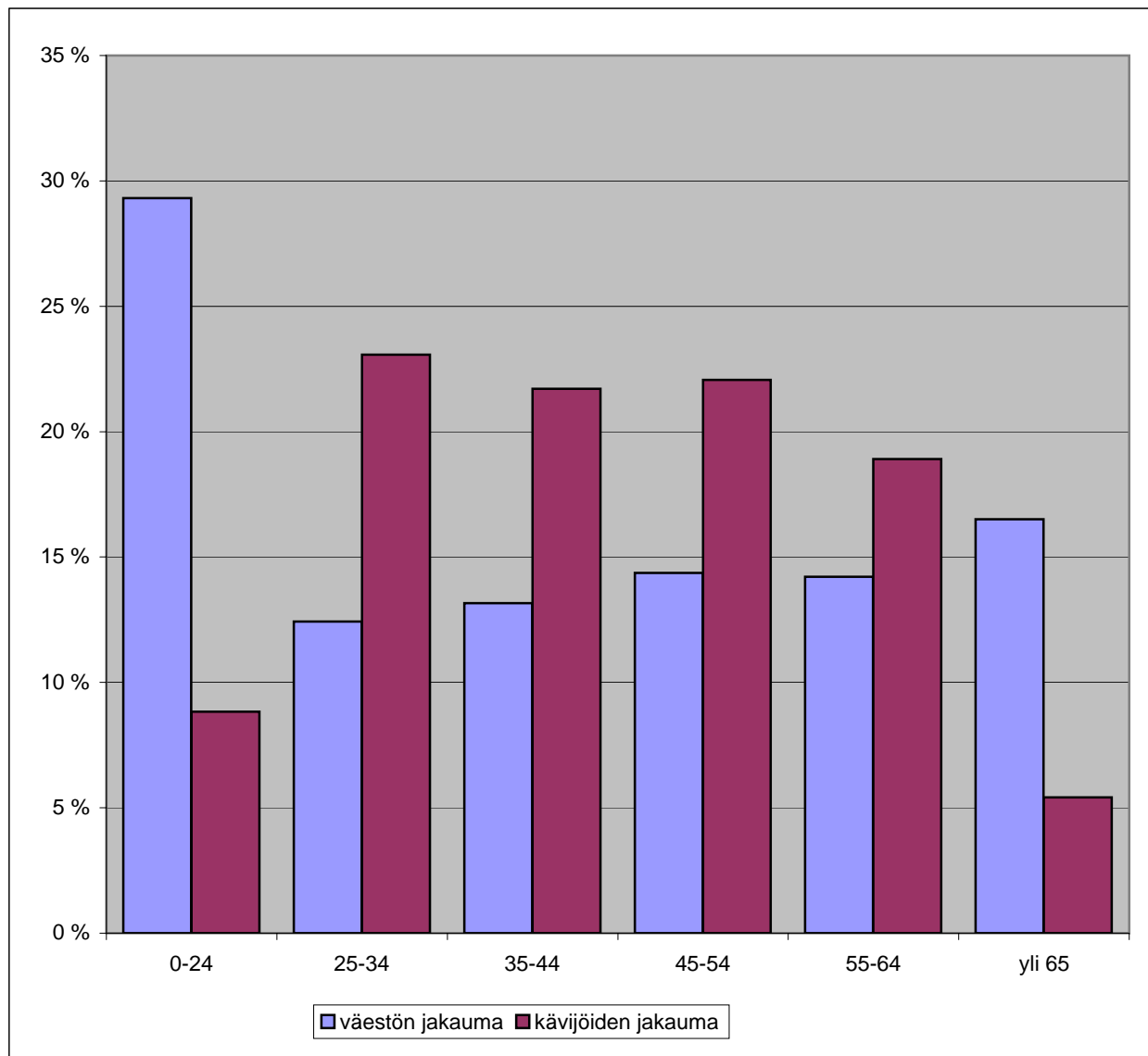


Ammattiryhmät	vastanneet	% osuus
ammattityöväestö	1460	22 %
ylempi toimihenkilö	1426	22 %
alempi toimihenkilö	1139	18 %
eläkeläinen	643	10 %
yrittäjä	555	9 %
opiskelija	522	8 %
johtava asema	434	7 %
olen rakennusalalla	194	3 %
maanviljelijä	127	2 %

Toimihenkilöiden osuus oli suurempi kuin ko. ryhmän osuus väestöstä. Työntekijöiden osuus oli sama kuin osuus väestöstä.



Ikäjakauma ja sukupuoli



Ikäjakauma	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
0-24	1 553 776	542	29 %	9 %
25-34	658 633	1 415	12 %	23 %
35-44	697 681	1 332	13 %	22 %
45-54	761 531	1 354	14 %	22 %
55-64	753 632	1 160	14 %	19 %
yli 65	875 231	332	17 %	5 %
	5 300 484	6 135		

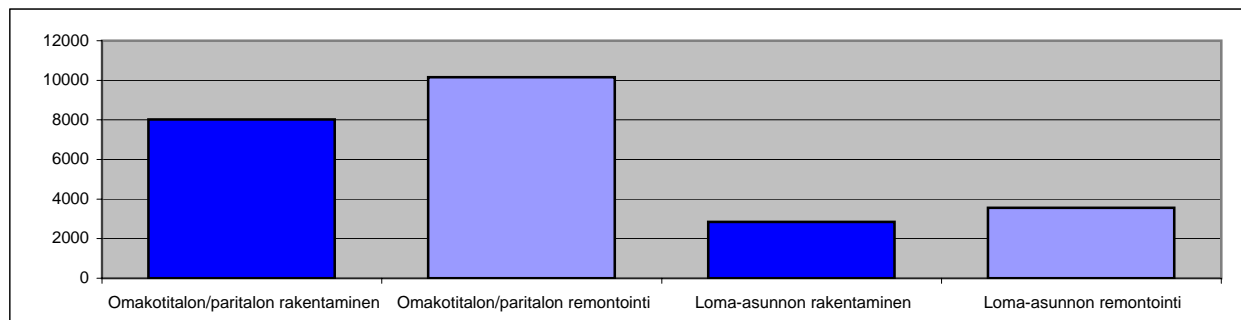
Sukupuoli	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
Nainen	2703697	4356	51 %	67 %
Mies	2596787	2116	49 %	33 %

Vaasan messukävijöistä alle 45-vuotiaita oli vain 54 %.

2005 Oulu 60%
2006 Espoo 57%
2008 Pori 35%



Rakennus- ja remonttiaikomukset



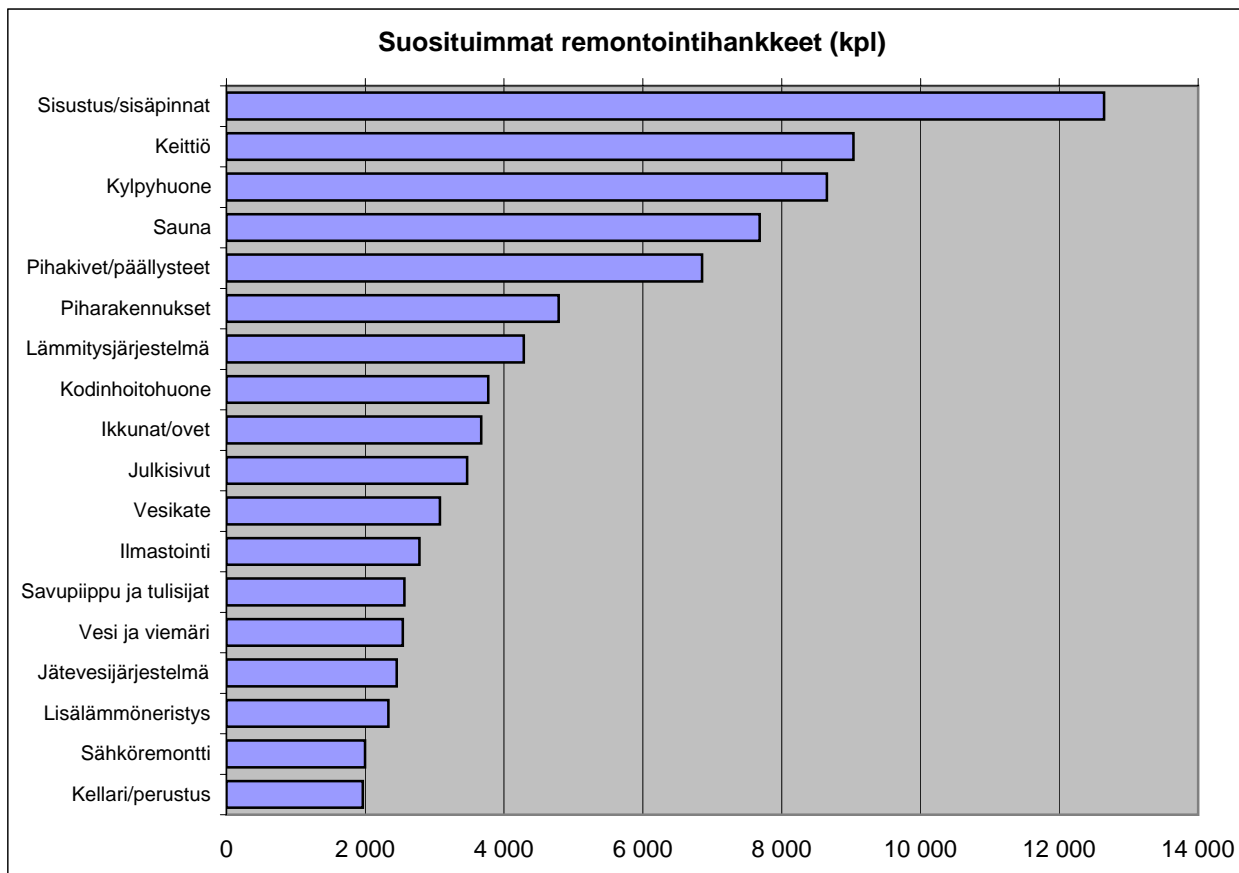
Vaasan hankkeet	vastanneet 2008-2009	vastanneet myöh.	vastanneet ei vuotta	vastanneet yhteensä
Omakotitalon/paritalon rakentaminen	461	346	197	1004
Omakotitalon/paritalon remontointi	766	569	303	1638
Omakotitalon/paritalon laajennus	79	46	24	149
Omakotitalon/paritalon osto/myynti	93	135	78	306
Loma-asunnon rakentaminen	143	127	87	357
Loma-asunnon remontointi	182	164	99	445
Loma-asunnon laajennus	34	23	19	76
Loma-asunnon osto/myynti	51	56	30	137
Rivi- tai kerrostaloasunnon remontointi	218	134	70	422
Rivi- tai kerrostaloasunnon laajennus	5	7	1	13
Rivi- tai kerrostaloasunnon osto/myynti	117	116	86	319
Saunan rakentaminen	86	77	50	213
Saunan remontointi	191	147	65	403

Vaasan hankevolyymit	volyymi 2008-2009	volyymi myöh.	volyymi ei vuotta	volyymi yhteensä
Omakotitalon/paritalon rakentaminen	3685	2766	1575	8026
Omakotitalon/paritalon remontointi	6123	4548	2422	10152
Omakotitalon/paritalon laajennus	632	368	192	1191
Omakotitalon/paritalon osto/myynti	743	1079	624	2446
Loma-asunnon rakentaminen	1143	1015	695	2854
Loma-asunnon remontointi	1455	1311	791	3557
Loma-asunnon laajennus	272	184	152	608
Loma-asunnon osto/myynti	408	448	240	1095
Rivi- tai kerrostaloasunnon remontointi	1743	1071	560	3373
Rivi- tai kerrostaloasunnon laajennus	40	56	8	104
Rivi- tai kerrostaloasunnon osto/myynti	935	927	687	2550
Saunan rakentaminen	687	616	400	1703
Saunan remontointi	1527	1175	520	3221

Profiililtaan Vaasan messukävijät olivat poikkeuksellisen potentiaalisia; noin 80 % ensi vuoden omakotitalon rakentajista kävi messuilla ja varsin merkittävä osa myös omakotitalon remontoijista. Myös Vapaa-ajan asumiseen kohdistuvat hankkeet vetivät messuvieraita yhtä paljon kuin Porin Reposaareen! Edellä mainittuihin hankkeisiin aiotaan käyttää seuraavan vuoden sisällä keskimäärin 34 000 €. Pelkästään asuntomessukävijät käyttävät ensi vuonna rakentamiseen ja remontointiin 1,3 Mrd euroa.



Remonttiaikomukset



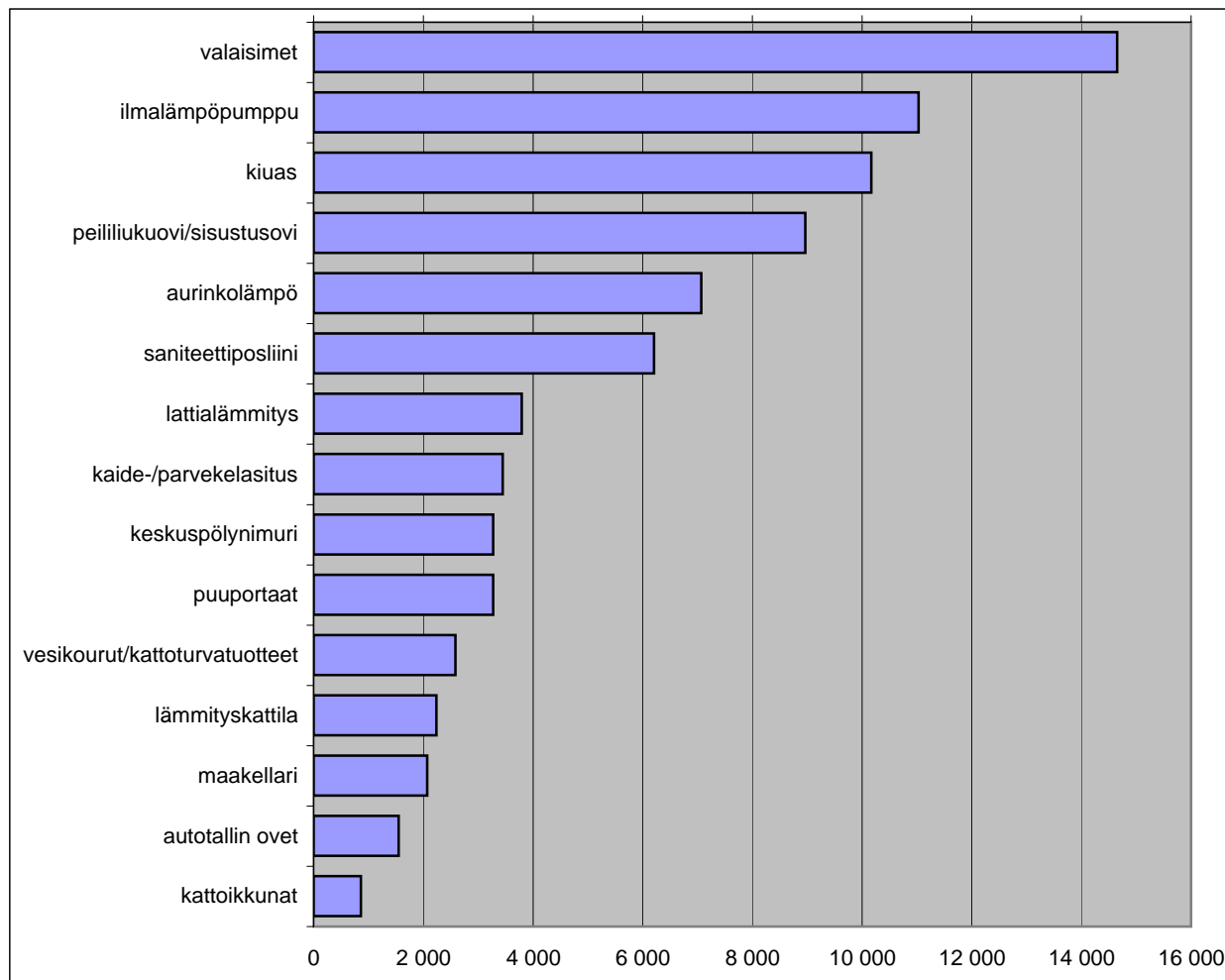
Remonttiaikomukset	vastanneet	% osuus	messu- volyyymi	% remonteista
Sisustus/sisäpinnat	1582	54,4 %	12 646	62 %
Keittiö	1130	38,9 %	9 033	44 %
Kylpyhuone	1082	37,2 %	8 649	43 %
Sauna	961	33,0 %	7 682	38 %
Pihakivet/päällysteet	857	29,5 %	6 851	34 %
Piharakennukset	599	20,6 %	4 788	24 %
Lämmitysjärjestelmä	536	18,4 %	4 285	21 %
Kodinhoituhuone	472	16,2 %	3 773	19 %
Ikkunat/ovet	459	15,8 %	3 669	18 %
Julkisivut	434	14,9 %	3 469	17 %
Vesikate	385	13,2 %	3 078	15 %
Ilmastointi	348	12,0 %	2 782	14 %
Savupiippu ja tulisijat	321	11,0 %	2 566	13 %
Vesi ja viemäri	318	10,9 %	2 542	13 %
Jätevesijärjestelmä	307	10,6 %	2 454	12 %
Lisälämmöneristys	292	10,0 %	2 334	11 %
Sähköremontti	250	8,6 %	1 998	10 %
Kellari/perustus	246	8,5 %	1 966	10 %

Messuvieraat hakivat ideoita sisustamiseen sekä keittiön, kylpyhuoneen ja saunan remonttiin. Myös pihaan kohdistui merkittävästi hankkeita.

Eri hankkeita on suunnitteilla kaikkiaan 85 000.



Kiinnostavat tuotteet



Kiinnostavat tuotteet

	vastanneet	volyyymi	%-osuus
valaisimet	85	14 652	27,1 %
ilmalämpöpumppu	64	11 032	20,4 %
kiuas	59	10 170	18,8 %
peiliikuovi/sisustusovi	52	8 963	16,6 %
aurinkolämpö	41	7 067	13,1 %
saniteettiposliini	36	6 205	11,5 %
lattia lämmitys	22	3 792	7,0 %
kaide-/parvekelasitus	20	3 447	6,4 %
keskuspölynimuri	19	3 275	6,1 %
puuportaat	19	3 275	6,1 %
vesikourut/kattoturvatuotteet	15	2 586	4,8 %
lämmityskattila	13	2 241	4,1 %
maakellari	12	2 068	3,8 %
autotallin ovet	9	1 551	2,9 %
kattoikkunat	5	862	1,6 %
	314		

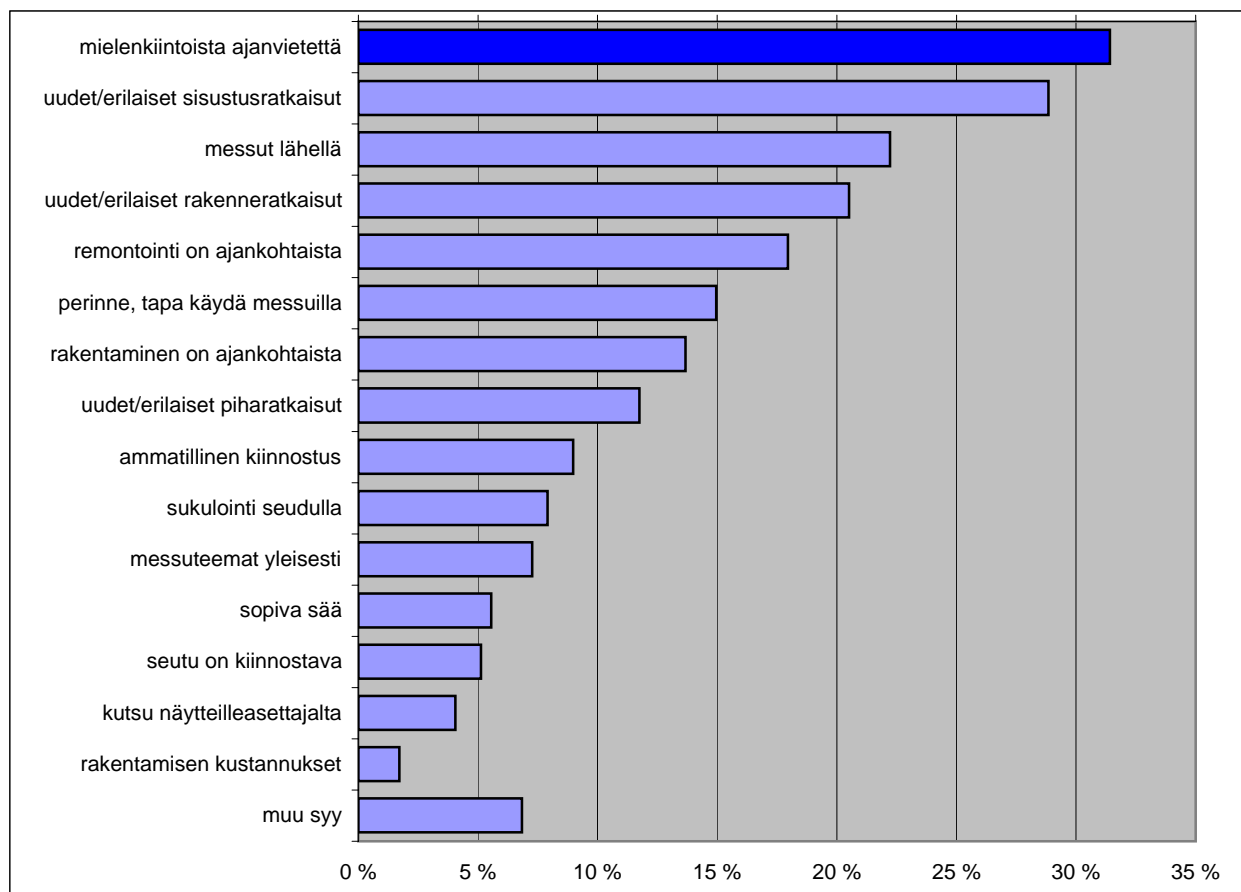
Reilua neljäsosaa kiinnosti valaisimet, viidesosaa ilmalämpöpumput, kuudesosaa kiukaat ja myös sisustusovet.

Eri tuotteiden hankinnoista oli kiinnostunut 82 000 messukävijää.



4. MESSUILLE TULO

Mikä sai lähtemään messuille?



Mikä sai lähtemään messuille?

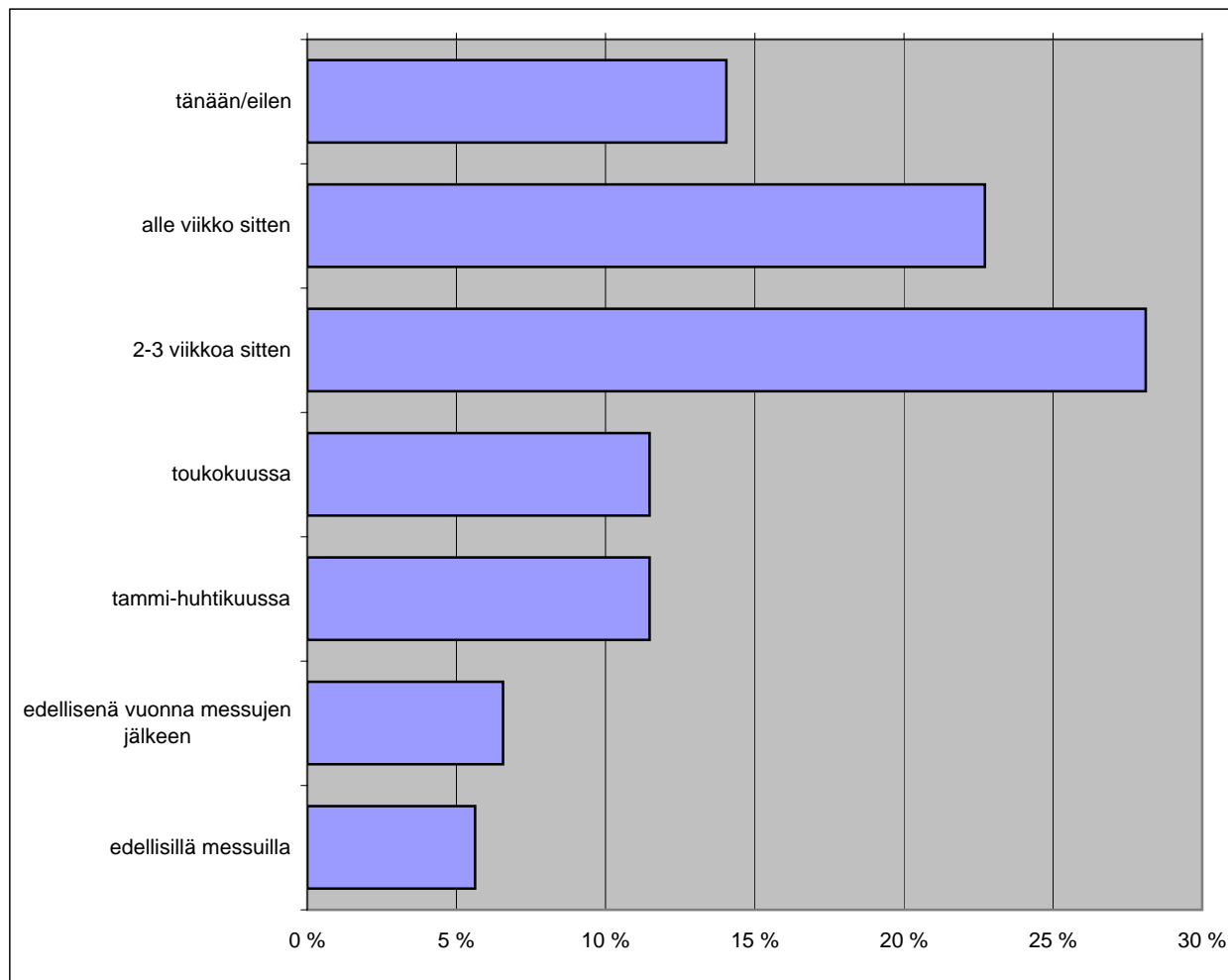
	vastanneet	% osuus	volyymi
mielenkiintoista ajanvietettä	147	31 %	17001
uudet/erilaiset sisustusratkaisut	135	29 %	15613
messut lähellä	104	22 %	12028
uudet/erilaiset rakenneratkaisut	96	21 %	11103
remontointi on ajankohtaista	84	18 %	9715
perinne, tapa käydä messuilla	70	15 %	8096
rakentaminen on ajankohtaista	64	14 %	7402
uudet/erilaiset piharatkaisut	55	12 %	6361
ammattilinen kiinnostus	42	9 %	4857
sukulointi seudulla	37	8 %	4279
messuteemat yleisesti	34	7 %	3932
sopiva sää	26	6 %	3007
seutu on kiinnostava	24	5 %	2776
kutsu näytteilleasettajalta	19	4 %	2197
rakentamisen kustannukset	8	2 %	925
muu syy	32	7 %	3701

Ajanviete, sisustaminen, messujen läheisyys ja perinne olivat keskeisimmät messuille lähtemisen syyt.

Uusien rakenneratkaisujen haku, remontoimisen ja rakentamisen ajankohtaisuus, piharatkaisut ja ammatillinen kiinnostus olivat puolestaan merkittävimmät asiasyyt.



Päätös lähteä messuille?



Päätös lähteä messuille?

	vastanneet	%-osuus
tänään/eilen	60	14 %
alle viikko sitten	97	23 %
2-3 viikkoa sitten	120	28 %
toukokuussa	49	11 %
tammi-huhtikuussa	49	11 %
edellisenä vuonna messujen jälkeen	28	7 %
edellisillä messuilla	24	6 %

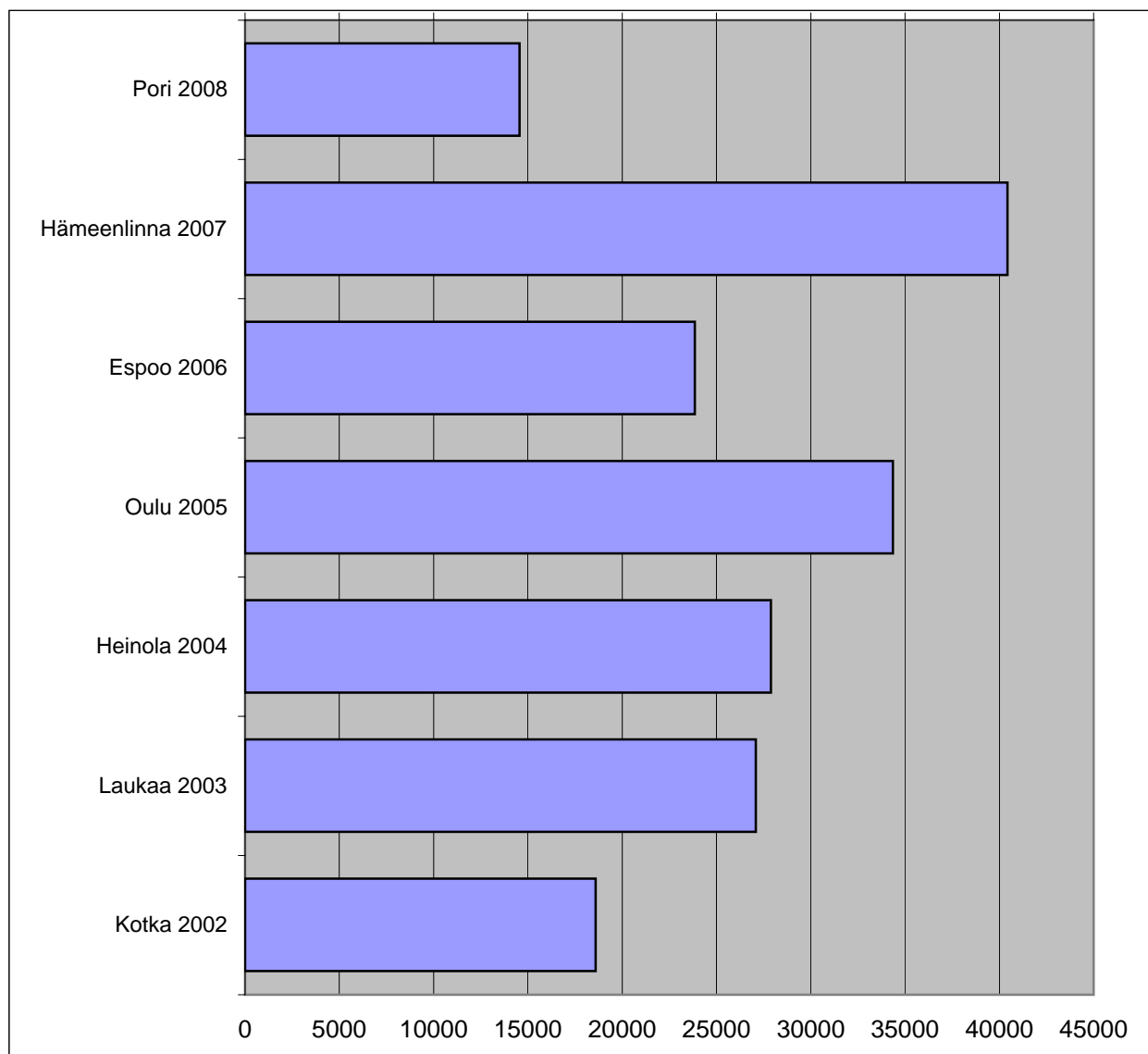
Miksi tulitte arkipäivänä/viikonloppuna?

	vastanneet	%-osuus
liittyy messumatkan muuhun ohjelmaan	43	10 %
melko spontaanisti	88	21 %
olen muulloin töissä	49	12 %
oletin että on väljempää	66	16 %
perheelle/seurueelle kävi vain tämä päivä	142	34 %
työnantajan suostumus	31	7 %

Käynti messuilla kuuluu kesän suunniteltuihin aktiviteetteihin.



Aikaisemmat loma-asuntomessu- tai asuntomessukäynnit



Aikaisemmat loma-asuntomessu- tai asuntomessukäynnit

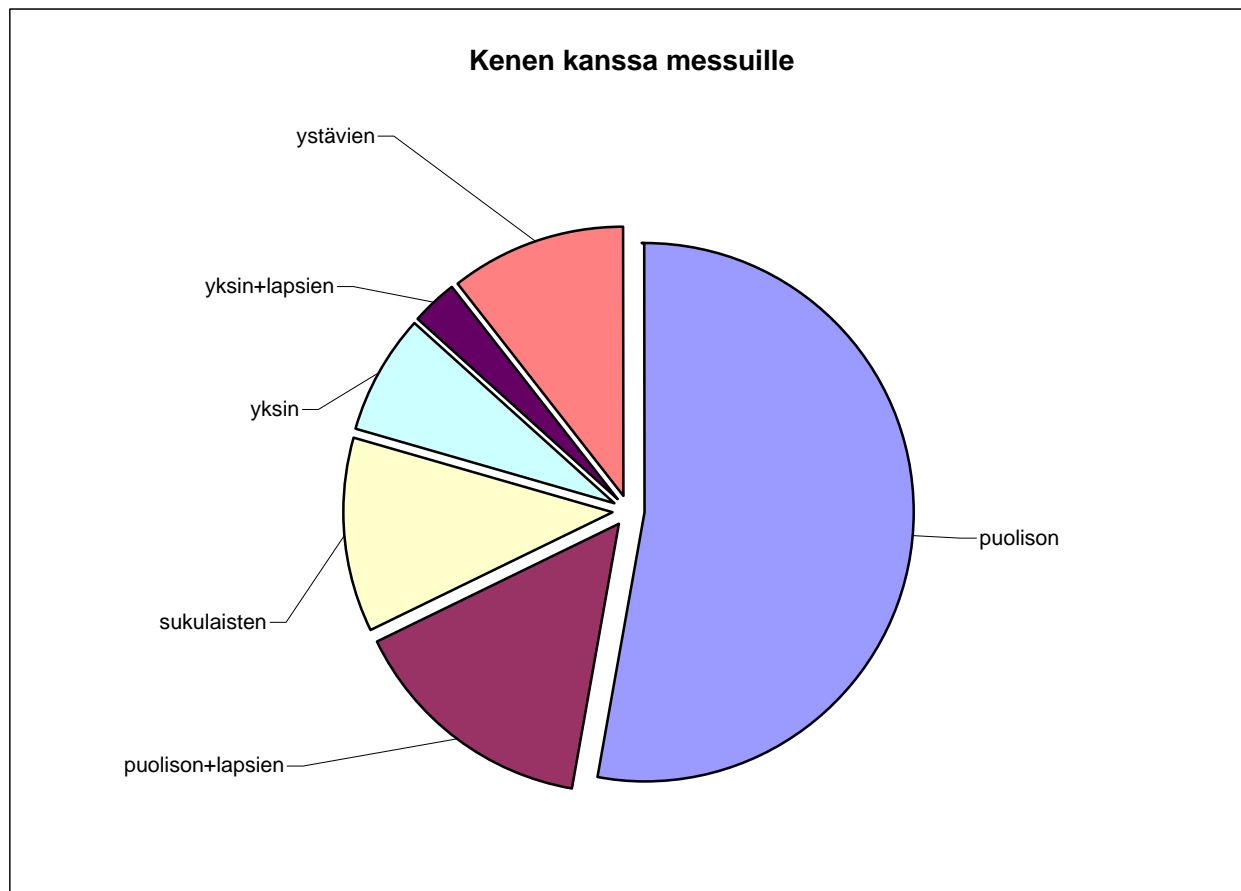
	vastanneet	%-osuus	volyyymi
Pori 2008	36	10 %	14553
Hämeenlinna 2007	100	29 %	40424
Espoo 2006	59	17 %	23850
Oulu 2005	85	24 %	34360
Heinola 2004	69	20 %	27892
Laukaa 2003	67	19 %	27084
Kotka 2002	46	13 %	18595
			186 758

Noin kymmenen prosenttia kävijöistä oli vierailut aiemmin kesällä Porin loma-asuntomessuilla.

Aiemmillä asuntomessuillakin oltiin käytty vähintään kertaalleen.



Kulkuväline ja messumatkan luonne



Tulin messuille

	vastanneet	% osuus
bussilla	24	6 %
henkilöautolla	352	82 %
lentokoneella	0	0 %
junalla	10	2 %
muulla	7	2 %
pyörällä/kävellen	37	9 %

Kenen kanssa tulit?

	vastanneet	% osuus
puolison	228	53 %
puolison+lapsien	64	15 %
sukulaisten	51	12 %
yksin	31	7 %
yksin+lapsien	11	3 %
ystävien	46	11 %

Säätila messupäivänä

	vastanneet	% osuus
aurinkoinen	3983	63 %
pilvipouta	1414	22 %
sateinen	924	15 %

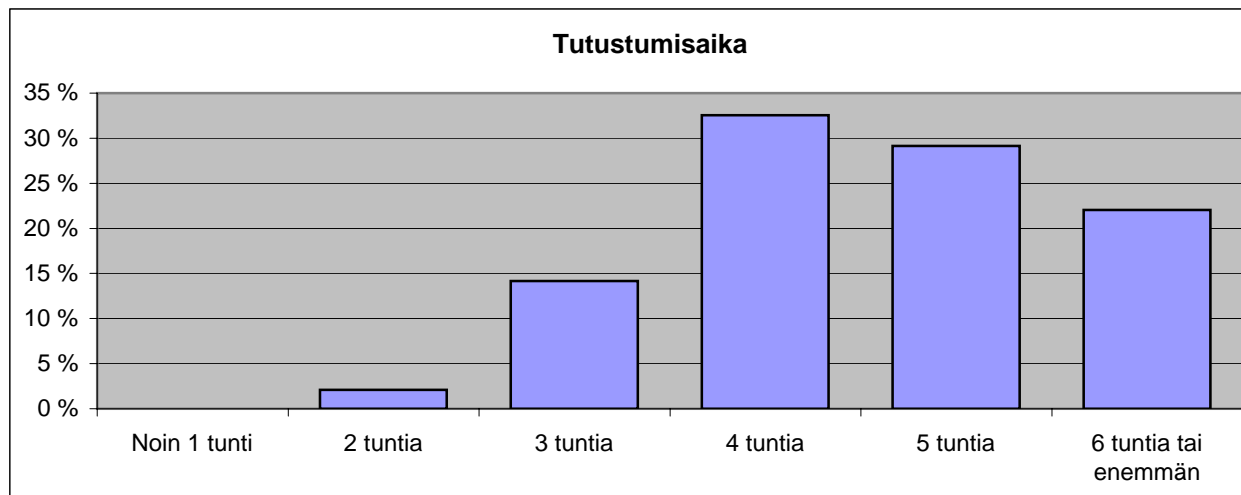
Messuille tullaan edelleen pääosin omalla autolla, seuraavaksi suurin ryhmä olivatkin kävellen/pyörällä tulleet.

Kaksi kolmasosaa tuli perheenjäsenen kanssa. Aika harva tuli ihan yksin.



5. MESSUILLA OLO

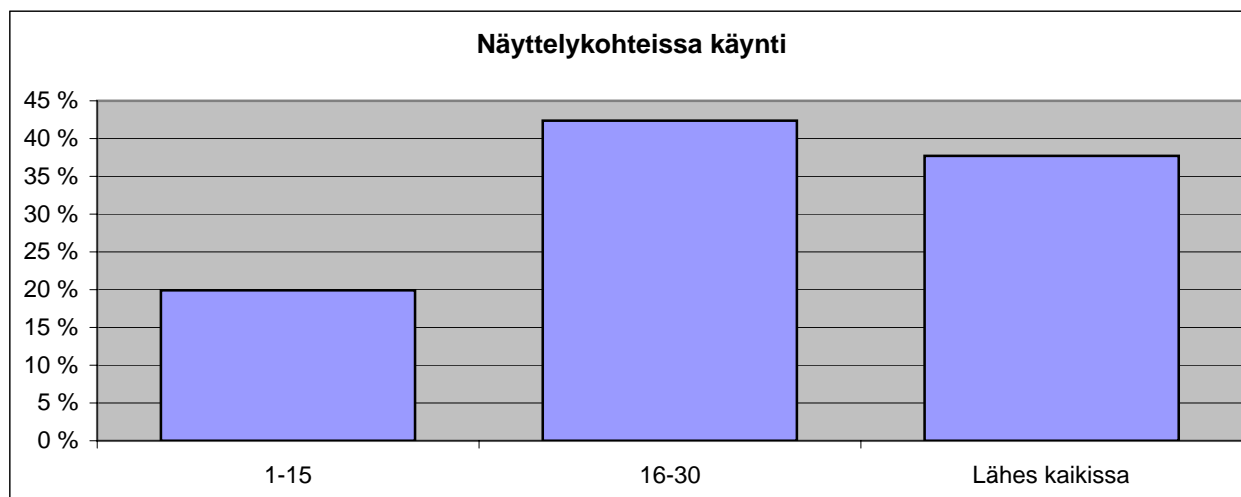
Näyttelykohteissa käynti



Tutustumisaika messuihin

	vastanneet	% osuus
Noin 1 tunti	0	0 %
2 tuntia	8	2 %
3 tuntia	54	14 %
4 tuntia	124	33 %
5 tuntia	111	29 %
6 tuntia tai enemmän	84	22 %
	381	

Vaasan messuilla viivytettiin pitkään, vain murto-osa selvisi alle kolmen tunnin. Viidennes kävijöistä vietti koko päivän messuilla!



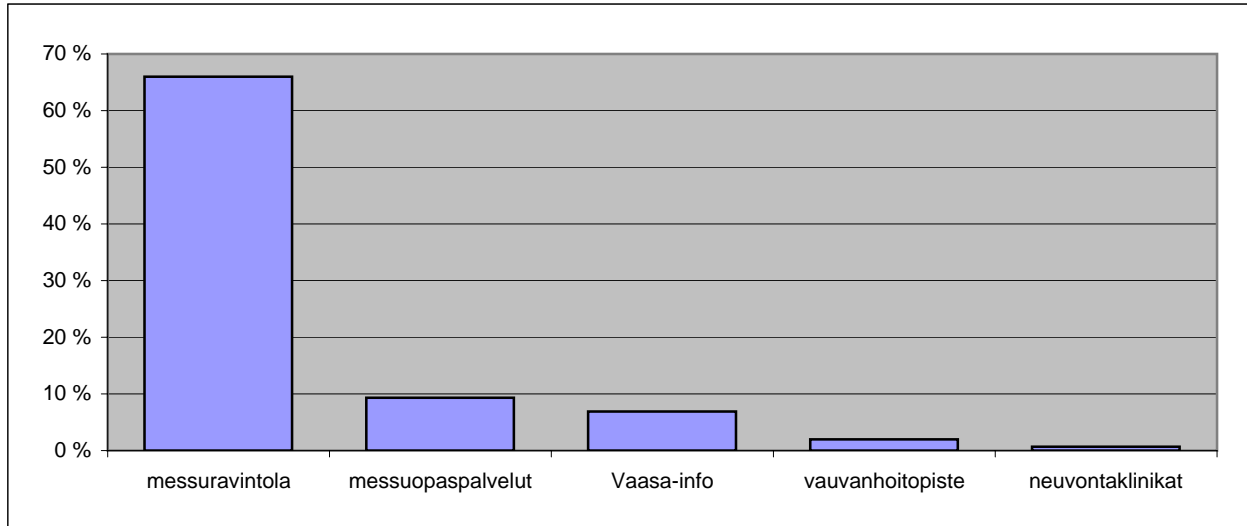
Näyttelykohteissa käynti

	vastanneet	% osuus
1-15	77	20 %
16-30	164	42 %
Lähes kaikissa	146	38 %

Messutalot kiinnostivat. Valtaosa kävijöistä tutustui lähes koko messutarjontaan.



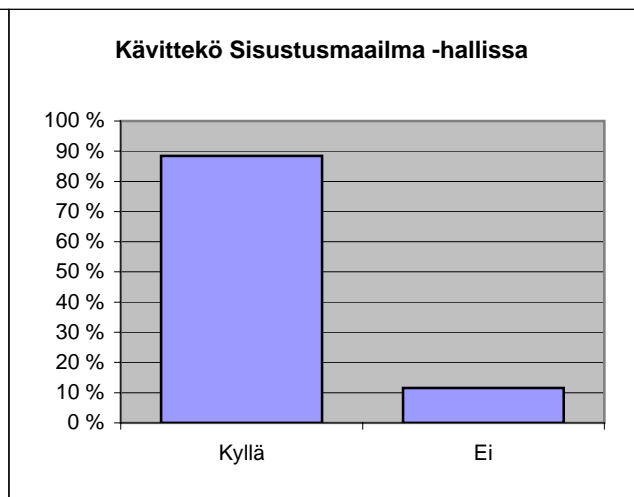
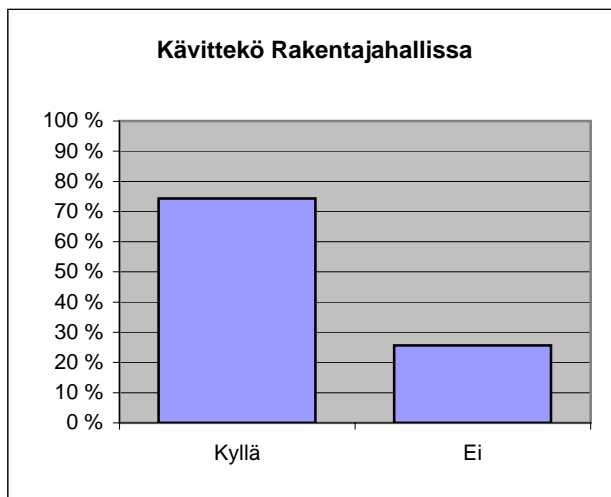
Messupalvelut



Mitä messupalveluita käytitte?

Messupalvelu	vastanneet	% osuus
messuravintola	297	66 %
messuopaspalvelut	42	9 %
Vaasa-info	31	7 %
vauvanhoitopiste	9	2 %
neuvontaklinikat	3	1 %

Messuravintolaa käytti pitkästä viipymästä huolimatta vain kaksi kolmesta kävijästä..



Kävittekö Rakentajahallissa

Vastaus	vastanneet	% osuus
Kyllä	278	74 %
Ei	96	26 %

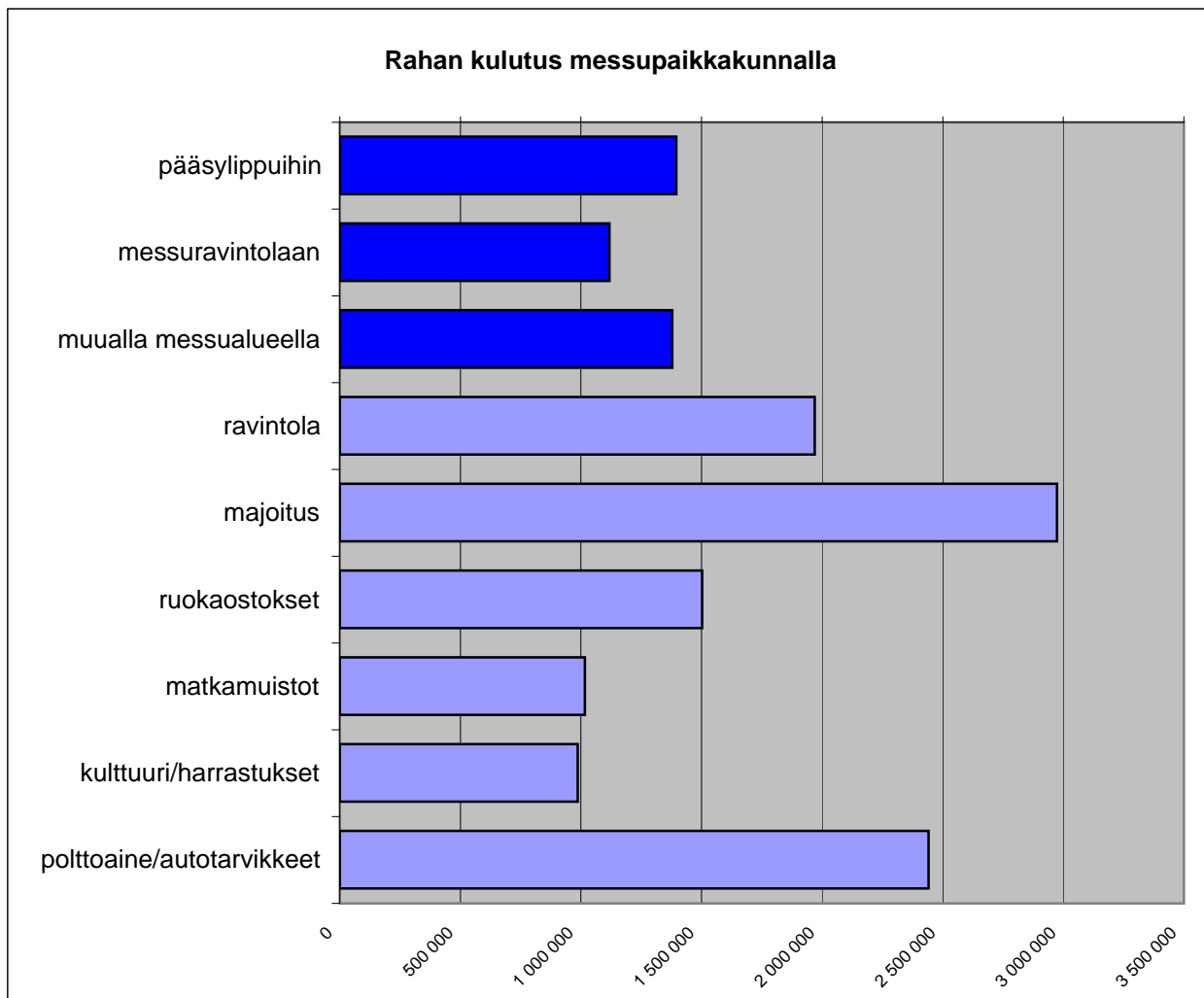
Kävittekö Sisustusmaailma -hallissa

Vastaus	vastanneet	% osuus
Kyllä	337	88 %
Ei	44	12 %

Suuresta näyttelyasuntotarjonnasta huolimatta myös näyttelyhalleissa käytiin hyvin, varsinkin Sisustusmaailma-hallissa.



Rahankulutus



Kuinka paljon seurueenne käytti rahaa henkilöä kohden?

	euroa/kävijä	yhteensä
pääsylippuihin	9,92	1 395 166
messuravintolaan	7,95	1 118 734
muualla messualueella	9,80	1 378 129
		3 892 029

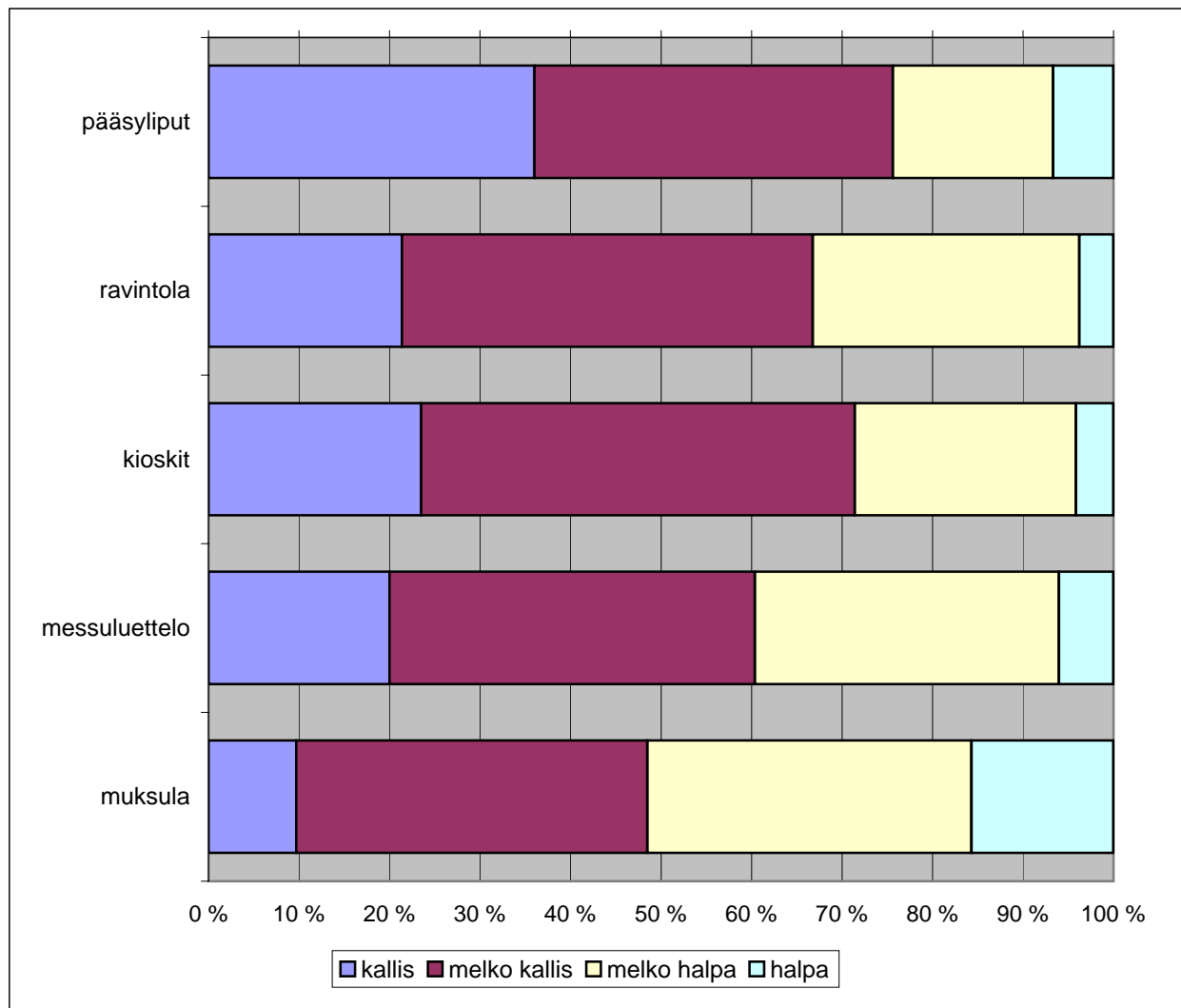
Rahan kulutus muualla messupaikkakunnalla

	euroa/kävijä	yhteensä
ravintola	14,00	1 969 509
majoitus	21,14	2 973 505
ruokaostokset	10,68	1 501 833
matkamuistot	7,22	1 016 217
kulttuuri/harrastukset	7,01	986 635
polttoaine/autotarvikkeet	17,35	2 440 684
		10 888 383

Messuvieraat jättivät lähes 11 miljoonaa euroa messupaikkakunnalle. Suurimpia hyötyjiä olivat majoituspalveluiden tarjoajat ja polttoaineen myyjät. Messualueellekin jäi lähes 4 miljoonaa euroa.



Palveluiden hinnat



Mitä mieltä olitte

messupalveluiden hinnoista?

	kallis	melko kallis	melko halpa	halpa	yhteensä
pysäköinti	130	143	64	24	361
ravintola	74	157	102	13	346
kioskit	74	151	77	13	315
messuluettelo	53	107	89	16	265
muksula	13	52	48	21	134

Mitä mieltä olitte

messupalveluiden hinnoista?

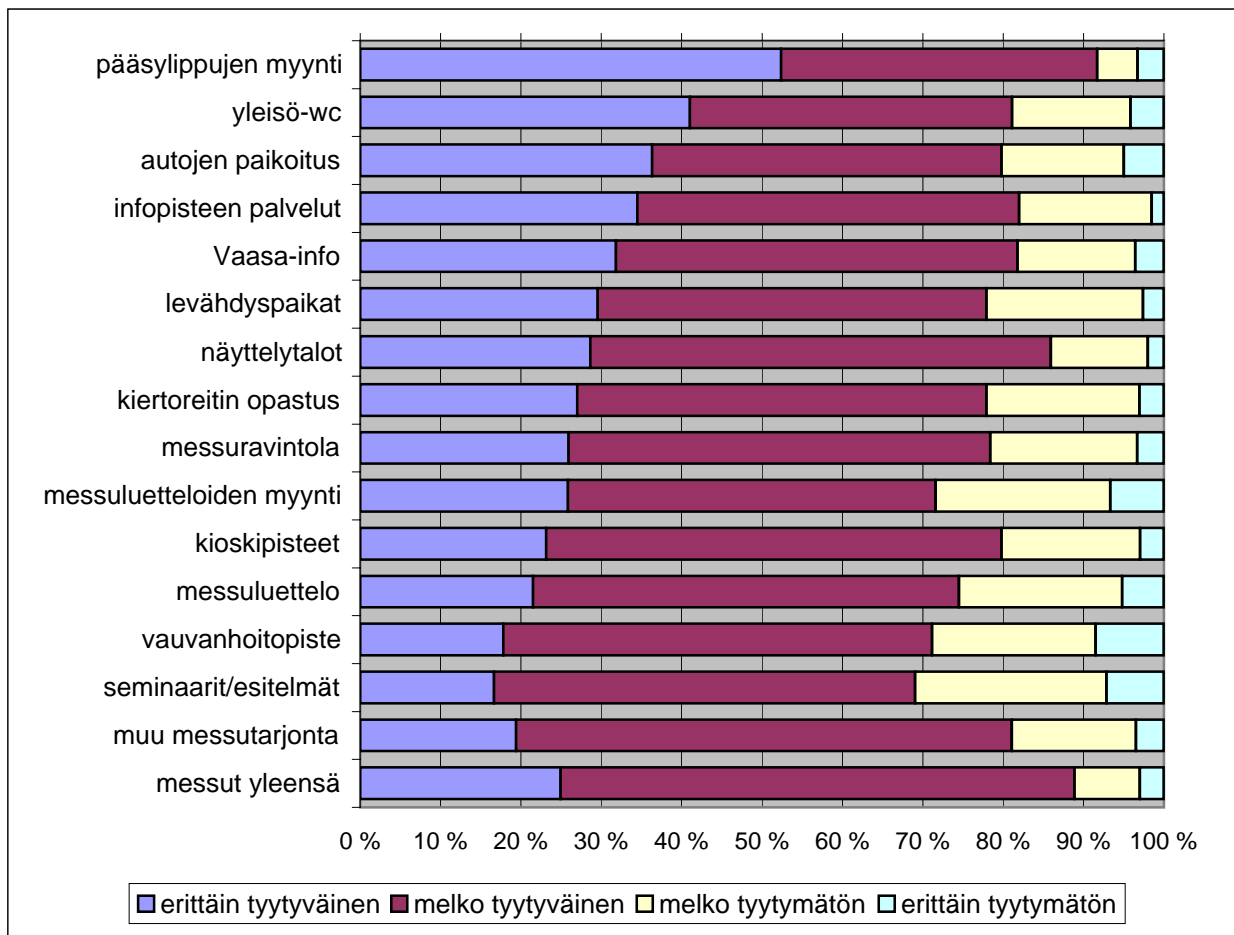
	kallis	melko kallis	melko halpa	halpa	yhteensä
pääsyliput	36 %	40 %	18 %	7 %	100 %
ravintola	21 %	45 %	29 %	4 %	100 %
kioskit	23 %	48 %	24 %	4 %	100 %
messuluettelo	20 %	40 %	34 %	6 %	100 %
muksula	10 %	39 %	36 %	16 %	100 %

Pääsylippujen hinnat aiheuttivat hieman kritiikkiä, vähemmän kuitenkin kuin Espoossa ja Oulussa

Vaasa 76 %
Espoo 86 %
Oulu 81 %



Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?



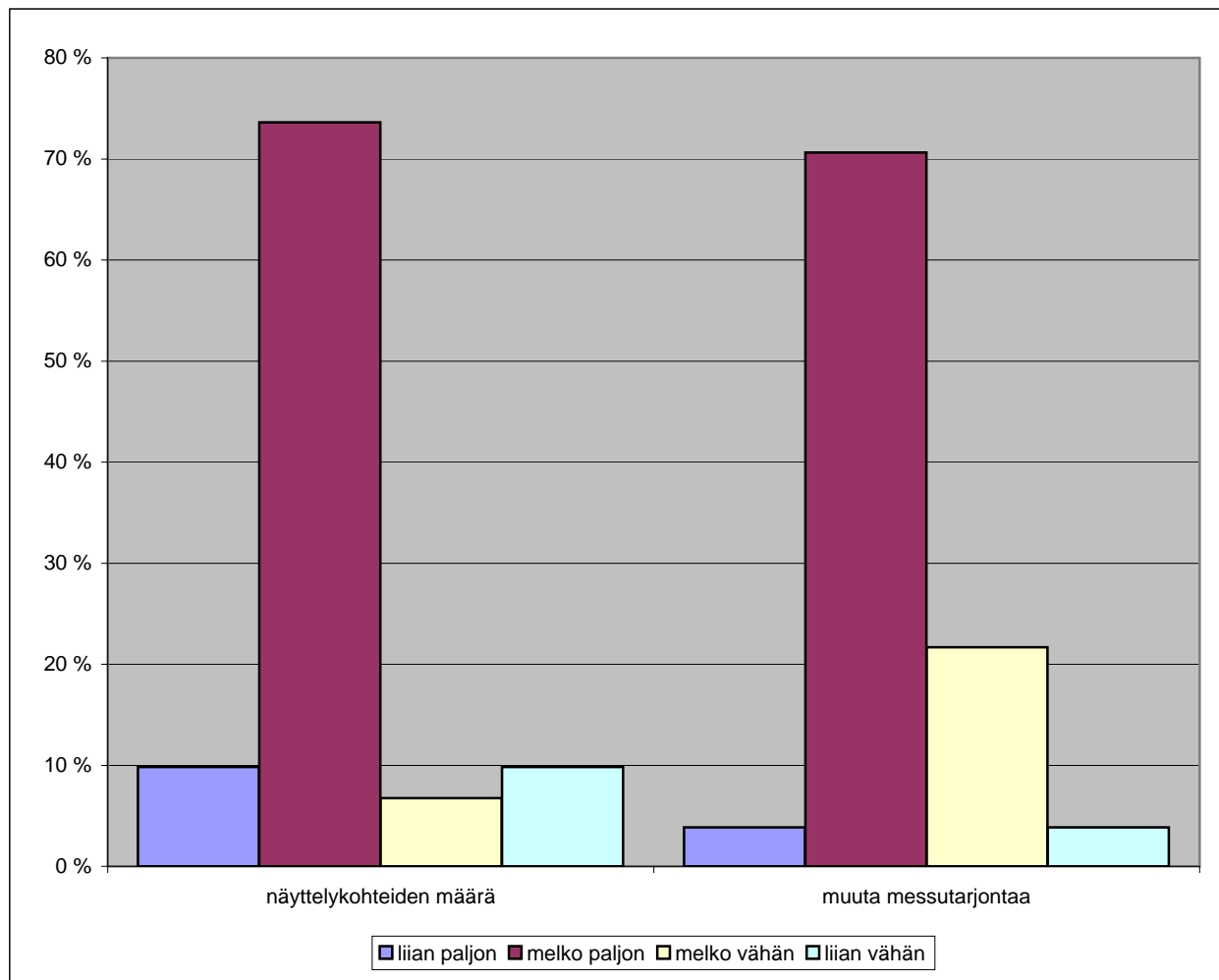
Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
pääsylippujen myynti	52 %	39 %	5 %	3 %
yleisö-wc	41 %	40 %	15 %	4 %
autojen paikoitus	36 %	43 %	15 %	5 %
infopisteen palvelut	34 %	48 %	16 %	2 %
Vaasa-info	32 %	50 %	15 %	4 %
levähdyspaikat	30 %	48 %	19 %	3 %
näyttelytalot	29 %	57 %	12 %	2 %
kiertoreitin opastus	27 %	51 %	19 %	3 %
messuravintola	26 %	52 %	18 %	3 %
messuluetteloiden myynti	26 %	46 %	22 %	7 %
kioskipisteet	23 %	57 %	17 %	3 %
messuluettelo	22 %	53 %	20 %	5 %
vauvanhoitopiste	18 %	53 %	20 %	8 %
seminaarit/esitelmät	17 %	52 %	24 %	7 %
muu messutarjonta	19 %	62 %	15 %	3 %
messut yleensä	25 %	64 %	8 %	3 %

Kun keskimäärin alle neljännes oli tyytymättömiä, voidaan katsoa palvelujen toimineen.



Messutarjonnan riittävyys



Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
näyttelykohteiden määrä	32	240	22	32
muuta messutarjontaa	11	202	62	11

Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
näyttelykohteiden määrä	10 %	74 %	7 %	10 %
muuta messutarjontaa	4 %	71 %	22 %	4 %

Pitäisikö sisustuksen roolia

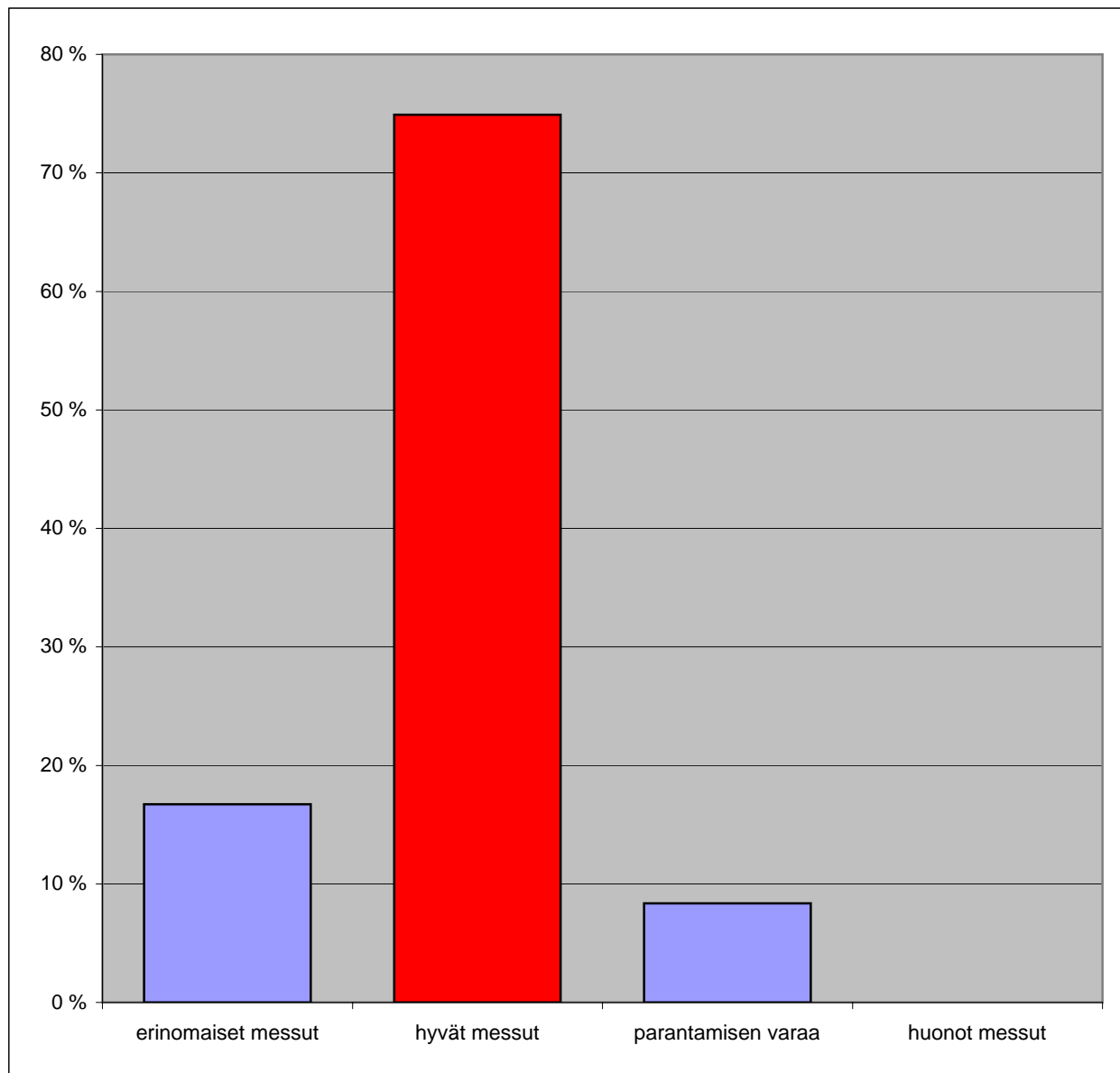
Asuntomessuilla lisätä?

	vastanneet	% osuus
kyllä	130	45 %
ei	160	55 %

Melko paljonhan sitä tarjontaa oli - ja näin se myös nähtiin. Sisustamisen osuutta ei tarvinne enää nostaa.



Yleisarvosana ja odotukset



Yleisarvosana messuista

	vastanneet	% osuus
erinomaiset messut	50	17 %
hyvät messut	224	75 %
parantamisen varaa	25	8 %
huonot messut	0	0 %
	299	

Vastasivatko messut odotuksianne?

	vastanneet	% osuus
Erittäin hyvin	128	30 %
Melko hyvin	277	65 %
Melko huonosti	14	3 %
Erittäin huonosti	4	1 %

Hyvänä tai erinomaisena messut näki ja koki 92 % kävijöistä.
- 2007 Hämeenlinna 92 %
- 2006 Espoo 86 %
- 2005 Oulu 83 %

Odotusarvot täyttyivät hyvin.



Palaute hyvää

:)

aivan upeasti järjestetty
alue kokonaisuutena
alue paremman kokoinen kuin hämeenlinna
alue, meri, kulkutiet
Aurinko.
avaruutta
en muista
erillaisia taljoa, esittelijät kohteliaita, sopivan passiivisia.
hieno alue
hieno merenranta-alue
hieno paikka
hienosti järjestetty
hienot viheralueet
hyvin opastettu muonitus+vessoja tarpeeksi
hyvin suunniteltu alue.toteutus hyvä
hyvin tehty
Hyvä alue. Ekologisuus.
hyvä messutelilta, hyvä sijainti taloille
hyvä sijainti, tarjonta ok
hyvät messut
hyvät saniteettitilat, kaunis miljöö
hyvät wc ja kahvilat, toimivat jutut ja kulkeminen helppoa
Idyllinen messualue.
ihan hyvät
järjestelyt
kaikki
kauniit puitteet, lapsillekin haastetta(virikettä)
kaunis alue
kaunis luonto
kiva alue meren rannalla
Kiva alue merenrannassa, ekologisuus lämmittämisessä.
kivat käydä
kivoja taloja
kohteet 17 ja 19
kokonaisuus
Kokonaisuus yhteisönä erittäin hyvä.
kompakti alue
Lappeenranta 1999 upeat messut
luonnonkaunis paikka, kauniita taloja
lähellä kotipaikkaa, paljon juomapaikkoja, meren rannalla
Maisema.
meri
meri ja maisemat
messualue mahtavalla paikalla. kohteita sopivasti
messujuna, ravintola, muksula, talojen info
mukava alue, kaikki ok
mukava ilmapiiri
mukavaa katsottavaa
Mukavan erilaisia taloja + sijainti.
numero 20
näköalat hyvät
ok 4
ok kaikki
ok.hyvä paikka ja sää

opastus, parkkipaikka lähellä messualueetta
paljon hyviä taloja
paljon sisustuspuoteja ja ruokapaikkoja
palvelut
perhelippu. eli perhe voi olla muutakin kuin 2 aik + 2 lasta
piha/terassiratkaisut
piharatkaisut
planiatalot ja talo nro 1
päällystetyt kadut
selkeä reitti, hyvät wc:t
siistit wc:t!
sijainti, matalalämpöverkko, kerrostalot
sijainti, monipuolisuus,kerrostalot
Sisustus, moderni, rento. Merelle avautuvat ikkunat.
sopivasti kohteita
talot laadukkaita, ei "häthätää" rakennettu
talot, joissa tavalliset perheet voivat asua
talotehtaat
talotehtaat
todella kaunis alue
tontit hyödynnetty hyvin
Veden läheisyys.
asumismuotoja
viheralueet
yleinen järjestely
ystävällinen palvelu, siistit vessat

Messuvieraille annettiin myös mahdollisuus palautteeseen ihan omin sanoin. Tätä käytti noin satakunta perhettä.

Esiin nousivat meri, maisema ja alue.



Palaute huonoa

(portaat) ?, talojen hinnat pilvissä.
ahtaat portaat
aika loppui kesken
Ei lapsiperheelle.
ei omakotitaloja
ei tarpeeksi roskiksia
enemmän norm. kokoisia omakotitaloja. vaihtoehtoja
lämmitysjärjestelmiin. tuuli, aurinko yms... puuttuivat
ennakkolipunmyynti netissä
liian harvoin kulkeva messubussi
haukkula puuttui 2
hirveä musiikki. Tilalle meren kohinaa, linnun laulua, veden
solinaa.
jalankulkukäytävä "susi"
kaikki talot 2-kerroksisia
kallis olut
kapeat kadut
kuljetus/yhteydet
kustannuksissa tontti? osin liian tiivisti rakennettu alue
kuulutukset (mainokset) pois
kuulutukset lämpö-ässäistä eivät pitäneet paikkaansa
liian isoja taloja tavalliselle perheelle
Liian kalliita taloja.

liian lähellä talot; terassilla ei voi juoda kalsari kahveja aamulla.
liian modernit
Liian valkoista.
messubussin aikatauluja yms. tietoja ei saatavilla

messuluettelo voisi olla miniversiona jota jaksaisi kantaa mukana
Miksi ei ollut 1-tasoratkaisuja?
muksula liian kallis
olut
Omakotitalot epätodellisia viritäisiä!
opasteet
opasteita, aluekarttoja liian vähän
opastus parkkipaikalla ala-arvoista
pesutilaratkaisut liikuntarajoitteiset
pihat oli jätetty todella huonoiksi
puusäle ulkoalueilla vie vesi noustessaan
rannan ruoppaamattomuus
rannan vesialueen mataluus herättää huomiota
ruoat ja kalliit talot, sisustukset
Ruokapalveluissa parannettavaa.
sade
sateinen keli, messuravintolan ruoka kylmeni
sisustajahalli ja rakentajahalli voisi olla isompia
sisustus- ja rakentajahalli
sisustushalli
svenska broschyren fattades
tasapaksua
terassitalon hissijonot: kohde jäi väliin
Tienviitat?
työttömiltä täysi maksu, istumapaikkoja puuttui

valaistussuunnitteluissa puutteita useassa kohteessa
vähän kaikkea
vähän lapsiperheille sopivia taloja.
Huom! erittäin kalliita taloja
yksikerroksiset talot puuttuivat

Kriittisessä messupalautteessa ei noussut esiin yhtään yhteisesti moitittavaa kohtaa.

Muutama kaipasi yksikerroksista, pienempää tai lapsiperheelle sopivaa ok-taloa



Mitä jäit kaipaamaan

Pihoihin erilaisuutta

"normaalin" ihmisen koteja, 16 kohteen tiloja enempi seuraavaan!

1 krs ratkaisuja

alle 200 000 e talot, lämmitysratkaisut pääsee katsomaan

alle 250 000 omakotitaloja

alueella ei uimarantaa

aurinkoa

autotallin ovet

Design talo oli mukava yllätys edullisuudessaan

edullisempia asumisratkaisuja

ekologisuutta

eko-messut muka, porealtaita melkein joka talossa

en mitään. oli kiva käydä, oli ihania asuntoja, kyllä niissä kelpais

asua, onnellisia ne jotka voivat

enemmän kerrostalokohteita

enemmän luovia ratkaisuja

enemmän myynti kojuja

enemmän yksikerroksisia taloja

enempi erillaisia ratkaisuja eteisen sisustuksessa

energiaratkaisujen laajempaa esille tuomista

erikoista arkkitehtuuria, erikoista sisustamista. Taloja joissa

tapettia olisi käytetty laajemmin

erilaisia lämmitysvaihtoehtoja

halpoja valmistaloja tavallisille ihmisille

halvempia ratkaisuja

Hyvät oli

infopiste muuallakin kuin portille. esim.tietoa (tv-talo,

kirpparitalo)talojen sijainnista yms.neuvontaa

informaatiota ja materiaaleista esittelyä ym.

innokkaampia esittelijöitä, yksitasoisia omakotitaloja pinta-

alaltaan keskikokoisia tiloja

isompia huoneita/keittiöt

istutuksia pihoihin

kahvia

kaikki ok. järjestelyt pelasi hiemosti

kasvihuoneet

kerrostalot jäin liian vähälle

kohde 19 -emmi messuja helmi !! upea !! erityisesti rannan

taiteilijan potero ihastutti ! Kiitos ! paanalan sisustus oli pettymys

kokonaisuus irrallinen keskeneräinen sekä "halun" olinen voi,

voi...

kohteissa ei ollut pätevää suunnittelijaa

kokellista rakentamista, pienempiä taloja

käytännöllisempiä tilaratkaisuja

käytännöllisempää lähestymistä

käytännöllisempää...

lahjatavaraa sopivaan hintaan

Lammitaloa

liian matalat kaiteet

liian yksitoikkoisia ja tylsiä ratkaisuja

lujavetonin taloa

luxus taloja ns luxus sisustuksia

monipuolisuus esim, kalusteissa ja toimittajissa; monessa

kohteessa vaatehuone ja kalusteet samalta toimittajalta

muuta, kuin moderneja ratkaisuja

mystisiä makuuhuoneita ja yksinkertaisia rivitaloasuntoja

olisi kiva vanhojen remonttikohteiden messut

omaperäisyys, halvemmat sisustusratkaisut, erilaiset

lastenhuoneet,kekseliäisyys, harvempaa rakentamista

pellettilämmitys tai ylipäänsä muita lämmitysratkaisuja kuin

maalämpöä. Leivinuunimalleja

perintisiä kartanotyyllisiä taloja

pienempiä omakotitaloratkaisuja 2

pihasaunoja

ranta-alue ankea

remonttiasiaa

rivitalo 5

rohkeampia sisustusratkaisuja - väreillä.

rohkeat ratkaisut, koteja tavalliselle suomalaiselle

sisustushalli oli iso pettymys ! ei katseltavaa tai ostettavaa

sisustushalli todella surkea

sisustusvinkkejä 3

sopuhintaisia ja tavallisia asuntoja

suihkulähteitä

suurempia pihoja piharakennuksineen. messualueella ei

näytteillä ollenkaan grillikotia!

säilytystiloja aika vähän

talot eivät oikein sovellu normaalin perheen käyttöön

talot ihan juosten kustuja puutteita siellä täällä. Jäi

heikkolaatuinen ja halpa yleiskuva messuista

tarkemmat opasteet p-paikoille !

tavallisempia taloja 12

tupakkaa

tuuli-ja aurinkoenergiatietoa

tv:t, stereot

ulkorakennuksia

uusia sisustusratkaisuja

vaihtelevuutta ulkomateriaaleihin

valaistukseen enemmän tehoa

vanhoja taloja oheiskohteiksi

vesipistettä, jossa voi täyttää oman pullon

veikkoja saisi olla enemmän

VIELÄ EMEMMÄN JOTAIN LAPSILLE

väriä sisutukseen 2

yksikerros ratkaisuja enemmän 4

yksilöllisyyttä, uusia ideoita

yksinkertaisempia ratkaisuja

yksitasoisia taloja 2

yksiöt

Toivelistalla oli tässäkin pienemmät ja halvemmat lapsiperheen omakotitalot. Muutama poiminta:

- mystinen makuuhuone, kokeellista rakentamista, uimaranta, rivitalo, tupakkaa..



7. MESSUVIESTINTÄ

Mistä parasta ennakkoinfoa



Mistä etsitte asumisen tietoa?

	vastanneet	% osuus
Asuntomessut.fi	147	25 %
Rakentaja.fi	107	18 %
Mtv3.fi	64	11 %
Suomela.fi	61	10 %
Asuntomessuopas.fi	58	10 %
Rakennustieto.fi	35	6 %
Omakotiliitto.fi	29	5 %
RakennaOikein.fi	27	5 %
Rakentaa.fi	24	4 %
Asuntotieto.com	10	2 %
Ellit.fi	7	1 %
Suomirakentaa.fi	7	1 %
Prkk.fi	6	1 %
Kotitieto.fi	4	1 %
	588	

Mistä saitte parasta

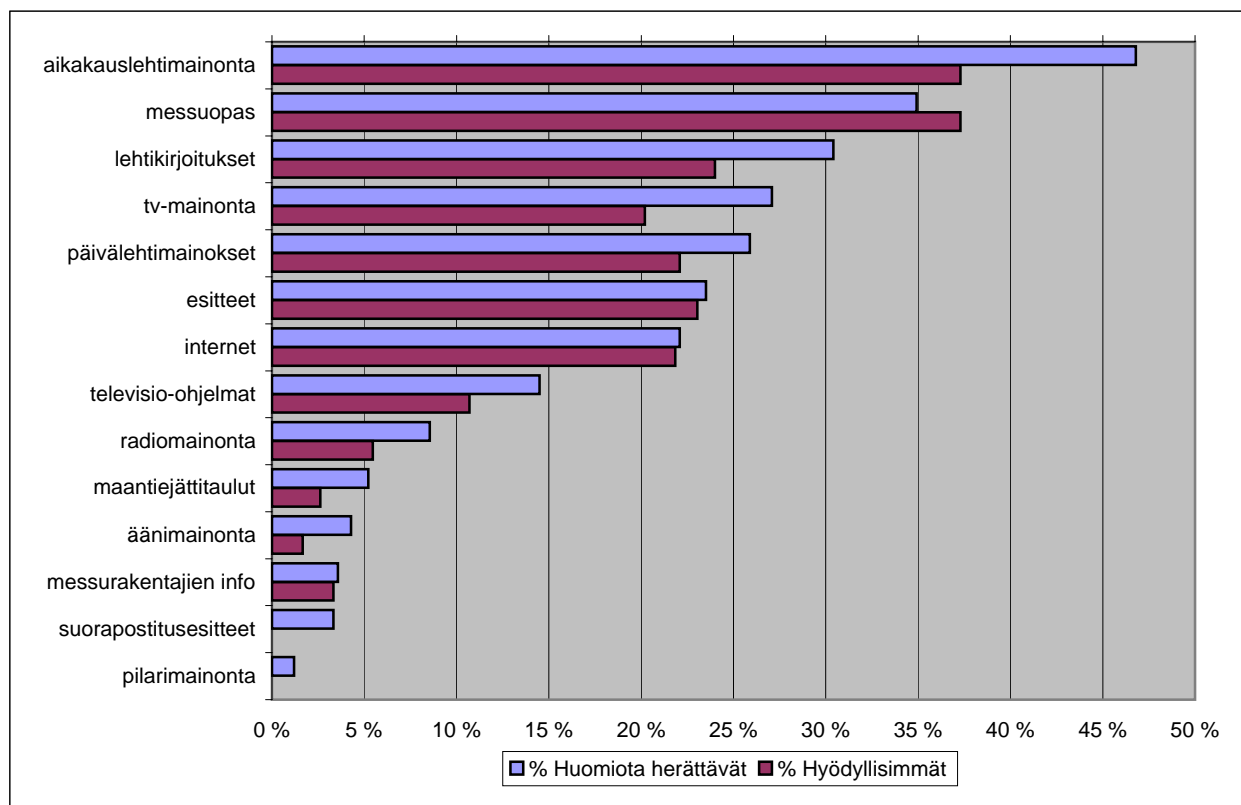
ennakkoinfoa messuista?

	vastanneet	% osuus
aikakauslehti-artikkelit	196	35 %
tv-mainonnasta	90	16 %
asuntomessujen www-sivut	86	15 %
päävälehti-artikkelit	72	13 %
aikakauslehti-ilmoitukset	71	13 %
päävälehti-ilmoitukset	65	12 %
messuluettelosta	64	12 %
kotiin jaetusta messulehdestä	58	10 %
tuttavat/sukulaiset	49	9 %
Hämeenlinnan asuntomessut	36	6 %
www.asuntomesuopas.fi -radiosta	30	5 %
Porin asuntomessutoimisto	15	3 %
muualta internetistä	13	2 %
Rakentaja.fi	12	2 %
suorapostitus-esitteistä	7	1 %
maantiejättitauluista	5	1 %
Talven ja kesän rakennusmessuilta	5	1 %
bussimainonnasta	3	1 %
	556	

Asuntomessuista haettiin tietoa asuntomessujen kotisivuilta. Parasta ennakkoinfoa saatiin kuitenkin alan aikakauslehdistä ja nimenomaan jutuista. Messupaikkakunnan ympäristössä jaetun messulehdenkin merkitys oli suurehko.



Huomiota herättävimmät ja hyödyllisimmät tietolähteet messutiedotuksessa?



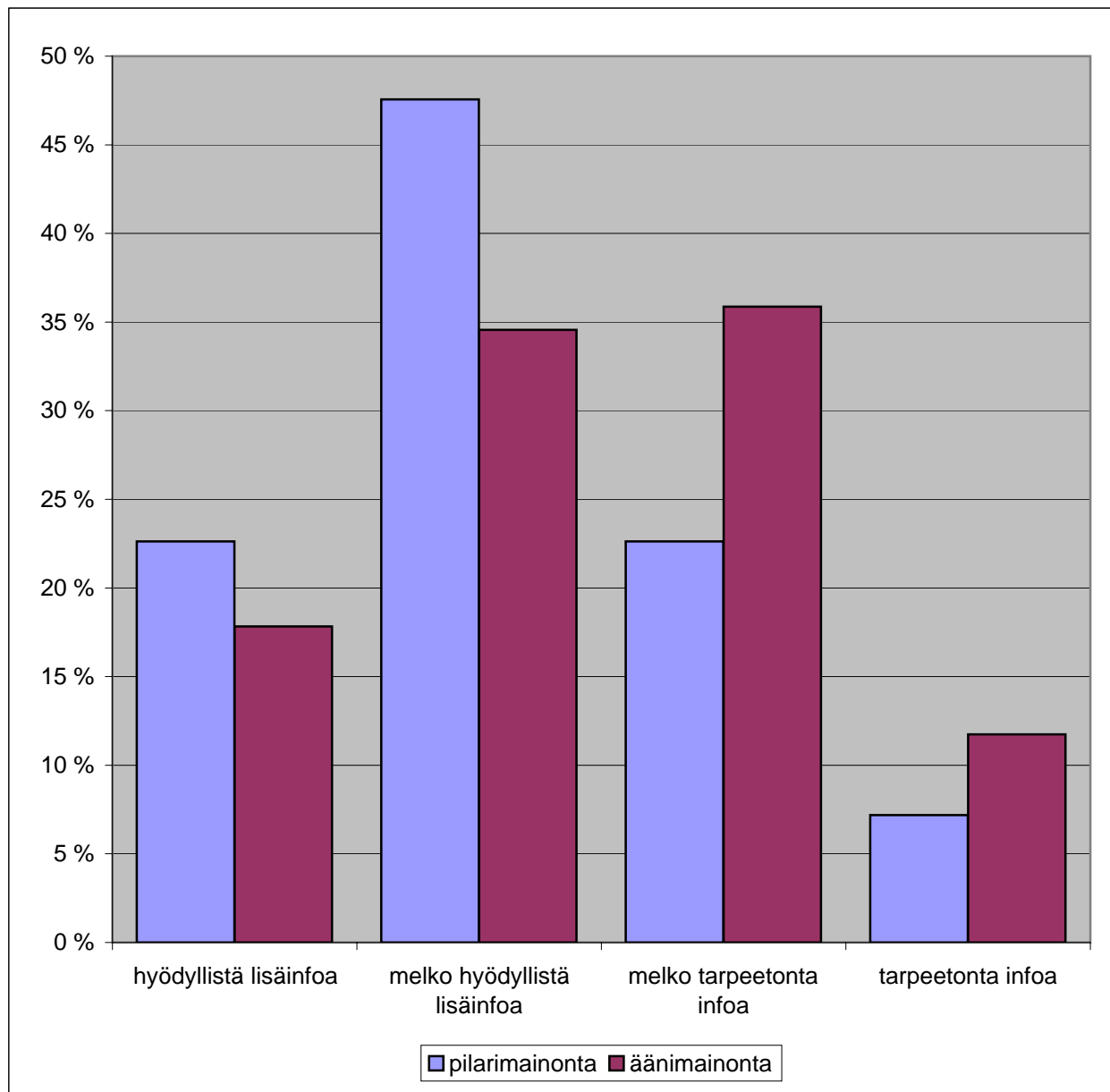
Huomiota herättävimmät ja hyödyllisimmät tietolähteet messutiedotuksessa?

	Huomiota herättävät	Hyödyllisimmät	% Huomiota herättävät	% Hyödyllisimmät
aikakauslehtimainonta	197	157	47 %	37 %
messuopas	147	157	35 %	37 %
lehtikirjoitukset	128	101	30 %	24 %
tv-mainonta	114	85	27 %	20 %
päivälehtimainokset	109	93	26 %	22 %
esitteet	99	97	24 %	23 %
internet	93	92	22 %	22 %
televisio-ohjelmat	61	45	14 %	11 %
radiomainonta	36	23	9 %	5 %
maantiejättitaulut	22	11	5 %	3 %
äänimainonta	18	7	4 %	2 %
messurakentajien info	15	14	4 %	3 %
suorapostitus-esitteet	14	6	3 %	1 %
pilarimainonta	5	3	1 %	1 %

Messut on huomioitu aikakauslehdissä, jotka koettiin myös hyödyllisimmiksi.



Pilari- ja äänimainonta



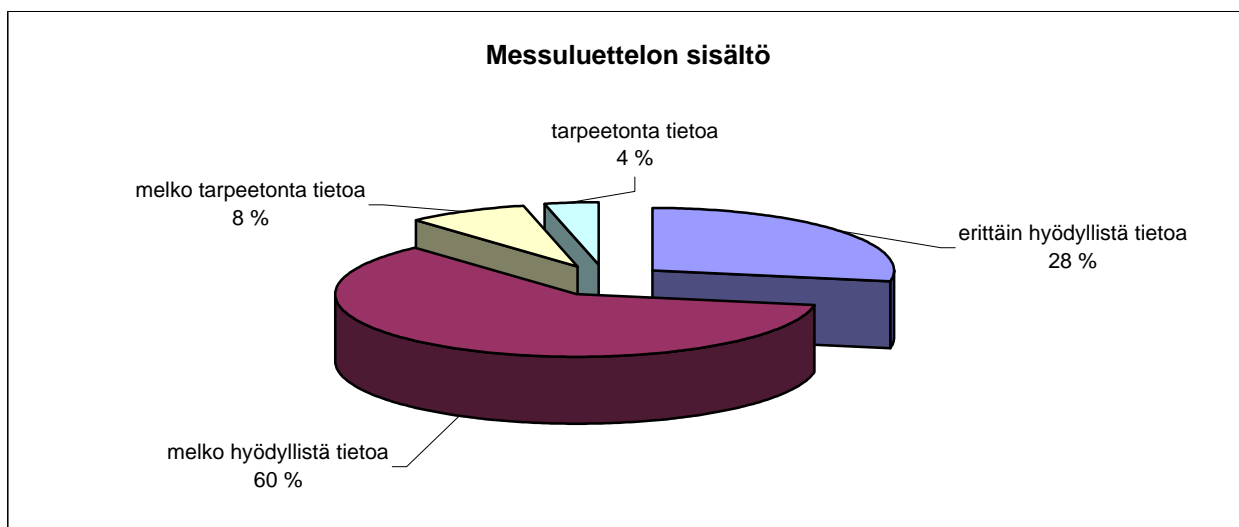
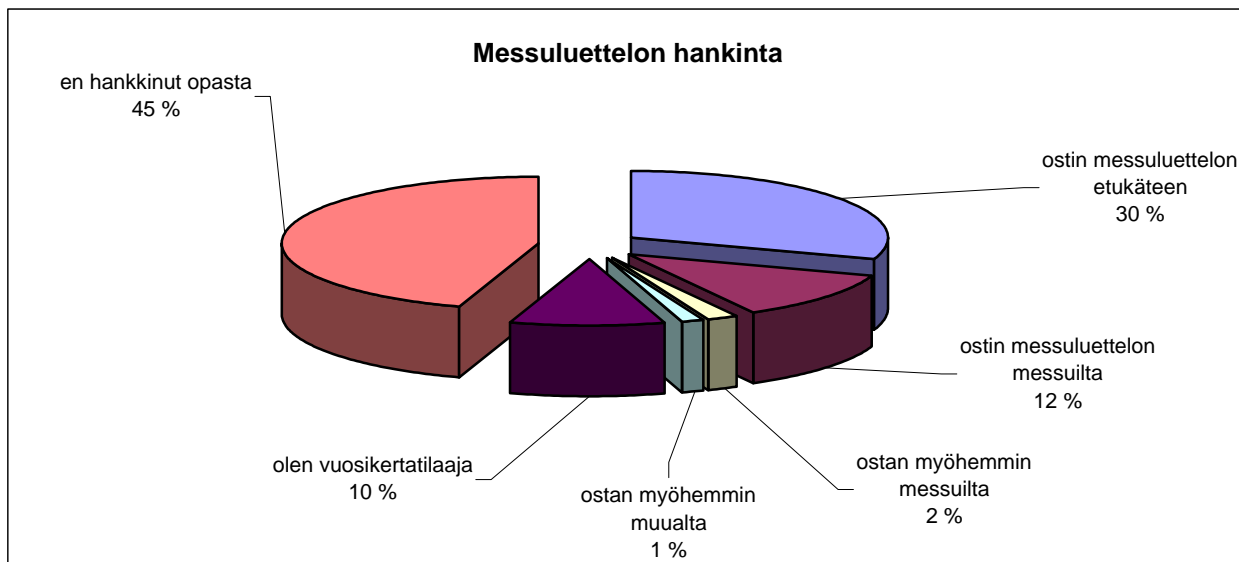
Pilari- ja äänimainonta

	pilarimainonta	äänimainonta	pilarimainonta	äänimainonta
hyödyllistä lisäinfoa	107	82	23 %	18 %
melko hyödyllistä lisäinfoa	225	159	48 %	35 %
melko tarpeetonta infoa	107	165	23 %	36 %
tarpeetonta infoa	34	54	7 %	12 %
	473	460	100 %	100 %

Messualueelle sijoitetut pilarimainokset koettiin hyödylliseksi lisäinfoksi. Myös äänimainonta meni arvioinnissa niukasti hyödyllisyyden puolelle.



Messuluettelo



Messuluettelon hankintatapa

	vastanneet	%-osuus	volyyymi
ostin messuluettelon etukäteen	145	30 %	16 419
ostin messuluettelon messuilta	56	12 %	6 341
ostan myöhemmin messuilta	9	2 %	1 019
ostan myöhemmin muualta	7	1 %	793
olen vuosikertatilaaja	46	10 %	5 209
en hankkinut opasta	215	45 %	24 345

Messuluettelon sisältö

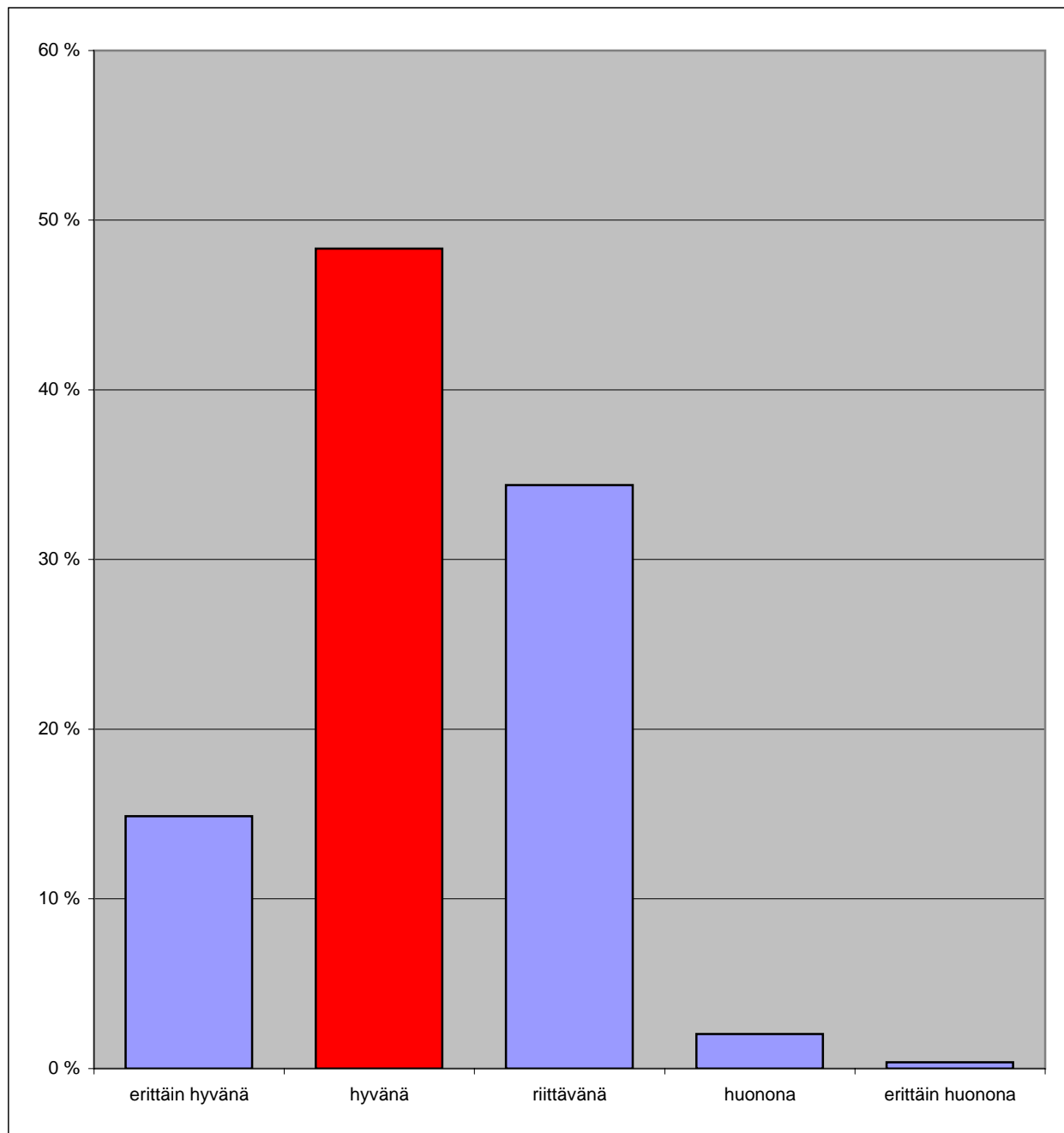
	vastanneet	%-osuus
erittäin hyödyllistä tietoa	98	28 %
melko hyödyllistä tietoa	215	61 %
melko tarpeetonta tietoa	28	8 %
tarpeetonta tietoa	13	4 %

Lähes puolet oli hankkinut/hankkii messuluettelon.

Selkeä enemmistö pitää messuluettelon sisältöä hyödyllisenä.



Asuntomessujen tiedotus



Millaisena pidätte tiedotusta

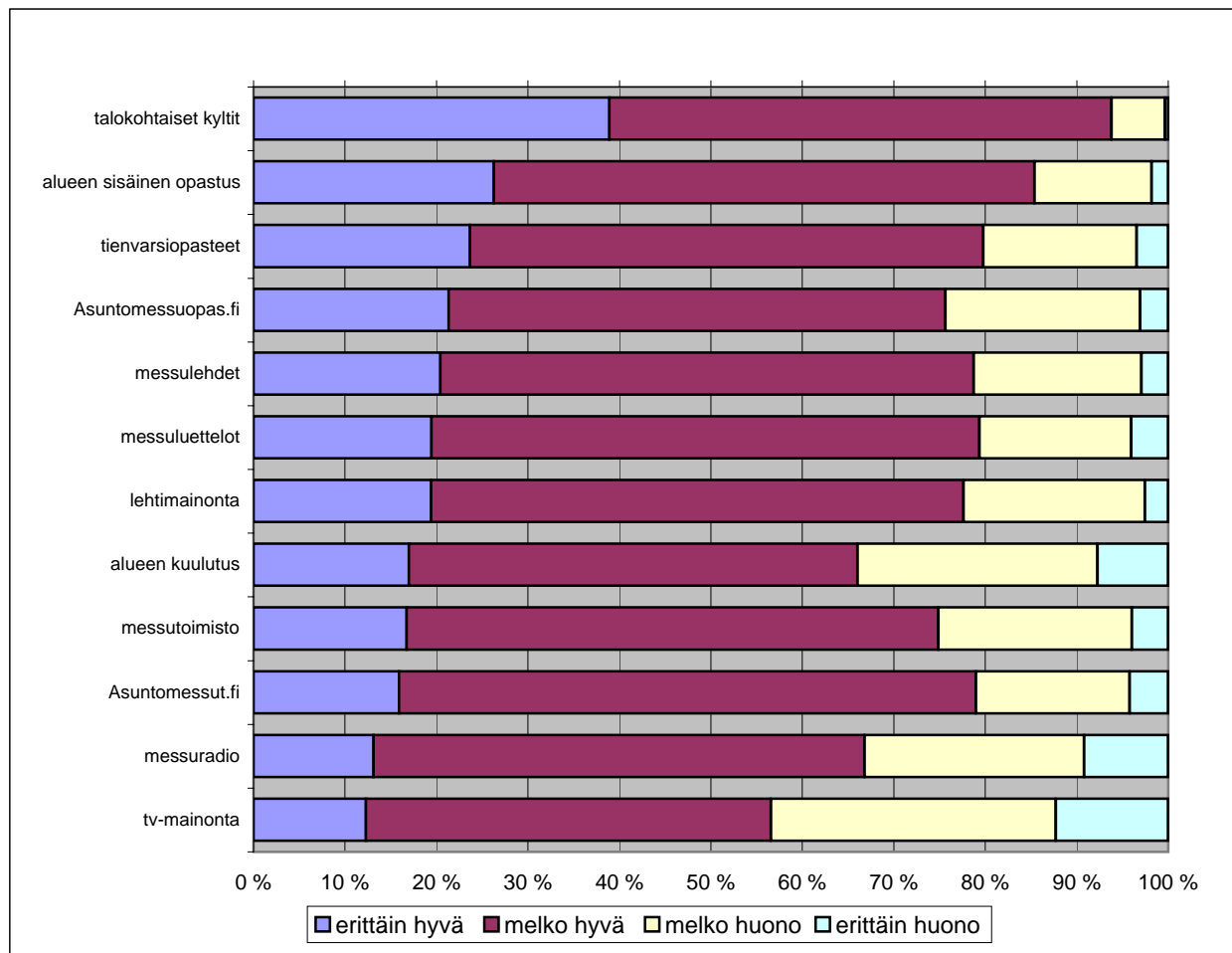
Vaasan Asuntomessuista?

	vastanneet	% osuus
erittäin hyvä	80	15 %
hyvä	260	48 %
riittävä	185	34 %
huonona	11	2 %
erittäin huonona	2	0 %

Asuntomessujen tiedotus on kokonaisuudessaan varsin laadukasta.



Arviot messutiedotuksen tasosta



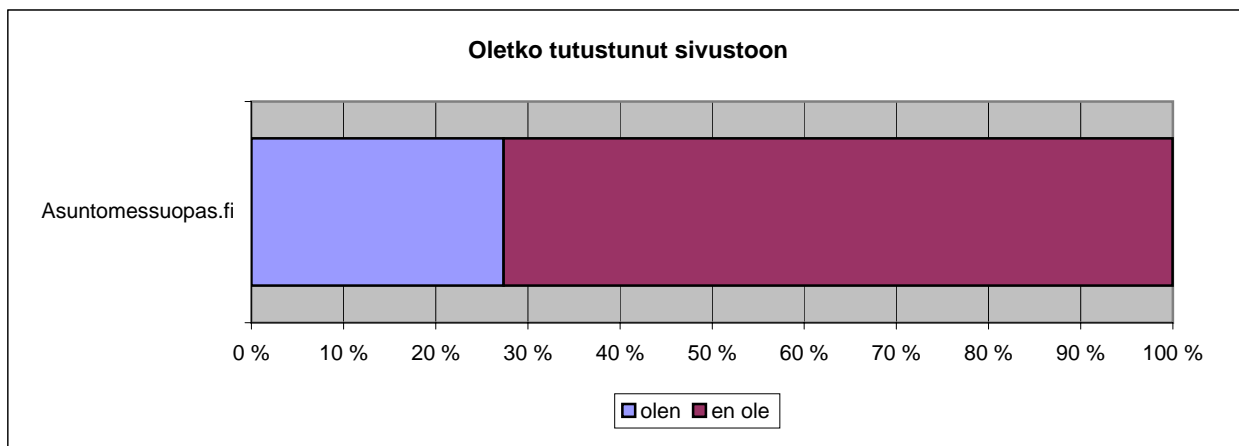
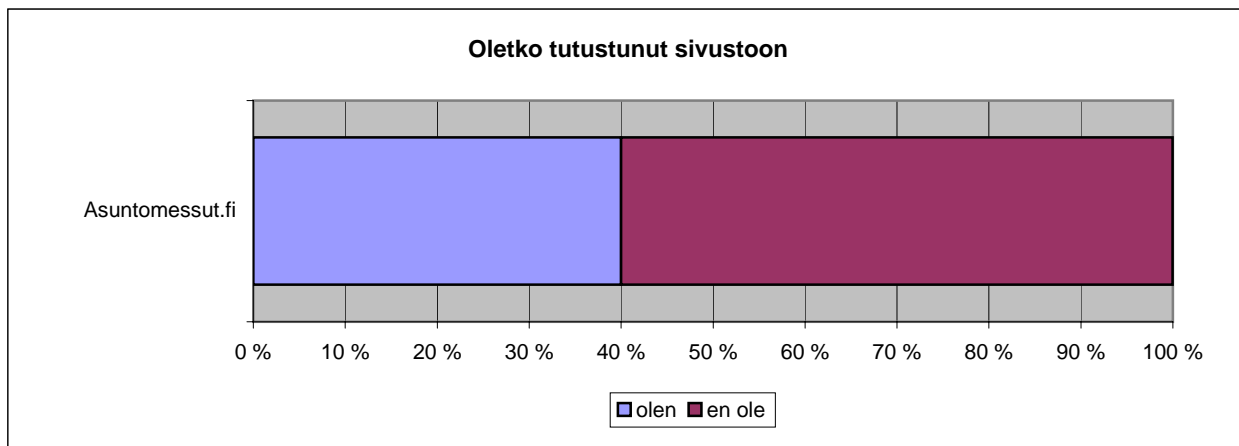
Arviot messutiedotuksen tasosta

	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
talokohtaiset kyltit	39 %	55 %	6 %	0 %
alueen sisäinen opastus	26 %	59 %	13 %	2 %
tienvarsiopasteet	24 %	56 %	17 %	3 %
Asuntomessuopas.fi	21 %	54 %	21 %	3 %
messulehdet	20 %	58 %	18 %	3 %
messuluettelot	19 %	60 %	17 %	4 %
lehtimainonta	19 %	58 %	20 %	3 %
alueen kuulutus	17 %	49 %	26 %	8 %
messutoimisto	17 %	58 %	21 %	4 %
Asuntomessut.fi	16 %	63 %	17 %	4 %
messuradio	13 %	54 %	24 %	9 %
tv-mainonta	12 %	44 %	31 %	12 %

Messukävijän kannalta tärkeät talokohtaiset kyltit ja alueen sisäinen opastus sekä tienvarren ajo-opasteet noteerattiin selkeästi hyväksi..



Asuntomessujen kotisivut



Oletko tutustunut Asuntomessujen kotisivuihin www.asuntomessut.fi?

	vastanneet	% osuus
olen	102	40 %
en ole	153	60 %
	255	

Oletko tutustunut

Asuntomessuopas.fi -sivustoon?

	vastanneet	% osuus
olen	69	27 %
en ole	183	73 %
	252	

Kävisittekö enemmän

Asuntomessujen Internetsivuilla, jos

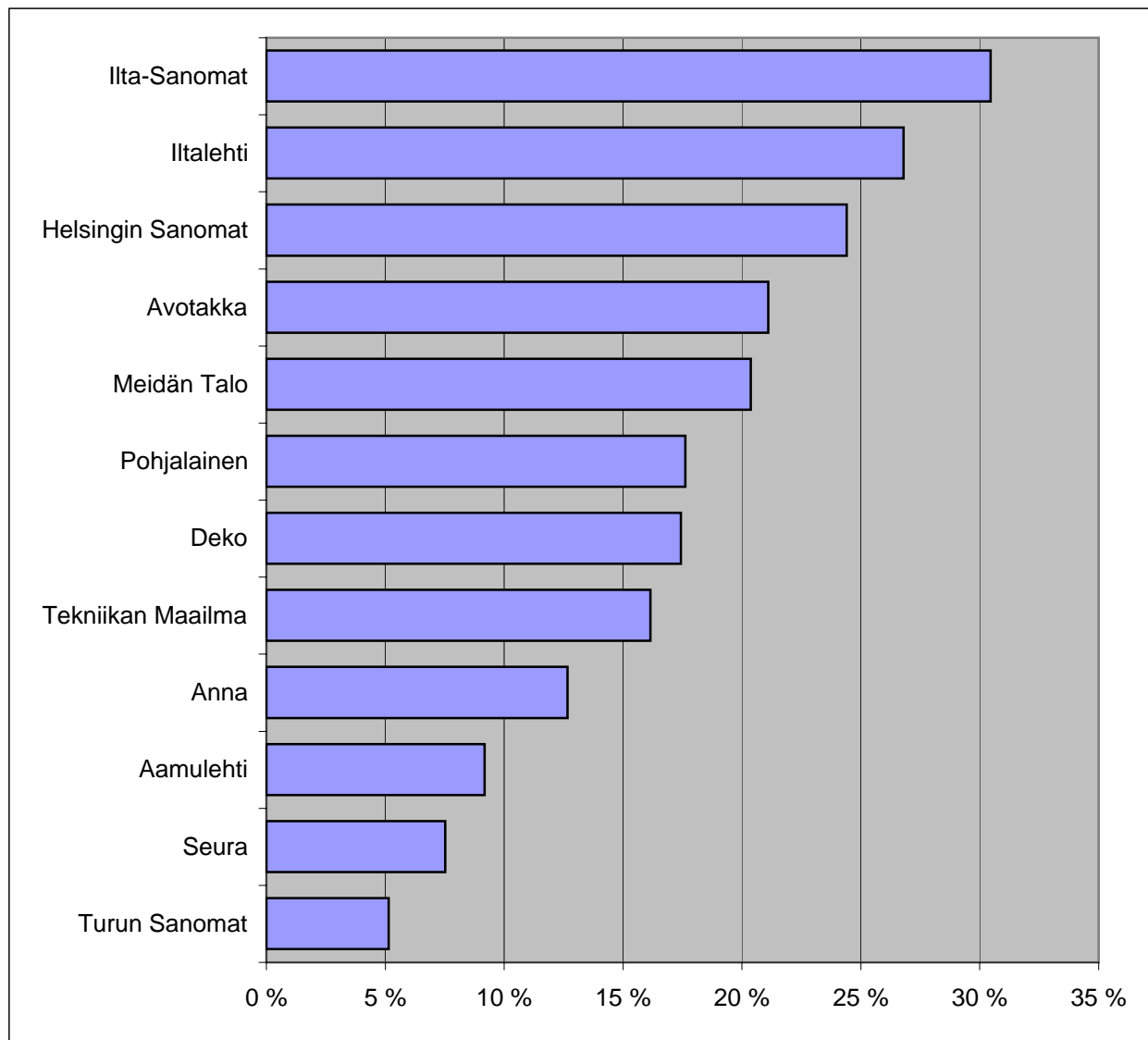
	vastanneet	% osuus
sivuilla olisi enemmän koottua tietoa	33	25 %
sivut olisivat elämykselliset ja hauskat	34	26 %
sivuilla olisi 3 kertaa/vuosi uudistuvat virtuaalimessut	66	50 %
	133	

Neljä kymmenestä on tutustunut asuntomessujen kotisivuihin.

Virtuaalimessut kiinnostavat.



Mitä lehtiä luette



Mitä lehtiä luette?

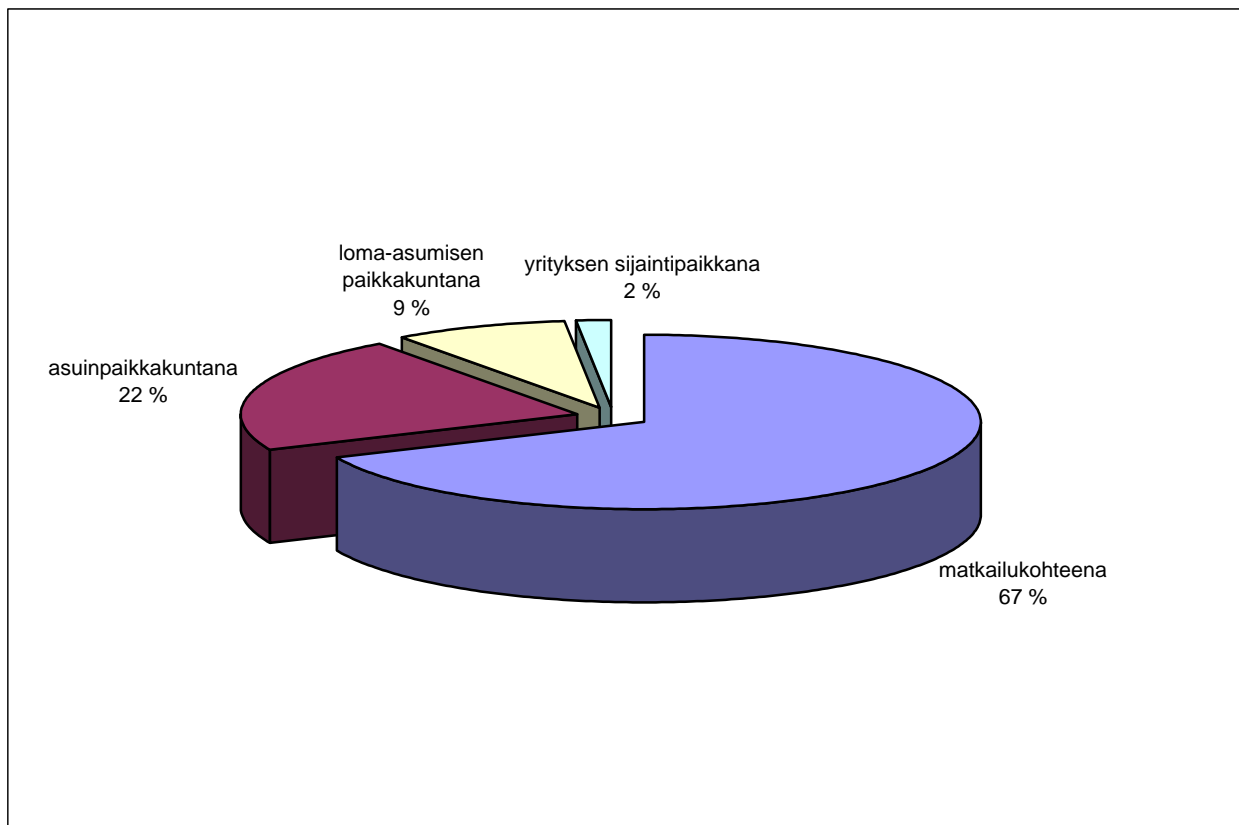
	vastanneet	% osuus
Ilta-Sanomat	166	30 %
Iltalehti	146	27 %
Helsingin Sanomat	133	24 %
Avotakka	115	21 %
Meidän Talo	111	20 %
Pohjalainen	96	18 %
Deko	95	17 %
Tekniikan Maailma	88	16 %
Anna	69	13 %
Aamulehti	50	9 %
Seura	41	8 %
Turun Sanomat	28	5 %

Iltapäivälehdet ja Helsingin Sanomat olivat luetumpia kuin maakunnan lehti ja rakentamisen aikakauslehdet.



8. MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA

Olen kiinnostunut Vaasasta



Olen kiinnostunut Vaasasta

	vastanneet	% osuus
matkailukohteena	3443	51 %
asuinpaikkakuntana	1092	16 %
loma-asumisen paikkakuntana	430	6 %
yrityksen sijaintipaikkana	79	1 %
	6321	

Kuinka kauan viivytte/aiotte viipyä

Vaasan seudulla

	vastanneet	% osuus
1 päivä	353	62 %
2 päivää	122	21 %
3-5 päivää	48	8 %
yli 5 päivää	50	9 %
	573	

Miten sinua palveltiin Vaasassa?

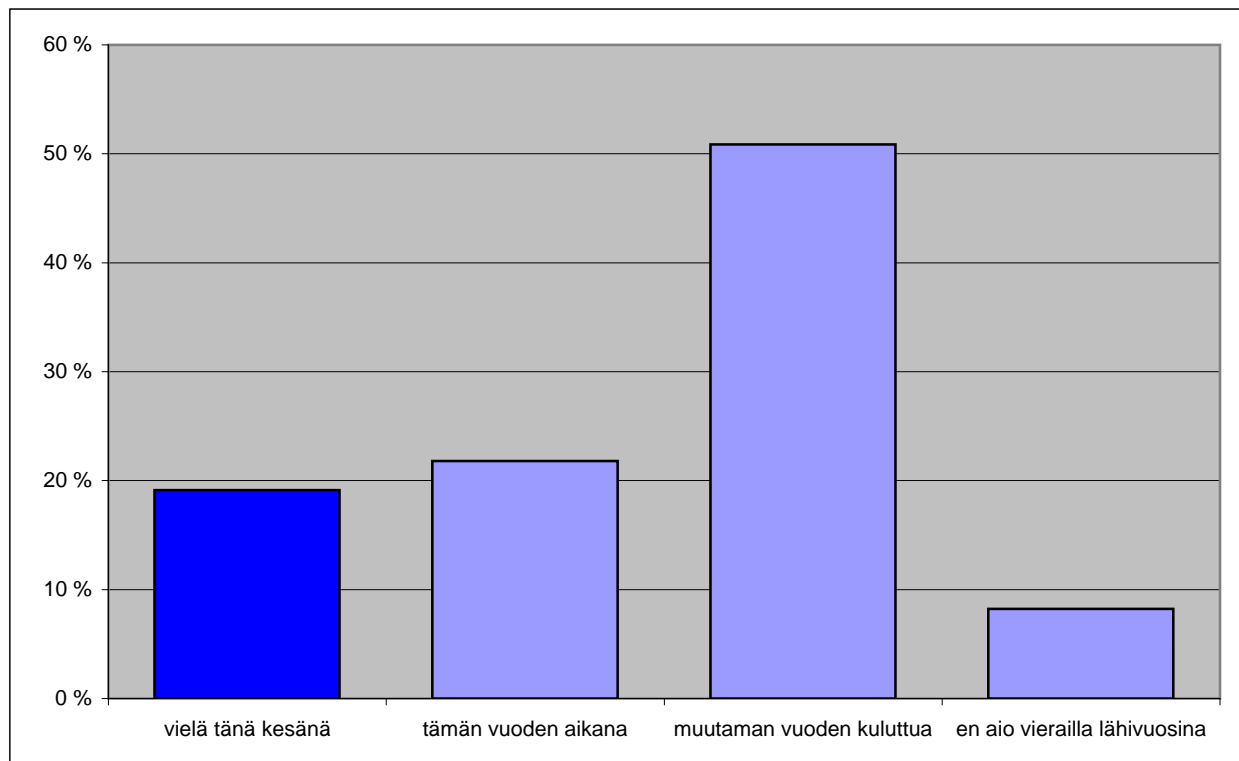
	vastanneet	% osuus
erittäin hyvin	124	24 %
hyvin	291	57 %
riittävästi	93	18 %
huonosti	5	1 %
	513	

Messuvieraista 38 % viipyi Vaasassa yhtä päivää kauemmin.

Palvelun laadun suhteen ei ollut juurikaan moittimista.



Aikomus vieraillla Vaasassa uudelleen



Aiotteko vieraillla Vaasassa uudelleen?

vielä tänä kesänä	vastanneet	100	% osuus	19 %
tämän vuoden aikana		114		22 %
muutaman vuoden kuluttua		266		51 %
en aio vieraillla lähivuosina		43		8 %
		523		

Missä kohteissa kävit:

Vaasan torilla	vastanneet	235	% osuus	56 %
Wasalandiassa		40		10 %
Tropiclandiassa		41		10 %
Vanhassa Vaasassa		47		11 %
Vaasan saaristossa		36		9 %
Saaristoristeilyllä		9		2 %
Museossa tai taidenäyttelyssä		18		4 %
Muulla		54		13 %
		417		

Kerro mielikuvasi ruotsinkielisen väestön osuudesta Vaasassa

0% väestöstä	vastanneet	1	% osuus	0 %
25% väestöstä		238		44 %
50% väestöstä		225		41 %
75% väestöstä		75		14 %
100% väestöstä		4		1 %
		543		

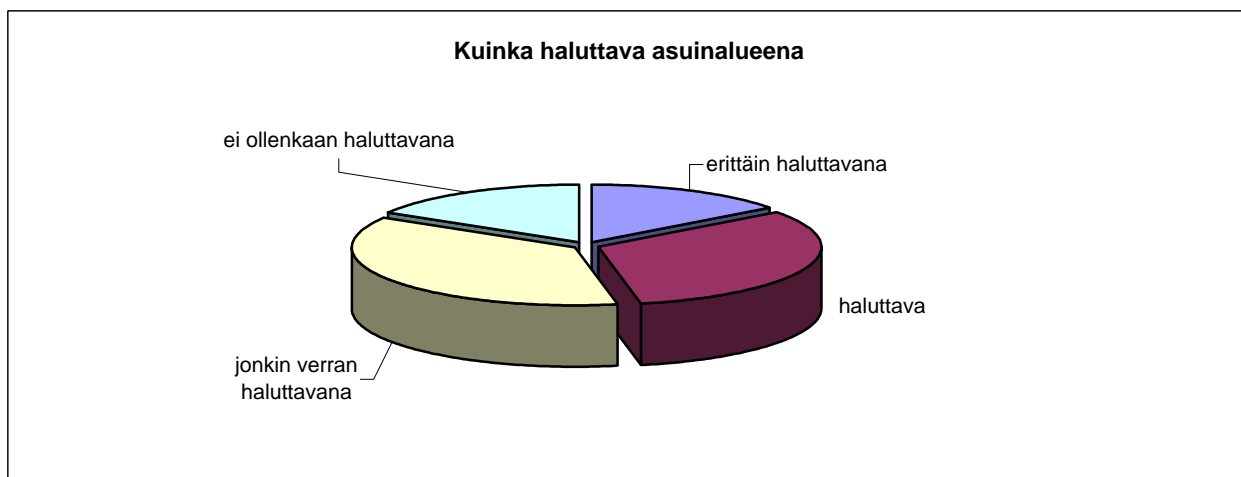
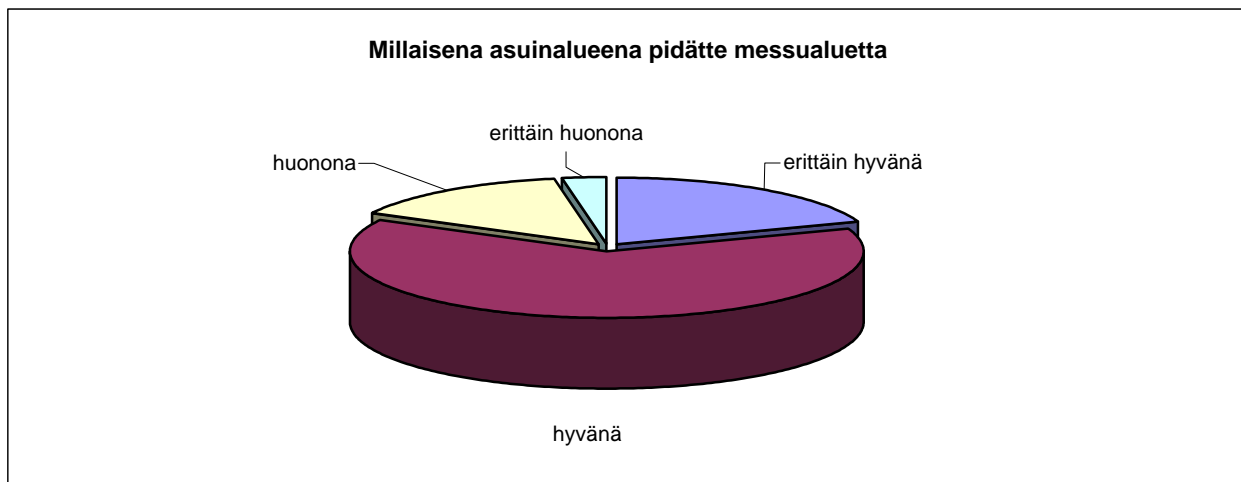
Reilut 70 % aikoo vieraillla Vaasassa uudelleen ainakin lähivuosina.

Yli puolet messuvieraista kävi Vaasan torilla ja noin kymmenesosa Wasalandiassa, Tropiclandiassa, Vanhassa Vaasassa ja Vaasan saaristossa.

Ruotsinkielisiä arveltiin olevan Vaasassa painotettuna keskiarvona noin 54 %, kun todellinen osuus on vajaa puolet tästä eli mielikuva on varsin ruotsinkielis-painotteinen.



Messualue asuinalueena



**Millaisena asuinalueena pidätte
Vaasan Asuntomessujen kaltaista
aluetta omalta kannaltanne?**

	vastanneet	% osuus
erittäin hyvä	104	19 %
hyvä	339	63 %
huonona	77	14 %
erittäin huonona	15	3 %
Yhteensä	535	

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

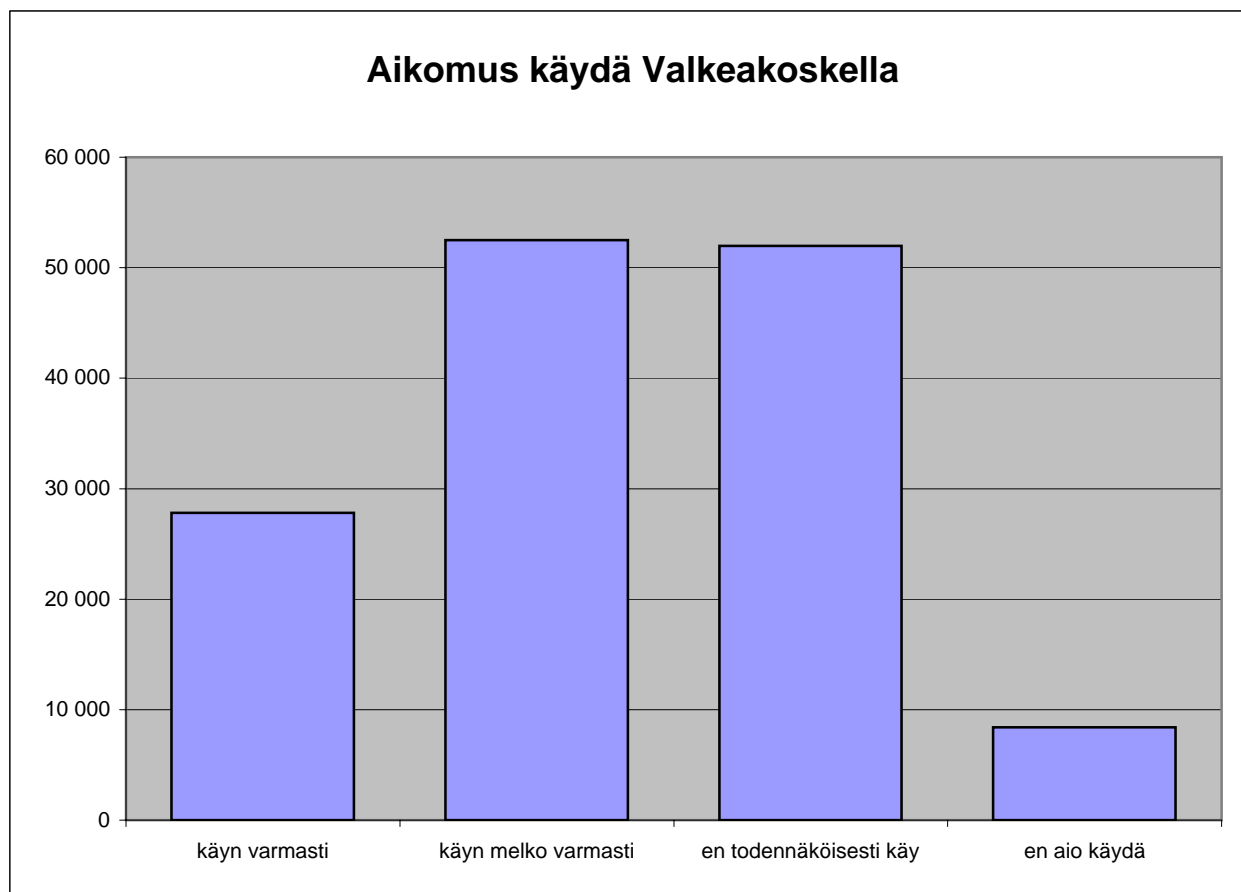
	vastanneet	% osuus
erittäin haluttavana	78	15 %
haluttava	172	32 %
jonkin verran haluttavana	196	37 %
ei ollenkaan haluttavana	88	16 %
Yhteensä	534	

Suvilahden kaltaisesta
asuntoalueesta piti 72 % vastaajista.
Vain 16 % ei pitänyt aluetta
ollenkaan haluttavana.



9. TULEVAT MESSUT

Asuntomessut Valkeakoskella 2009



Aikomus käydä Valkeakoskella 2009

Käynnin tarkoitus	vastanneet	% osuus	volyyymi
käyn varmasti	53	20 %	27 820
käyn melko varmasti	100	37 %	52 491
en todennäköisesti käy	99	37 %	51 966
en aio käydä	16	6 %	8 399

Yli 80 000 Vaasassa vierailutta aikoo käydä ainakin melko varmasti myös Valkeakosken asuntomessuilla 2009.

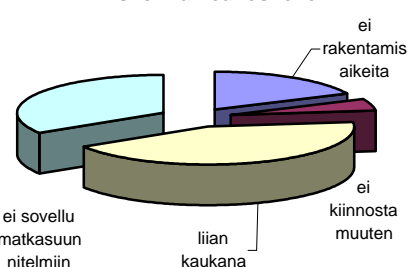
Jos ei, miksi ei

Syy	vastanneet	% osuus
ei rakentamisaikkeitä	22	18 %
ei kiinnostaa muuten	6	5 %
liian kaukana	52	43 %
ei sovellu matkasuunnitelmiin	41	34 %

Olen käynyt Valkeakoskella

Käynnin taajuus	vastanneet	% osuus
useasti	41	17 %
1 - 2 kertaa	93	38 %
en ole käynyt	114	46 %

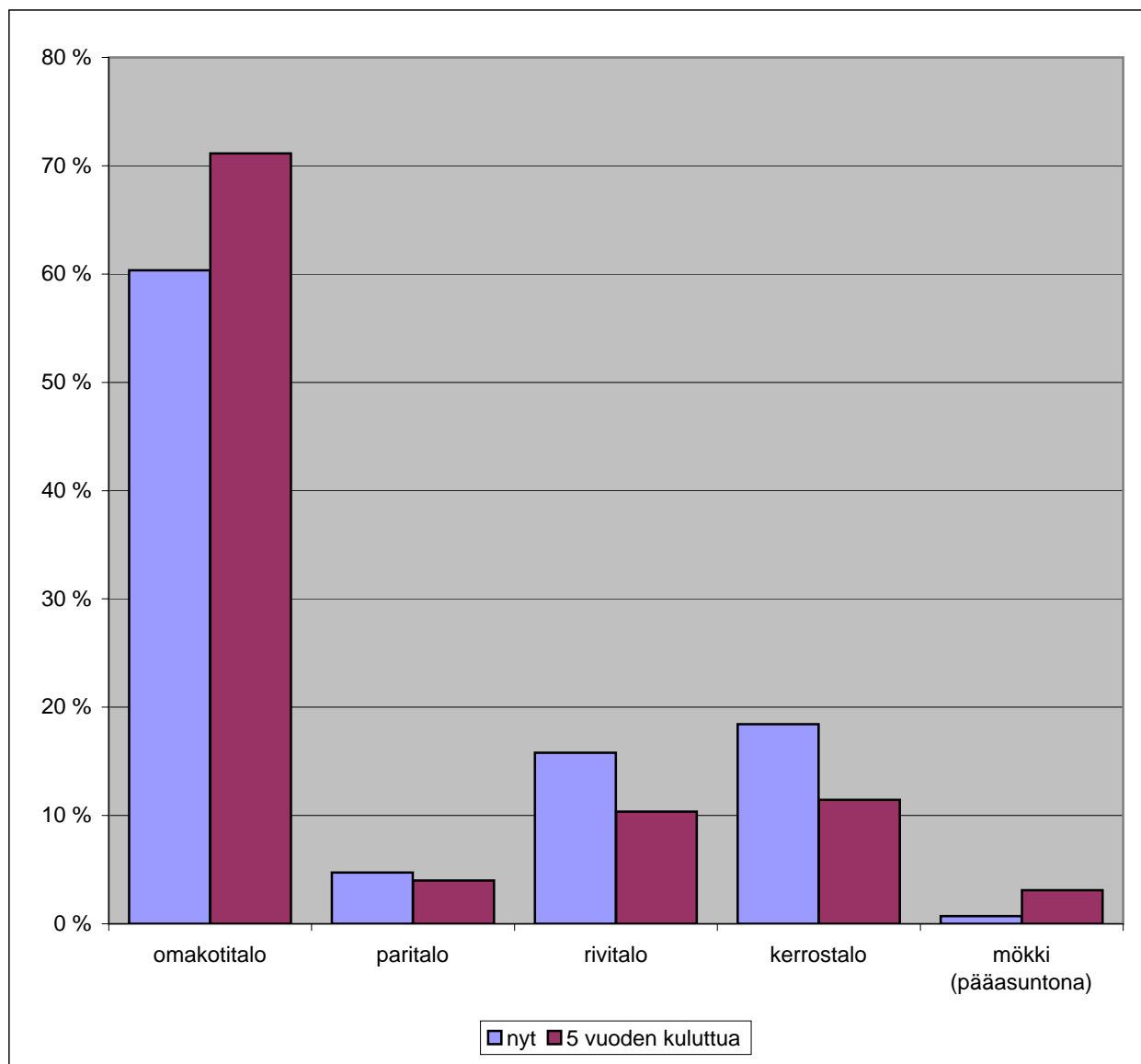
Miksi ei Valkeakoskelle





10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT

Miten haluat asua



Minkälaisessa asunnossa asutte

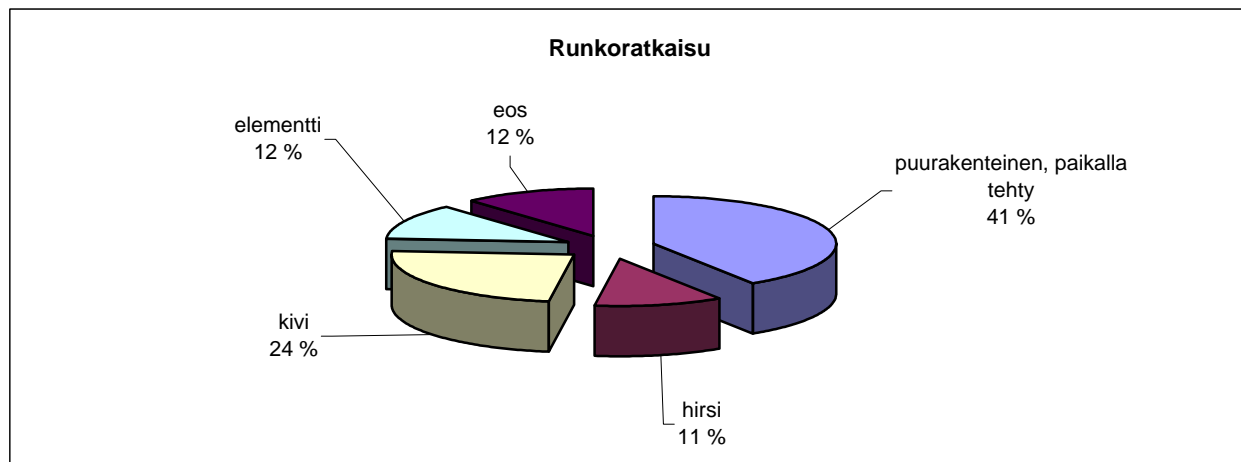
nyt ja millaisessa oletatte
asuvanne viiden vuoden
kuluttua?

	nyt	5 vuoden kuluttua	nyt	5 vuoden kuluttua
omakotitalo	344	392	60 %	71 %
paritalo	27	22	5 %	4 %
rivitalo	90	57	16 %	10 %
kerrostalo	105	63	18 %	11 %
mökki (pääasuntona)	4	17	1 %	3 %

75 % kävijöistä haluaa asua pientalossa viiden vuoden kuluttua, kun osuus nyt on 65 %.



Millaisen talon rakentaisit



Muoto	vastanneet	% osuus	Rakentamispaikka	vastanneet	% osuus
yksitasoratkaisu	152	44 %	haja-asutus	121	33 %
puolitoistakerroksinen	111	32 %	taajama	201	55 %
monitasoratkaisu	80	23 %	ei osaa sanoa	45	12 %

Runko	vastanneet	% osuus	Rakentamistapa	vastanneet	% osuus
puurakenteinen, paikalla tehty	151	41 %	pääasiassa itse	129	34 %
hirsi	42	11 %	teettämällä palkkatyönä	106	28 %
kivi	89	24 %	ostamalla avaimet käteen	78	20 %
elementti	45	12 %	ei osaa sanoa	72	19 %
eos	43	12 %			

Kate	vastanneet	% osuus
tiili	161	50 %
pelti	129	40 %
huopa	26	8 %
muu	3	1 %

Koko	vastanneet	% osuus
alle 120 m ²	62	16 %
120-139 m ²	100	27 %
140-159 m ²	81	21 %
160-199 m ²	75	20 %
yli 200 m ²	39	10 %

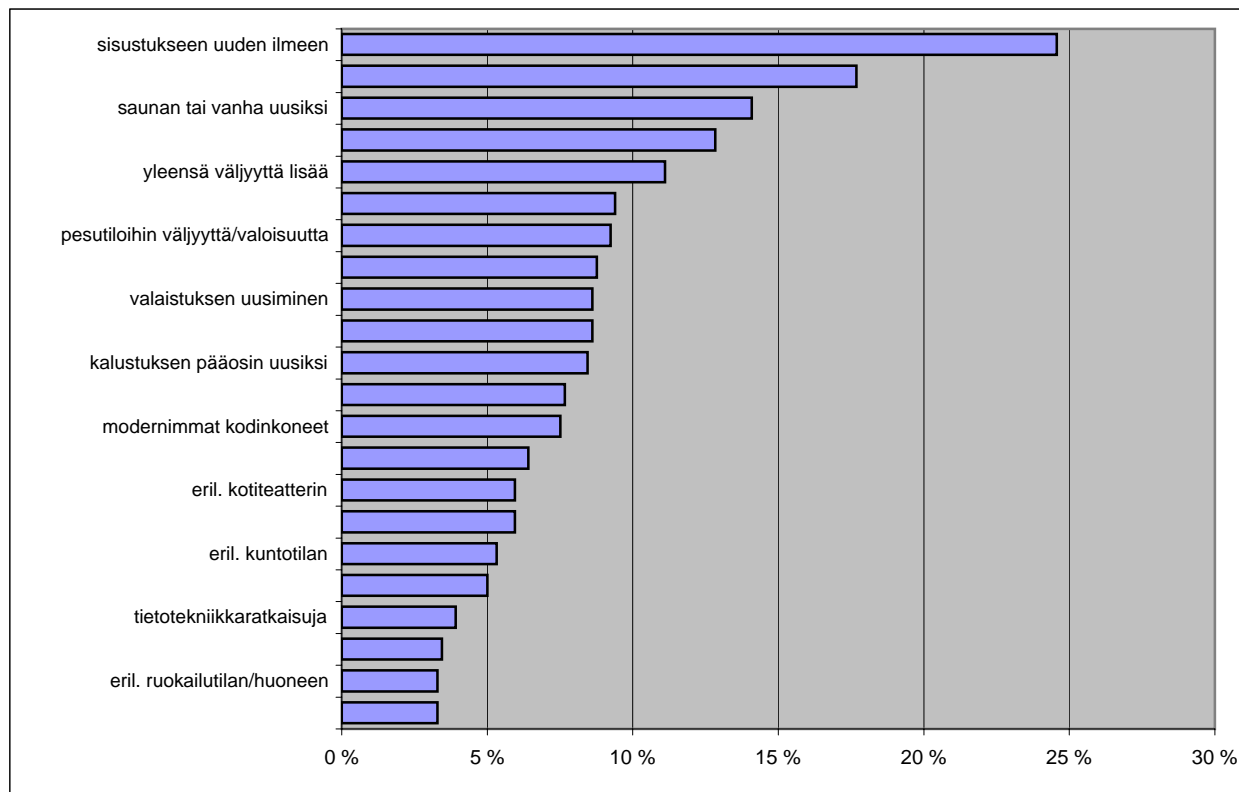
Lämmitys	vastanneet	% osuus
maalämmitys	157	35 %
muu lämmitys	33	7 %
puulämmitys	44	10 %
suora sähkölämmitys	36	8 %
varaava sähkölämmitys	29	6 %
vesikeskuslämmitys	23	5 %
ei osaa sanoa	1	0 %

Yhdessä tasossa oleva puurakenteinen ja tiilikattoinen talo jossa on maalämmitys ja joka sijaitsee taajama-alueella on messukävijän perustoiveena.

Toiveena oleva paikallarakennettu ja pääasiassa vastaa aika hyvin lopullista toteutustapaa, sillä ns. talopakettien osuus on ollut viime vuosina hieman alle 70 %.



Nykyiseen asuntooni kaipaisin ensisijaisesti



Nykyiseen asuntooni kaipaisin ensisijaisesti

	vastanneet	% osuus
sisustukseen uuden ilmeen	157	25 %
pihaan kivetyksen/kasveja	113	18 %
saunan tai vanha uusiksi	90	14 %
pihaan lisäkäyttöä	82	13 %
yleensä väljyyttä lisää	71	11 %
isomman keittiön	60	9 %
pesutiloihin väljyyttä/valoisuutta	59	9 %
ilmanvaihdon/jäähdytyksen	56	9 %
valaistuksen uusiminen	55	9 %
lisäkäyttöä parvekkeelle/terassille	55	9 %
kalustuksen pääosin uusiksi	54	8 %
lisämakuuhuoneen	49	8 %
modernimmat kodinkoneet	48	8 %
eril. työhuoneen	41	6 %
eril. kotiteatterin	38	6 %
turvallisuusratkaisuja	38	6 %
eril. kuntotilan	34	5 %
lisää lämmöneristävyyttä	32	5 %
tietotekniikkaratkaisuja	25	4 %
lisää ääneneristävyyttä	22	3 %
eril. ruokailutilan/huoneen	21	3 %
eril. muun harrastetilan	21	3 %

Sisustus, piha, sauna, keittiö, asumisväljyys, valoisuus ja ilmanvaihto ovat messukävijöiden "toivelistalla" nykyisen asunnon asumismukavuuden kohentamisessa.



Mikä sana kuvailee parhaiten Asuntomessuja

ahdas 3	loistava 3	sata jänistä
antoisaa	luonto	selkeä 2
asialinjalla	luvallinen tirkistely	siisti
asua 2	luxus 4	sisällökkäät
aurinkoinen 11	mahtava	sisustusmessut 2
aurinkoloma 2	maisemat	sopivaa ajan vietettä päiväksi !
avara 2	matkailukohde	soviankokoistet 2
avartava	menestys	suppea 2
ei liian kuuma	merellinen 24	suuruudenhulluus
epäkäytännöllinen	merihenkinen 3	suuret
erikoinen/erilainen 8	merimaisema 2	taloisa
harvinaiset	messut lähempänä "tavallisia ihmisiä"	talokuume
hieno 5	mieleenpainuva	tapetit
hiki	mielenkiintoinen 22	tarpeellinen 2
huippu	mieluisat	tavalliset upea ympäristö
hyvä 12	mittava	tavanomainen
hyvä palvelu	moderni 7	täydellinen
idearikas 6	monipuolinen 7	terassit 4
ideoita 4	muhkea	tiivis 5
idyllinen	mukava 4	tilava
ihmissaljous	mukiinmenevä	toimivat 3
inspiroiva	nähtävää	trendit
isot	nykyaika	turhat
jepulis	ok 14	turnee
kallista 11	ökytaloja 7	tylsät 4
kattava	onnistuneet 5	tyylikäs 2
kauneus 3	pakko käydä joka vuosi	tyyristä
kaupallisuus	paljon katsottavaa erillaisi ratkaisuja	unelma 4
kaupunkilaiselle	passeli	upeat 2
kesätapahtuma 2	perhekeskeinen	uutuudet
kiehtova	perinne	vaihteleva
kiinnostava 3	perusköyhät	vallottavat
kirjavuus	pohjanmaalaiset	valoisa tulevaisuus
kivat 6	poreallas	valoisin raikkaat
kodikas	portaat 2	valoisuus
kohtalainen 3	pramea	valtava
komeaa	pröystäilevä	viihdyttävä
kompakti 2	raha	viihtyisä 6
korkeatasoinen	raikas	vireä
koti 2	ranta-asumista	virike 2
kotoiset	ratkaisut	yes
kuuma 2	realistiset	yhteisöllinen
kylläinen	reipas	yllellinen 3
lapsettomille	ruuhka 2	ylenpalttisuus
leppoisa	amat virheet aina	yllätyksetön 2

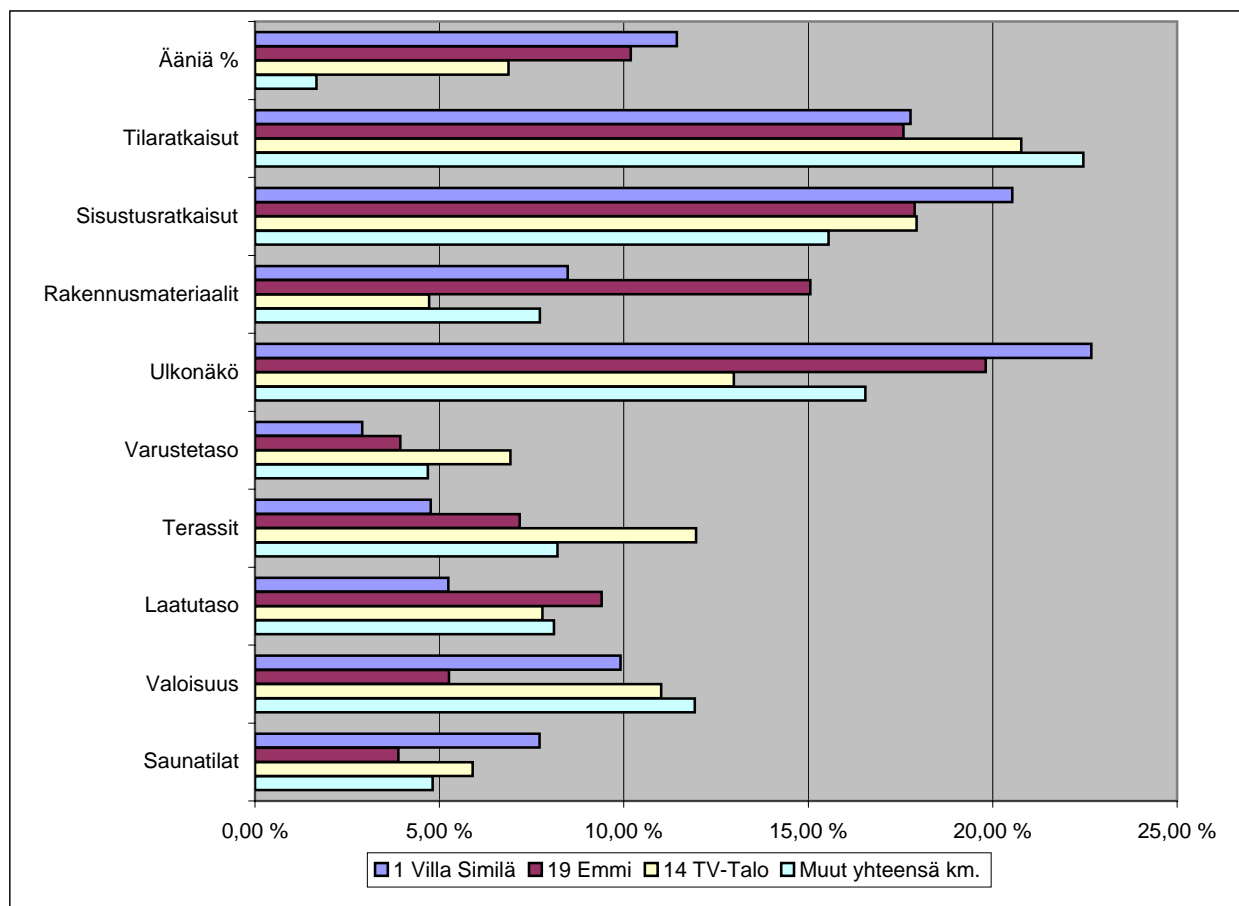
Kysymykseen vastattiin kahdesta näkökulmasta; asuntomessuista asumisen tapahtumana tai sitten suoraan Suvilahden tarjontaan peilaten. Listalta löytyy seuraavanlaisia adjektiiveja:

- merellinen, mielenkiintoinen, aurinkoinen, kallis, erikoinen, erilainen, moderni, hyvä, idearikas...



11. ÄÄNESTYS

Paras talo -äänestys



Yhteenveto	Ääniä %	Tilaratkaisut	Sisustusratkaisut	Rakennusmateriaalit	Ulkonäkö	Varustetaso	Terrassit	Laatu- taso	Valoisuus	Saunatilat
1 Villa Similä	11,43 %	18 %	21 %	8 %	23 %	3 %	5 %	5 %	10 %	8 %
19 Emmi	10,19 %	18 %	18 %	15 %	20 %	4 %	7 %	9 %	5 %	4 %
14 TV-Talo	6,88 %	21 %	18 %	5 %	13 %	7 %	12 %	8 %	11 %	6 %
Muut yhteensä km.	1,66 %	22 %	16 %	8 %	17 %	5 %	8 %	8 %	12 %	5 %

Paras talo -äänestyksessä kärkikaksikko oli omaa luokkaansa. Voittaja, Vaasan ammattiopiston rakentama Villa Similä erottui muista ulkonäöllään, saunatiloillaan ja sisustusratkaisuillaan. Toiseksi tulleen Weekend House Finlandin Emmiin osalta korostuivat rakennusmateriaalit ja laatu- taso. Kolmanneksi eniten ääniä saaneen Warmian TV-talon varustetaso sai korkeimmat pisteet. Muiden kuin kärkikolmik- on tilaratkaisut ja valoisuus olivat keskimäärin arvostetumpia.



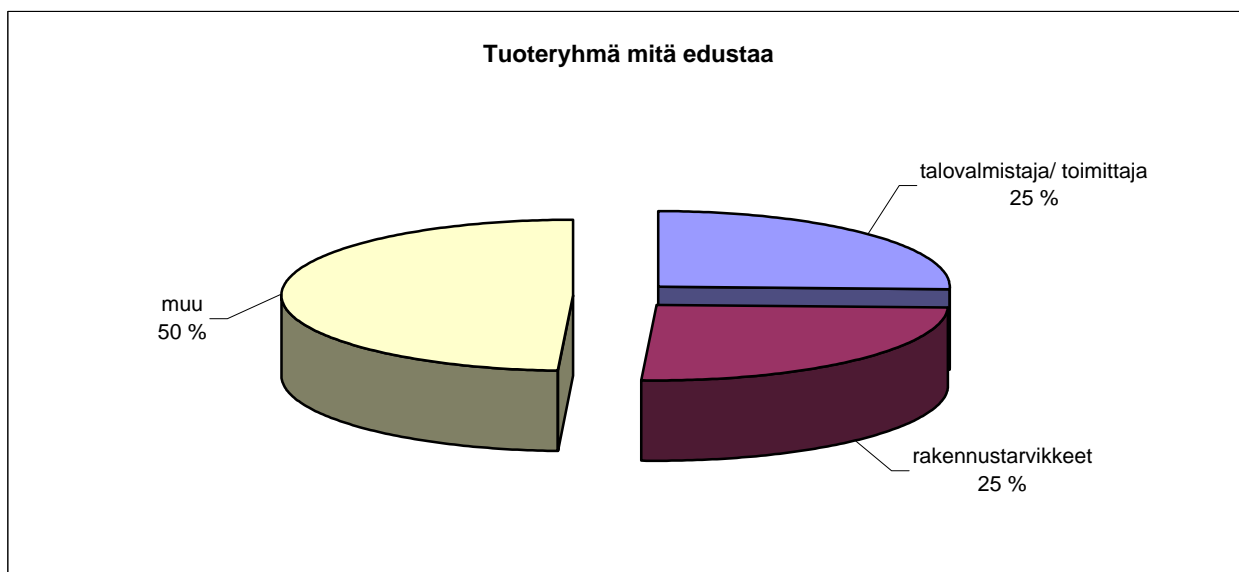
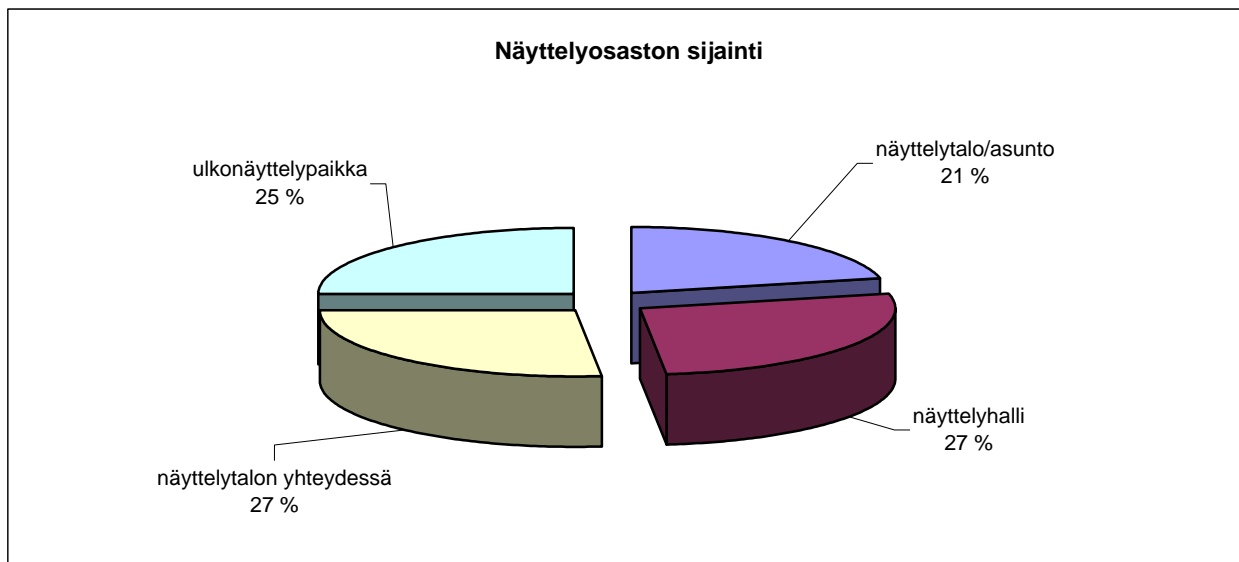
12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS

Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin messujen viimeisten päivien aikana. Näytteilleasettajille jaettiin kyselylomakkeet. Lomakkeen palautti 56 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
Asuntomessujen sopiva kesto	57
Sopiva kävijämäärä/pvä	58
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään	59
Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä	60
Kommentit ja kehitysideat	61
Messuissa hyvää ja huonoa	62



Tuoteryhmä mitä edustaa



Näyttelyosaston sijainti

näyttelytalo/asunto
näyttelyhalli
näyttelytalon yhteydessä
ulkonäyttelypaikka

vastanneet	% osuus
12	21 %
15	27 %
15	27 %
14	25 %
56	

Tuoteryhmä mitä edustaa

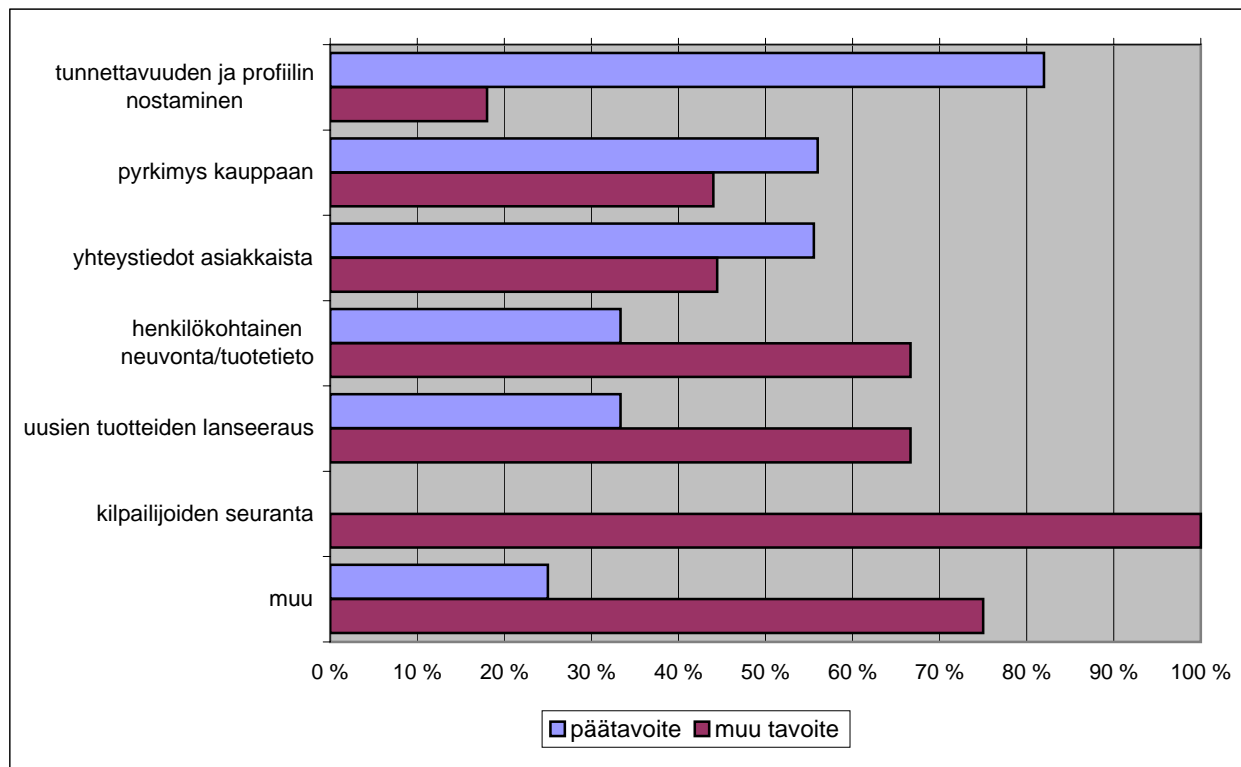
talovalmistaja/ toimittaja
rakennustarvikkeet
muu

vastanneet	% osuus
14	25 %
14	25 %
27	49 %

Näytteilleasettajien vastaukset saatiin melko tasaisesti neljältä eri ryhmältä, joten vastaukset kuvaavat hyvin kaikkien osapuolien näkemyksiä.



Yrityksen tavoitteet messuilla



Yrityksen tavoitteet messuilla

	pää tavoite	% osuus	muu tavoite	% osuus
tunnettavuuden ja profiilin nostaminen	41	82 %	9	18 %
pyrkimys kauppaan	14	56 %	11	44 %
yhteystiedot asiakkaista	10	56 %	8	44 %
henkilökohtainen neuvonta/tuotetieto	9	33 %	18	67 %
uusien tuotteiden lanseeraus	4	33 %	8	67 %
kilpailijoiden seuranta	0	0 %	8	100 %
muu	1	25 %	3	75 %

Mitä asiakasryhmää tavoitteli

	vastanneet	% osuus
omakotitalon rakentajat	45	80 %
omakotitalon remontoijat	30	54 %
omakotitalon ostajat/myyjät	14	25 %
loma-asunnon rakentajat	28	50 %
loma-asunnon remontoijat	22	39 %
loma-asunnon ostajat/myyjät	12	21 %
sisustajat	21	38 %

Arvio miten tavoitti haluamansa

asiakasryhmän	vastanneet	% osuus
kiitettävästi	4	8 %
hyvin	34	64 %
välttävästi	14	26 %
huonosti	1	2 %

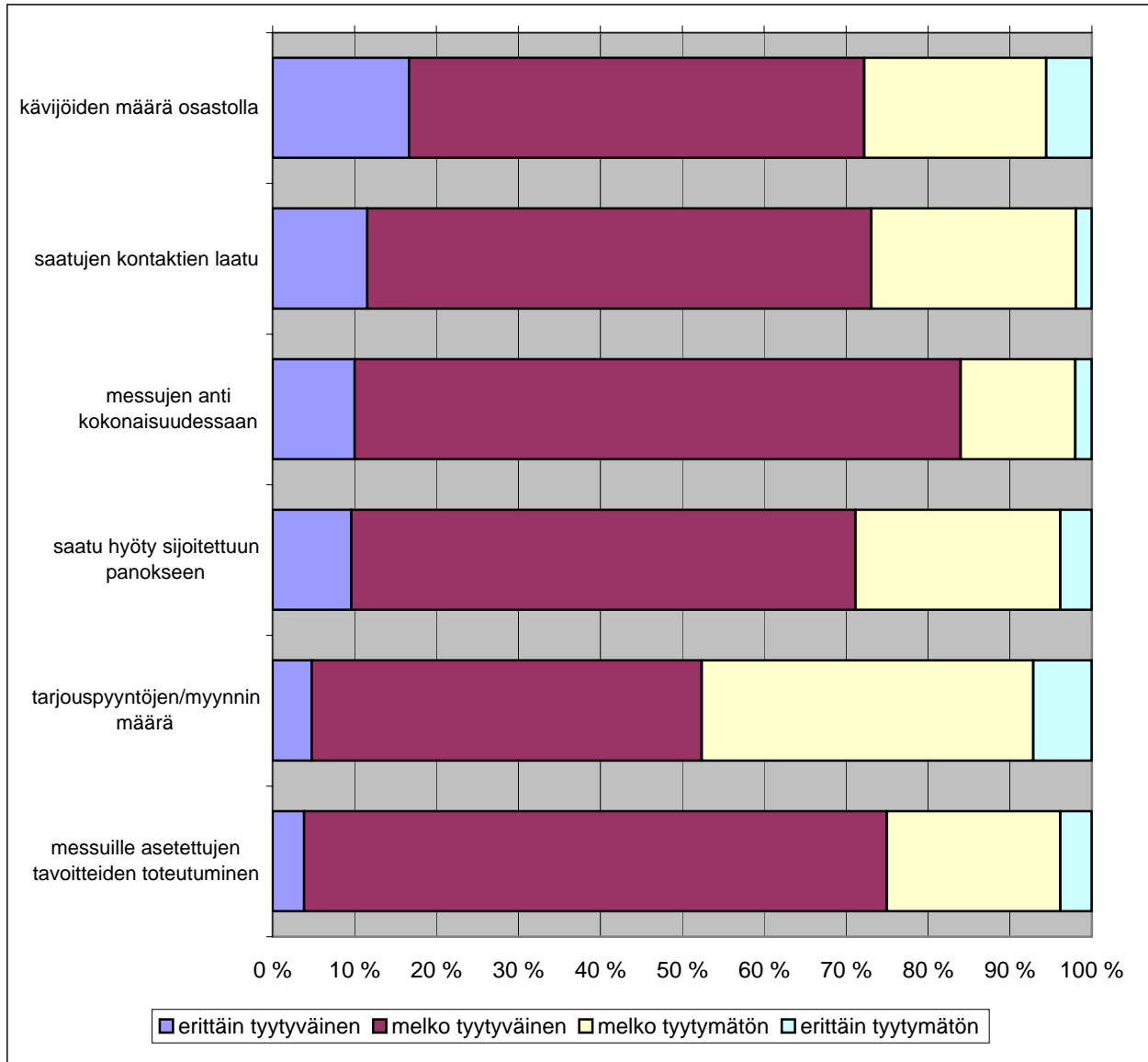
Näytteilleasettajilla on tunnettavuuden ja profiilin nostaminen tärkeintä. Seuraavina suora kauppa ja potentiaalisen asiakkaan yhteystietojen saaminen.

Omakotitalon rakentajaa tavoitteli 80 % näytteilleasettajista

Kohderyhmä on tavoitettu melko hyvin.



Tyytyväisyys messujen antiin



Tyytyväisyys messujen antiin

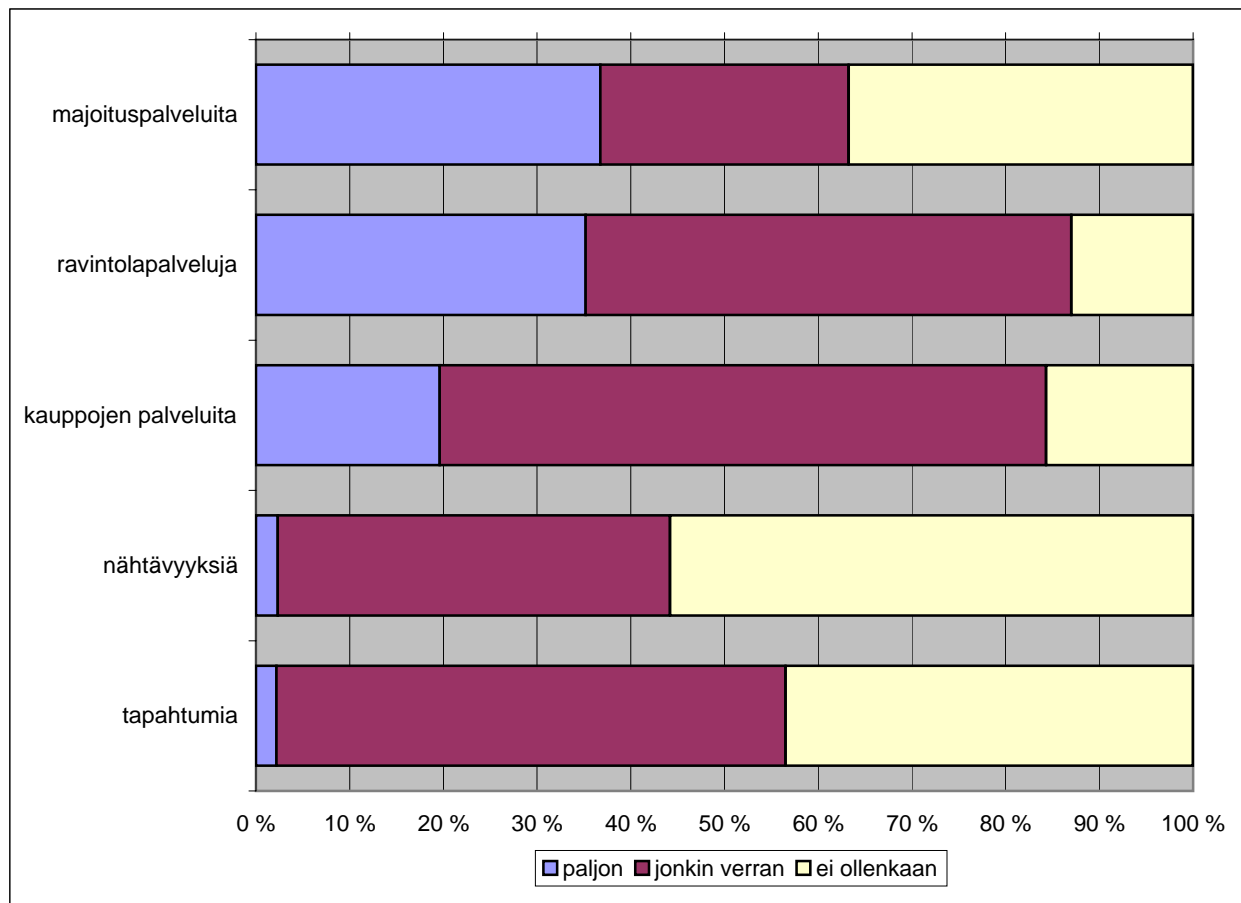
kävijöiden määrä osastolla
 saatujen kontaktien laatu
 messujen anti kokonaisuudessaan
 saatu hyöty sijoitettuun panokseen
 tarjouspyyntöjen/myynnin määrä
 messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
kävijöiden määrä osastolla	17 %	56 %	22 %	6 %
saatujen kontaktien laatu	12 %	62 %	25 %	2 %
messujen anti kokonaisuudessaan	10 %	74 %	14 %	2 %
saatu hyöty sijoitettuun panokseen	10 %	62 %	25 %	4 %
tarjouspyyntöjen/myynnin määrä	5 %	48 %	40 %	7 %
messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen	4 %	71 %	21 %	4 %

Pääosin oltiin tyytyväisiä messujen antiin kokonaisuudessaan ja asetettujen tavoitteiden toteutumiseen!



Messupaikkakunnan palveluiden käyttö



Tyytyväisyys messupaikkakuntaan

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
liikenteen sujuvuus	41 %	52 %	6 %	2 %
messupaikkakunnan sijainti	38 %	38 %	22 %	2 %
messupaikkakunta kokonaisuudessaan	36 %	55 %	9 %	0 %
messupaikkakunnan muut palvelut	20 %	72 %	6 %	2 %
messupaikkakunnan majoituspalvelut	21 %	60 %	19 %	0 %

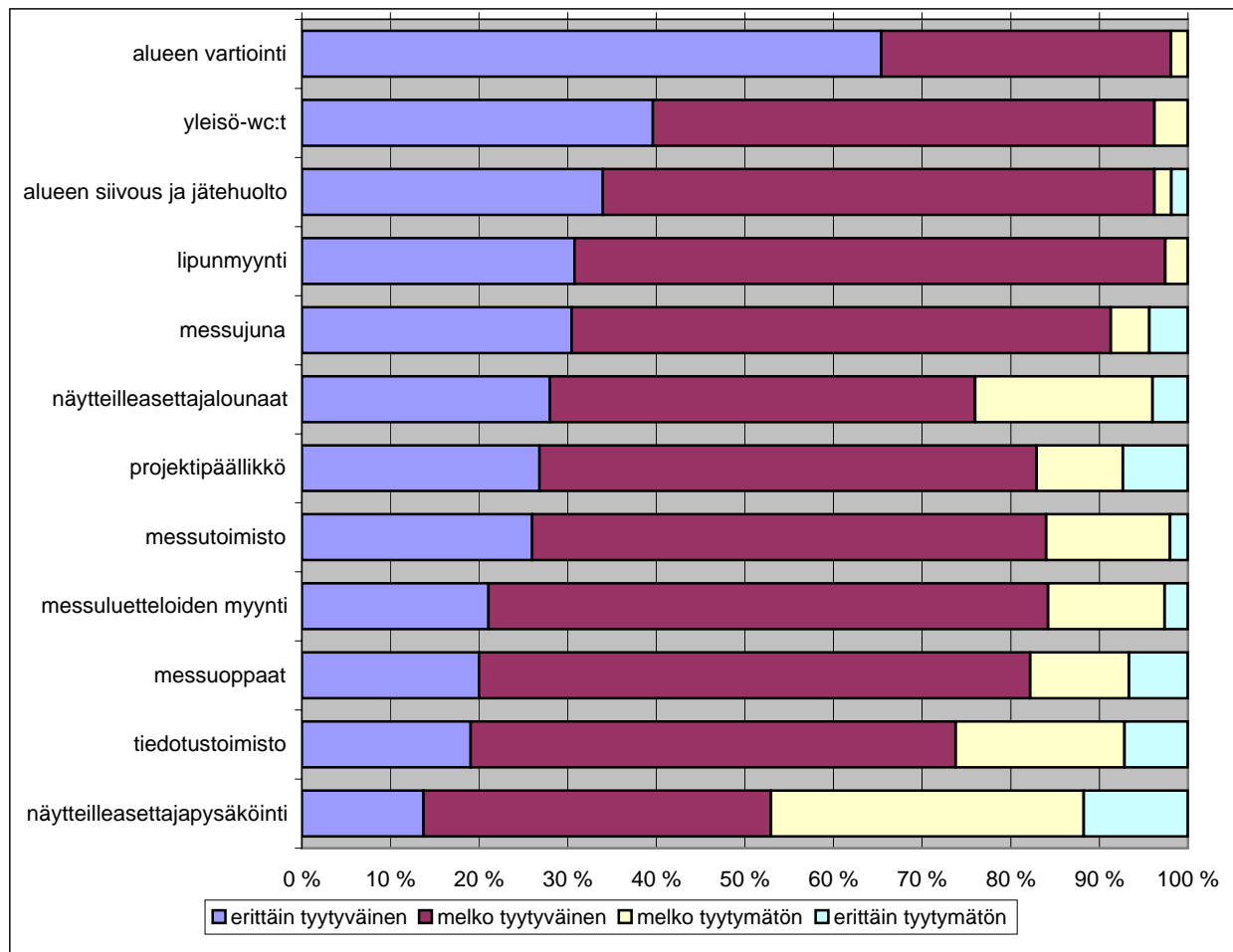
Messupaikkakunnan palveluiden käyttö

	paljon	jonkin verran	ei ollenkaan
majoituspalveluita	37 %	27 %	37 %
ravintolapalveluja	35 %	52 %	13 %
kauppojen palveluita	20 %	65 %	16 %
nähtävyyksiä	2 %	42 %	56 %
tapahtumia	2 %	54 %	43 %

Vaasan ja sen tarjoamiin palveluihin oltiin pääosin tyytyväisiä. Nähtävyydet ja tapahtumat kiinnostivat joka toista näytteilleasettajaa! (Hämeenlinna nähtävyydet 25 %, tapahtumat 35 %, Espoo < 20 %)



Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon



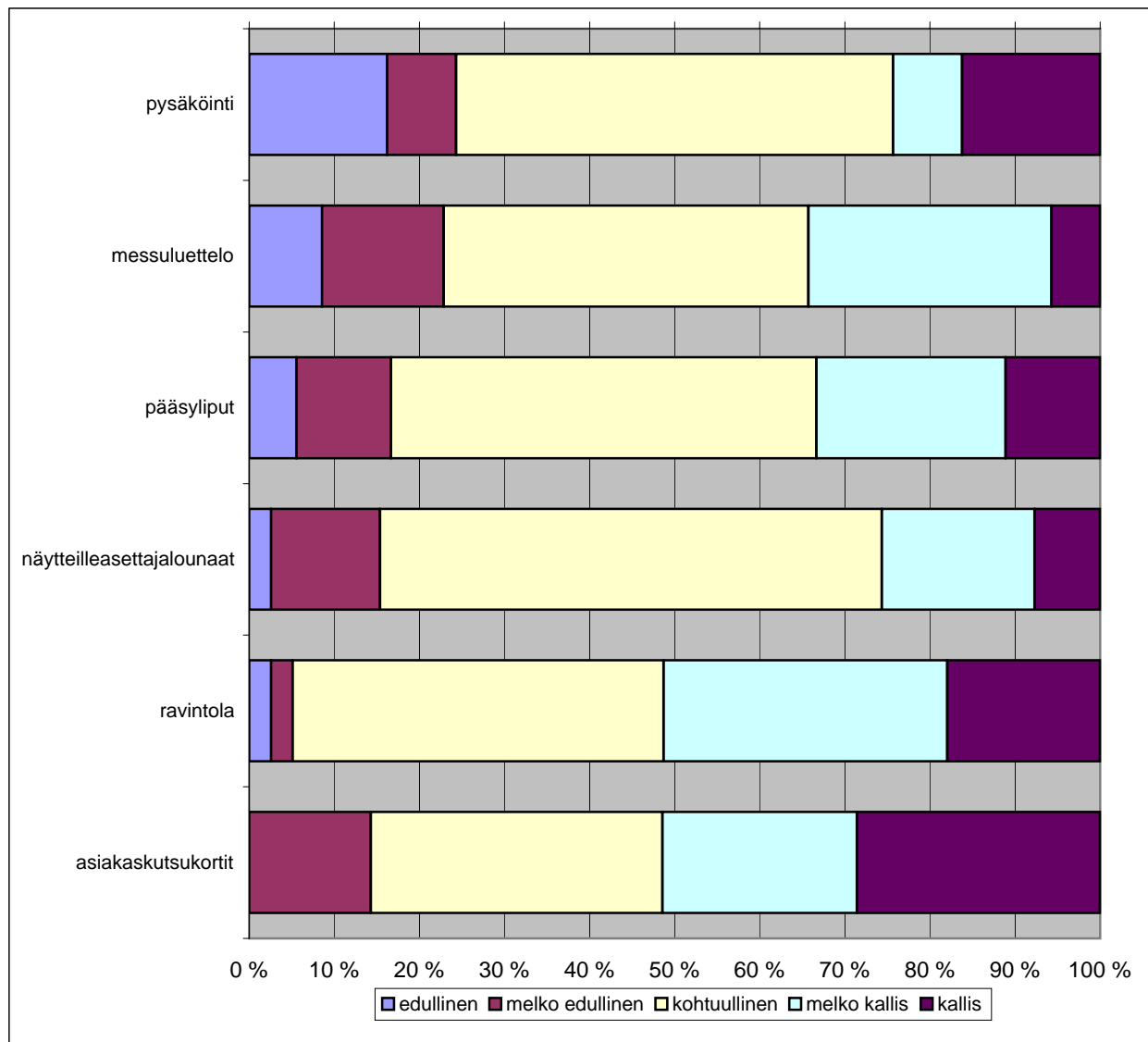
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
alueen vartiointi	65 %	33 %	2 %	0 %
yleisö-wc:t	40 %	57 %	4 %	0 %
alueen siivous ja jätehuolto	34 %	62 %	2 %	2 %
lipunmyynti	31 %	67 %	3 %	0 %
messujuna	30 %	61 %	4 %	4 %
näytteilleasettajalounaat	28 %	48 %	20 %	4 %
projektipäällikkö	27 %	56 %	10 %	7 %
messutoimisto	26 %	58 %	14 %	2 %
messuluetteloiden myynti	21 %	63 %	13 %	3 %
messuoppaat	20 %	62 %	11 %	7 %
tiedotustoimisto	19 %	55 %	19 %	7 %
näytteilleasettajapysäköinti	14 %	39 %	35 %	12 %

Näytteilleasettajat olivat pääosin erittäin tyytyväisiä alueen toimintaan ja organisaatioon. Pysäköintiin oltiin kaikkein tyytymättöimpiä - mutta näin myös Hämeenlinnassa ja Espoossa.



Mielipiteet palveluiden hintatasosta



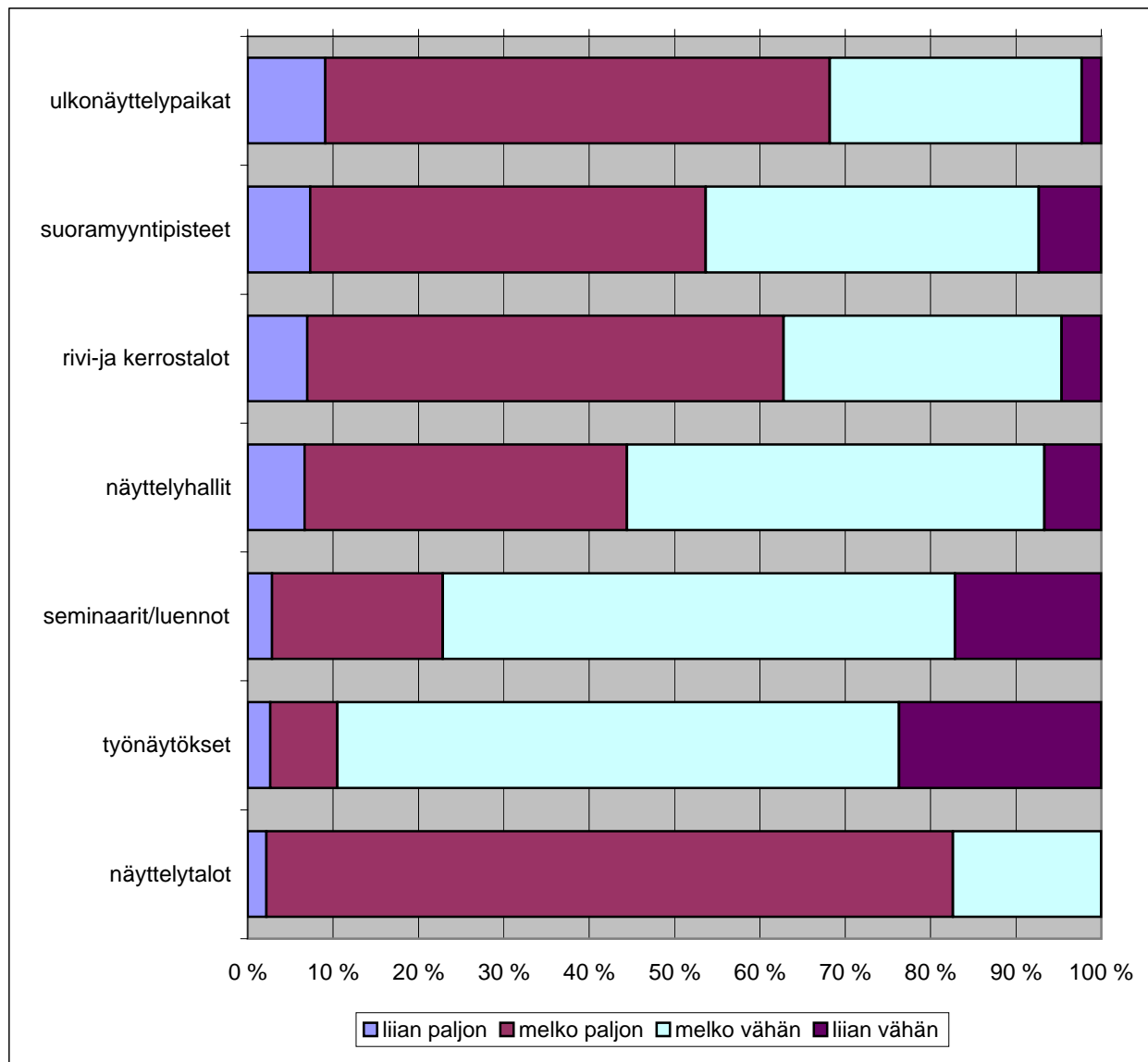
Mielipiteet palveluiden hintatasosta

	edullinen	melko edullinen	kohtuullinen	melko kallis	kallis
pysäköinti	16 %	8 %	51 %	8 %	16 %
messuluettelo	9 %	14 %	43 %	29 %	6 %
pääsyliput	6 %	11 %	50 %	22 %	11 %
näytteilleasettajalounaat	3 %	13 %	59 %	18 %	8 %
ravintola	3 %	3 %	44 %	33 %	18 %
asiakaskutsukortit	0 %	14 %	34 %	23 %	29 %

Hinta-arvioinnin painopiste on kaikilta osin kohtuullisessa. Yrityksen näkökulmasta suurin kuluerä asiakaskutsukortit voisivat vastaajien mielestä olla edullisempia. Tutkimuksessa ei voitu tarkastella yksittäisen vastaajan hankkimien määrien ja vastauksen korrelaatiota.



Näyttelykohteiden määrä



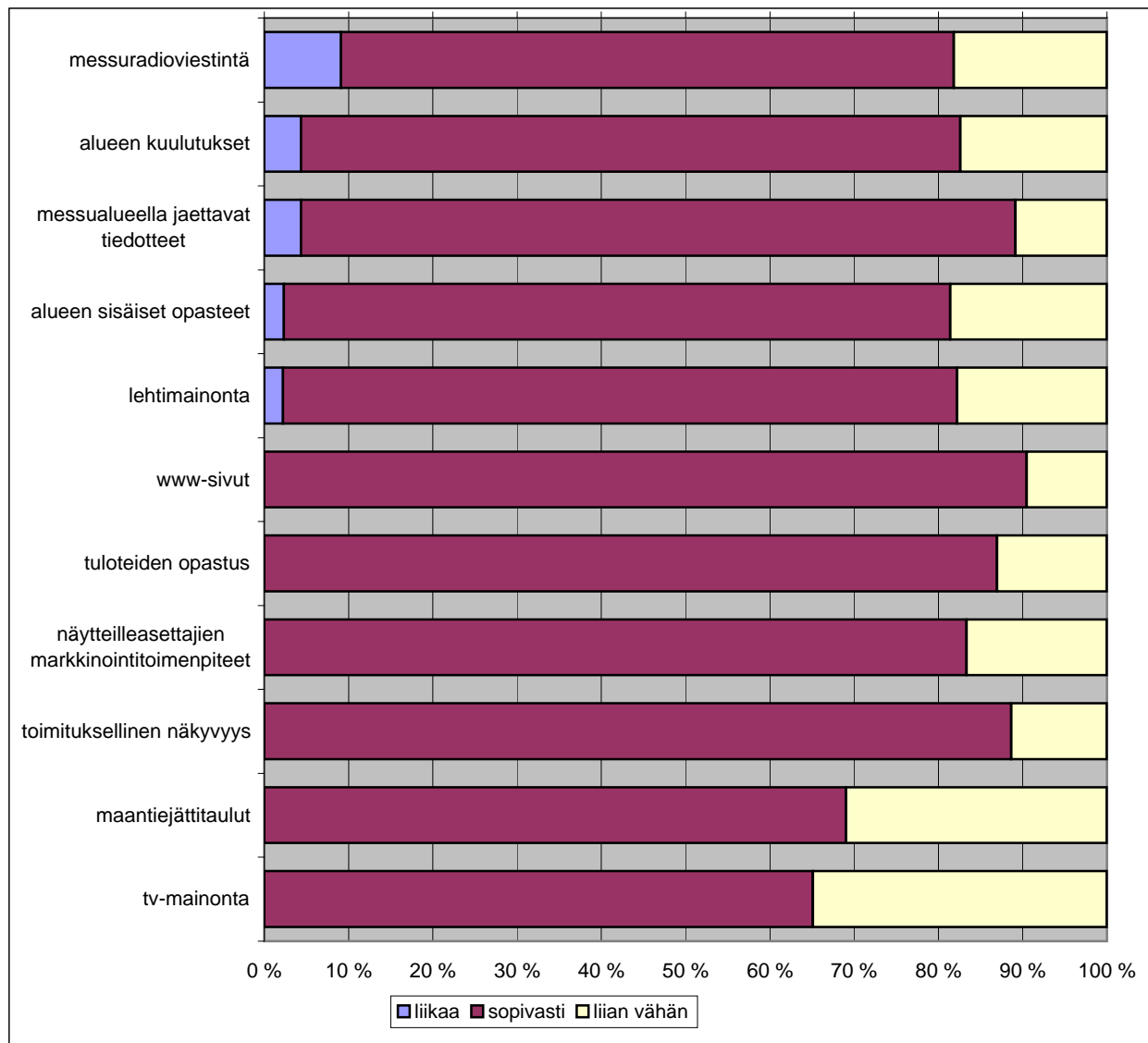
Näyttelykohteiden määrä

Näyttelykohteiden määrä	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
ulkonäyttelypaikat	9 %	59 %	30 %	2 %
suoramyyntipisteet	7 %	46 %	39 %	7 %
rivi- ja kerrostalot	7 %	56 %	33 %	5 %
näyttelyhallit	7 %	38 %	49 %	7 %
seminaarit/luennot	3 %	20 %	60 %	17 %
työnäytökset	3 %	8 %	66 %	24 %
näyttelytalot	2 %	80 %	17 %	0 %

Työnäytöksiä on aina haluttu enemmän kuin on ollut. Tutkimuksessa ei kysytty haluaisiko vastaaja olla toteuttamassa työnäytöksiä omilla tuotteillaan.



Mainonnan määrä



Mainonnan määrä

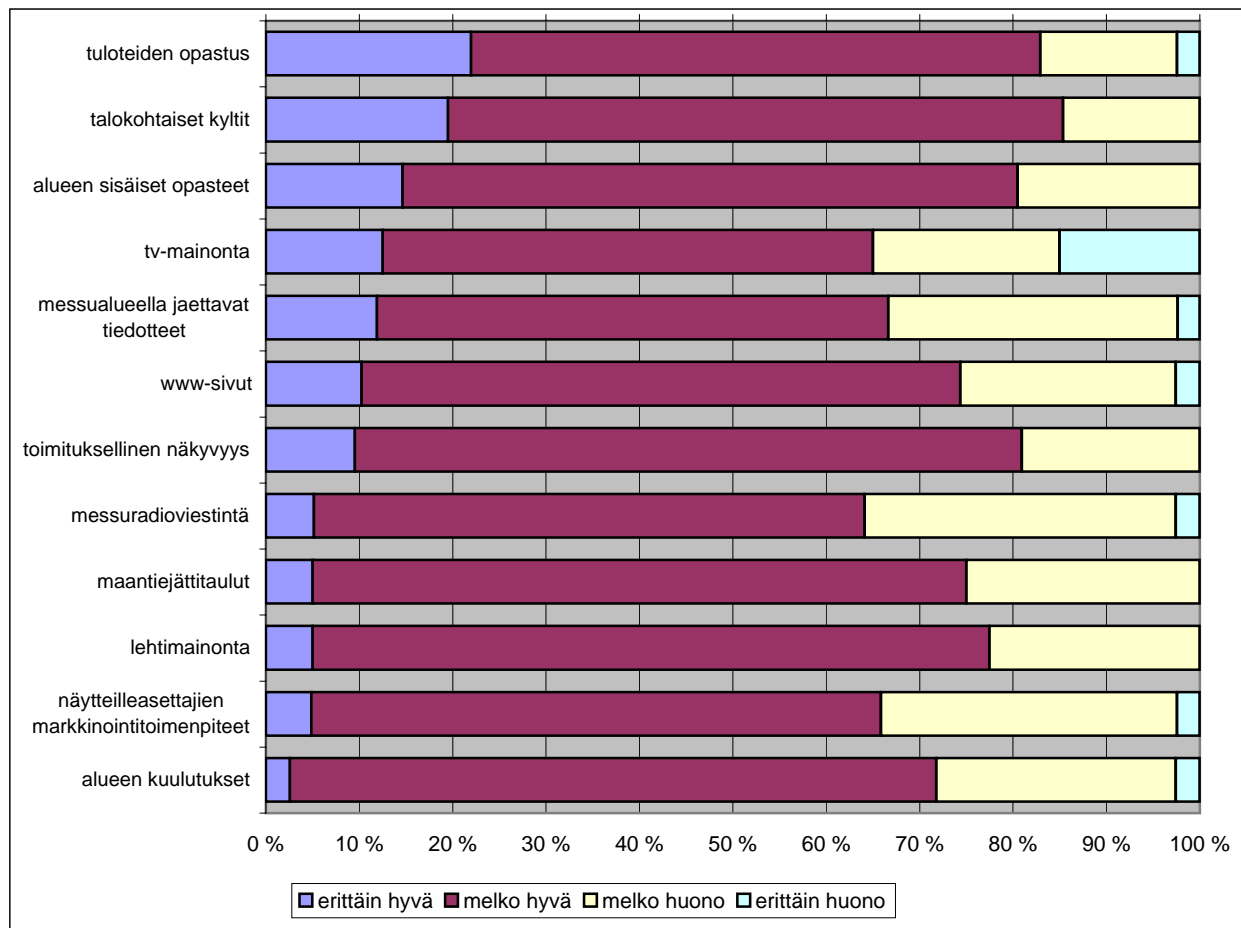
	liikaa	sopivasti	liian vähän
messuradioviestintä	9 %	73 %	18 %
alueen kuulutukset	4 %	78 %	17 %
messualueella jaettavat tiedotteet	4 %	85 %	11 %
alueen sisäiset opasteet	2 %	79 %	19 %
lehtimainonta	2 %	80 %	18 %
www-sivut	0 %	90 %	10 %
tuloteiden opastus	0 %	87 %	13 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	0 %	83 %	17 %
toimituksellinen näkyvyys	0 %	89 %	11 %
maantiejättitulut	0 %	69 %	31 %
tv-mainonta	0 %	65 %	35 %

Mainontaa ei ole koskaan liikaa! Toisaalta valtaosa koki, että sitä oli sopivasti (riittävästi?)

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



Mainonnan laatu

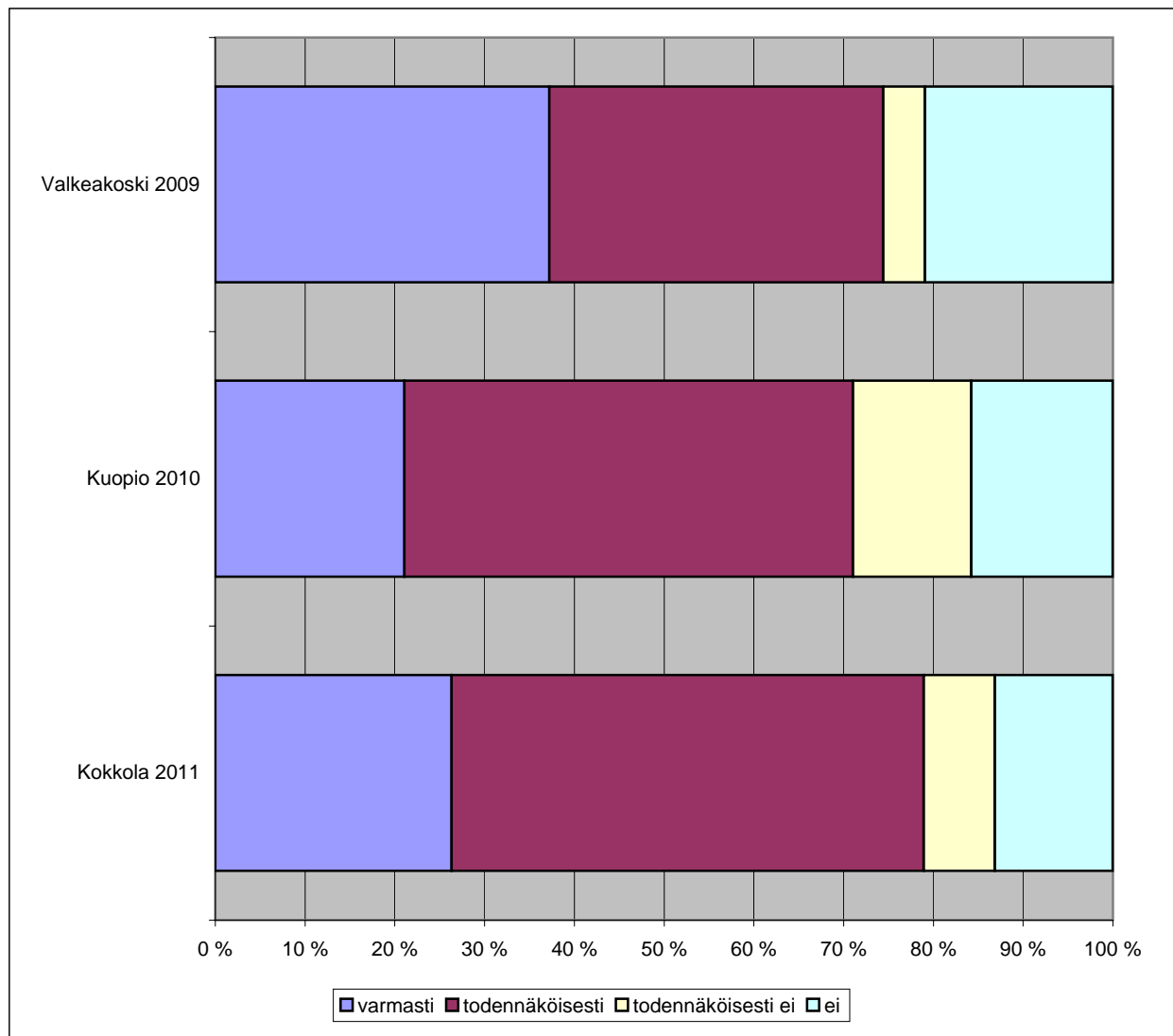


Mainonnan laatu	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
tuloteiden opastus	22 %	61 %	15 %	2 %
talokohtaiset kyltit	20 %	66 %	15 %	0 %
alueen sisäiset opasteet	15 %	66 %	20 %	0 %
tv-mainonta	13 %	53 %	20 %	15 %
messualueella jaettavat tiedotteet	12 %	55 %	31 %	2 %
www-sivut	10 %	64 %	23 %	3 %
toimituksellinen näkyvyys	10 %	71 %	19 %	0 %
messuradioviestintä	5 %	59 %	33 %	3 %
maantiejättitaulut	5 %	70 %	25 %	0 %
lehtimainonta	5 %	73 %	23 %	0 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	5 %	61 %	32 %	2 %
alueen kuulutukset	3 %	69 %	26 %	3 %

Näytteilleasettajat arvioivat, että messuvieraalle keskeisimmät opasteet olivat hyvälaatuisia. Kriittikillistan kärjessä (yli 30 %) olivat: messuradio, TV-mainonta, omat (+ kilpailijoiden markkinointitoimenpiteet) ja messutiedotteet.



Aikomus osallistua tuleville messuille



Yrityksen osallistuminen messuille

2008

	vastanneet	% osuus
yksille messuille(näille)	7	16 %
2-3 messuille	9	20 %
4-5 messuille	7	16 %
6-7 messuille	6	13 %
8-9 messuille	4	9 %
10 tai useammille messuille	12	27 %

Näytteilleasettajista 16 % osallistui tänä vuonna vain näille messuille. Noin puolet useille messuille.

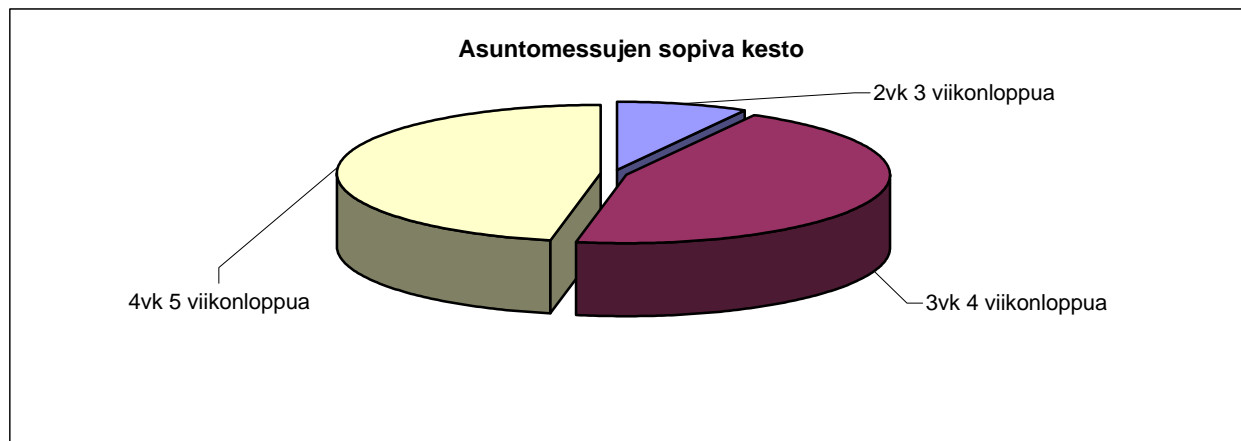
Valtaosa aikoo osallistua tuleville asuntomessuille!

Aikomus osallistua tuleville messuille

	varmasti	todennäköisesti	todennäköisesti ei	ei
Valkeakoski 2009	37 %	37 %	5 %	21 %
Kuopio 2010	21 %	50 %	13 %	16 %
Kokkola 2011	26 %	53 %	8 %	13 %



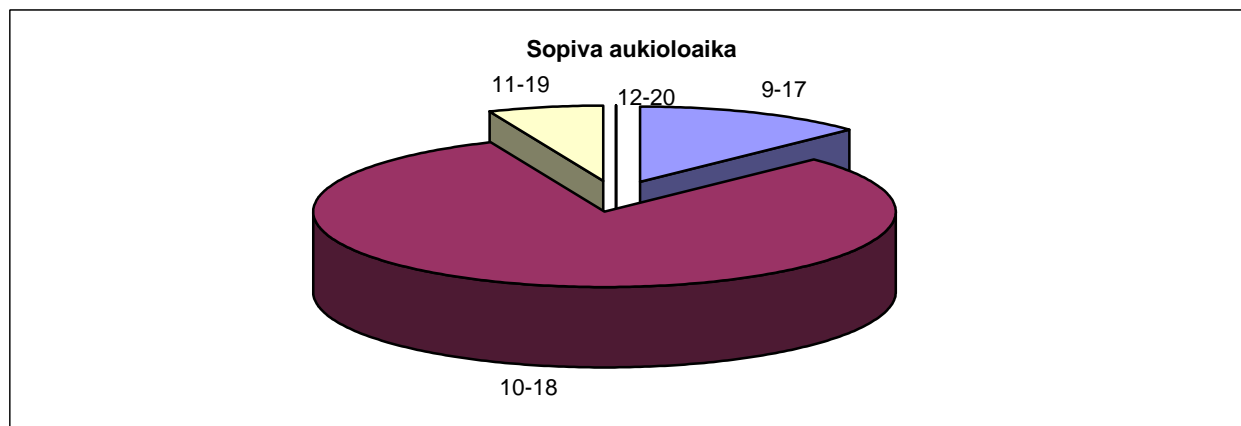
Asuntomessujen sopiva kesto



Asuntomessujen sopiva kesto

kesto	vastanneet	% osuus
2vk 3 viikonloppua	4	8 %
3vk 4 viikonloppua	22	45 %
4vk 5 viikonloppua	23	47 %

Yli puolet näytteilleasettajista haluaisi lyhentää messujen kokonaiskestoajaa. Nykyisen käytännön puolesta ovat näyttely-asuntojen näytteilleasettajat.



Sopiva Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen väli

	vastanneet	% osuus
1 viikko	6	12 %
2 viikkoa	11	22 %
3 viikkoa	7	14 %
4 viikkoa	8	16 %
ei merkitystä	17	35 %

Kun suurin osa vastanneista näytteilleasettajista kiertää vuoden aikana useampia messuja, ei näiden tapahtumien välillä näytä olevan isompaa merkitystä.

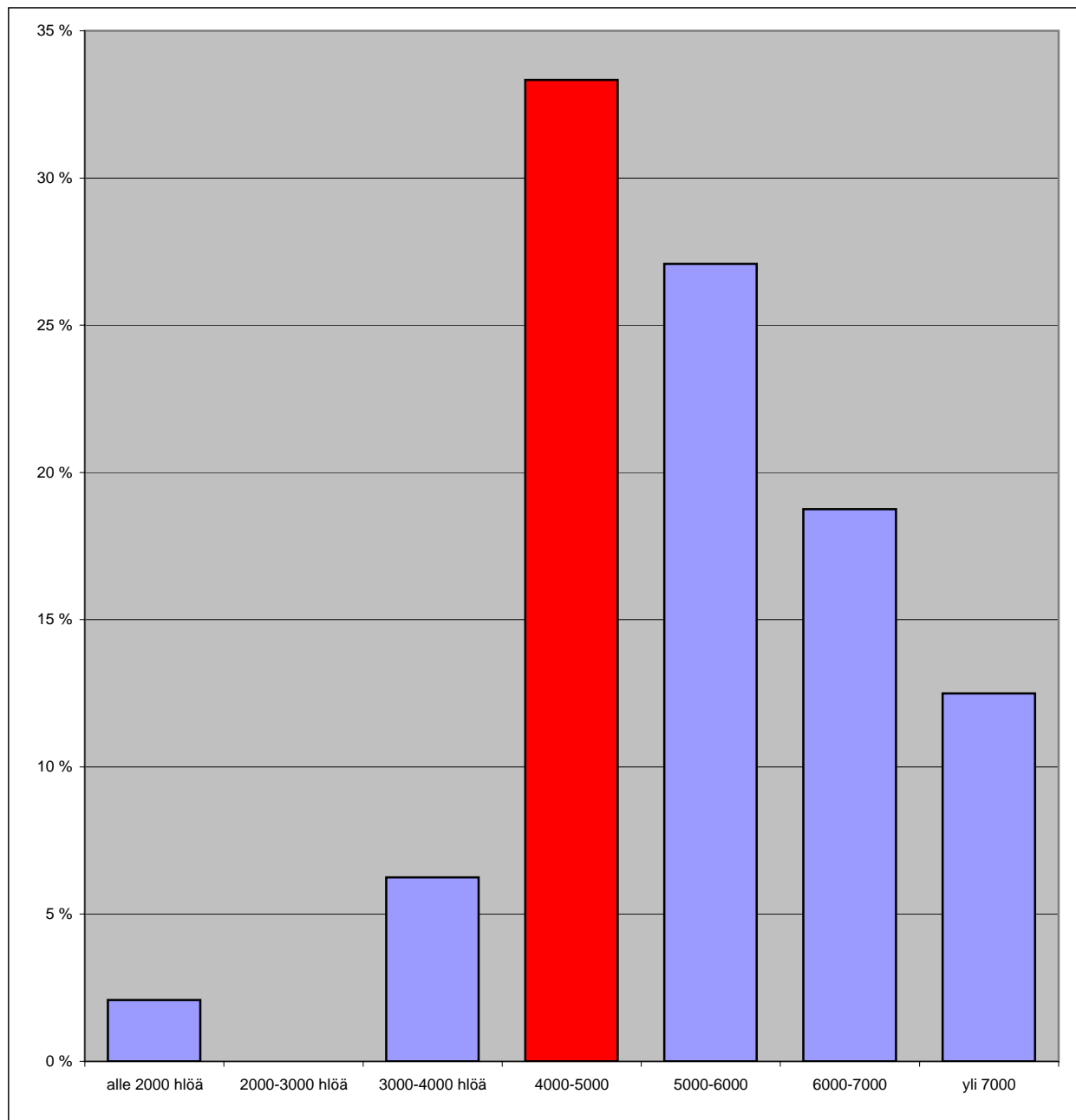
Sopiva aukioloaika

	vastanneet	% osuus
9-17	6	13 %
10-18	38	81 %
11-19	3	6 %
12-20	0	0 %

Aukioloaika klo 10-18 saa lähes varauksettoman kannatuksen.



Sopiva kävijämäärä/pvä



Sopiva kävijämäärä/pvä

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

% osuus

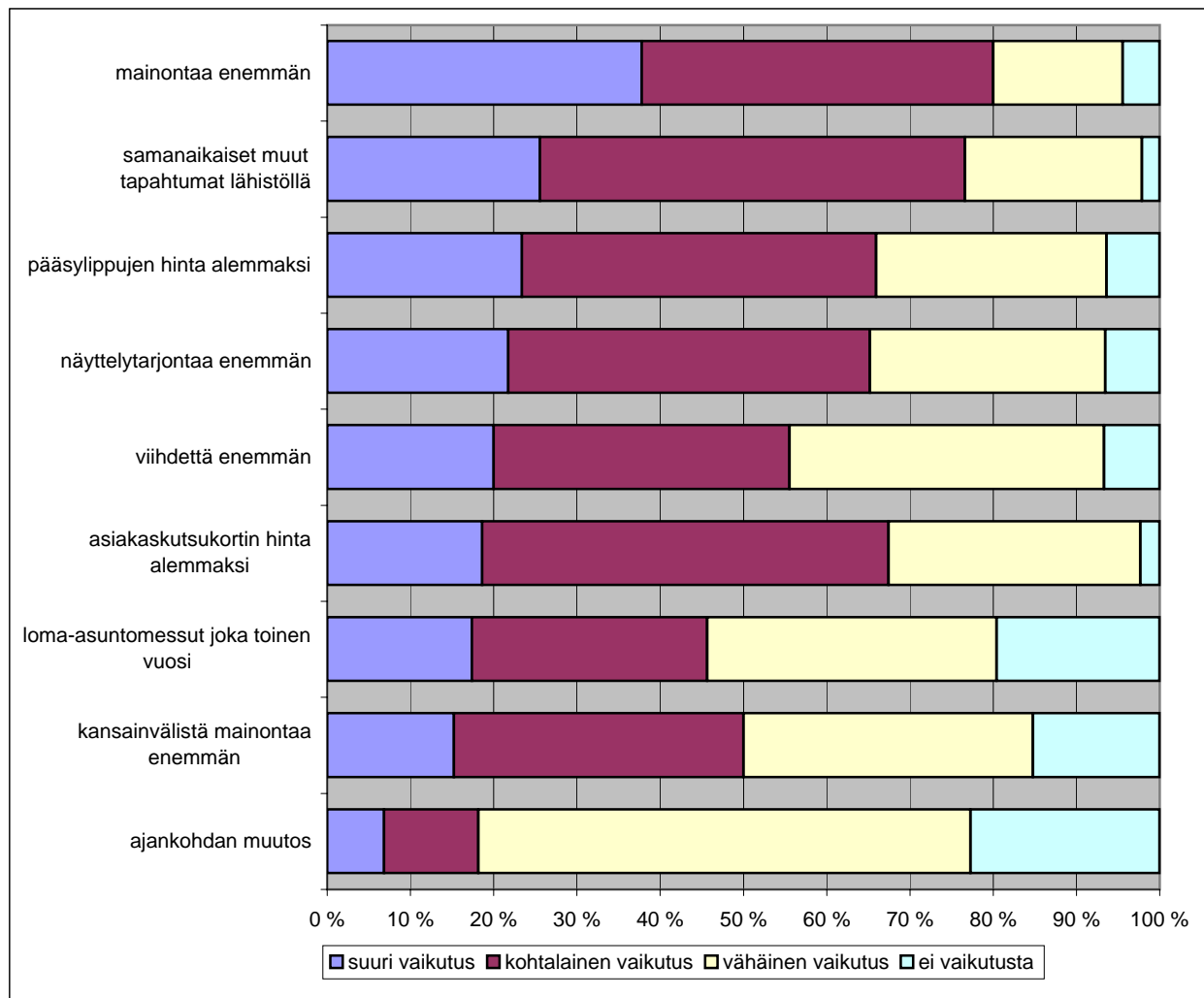
2 %
0 %
6 %
33 %
27 %
19 %
13 %

Ei määrä vaan laatu!

Näyttelyasunnoissa oleville näytteille-
asettajille riittää 3 000 kävijää päivässä.
Näyttelyhalleissa ja ulkonäyttelypaikoilla
olijoille sen sijaan oli tärkeää
mahdollisimman suuri kävijävirta.



Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään



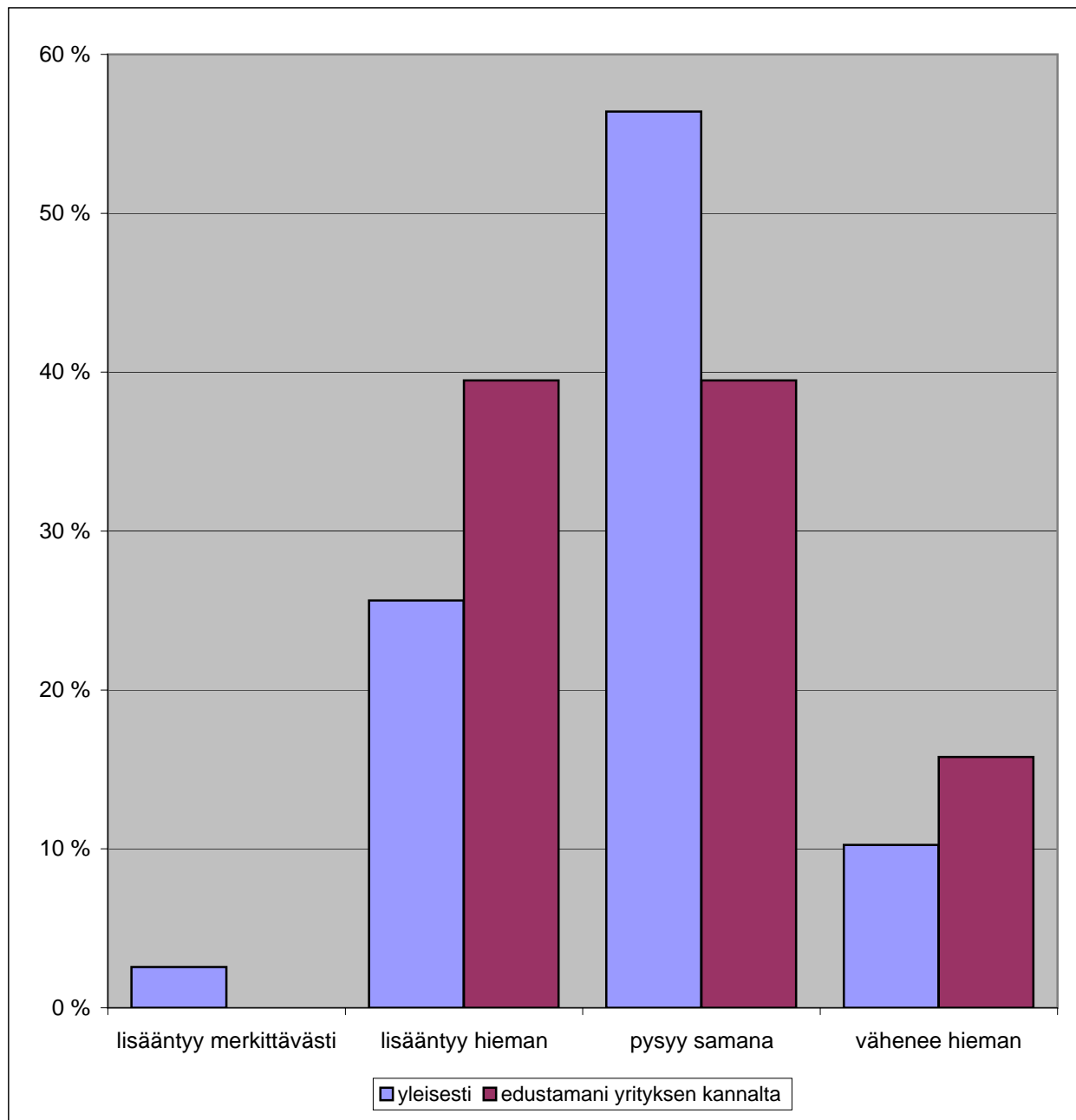
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään

	suuri vaikutus	kohtalainen vaikutus	vähäinen vaikutus	ei vaikutusta
mainontaa enemmän	38 %	42 %	16 %	4 %
samanaikaiset muut tapahtumat lähistöllä	26 %	51 %	21 %	2 %
pääsylippujen hinta alemmaksi	23 %	43 %	28 %	6 %
näyttelytarjontaa enemmän	22 %	43 %	28 %	7 %
viihdettä enemmän	20 %	36 %	38 %	7 %
asiakaskutsukortin hinta alemmaksi	19 %	49 %	30 %	2 %
loma-asuntomessut joka toinen vuosi	17 %	28 %	35 %	20 %
kansainvälistä mainontaa enemmän	15 %	35 %	35 %	15 %
ajankohdan muutos	7 %	11 %	59 %	23 %

"Mainontaa enemmän" ja yhteistyötä muiden tapahtumajärjestäjien kanssa. Jälkimmäinen toive on linjassa kävijöiden käyttäytymisen kanssa: 38 % viipyy yli päivän ja yli 50 % käy jossain muussa tapahtumassa.



Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä



Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä

	lisääntyy merkittävästi	lisääntyy hieman	pysyy samana	vähenee hieman
yleisesti	3 %	26 %	56 %	10 %
edustamani yrityksen kannalta	0 %	39 %	39 %	16 %

Yritysten pääosa tulee jatkossakin käyttämään asuntomessuja markkinoinnissaan.



Kommentit ja kehitysideat

Kommentit

Extranetin päivitys hidasta, päivittäisten kävijöiden määrät syöttämättä vieläkin 21.8.2008
jokaista näytteille rakentajaa voisi mainostaa kuulutuksissa.
Mera Svenska meel tanke på de riksvenshabetesökarina
messuorganisaatiolla on aika vanhan aikaisia ideoita ! jotain uutta kaivataan.
Messut aivan liian täynnä. Messubussien aikataulut liian harvoin ! Ruoka kallista/yksitoikkoista!!
Messuhenkilökunnan törkeä käytös! Missä-opiskelija-alennus ?
näyttelijäasettajille omat WC:t
näyttelyhalli/rakentajahallin sijoittamiseen kiinnitettävä enemmän huomiota.
paikallis organisaatio ja - järjestelyt erinomaisia
pelasi puolin ja toisin ongelmitta
P-paikka kaukana, huoltoportti aina auki ollut ok
pysäköinti oli hiukan kaukana

rakentaja hallin kyltti puuttui alkuu. Päivittäin juna kuljetti asiakkaat sin talolta ohi rakenntaja hallin jne. ...
tieto näytteilleasettaja lomakkeista/lipukkeista ei kulkeutunut meille. myöskään messutiedoitteet eivät
aluksi kulkeutuneet.Missattiin avajais bileet SKY:llä =(

Kommentit onnistumisesta

Esittepaikka osoittautui vääräksi paikka valinnaksi
hyöty ja tarjouspyyntöjen määrä selviää vasta myöhemmin
järjestelyt toimivat hyvin.
kaikinpuolin ok. ei yllätyksiä
rak.hallin sijainti hämeenlinnassa hyvä. Kulku hallin läpi "pakollinen"
rakentajahallin sijainti rajoitti kävijöiden määrää
saattaa,olla että päämies ei ole tyytyväinen hinta - laatu- suhteesta
sisustushalli houkuttelevuudeltaan / läpi kulultaan epäonnistunut. "tyhjyys"karkoitti enemminkin
asiakkaita, kun veti sisään....
valitettavasti aikaisempiin os.messuihin nähden todella huonot.
Yrityksemme sai haluttua näkyvyyttä ja meidät huomattiin kiittävästi

Kehitysideat

kaivattaisiin arjen helpottavia ratkaisuja asuutoihin sekä uutta verta sisustus-suunnitteluun.
samat suunnittelijat vuosittain alkavat toistaa itseään. Sisustuskilpailu
asuntojen hintatasot alemmaksi.kiireaikataulu näkyy taloissa !!!
ei pidennettyjä iltoja, aivan tuhria klo 20:een.
huonoa -kohdan asiat paremmiksi !
kaikille messu työntekijöille positiivista mieltä niin kävijöillekin jää messuista iloinen kuva ja mieli =)
Liikuntarajoitteisten kulkua messuilla huomioitava.
kutsuvieraslippuja mesuille pitäisi voida ostaa haluamansa määrän, ei 200 kpl. Olisin ostanut 100 Poriin
ja 100 Vaasaan mutta ei onnistunut ???
messukäviöiden mukaan kaikki talot liian saman näköisiä lisää erikoisuuksia messuille !
la ja su messut auki klo 18 asti? ei mitään järkeä!! torstaiset klo 20 asti aukiolot saavat jäädä pois.
poikkeava aukioloaika esim. iltamessut - klo 24.00
Rakentajahallin pitäisi sijoittaa siten, että kaikki messukävijät joutuisivat kulkemaan sen läpi.
tulevilla messuilla pitää huomioida paremmin yritykset, jotka sijoittavat niin rahaa kuin henkilövarjoja
tapahtumaan. Onnistuneita messuja esim. Porin Vapaa-ajanmessut -08 ja Hämeenlinna 2007
tämä tutkimus ruotsinkielisenä, myös



Messuissa hyvää ja huonoa

Messuissa hyvää

-bussikuljetukset, tiivis ja selkeä alue, siisti ympäristö, meren läheisyys, ei liikaa asuntokohteita

- messuhenkilökunta joustavia mm.huoltportilla täysi 10 pistettä.

- ruokailujärjestelyt hyvät ja ruuat mös

- väärä ajankohta, liikaa isoja tapahtumia samanaikaisesti eri paikkakunnilla.

- sopivan väljää alueella

- energia innovaatiot

- kierätävä kahvikärry alueelle kaikki n.asettajat ei pääse hakemaan syömistä ja juomista jos ovat yksin

Hyvä positiivinen henki. Hyvät järjestelyt, sopiva koko (pienimuotoinen)

Hyvä työpaikka nuorille

Café Casselissa hyvää kahvia ja ruotsinkielistä palvelua. HYVÄÄ!

keskusatan ja messujen välinen bussikuljetus oli erittäin toimivaa

messu hlökunta on ollut todella ystävällistä ja asiansa osaavaa väkeä suurkiitos siis heille

Messut hyvän etäisyyden päässä kaupungista. Hyvät kulkuyhteydet. Hyvät näytteilleasettaja edut

messualue hyvällä paikalla (meri, keskusta palvelut)

messukävijöiden kommentit, sekä risut että ruusut. Siitä on hyvä jatkaa eteenpäin. Sponttaanit

kommentit taloista !

Näyttely asettajien ravintola hyvä ja työntekijät todella mukavia.

Positiivinen ilmapiiri, siistialue.

Suunnannäyttäjänä toimiminen

yhteinen me -henki ja tavoitteet

Yleiset wc:t olivat siistejä ja niitä oli riittävästi! Ruokapaikkoja oli riittävästi.

Messuissa huonoa

- Jotkut vartiat törkeitö (eivät tervehtineet, vaikka tervehtisi heitä)

- paljon asunnoissa rappusia sekä uusia sisustus -ideoita kovin vähän.

- huoltoportin pitäisi olla avoinna näyttelijöille koko päivän ajan!

- messujuna kuljetti asiakkaat ohi teltan

- rakentajahallin sijoitus oli huono, vain pieni osa kävijöistä tuli sisään.

- pidennetyt aukioloajat-miksi ? Normaalistikin viimeiset tunnit hiljaisia

- äänentoisto olisi saanut olla parempi (tasapuolisempi).

esit.paikoitus väärällä puolella jäähallia

Huono ruoka; laatu, huonot välipala + hedelmät yms.

Kieliongelma. ruotsinkielinen tarjonta heikkoa.

Kärsinyt inflaatiota vuosien varrella

Missä oli grillimakkara? Kävijät kyselivät missä on makkaranmyynti, ei ollut missään...kyseltiin jatkuvasti mistä pääsee mihinkin paikkaan. Huonot opasteet !

Monet lehdet ottivat kuvansa liian aikaisin --> sisustukset olivat varsin keskeneräisiä

silloin.Rakentamisessa tullut kiire, sillä monissa paikoin huolimaton ja sotkuinen jälki.

No se vessahätä...invaliduskat puuttuvat...

Parkkipaikka kaukana. Mönkijärallia voisi vähän rauhoittaa, huoltoreitit erikseen messualueella

näytteilleasettajien pysäköinti lähemmäs messualueutta.

Näyttelyhallien tarjonta huono. Liian vähän esillä yrityksiä, joista hyötyvä rakentajille

Rakentajahalli ei vastannut odotusarvoa niin kuin asiakkaat sanoivat halli on kuin TV Shop halli. Hallin siisääntulo ei kutsuva !!Rakentaja halliin kuuluuko kipukoukku, kroks sandaalit, pesusienet, sun muut toimija jotka eivät edusta kodin rakentamista ja remontointia.

uusia ideoita tarvitaan... messut olleet saman näköiset liian kauan,jopa vaikeaa saada yhteistyö kumppaneita / alennusta messutaloja varten