



SUOMEN ASUNTOMESSUT

Osuuskunta Suomen Asuntomessut

**HALLITUKSEN
TOIMINTAKERTOMUS VUODELTA
2014**

SISÄLLYS

1. YHTEENVETO VUODEN 2014 TOIMINTAKERTOMUKSEN PÄÄKOHDISTA	4
STRATEGIA	4
HENKILÖSTÖ.....	4
MESSUTAPAHTUMAT	5
LOMA-ASUNTOMESSUT KALAJOELLA 23.6.-6.7.2014.....	5
ASUNTOMESSUT JYVÄSKYLÄSSÄ ÄIJÄLÄNRANNAN ALUEELLA 11.7.–10.8.2014.	5
MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ.....	5
MYyntITOIMINTA	6
2. OSUUSKUNTA SUOMEN ASUNTOMESSUJEN HALLINTO 2014.....	6
2.1. OSUUSKUNTA SUOMEN ASUNTOMESSUJEN HALLINTONEUVOSTO	6
2.2. OSUUSKUNTA SUOMEN ASUNTOMESSUJEN HALLITUS	6
2.3. TOIMITUSJOHTAJA	7
2.4. TILINTARKASTAJA.....	7
3. ASUMISEN KEHITTÄMINEN SEKÄ MUU YLEISHYÖDYLLINEN TOIMINTA.....	7
3.1. CASA HUMANA APURAHA	7
3.2 ASUMISEN JA RAKENTAMISEN KEHITTÄMINEN JA YLEISHYÖDYLLINEN TOIMINTA ASUNTOMESSUILLA JYVÄSKYLÄSSÄ	8
PUOLUEETTOMAT NEUVONTAPALVELUT	8
TYÖTEHOSEURA	8
VIHERTEHOKKUUSKORTTELI	8
ALUEEN VEISTOSKILPAILU	8
KUNNALLISTEKNISTEN LAITTEIDEN DESIGN-PROJEKTI.....	9
TRONDHEIMIN ARKKITEHTIOPISEKELIJOIDEN HIRSIRAKENNELMAT	9
JULKISTEN TILOJEN ÄLYKÄS LED-VALAISTUS.....	9
KILPAILU ALUEEN MESSUAIDASTA JA AIDAN TOTEUTUS	9
NOPPATALOT.....	10
SKAMMIN TALO.....	10
3.3. MUU YLEISHYÖDYLLINEN TOIMINTA	10
ARKKITEHTIKILPAILU TORNITALOSTA	10
ESTEETTÖMYYS-PROJEKTI	11
ARKKITEHTIKILPAILU TONTINLUOVUTUKSESTA MESSUALUEELLA.....	11
PUOLUEETON ASUMISEN IDEAGALLERIA	11
HYVÄNTEKEVÄISYYSHUUTOKAUPPA	12
KANSAINVÄLINEN TOIMINTA.....	13
4. MESSUJEN SISÄLLÖN KEHITTÄMINEN JA MYNNIN EDISTÄMINEN	13
4.1. MESSUJEN SISÄLLÖN KEHITTÄMINEN	13
KALASTA MESSUJEN SUURIN KALA-KILPAILU LOMA-ASUNTOMESSUILLA KALAJOELLA	13

TEEMAREITIT	13
TIESITKÖ ETTÄ-KYLTIT	14
MESSUJEN YÖ	14
MALLIPUUTARHANÄYTTELY	14
TAIDEMYYNTINÄYTTELY	14
ÄIJÄPUISTO	15
TORNITALON JULKISIVUN ULKOPUOLINEN YLEISÖHISSI	15
VUODEN SISÄLTÖTEKO-PALKINTO	15
LAKKA KIVITALOT HEIKKINEN	16
ÄÄNIOPASTEET	16
6. YLEISTÄ KESÄN 2014 MESSUTAPAHTUMISTA	16
6.1. LOMA-ASUNTOMESSUT KALAJOELLA 23.6. - 6.7 2014	16
6.2. ASUNTOMESSUT JYVÄSKYLÄSSÄ 11.7 - 10.8 2014	17
7. TULEVAT MESSUTAPAHTUMAT	19
7.1. ASUNTOMESSUT VANTAALLA 2015	19
7.2. ASUNTOMESSUT SEINÄJOELLA 2016	19
7.3. ASUNTOMESSUT MIKKELISSÄ 2017	20
7.4. ASUNTOMESSUT PORISSA 2018	20
8. MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ	21
8.1 MARKKINOINTI, SISÄLTÖYHTEISTYÖ, MEDIA- JA SIDOSRYHMÄViestintä, YHTEISMARKKINOINTI	21
MARKKINOINTI	21
MEDIA- JA SIDOSRYHMÄViestintä	21
YHTEISMARKKINOINTI	22
8.2. MESSUTAPAHTUMIEN VIESTINTÄ	23
8.3 SÄHKÖISET PALVELUT	23
ASUNTOMESSUJEN VERKKOPALVELU	23
TWITTER JA PINTEREST	24
FACEBOOK	24
BLOGIT	24
8.4. PARAS LOMA-ASUNTO- JA PARAS TALO-ÄÄNESTYS	25
8.5. LOMA-ASUNTOMESSUJEN PALAUTESEMINAARI	25
8.6. ASUNTOMESSUJEN PALAUTESEMINAARI	26
9. MYYNTITOIMINTA 2014	26
9.1. ASIAKASKUTSUKORTTIEN MYYNTI	26
9.2. TUOTTEIDEN JA PALVELUIDEN PAKETOINTI JA MEDIKORTTI	26
10. TALOUDELLINEN TULOS	27

1. YHTEENVETO VUODEN 2014 TOIMINTAKERTOMUKSEN PÄÄKOHDISTA

STRATEGIA

Strategisia tavoitteita on viety määrätietoisesti eteenpäin tekemällä runsaasti kokeilu- ja kehittämishankkeita sekä messutapahtumassa että sähköisissä palveluissa. Myös Asuntomessujen organisaatiota muokattiin strategian vaatimalla tavalla. Asuntomessujen henkilökunta osallistuu strategian seurantaan kuukausittain säännöllisesti, ja saatujen kokemusten avulla tekee siihen tarvittavia täsmennyksiä. Kaupunkien kanssa solmittavaa yhteistyösopimusmallia on kehitetty ja tarkennettu saadun palautteen perustella.

Missiomme Parannamme asumisen laatua

Visionme: Olemme asumisen rohkea kehittäjä ja innostavin esille tuoja

Strategiset painopistealueet 2014-2018

Tuomme asumisen kehittämisen selkeämmin esille

Lisäämme elämyksellisyyttä

Varmistamme kannattavan toiminnan

HENKILÖSTÖ

Toimintavuoden aikana Osuuskunta Suomen Asuntomessujen organisaatiossa tapahtui seuraavat muutokset:

Kaupallisena johtajana toiminut Timo Hautakoski siirtyi pois Asuntomessujen palveluksesta 1.12.2014. Hänen tilalleen ei palkattu uutta henkilöä, vaan hänen tehtävänsä jaettiin johtoryhmälle, jonka sisäistä tehtävänjakoa samalla muutettiin. Messupäällikkö Heikki Vuorenpää nimitettiin samalla kehitysjohtajaksi. Kehitysjohtajana Heikki Vuorenpää otti vastuulleen nykyisten tehtävien lisäksi messualueiden kaupallisten alueiden suunnittelun ja toteutuksen sekä messupalveluiden kilpailutukset ja kehitystehtävät. Hän toimii myös toimitusjohtajan varamiehenä ja on johtoryhmän jäsen.

Kari Salmi nimitettiin markkinointijohtajaksi. Kari Salmi otti vastuulleen markkinoinnin lisäksi kaupalliset sopimukset ja siihen liittyvät yhteistyökumppanuudet. Kari Salmi on johtoryhmän jäsen.

Toimitusjohtaja Pasi Heiskanen otti vastuulleen Kari Salmelta vapautuvat viestintäjohtajan tehtävät.

Tiedottaja Leena Honkajuuri jäi äitiyslomalle 18.11.2014 alkaen ja hänen sijaisenaan määräaikaisella työsopimuksella aloitti Maaret Väkinen 1.10.2014 alkaen.

Asuntomessujen vakinaiseen henkilökuntaan kuuluu seitsemän henkilöä.

Vuoden aikana käytiin läpi tavoite- ja kehityskeskustelut keväällä ja syksyllä. Strategian kehittämistyö otettiin osaksi työrutiineja ja strategian edistymistä seurataan säännöllisesti kuukausipalavereissa.

Organisaatiota täydentävät messupaikkakuntien omat messutoimistot, joiden kanssa messuja valmistellaan tiiviissä yhteistyössä.

MESSUTAPAHTUMAT

LOMA-ASUNTOMESSUT KALAJOELLA 23.6.-6.7.2014.

Hiekkasärkkien alueella sijainneella messualueella esiteltiin 28 loma-asuntoa. Uutuuksia ja kokeiluja: Terassirakentaminen, suuret maisemaikkunat. Asumisen kehittämistä: Loma-asuntojen kaavoittaminen herkkään ja pääosin suojeltuun dyynialueeseen, ilmeeltään moderni loma-asuntoarkkitehtuuri.

Kaksi viikkoa kestäneillä Loma-asuntomessuilla vieraili 40 609 kävijää.

ASUNTOMESSUT JYVÄSKYLÄSSÄ ÄIJÄLÄNRANNAN ALUEELLA 11.7.-10.8.2014.

Jyväskylän ranta-alueelle sijoittuneilla messuilla esiteltiin 37 omakotitaloa sekä 13-kerroksisessa tornitalossa 5 asuntoa.

Uutuuksia ja kokeiluja: strategian mukaisesti lisättiin messutapahtuman elämyksellisyttä sekä panostettiin asumisen kehittämishankkeisiin. Ensimmäistä kertaa asuntomessujen historiassa toteutettiin puutarhanäyttely, jossa alan uusimpia trendejä esiteltiin yhdeksän eri teemoin toteutetun mallipuutarhan voimin. Uutta olivat myös Asuntomessujen teemareitit ja 8.8. järjestetty Messujen Yö.

Asumisen kehittämistä: messuilla kokeiltiin edullisen, pienen ja energiatahokkaan omakotitalon toteuttamismallia. Lisäksi tutkittiin mm. taiteen integroimista asuntoalueen toteutukseen sekä esiteltiin älykäs kaupunkivalaistus. Alueen 13-kerroksinen tornitalo toteutettiin yleisen arkkitehtikilpailun kautta.

Maksaneiden kävijöiden määrä oli yhteensä 114 941.

Kuluvana vuonna valmisteltiin seuraavien vuosien messuhankkeita: Asuntomessut Vantaalla 2015, Asuntomessut Seinäjoella 2016, Asuntomessut Mikkelissä 2017, Porissa 2018 sekä Kouvolassa 2019.

MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ

ASUMISEN KEHITTÄMISTÄ SÄHKÖISISSÄ PALVELUISSA:

- Tuotettiin asuntomessut.fi -sivustolle ammattilaisten arvioinnit messukohteiden keittiöistä

- Kolmesta parhaasta messukohteen pihasta tuotettiin asuntomessut.fi-sivustolle ammattilaisten arvioinnit
- Mobiiliin hyödyntämistä kokeiltiin mobiilimessukassi-pilotilla, joka toteutettiin yhdessä Aksulit Oy:n kanssa
- Strategian mukaisesti viestintää kehitettiin elämyksellisemmäksi ”human interest”-suuntaan jatkamalla rakentajaperheiden ja heidän rakentamisen lähtökohtiensa esittelyä. Lisäksi toteutettiin yhteistyössä Viestintätoimisto Deskin ja Deko -lehden kanssa Facebook-kampanja, jonka tuloksena bloggaajat suunnittelivat sisustuksen yhden messutalon terassille. Jyväskylässä toteutettiin myös hyväntekeväisyshuutokauppa, jossa huutokaupattiin Remu Aaltosen sisustaman kohteen kalusteita sekä Hurricanes-aiheisen valokuvanäyttelyn kuvia. Tuotto lahjoitettiin Uusi Lastensairaala 2017 -hankkeelle.

MYyntITOIMINTA

Messutoiminnan kaupallisten tuottojen määrää on pyritty kasvattamaan lisäämällä yhteistyökumppaneiden määrää ja tarjoamalla yhteistyökumppaneille entistä monipuolisempaa palvelua.

- Yhteismarkkinointikumppanien määrä oli 23 yritystä, mm. SOK, Rautakesko sekä Neste Rally
- Asiakaskutsukorttien markkinointia tehostettiin erilaisilla kannustimilla sekä kehittämällä asiakaskutsukorteista sähköinen versio (perinteisen paperikortin rinnalla)
- Toteutettiin näytteilleasettajien kesken Vuoden sisältöteko-yleisöäänestys mielinpainuvammasta esittelystä. Vuoden sisältöteoksi yleisö valitsi YIT:n tornitalon.

2. OSUUSKUNTA SUOMEN ASUNTOMESSUJEN HALLINTO 2014

2.1. OSUUSKUNTA SUOMEN ASUNTOMESSUJEN HALLINTONEUVOSTO

Hallintoneuvostossa on kahdeksan jäsentä.

Hallintoneuvoston jäsenet:

Toimikausi päättyy suluissa mainitun vuoden osuuskuntakokoukseen.

Tony Vepsäläinen, pj.	(2015)
Tommi Rytönen, I vpj.	(2015)
Christer Haglund, II vpj.	(2016)
Timo Kietäväinen	(2017)
Ilkka Lemponen	(2016)
Sara Mella	(2016)
Hannu Penttilä	(2017)
Tuomo Vähätiitto	(2016)

Hallintoneuvosto kokoontui toimintavuoden aikana 2 kertaa.

2.2. OSUUSKUNTA SUOMEN ASUNTOMESSUJEN HALLITUS

Hallituksessa on kuusi jäsentä.

Kaikki hallituksen jäsenet valitaan vuosittain varsinaisessa osuuskuntakokouksessa.

Hallituksen jäsenet:
Erkka Valkila, pj
Hannu Rossilahti, vpj
Leena Karessuo
Antti Pohjola
Markku Hedman
Hannu Laakso

Hallituksen sihteerinä on toiminut Mia Heimberg.
Hallituksen kokouksia pidettiin vuoden 2014 aikana viisi kertaa.

2.3. TOIMITUSJOHTAJA

Toimitusjohtajana on toiminut Pasi Heiskanen.

2.4. TILINTARKASTAJA

Osuuskunta Suomen Asuntomessujen tilintarkastusyhtiö on Pricewaterhouse Coopers Oy.

3. ASUMISEN KEHITTÄMINEN SEKÄ MUU YLEISHYÖDYLLINEN TOIMINTA

3.1. CASA HUMANA APURAHA

Casa Humana-palkinto ja -apuraha asumisen kehittämiseen ja tutkimuksen tukemiseen jaetaan yleishyödyllisiä toimintaperiaatteita noudattaen vuosittain parhaille asuntosuunnittelun tai asuntokaavoituksen diplomitöille. Jokaisesta maamme kolmesta arkkitehtuurin laitoksesta valinnan tekee kyseinen asuntosuunnittelun professori. Vuonna 2014 annettiin koko palkinto vain parhaalle diplomityölle. Jatkossa palkintosumma tullaan jakamaan kaikkien kolmen kesken.

Osuuskunta Suomen Asuntomessut myönsi vuoden 2014 Casa Humana-palkinnon, 10 000 euroa, arkkitehtiylioppilas Petri Petterssonille Oulun yliopiston arkkitehtuurin tiedekunnasta. Petri Pettersson on käsitellyt diplomityössään kaupunkikeskustojen ja 60- ja 70-luvun taitteen asuinkortteleiden tiivistämistä ja lisärakentamista. Hän tutki asuinkerrostalojen korottamisen ja korjaamisen kysymyksiä sekä esitti ratkaisuehdotuksen puurakentamisen keinoin.

3.2 ASUMISEN JA RAKENTAMISEN KEHITTÄMINEN JA YLEISHYÖDYLLINEN TOIMINTA ASUNTOMESSUILLA JYVÄSKYLÄSSÄ

PUOLUEETTOMAT NEUVONTAPALVELUT

Asuntomessut toteutti perinteiseen tapaan Asuntomessujen yhteydessä vastikkeettomat neuvontapalvelut: rakennus- ja remontointineuvontapisteiden yhdessä Rakennusmestarit ja -insinöörit AMK RKL:n kanssa, sisustusneuvontapisteiden yhdessä suunnittelutoimisto KOTO Sisustus suunnittelu Rajasuo & Turkki Oy:n kanssa, energianeuvontapisteiden yhdessä Keski-Suomen Energiatoimiston kanssa ja sisäilmaneuvoapisteiden yhdessä Sisäilma-alan järjestöjen kanssa.



TYÖTEHOSEURA

Työtehoseura selvitti Asuntomessujen toimeksiannosta messualueen kotien toimivuutta sekä toi esille messukohteista parhaiten toimivia esimerkkejä. Työtehoseura tarjosi asuntomessuvieraille maksutonta ja monipuolista keittiöneuvontaa rakennushallissa sijaitsevassa keittiöneuvontapisteessä.

VIHERTEHOKKUUSKORTTELI

Messualueen pientalokortteli numero 222 nimettiin vihertehokkuus- eli Green Factor-kortteliksi, jossa toteutettiin monimuotoisesti luonnonmukaisia viherrakentamiskäytäntöjä. Vihertehokkuuspisteitä sai muun muassa maavaraisista istutusalueista, monimuotoisista istutuksista sekä hulevesipainanteista. Vihertehokkuuden pilottiprojekti sai alkunsa Viherympäristöliiton aloitteesta.



ALUEEN VEISTOSKILPAILU

Äijälänrannan asuntoalueelle haettiin julkista taideosta kuvanveistäjäliiton veistoskilpailun avulla. Kuvanveistäjä Pekka Jylhän teos "Puutarhurin taivas" voitti kilpailun ja toteutettiin asuntoalueen ranta-alueelle.



KUNNALLISTEKNISTEN LAITTEIDEN DESIGN-PROJEKTI

Pilottiprojektissa puiston penkit, roska-astiat, sähkökaapit ja muut kunnallistekniset laitteet muotoiltiin taideoksiksi. Muotoilusta vastasi jyväskylälainen muotoilija Jonas Hakaniemi ja laitteissa esiintyvistä taiteesta taiteilijat Jyrki Markkanen ja Tuomas Hallivuo. Asuntoalueelle aikaansaatiin kokeileva malli teknisten laitteiden sulauttamisesta esteettisesti osaksi asuinympäristöä.



TRONDHEIMIN ARKKITEHTIOPISKELIJOIDEN HIRSIRAKENNELMAT

Trondheimin yliopiston arkkitehtioiskelijat rakensivat Jyväskylän kaupungin asunomessualueelle lintutornin Rauhaniemen tilan puretun riihen hirsistä. Lintutorni on tarkoitus sijoittaa alueen luonnonsuojelualueelle. Lintutorni oli messujen aikana messuvieraiden tutustuttavissa.



JULKISTEN TILOJEN ÄLYKÄS LED-VALAISTUS

Äijälänrantaan toteutettiin energiaa säästävä julkisten alueiden älykäs valaistusjärjestelmä. Alueella esimerkiksi korostetaan risteyskoja ja suojateitä kirkkaammalla valolla. Leikkipuiston ja tonttikatujen valaistuksen kirkkaus säädelään vuorokauden ajan mukaan. Aiheesta järjestettiin myös asiantuntijaseminaari, ja 8.8.2014 Messujen yössä paikalla oli noin puolet kaikista Suomen valosuunnittelijoista.



KILPAILU ALUEEN MESSUAIDASTA JA AIDAN TOTEUTUS

Jyväskylän kaupunki ja Suomen Asunomessut järjestivät yhteisen, kaikille avoimen suunnittelukilpailun Äijälänrannan asuntoalueen yhteisestä aitamallista. Ideakilpailun voitti Isko Lappalaisen ehdotus "Metsä". Ehdotuksen mukaiset aidat toteutettiin messualueelle.



NOPPATALOT

Messualueen pientalotontille toteutettiin omilla tonttiosuuksillaan kaksi pientaloa. Pientalot on suunniteltu vaihtoehdoksi vastaavan kokoisille kerrostaloasunnoille. Tavoitteena oli ”noppatalotuotteen” tuominen suomalaisen kuluttajan tietoisuuteen. Projekti myös tavoittelee tulevaisuudessa aluerakentamista ryhmärakentamisena vastaavan tyyppisillä pientaloilla. Projektin tuloksena syntyi kaksi eri teemoin sisustettua Noppataloa, jotka herättivät messuvieraiden keskuudessa runsaasti mielenkiintoa.



SKAMMIN TALO

Arkkitehtipariskunnan suunnittelema ja rakentama messutalo, jonka tavoitteena oli tuoda rakennuttajapariskunnan ideat käytäntöön oman messukohteen kautta. Kantavana ideana oli kehittää asuntojen pohjaratkaisuja uudella tavalla luoden monipuoliset ja muunneltavat sisätilat. Skammin talossa myös toteutettiin messujen erikoisin julkisivumateriaaliratkaisu tummalla keraamisella laatalla.



3.3. MUU YLEISHYÖDYLLINEN TOIMINTA

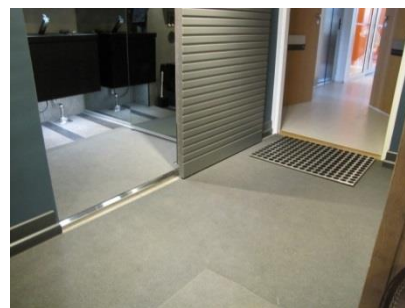
ARKKITEHTIKILPAILU TORNITALOSTA

Jyväskylän kaupunki ja YIT järjestivät kolmen tornitalon suunnittelusta yleisen arkkitehtuurikilpailun. Talojen toteutus perustuu kilpailun voittaneeseen Arkkitehtitoimisto JKMM:n suunnitelmaan. Asuntomessuille valmistui ensimmäinen kolmesta tornitalosta. Arkkitehtuurikilpailun lähtökohtana oli kehittää uudenlaisia tornitaloratkaisuja. Tornitalojen kerrostaloasunnot myös monipuolistivat messusisältöä.



ESTEETTÖMYYSPROJEKTI

Esteettömyysprojekti oli Jyväskylän kaupungin, Jyväskylän ammattikorkeakoulun hyvinvointiyksikön, Kynnys ry:n ja Invalidiliitto ry:n yhteishanke esteettömän asumisen edistämiseksi. Hankkeessa kerättiin tutkimustietoa esteettömyyden huomioimisesta suunnitteluvaiheessa sekä esteettömyyden toteutumisesta rakennusaikana. Lisäksi tehtiin myös messu-alueella palveleva esteettömyyskartoitus. Messualueen yksittäisten omakotitalojen esteettömyys parani suunnitteluohjauksen myötä.



ARKKITEHTIKILPAILU TONTINLUOVUTUKSESTA MESSUALUEELLA

Jyväskylän kaupunki ja Suomen Asuntomessut järjestivät Äijälänsalmen tontinluovutuskilpailun vuonna 2011. Kilpailun voittaneen ehdotuksen tekijöille myönnettiin aluetta koskeva suunnitteluvaraus. Kilpailun voitti kilpailuehdotus ”Kieppi”, jonka rakennuttajana oli Peab Oy ja arkkitehtitoimistona Lassila Hirvilammi Arkkitehdit Oy. Peab kuitenkin vetäytyi hankkeesta ja tontti jäi rakentamatta messuille.

PUOLUEETON ASUMISEN IDEAGALLERIA

Asuntomessut jatkoi kuluneena vuonna verkkosivujensa yhteyteen rakennetun puolueettoman asumisen Ideagallerian kehittämistä.

Ideagalleriaan on koottu vuodesta 2010 keskitetysti Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen rakennus-, sisustus- ja pihakohteiden tiedot valokuvien sekä mahdollisimman laajasti myös yksityiskohtaisine tuotetietoineen. Ideagallerian ensimmäinen koekuvaversio lanseerattiin jo 2011.

Tietoa on mahdollista etsiä tai järjestellä hakusanoin sekä keräämällä tietoja leikekirjaan. Tavoitteena on luoda messutapahtumien avulla laaja ja avoin, ei-kaupallinen asumisen idea- ja tiedonhakukanava kaikkien kuluttajien käytettäväksi.

 **SUOMEN ASUNTOMESSUT** [FI](#) | [SE](#) | [EN](#) | [RU](#) [Extranet »](#) [Kirjaudu ulos »](#)

Kuluttajille ▼ [Etusivu](#) [Ajankohtaista](#) [Messut](#) [Ideagalleria](#) [Ohjeet ja oppaat](#) [Blogit](#)

[Asunnot](#) [Huoneet](#) [Tuotteet](#) [Pihat](#) [Leikekirja](#)

Asunnot

**ASUNNOT**

**HUONEET**

**TUOTTEET**

**PIHAT**

**LEIKEKIRJA**

Suunnittele unelmiesi koti Ideagallerian tuhansien valokuvien kuvapankista.

Asuntomessujen Ideagallerian tuhansista kuvista löydät ideoita ja vinkkejä omaan projektiisi. Oletpa sitten rakentamassa, remontoimassa tai uusimassa sisustusta. Ideagalleriaan on kerätty kuvia ja tietoa messutaloista, huoneista ja taloista poimituista tuotteista.

Alla olevasta hakuvalikosta voit hakea messutaloja mm. messupaikkakunnan, talon nimen tai talotyyppin mukaan. Voi myös luoda suosikkikuvistasi leikekirjan.

HYVÄNTEKEVÄISYYSHUUTOKAUPPA

Projekti ”Remu Aaltosen sisustus ja Hurriganes valokuvanäyttely” toteutettiin yhdessä Remu Aaltosen ja Henrik Schüttin kanssa. Remu suunnitteli ja sisusti yhden omakotitalon yläkerran, jossa oli myös Henrik Schüttin Hurriganes –aiheinen valokuvanäyttely. Remu Aaltosen sisustaman kohteen yläkerran kalusteet sekä kohteessa olleen valokuvanäyttelyn teokset huutokaupattiin hyväntekeväisyshuutokaupassa ja tuotto lahjoitettiin Uusi Lastensairaala 2017–hankkeelle. Huutokauppa toteutettiin Asuntomessujen internet-sivuille rakennetun huutokauppa-sovelluksen avulla.



Remu Aaltonen sisusti Elämän lanka -nimisen kohteen yläkerran. Remun valitsemat kalusteet olivat pääosin antiikkia ja muistuttivat tyyliltään läheisesti Remun oman kodin sisustusta. Hurriganes-aiheinen valokuvanäyttely koostui muoti- ja rock-valokuvaajana tunnetun Schüttin valokuvista. Schütt on taltioinut Hurriganesin hetkiä 13 vuoden ajan. Kaikki valokuvateokset olivat valokuvaajan signeeraamia, ja niissä joissa näkyi Remu, oli myös hänen nimikirjoituksensa.

Hyväntekeväisyshuutokaupan tuotto, 1 735,89 euroa, lahjoitettiin Uusi Lastensairaala 2017-hankkeelle. Uusi Lastensairaala–hankkeen varainhankintapäällikkö Tuula Colliander otti lahjoituksen vastaan Suomen Asuntomessujen toimistolla joulukuussa 2014.



KANSAINVÄLINEN TOIMINTA

Suomen Asuntomessujen edustajat osallistuvat vuosittain IFHP:n (International Federation of Housing and Planning) tilaisuuksiin sekä seuraavat alan kansainvälistä kehitystä.

Toimitusjohtaja on myös IFHP:n councilin jäsen.

4. MESSUJEN SISÄLLÖN KEHITTÄMINEN JA MYYNIN EDISTÄMINEN

4.1. MESSUJEN SISÄLLÖN KEHITTÄMINEN

KALASTA MESSUJEN SUURIN KALA-KILPAILU LOMA-ASUNTOMESSUILLA KALAJOELLA

Loma-asuntomessuilla Kalajoella sijainneessa Lohilaaksossa messukävijöillä oli mahdollisuus osallistua "Kalasta messujen suurin kala" -kilpailuun.

TEEMAREITIT

Asuntomessuilla Jyväskylässä toteutettiin teemareitit (Äijä, Lapsi, Puutarha ja Aalto). Teemakohtaiset reitit luotiin ammattilaisten avulla, ja teemareiteistä informoitiin netisivustoilla, kartoilla sisäänpääsyporttien luona ja messujen infopisteessä sekä messuluetteloissa. Yhteistyössä Citynomadi Oy:n kanssa toteutettiin lisäksi älypuhelimien ladattavat teemareittikartat. 1.8.2014 mennessä kartoja oli ladattu Citynomadin sivustolta yhteensä noin 4 000 kertaa.



TIESITKÖ ETTÄ-KYLIT

Messualueelle tehtiin Tiesitkö että-tauluja, joiden avulla kuluttajia informoitiin Asuntomessutapahtuman yleishyödyllisistä vaikutuksista. Tiesitkö että-kylttejä oli alueella 12 kappaletta.



MESSUJEN YÖ

Asuntomessuilla Jyväskylässä järjestettiin ensimmäistä kertaa Asuntomessujen historiassa messujen yö 8.8.2014. Messuportit avautuivat yleisölle kello 21 ja sulkeutuivat kello 01. Kuluttajille luotiin mahdollisuus tutustua messualueeseen sekä messukohteisiin valaistuna, ja alueella oli tapahtuman aikana valotaideteoksia, musiikkiesityksiä sekä Edenistä pohjoiseen – elokuvan ulkoilmanäytös. Messujen yössä vieraili 3 422 kävijää.



MALLIPUUTARHANÄYTTELY

Asuntomessuilla toteutettiin erillinen puutarhanäyttely. ”Garden Zone” soveltui hyvin toteutettavaksi Jyväskylässä, sillä kaupungin pohjaan jäi tyhjää tilaa rakentamattomille kerrostalotonteille. Konseptin suunnittelussa auttoi vihersuunnittelija Tarja Nieminen.



TAIDEMYYNINÄYTTELY

Jyväskylän taiteilijaseura toteutti taide-myynti- ja vuokrauspisteen messualueelle. Taide-esineitä sijoitettiin myös osaksi messutalojen sisustuksia. Taidetta myytiin ja vuokrattiin messuyleisölle.



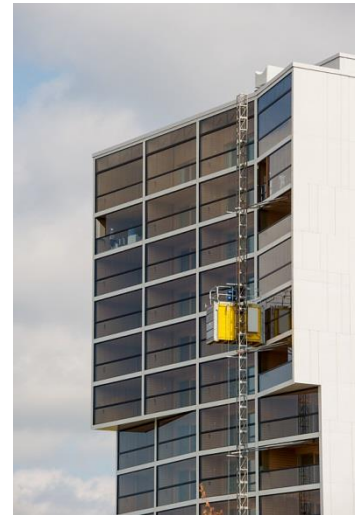
ÄIJÄPUISTO

Ramirentin kanssa yhteistyössä toteutettiin Äijäpuisto, joka oli myös osa Äijäteemareitin sisältöä. Puistossa oli esillä pienkoneita, pienkaivuri jolla voi kaivaa, sekä polkuautojen kilparata.



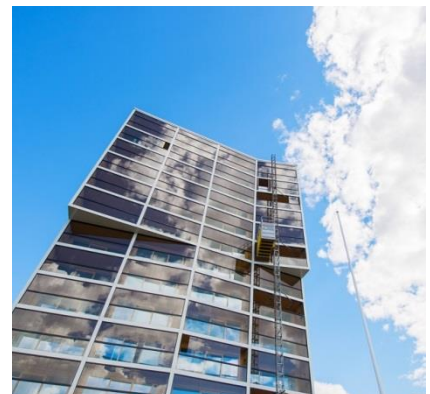
TORNITALON JULKISIVUN ULKOPUOLINEN YLEISÖHISSI

YIT ja Ramirent toteuttivat tornitalon yhteyteen yleisön käytössä olevan työmaahissin. Työmaahissi paitsi tarjosi messuyleisölle kiinnostavan kokemuksen, myös vähensi talon oman hissin ruuhkaa.



VUODEN SISÄLTÖTEKO-PALKINTO

Asuntomessuilla Jyväskylässä jaettiin ensimmäistä kertaa Vuoden sisältöteko-palkinto. Palkinnon sai YIT Oy, joka toteutti messuille 13-kerroksisen Maailmanpylväs-tornitalon. Vuoden sisältöteko-palkinnon tavoitteena oli motivoida messujen näytteilleasettajia tuottamaan uutta ja innovatiivista sisältöä messuille.



LAKKA KIVITALOT HEIKKINEN

Vuoden 2011 hiihdon maailmanmestari Matti Heikkinen toteutti perheensä kodin Asuntomessuille Jyväskylään. Lopputuloksena messuilla oli näytteillä urheilija-perheen tarpeisiin sopiva, asutuspohjaltaan erittäin toimiva pientalo. Matti Heikkinen piti myös rakentamisaikaista ”Kohti hiihtäjän kotia” –blogia Asuntomessujen verkkosivuilla.



ÄÄNIOPASTEET

Asuntomessuille Jyväskylään toteutettiin ensimmäistä kertaa matkapuhelimeen ladattavat ääniopasteet. Jokaisen kohteen yhteydessä (poislukien tuotetalo ja pihasauna) julkaistiin QR-koodi, jonka voi skannata matkapuhelimella. Maksuttomia QR-skannereita voi ladata muun muassa Nokia Kaupasta, Google Playsta ja AppStoresta. QR-koodi avasi kyseisestä kohteesta kertovan parin minuutin mittaisen nauhoitteen, jossa kohteen arkkitehtisuunnittelija kertoi tiivistetysti, mihin messuvieraan tässä kohteessa kannattaa kiinnittää huomiota. Maailmanpylvään messukohteiden nauhoitteissa sisustussuunnittelija kertoi sisustuksen lähtökohdista. Ääniopasteisiin pääsi myös internetin kautta osoitteessa <http://tarinasoitin.fi/am2014>. Palvelu avautui samaan aikaan messujen kanssa, 11.7.2014.

6. YLEISTÄ KESÄN 2014 MESSUTAPAHTUMISTA

Messujärjestäjät, Suomen Asuntomessut ja Kalajoen sekä Jyväskylän kaupungit, muodostivat messuja varten valmisteluorganisaatiot. Työryhmät toimivat yhteisen johdoryhmän, messutoimikunnan, alaisena ja messukokouksia järjestettiin 2-3 kuukauden välein. Messuaikana messujärjestelyt hoidettiin kaupungin kanssa yhteisestä messutoimistosta. Opastukseen palkattiin ja koulutettiin messuoppaita ja liikenteenohjaajia. Opastusta täydennettiin opaskartoin ja messuluettelomyynnillä.

Näyttelyasuntojen lisäksi messuyleisölle esiteltiin asunto- ja rakennusalan uutuuksia sekä ulkonäyttelyalueilla että halleissa. Messualueille järjestettiin normaalit yleisöpalvelut ravintola-, huolto-, WC- ym. tiloihin.

Suomen Asuntomessut vastasi vakiintuneen tavan mukaisesti messutekniikasta ja palvelusopimuksista sekä lipunmyynnistä. Kaupunki vastasi kunnallistekniikasta, paikoituksesta ja liikenteen ohjauksesta. Tarkempi työn- ja vastuunjako on sovittu kaupungin kanssa allekirjoitetussa yhteistyösopimuksessa.

6.1. LOMA-ASUNTOMESSUT KALAJOELLA 23.6. - 6.7. 2014

Loma-asuntomessujen 28 kohdetta rakennettiin Aurinkohiekat - alueelle Hiekkasärkylä. Kohteiden koot vaihtelivat 92-197 neliön välillä, tonttien keskikoko oli noin 1 000 neliötä. Itse messualue on kooltaan noin 10 hehtaaria.

Loma-asuntomessuilla kohteet sijaitsivat neljässä erityyppisessä korttelikokonaisuudessa.

Messualueen arkkitehtuuri oli moni-ilmeistä. Alueella oli sekä perinteisempiä mökki-tyyppisiä loma-asuntoja että moderneja vapaa-ajan koteja. Loma-asuntojen ohella esille nousivat laajat terassipinnat, paljut ja uima-altaat, kesäkeittiöt sekä saunat. Lisäksi esteettömän merinäkömänn takia kohteissa oli poikkeuksellisen suuria maisemaikkunapintoja. 15 kohteessa pääasiallinen energialähde oli maalämpö ja useissa kohteissa hyödynnettiin lisäksi erilaisia lämpöpumppuvariaatioita. Loma-asuntomessujen teemat olivat luonto, terassit ja rantaelämä.

Arvokasta luonnonmaisemaa sekä hiekkadyynejä haluttiin varjella, joten piha-alueiden suunnittelu oli tavanomaista vaativampaa. Alueella ei myöskään saanut istuttaa sinne entuudestaan kuulumattomia kasveja.

Loma-asuntomessuilla Kalajoella vieraili 40 609 kävijää.



Kuva loma-asuntomessujen avajaisista 23.6.2014

6.2. ASUNTOMESSUT JYVÄSKYLÄSSÄ 11.7 - 10.8 2014

Asuntomessut Jyväskylässä sijoittui uudelle Äijälänrannan asuinalueelle, joka sijaitsee Jyväsjärven itärannalla, noin viiden kilometrin päässä keskustasta. Alueen asemakaava hyväksyttiin kaupunginvaltuustossa 17.1.2011. Jyväsjärveä kiertävä Rantairitti kulkee Äijälänrannan halki, joten sieltä on erinomaiset kevyen liikenteen yhteydet keskustaan. Viheralueella on merkittäviä luonto- ja lintuarvoja, minkä lisäksi Äijälänrannasta löytyy myös vanhaa kulttuurihistoriallisesti arvokasta ympäristöä.

Äijälänrannan asemakaava eheyttää yhdyskuntarakennetta tiiviillä ja tehokkaalla rakentamisella sekä säilyttää ympäristössä luonnontilaiset lähivirkistysalueet.

Koko Äijälänrannan asemakaavan mukainen asuntoalue mahdollistaa asunnot noin 800-960 asukkaalle. Asuntomessualue käsitti tästä koko alueesta noin kolmanneksen.

Messualueelle rakennettiin 37 pientaloa, yksityinen päiväkotiki sekä 13-kerroksinen tornitalo, Jyväskylän Maailmanpylväs. Pientalotonttien koot vaihtelivat 500 neliöstä 1 800 neliöön. Messutapahtumassa oli näytteillä 44 kohdetta aina 46 huoneistoneliön kerrostaloyksiyöstä 308 huoneistoneliön omakotitaloon.

Äijälänrannan kantavina teemoina olivat Aalto ja Puu-Tarha. Teemoilla kunnioitettiin maailmankuulun arkkitehti Alvar Aallon perintöä sekä Äijälänrannan pitkää maanviljely- ja puutarhahistoriaa. Huomiota kiinnitettiin laadukkaaseen arkkitehtuuriin, monipuoliseen viherrakentamiseen sekä alueelle suunniteltuihin taideteoksiin ja puistokalusteisiin.

Messuilla vieraili yhteensä 114 941 (levikintarkastuksen tarkastama luku) maksanutta kävijää.



Kuvassa Messujen yö-tapahtuman yleisöryntäys.

7. TULEVAT MESSUTAPAHTUMAT

7.1. ASUNTOMESSUT VANTAALLA 2015

Vuoden 2015 Asuntomessut järjestetään Vantaalla, täysin uudella asuinalueella Kivistössä.

Tiivis messualue on osa laajaa kaupunkirakentamisen hanketta vanhan Kivistön keskustan tuntumassa, uuden Kehäradan varrella. Uusi Kivistö on pääkaupunkiseudun merkittävin uusi asuin- ja työpaikka-alue. Se tulee tarjoamaan kodin 30 000 asukkaalle ja edellytykset 25 000 uudelle työpaikalle.



Heinäkuussa 2015 liikenteelle avautuva Kehärata luo edellytykset joukkoliikenteeseen tukeutuvaan ja kevyttä liikennettä suosivaan asumiseen. Alueesta tulee myös pyöräilykaupunki, joka sisältää muun muassa pikapyörätiet vilkkaille työmatkareiteille Aviapolikseen ja sen läpi Tikkurilaan, Martinlaaksoon ja Myyrmäkeen.

Messualueen kaavan lähtökohtana on ekologinen ja tiivis pientaloalue. Kaavaratkaisu valmistui vuonna 2012 ja tonttien rakentajavalinnat suoritettiin vuoden 2013 keväällä, jolloin käynnistyi myös alueen infrastruktuurin toteuttaminen.

Vuoden 2014 aikana suunniteltiin messuaikaista toimintaa ja valittiin alueen rakentajat. Lisäksi käynnistettiin alueen kunnallistekniikan rakentaminen.

Messualueelle nousee yhteensä 28 pientaloa, 3 paritaloa joissa on 4 näyttelykohdetta sekä 3 kerrostaloa joissa on 8 näyttelykohdetta. Asuntomessuille Vantaalle rakentuu myös ryhmärakentamiskohde, ja oheiskohteenä näytteillä on 3 loft-asuntoa. Lisäksi messuille toteutetaan parvekenäyttely, jossa näytteillä on suunnitelmien mukaan 12 - 15 parveketta.

7.2. ASUNTOMESSUT SEINÄJOELLA 2016

Vuoden 2014 aikana on aloitettu rakentaminen tulevalle messualueella Kyrkösjärven tekoaltaan kaakkoispuolella, noin kolmen kilometrin päässä kaupungin keskustasta etelään. Messualue sijoittuu Törnävän historiallisen sairaalamiljöön ja puistoalueen sekä Kyrkösjärven väliselle alueelle. Pientalorakentajat valittiin toimintavuoden toukokuussa, ja lokakuussa messutoimiston aluevalvoja aloitti työnsä.



Alueen nimi Pruukinranta viittaa alueen historiaan metallinjalostuksessa. Katujen ja kunnallistekniikan rakentaminen on käynnissä Pruukinnassa. Asuntomessuille on tavoitteena aikaansaada monipuolista pientalorakentamista esittelevä näyttelykokonaisuus. Tavoitteena on myös saada mukaan laajasti maakunnan pientä ja keskisuurta teollisuutta sekä alan käsityöosaamista. Rakentamisaikaisia messuteemoja ovat pohjalaiset rakennus- ja puusepäntaidot, rakennettu vesi- ja liikuntaympäristö, asuminen ja ruoka sekä muut Seinäjoen suurtaapahtumat (Tangomarkkinat, Provinssirock, Vauhtiajot).

Asuntomessuille Seinäjoella nousee myös kolmen puukerrostalon kokonaisuus Mäihä, joka edustaa uudenlaista arkkitehtuuria Suomessa. Huoneistot, yhteiset tilat sekä piha-alueet sisältävät paljon pientalomaisia piirteitä, kuten vihererkerit, kuraeteiset sekä parvelliset asunnot järvinäkymillä.

Kuluneena toimintavuonna luovutettiin alueen tontit rakentajille sekä toteutettiin pääosa messualueen infra- ja tierakentamisesta.

7.3. ASUNTOMESSUT MIKKELISSÄ 2017

Asuntomessuhanke on osa Satamalahden hanketta, jolla kaupunki laajenee etelään. Messualue kaavoitetaan moni-ilmeiseen kulttuurihistorialliseen ympäristöön. Kuusi tonteista sijaitsee suoraan Saimaan rannalla.

Toimintavuoden aikana Asuntomessut Mikkeliissä 2017 -projektin asuntomessutoimikunta aloitti työnsä. Myös projektikoordinaattori aloitti työnsä Mikkelin kaupungin projektioirganisaatiossa. Marraskuussa 2014 Itä-Suomen hallinto-oikeus hylkäsi Moisio-Kyyhkylän osayleiskaavasta tehdyn valituksen. Kaava-alue sisältää myös Kirkonvarkauden asuntomessualueen.

Alueen infran rakentaminen sekä tonttien markkinointi alkavat keväällä 2015.

7.4. ASUNTOMESSUT PORISSA 2018

Messualue on Karjarannan alue, joka sijaitsee kävelyetäisyydellä kaupungin keskustasta sekä Kirjurinluodon Areenasta, joka on tunnettu tapahtumapaikka Porissa. Messut pidetään Porin kaupunkikeskustan luonnollisella laajenemisaalueella. Alue on yleiskaavan mukaista rakentamisaaluetta ja sen asemakaavatyö on käynnissä. Messualueelle ollaan kaavoittamassa sekä kerrostalotuotantoa että omakotitaloaluetta. Siirtolapuutarha-alue Hevosluodossa on suunniteltu messujen oheiskohteeksi. Pientaloalueen kaava tulee olemaan luonteeltaan tiivis muistuttaen vanhoja suomalaisia puutalokaupunkien kortteleita.

Kuluvana toimintavuonna on yhteistyössä Porin kaupungin sekä Aalto yliopiston kanssa hiottu alueen kaavoittamista sekä valmisteltu messujen sisältötavoitteita.

8. MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ

8.1 MARKKINOINTI, SISÄLTÖYHTEISTYÖ, MEDIA- JA SIDOSRYHMÄViestintä, Yhteismarkkinointi

MARKKINOINTI

Markkinoinnin- ja markkinointiviestinnän osalta Asuntomessujen yhteistyökumppanina oli mainostoimisto Far From The Vegetables. Tapahtumamainonnan konseptina oli "Tule ja täyty ideoilla". Konseptin lähtökohtana on saada kuluttajat huomaamaan, että tapahtuma ei ole pelkästään "Talonäyttely" vaan asuntomessutapahtumasta voi ammentaa jokaiseen kotiin runsaasti uusia ideoita.

Kohderyhmistä pyrittiin mainonnalla vaikuttamaan eniten niihin, jotka eivät ole "kuumia" asuntomessuasiakkaita - painottamaan viestejä "haaleita" ja "kylmiä" herättäviksi.

Lisäksi tehtiin promokampanja Radio Rockin kanssa erityisesti miesten "Äijä" – kohderyhmään. Markkinointikampanja toteutettiin monimediakampanjana. Kampanja aloitettiin loppukeväästä ja se päättyi messujen viimeisenä viikonloppuna.

Jakelukanavat valittiin kohderyhmäkohtaisesti ja käytössä olivat mm. TV, radio, aikakaus- ja sanomalehdet sekä internet. Kaikkiin mainoksiin viesti räätälöitiin kohderyhmäkohtaisesti tavoitellun kohderyhmän mukaisesti.

TV:ssä ostettuja kontakteja oli 9,7 miljoonaa ja toteutuneiden tv-spottien määrä oli 636. Radiossa spotteja oli noin 800.

Asuntomessut toteutti myös yhteistyössä Neste Rallyn kanssa asuntomessualueella Neste Rally -esittelyn ja alueella oli aito ralliauto. Lisäksi asuntomessulippuja oli saatavilla Neste Rallyn yleisöposteissa.

MEDIA- JA SIDOSRYHMÄViestintä

Vuoden 2014 ensimmäinen tiedotustilaisuus koskien Asuntomessuja Jyväskylässä järjestettiin Matka 2014 -messujen yhteydessä tammikuussa. Toinen Jyväskylän messuja koskeva ennakoretki järjestettiin 29.4. (ensimmäinen oli järjestetty syksyllä 2013). Toisella ennakoretkellä tilaisuuteen osallistui yli 50 toimittajaa. Ensimmäiselle median ennakoretkelle marraskuussa 2013 osallistui 34 toimittajaa.

21.11.2013 järjestettiin ensimmäinen tiedotustilaisuus koskien Loma-asuntomessuja Kalajoella. Toimittajien ennakkoinfo järjestettiin Sokos Hotel Helsingissä ja tilaisuuteen osallistui 32 toimittajaa. Ennakoretki Kalajoen loma-asuntomessualueelle järjestettiin 6.5.2014. Ennakoretkelle osallistui parikymmentä toimittajaa.

Asuntomessujen avajaisia edeltävänä päivänä medialle järjestettiin lehdistöpäivä (10.7.2014). Lehdistöpäivänä messukohteet olivat auki vain toimittajille. Lehdistöpäivänä messualueella vieraili 225 toimittajaa. Messujen aikana mediaa palveltiin tiedotustoimistossa, ja messujen aikana tiedotustoimistossa akkreditoitui 238 toimittajaa. Loma-asuntomessujen lehdistöpäivässä 17.6.2014 vieraili 33 toimittajaa. Lisäksi messujen aikana tiedotustoimistossa akkreditoitui 58 toimittajaa.

Mediaa palveltiin paitsi tiedottamalla ja henkilökohtaisesti myös Asuntomessujen verkkopalvelussa, josta löytyivät kohdetietoluettelot, juttuvinkkilistat sekä valmiita jut-

tuja kuvineen toimitusten käyttöön. Lisäksi medialle on oma kuvapankki, jossa on painokelpoisia valokuvia kaikista kohteista, sisustuksista, pihoista sekä yleiskuvia messuista ja messujen avajaisista. Cision-tiedotepalvelun kautta medialle lähti vuonna 2014 kaikkiaan 67 tiedotetta ja kutsua mediatilaisuuksiin.

M-Brainin mediaseurannan mukaan Jyväskylän Asuntomessuista oli koko vuoden 2014 aikana 810 osumaa seuratuista printtilehdistä sekä radio- ja tv-ohjelmista. Messujen aikana 11.7.-10.8.2014 Jyväskylän Asuntomessuista oli yhteensä 343 osumaa seuratuista printtilehdistä sekä radio- ja tv-ohjelmista.

Koko vuoden 2014 aikana Kalajoen Loma-asuntomessuista oli 362 osumaa (printti, radio, tv). Loma-asuntomessujen aikana 23.6.-6.7.2014 osumia oli 77 (printti, radio, tv).

Vuoden 2014 aikana oli kaikkiaan 1 646 printti-, radio- ja tv-osumaa, joissa mainittiin ainakin jokin menneistä, nykyisistä tai tulevista asuntomessuista.

Yhteistyötä Otavamedian kanssa tehostettiin neljä kertaa vuodessa pidettävillä kehitys- ja palauteseminaareilla.

Vuoden 2014 syksyllä, marraskuussa, järjestettiin median ennakkoretki myös Vantaan messualueelle. Ennakkoretkelle osallistui 56 toimittajaa.

YHTEISMARKKINOINTI

Messutapahtuman messuluettelot julkaistiin TM Rakennusmaailmassa (painos 140 000) ja Dekossa (painos 140 000). Julkaisijana oli Asuntomessujen pitkäaikainen kumppani Otavamedia Oy, joka myös julkaisi muissa aikakauslehdissään runsaasti artikkeleja Asuntomessuista.

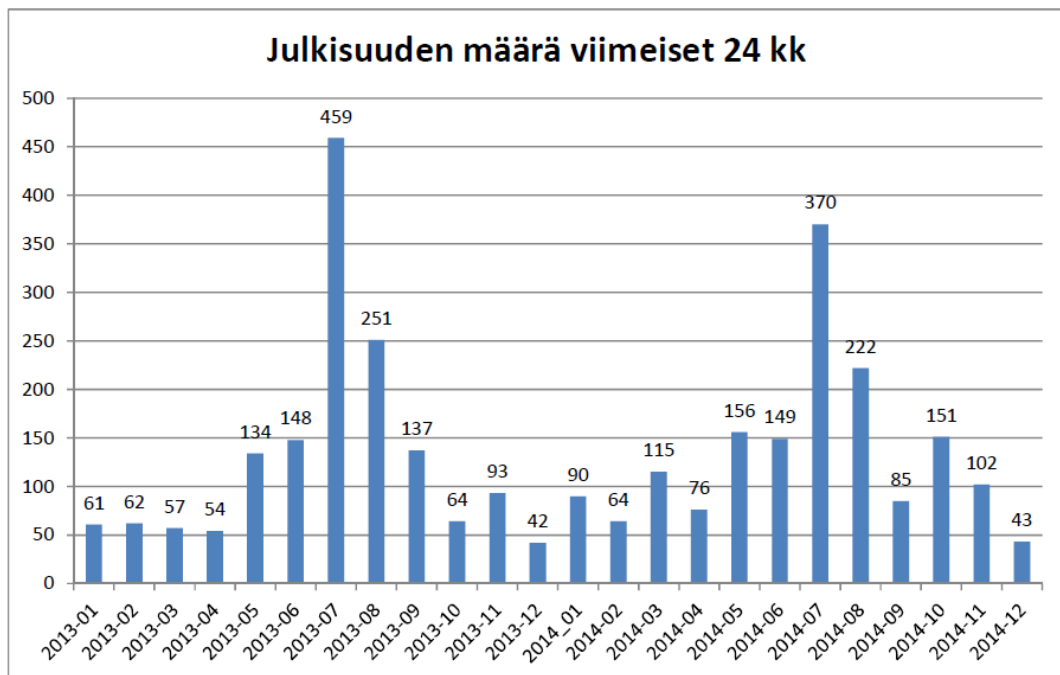
Asuntomessutapahtuman Messulehden (Sanomalehti Keskisuomalainen, painos 300 000) ja Messujulkaisun (Suur-Jyväskylän lehti, painos 130 000) tuotti ja jakeli Sanomalehti Keskisuomalainen.

Loma-asuntomessutapahtuman Messulehden (painos 100 000) ja Messujulkaisun (painos 70 000) tuotti Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy (Keskipohjanmaa –lehti).

Messuradiona Asuntomessutapahtumassa toimi YLE (Radio Keskisuomi ja yle.fi), ja Loma-asuntomessutapahtumassa YLE Keskipohjanmaa sekä YLE Oulun radio, jotka tuottivat messualueilta huomattavan määrän ohjelmaa ja uutisointeja sekä televisioon, radioon että nettiin.

Tapahtumalla oli yhteismarkkinointikumppaneita yhteensä 23 kpl. Asuntomessut Jyväskylässä -tapahtuma näkyi kunkin omassa markkinoinnissa ja viestinnässä.

8.2. MESSUTAPAHTUMIEN VIESTINTÄ



Asuntomessutapahtuman viestintää suunniteltiin ja toteutettiin yhdessä Asuntomessujen ja Jyväskylän kaupungin messuorganisaation kanssa, ja Loma-asuntomessutapahtuman viestintää yhdessä Kalajoen kaupungin organisaation kanssa. Viestinnässä painotettiin tarinoita ja messualueen tulevia asukkaita. Sanoma Digital Oy teki yhteensä 20 artikkelia, jotka toivat artikkelisarjana esille messukotien asukkaita ja heidän lähtökohtiaan talon rakentamiseen. Jyväskylästä artikkeleita tehtiin 13, Kalajoelta 7. Nämä julkaistiin rakentaja-fi-palvelussa, rakentaja.fi-uutiskirjeessä ja Asuntomessujen verkkosivuilla. Messutalojen asukkaat olivat pääroolissa niin messulehdessä kuin messujulkaisusakin. Perheen kuva ja tarina löytyi myös talon edustalla olleesta perhetaulusta sekä Dekon sisustusluettelosta.

Julkisuuden määrä / osumaa
tammikuu 2013 - joulukuu 2014
lähde: MBrain mediaseuranta

8.3 SÄHKÖISET PALVELUT

ASUNTOMESSUJEN VERKKOPALVELU

Asuntomessujen verkkopalveluissa jatkettiin sisällöntuottamista monin eri tavoin. Jyväskylän ja Kalajoen messukohdet ja niiden tiedot (talot, huoneet, tuotteet, pohjakuvat) lisättiin Asuntomessujen kotisivuilta löytyvään asumisen Ideagalleriaan.



Kohdetietojen lisäksi verkossa tuotiin esille myös perhekuvia ja perheiden taustatietoja. Verkkopalvelussamme on myös muuta asumisen sisältöä esimerkiksi tiedotteina, artikkeleina sekä bloggaajien postauksina.

www.asuntomessut.fi -sivustolla käytiin vuonna 2014 yhteensä 980 020 kertaa (2013: 855 639).

TWITTER JA PINTEREST

Twitterissä vuonna 2013 aloitettua toimintaa jatkettiin ja sen hyödyntämistä kehitetään parhaillaan. Twitteriä ja Pinterestiä hyödynnettiin pyytämällä messukävijöitä jakamaan kommentteja Asuntomessuihin liittyen niin sanottujen twiittikehotusten kautta. Twiittikehotuksia oli kiinnitetty mm. messukohteisiin, alla esimerkkejä:

#asuntomessut: Arvaa monta lasta täällä asuu?

#asuntomessut: Onnistuisiko sinulta työn ja vapaa-ajan yhdistäminen näin saumattomasti? Mitä mieltä olisit jos sinun työpaikkasi olisi kotiovesi edessä?

FACEBOOK

Facebookissa tehtiin useampia kampanjoita/kilpailuja vuoden 2014 aikana. Suurimmat kampanjat olivat yhteistyössä mainostoimiston kanssa toteutetut "Äänestä Suomen rumin puutarhatonttu" ja "Äänestä Suomen komein remonttireiska" -kilpailut. Muita kilpailuja olivat Kodin uuden vuoden lupauskilpailu, Hauska messukuva Loma-asuntomessuilta-kilpailu sekä Äänestä Suomen upein piparkakkutalo-kilpailu. Suomen Asuntomessut järjesti myös yhdessä Deko-lehden kanssa suomalaisille sisustusbloggaajille kutsuvieraskilpailun, jossa pääsi suunnittelemaan yhden messukohteen terassin ilmeen. Terassin suunnittelukilpailu näkyi vahvasti myös Asuntomessujen Facebook-sivuilla. Näiden lisäksi Facebookissa nostettiin taasisin väliajoin esille omia blogeja ja blogipostauksia, jaettiin inspiroivia kuvia ja sisustus- ja remontointivinkkejä, ja nostettiin mielenkiintoisia asumiseen liittyviä aiheita esille.

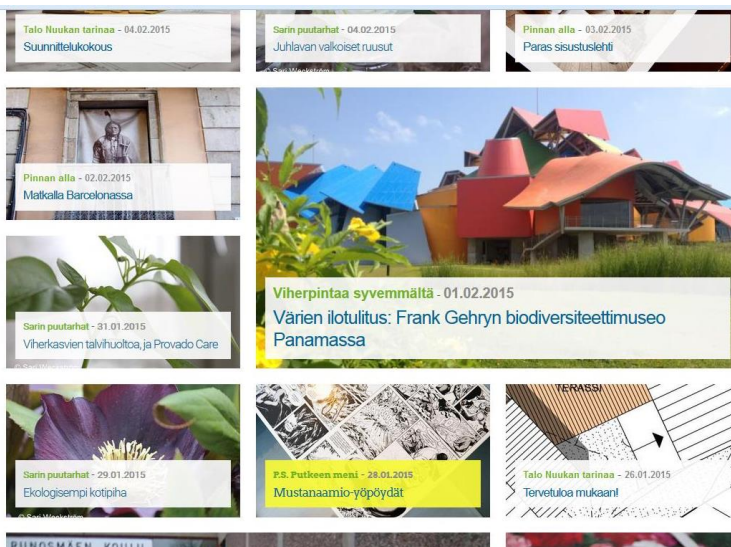


Esimerkkinosto Facebookissa: "Asuntomessuilta saattoi tänäkin kesänä bongata jos jonkinlaista kivaa ja joskus hassuakin pientä sisustusideaa. Tässä muutama yksityiskohta - löysitkö Sinä nämä messuilta? Lisää seuraa, joten pysy kuulolla..." (21.8.2014, kuvia Jyväskylän Asuntomessujen kohteiden yksityiskohdista).

Asuntomessuilla on Facebookissa yhteensä lähes 9 500 tykkääjää.

BLOGIT

Blogien kehittäminen jatkui vuoden 2014 aikana. Sivulla voi tällä hetkellä tutustua yhteensä 14 bloggaajan blogiin, joista yhdeksän kirjoittavat sivuille yleisesti asumiseen, sisustamiseen, pihoihin ym. liittyen ja viisi blogga-



jaa liittyy jollain tavalla messuprojekteihin (messurakentajia, henkilökuntaa tms.) Suosituin blogi on ”Sarin puutarhat” -blogi noin 79 500 kävijällä.

8.4. PARAS LOMA-ASUNTO- JA PARAS TALO-ÄÄNESTYS

Kalajoen Loma-asuntomessujen kävijätutkimuksen yhteydessä kävijät äänestivät parasta loma-asuntoa.

Yleisöäänestykseen otti osaa 7 053 kotitaloutta. Yleisön suosikiksi nousi kohde numero 10, Nuuna. Nuunan rakennuttajana ja näytteilleasettajana toimi Kuusamon Hirsitalot Oy. Arkkitehtisuunnittelusta vastasi Kuusamon Hirsitalojen Taisto Hertteli ja sisustussuunnittelusta Sirkka-Liisa Murtovaara. Toisen sijan sai Särkääntorppa, kohde numero 27 ja kolmanneksi sijoittui Heikius Hus-Talo, kohde 14. Yleisöäänestyksen voittaneessa Nuunassa yleisö arvosti tilaratkaisuja, ulkonäköä ja valoisuutta. Kohde keräsi 16,93 prosenttia kaikista äänistä. Yleisöäänestyksen tulokset julkaistiin lehdistötilaisuudessa 26.9.2014.

Kuvassa Paras Loma-asunto-äänestyksen voittanut Nuuna.



Messukävijät äänestivät Asuntomessuilla perinteisesti messujen parasta taloa kävijätutkimuksen yhteydessä. Yleisöäänestykseen osallistui 6 786 kotitaloutta.

Yleisön suosikiksi nousi kohde numero 22, Villa Lumous, joka keräsi 11,95 prosenttia äänistä. Villa Lumouksen rakennuttivat itselleen Pirjo ja Raimo Räisänen ja talon näytteilleasettajana toimi Forte Kivitalot. Äänestäjiä miellyttivät erityisesti voittajakohteen tilaratkaisut ja varuste- sekä laatu- ja sisustuslaatu. Villa Lumous voitti myös Parhaan sisustuksen ja Parhaan pihan yleisöäänestykset.

Yleisöäänestyksen tulokset julkaistiin lehdistötilaisuudessa 8.10.2014.

Kuvassa Paras Talo -äänestyksen voittanut Villa Lumous.



8.5. LOMA-ASUNTOMESSUJEN PALAUTESEMINAARI

Sanoma Media Finland Oy:n tekemä kävijätutkimus julkistettiin kokonaisuudessaan avoimessa palauteseminaarissa Kalajoella 29.9.2014.

Messututkimuksen mukaan yli kolmannes Loma-asuntomessujen kävijöistä tuli Pohjois-Pohjanmaalta. Kolmannes kävijöistä tuli vähintään 250 kilometrin päästä. Messuvieraat jättivät messuille noin 1,1 miljoonaa euroa ja messupaikkakunnalle noin 2,2 miljoonaa euroa. Kävijöistä 94,8 prosenttia piti Loma-asuntomessuja hyvänä tai erinomaisena. Näyttelykohteiden määrä koettiin riittäväksi. 35 prosenttia kävijöistä oli sitä mieltä, että muuta messutarjontaa olisi voinut olla enemmänkin.

Messututkimukseen osallistui 7 425 kävijäperhettä, eli noin 40 prosenttia messuilla käyneistä perheistä.

8.6. ASUNTOMESSUJEN PALAUTESEMINAARI

Sanoma Media Finland Oy:n tekemä kävijätutkimus julkistettiin kokonaisuudessaan avoimessa palauteseminaarissa Jyväskylässä 22.10.2014. Kävijä- sekä näytteilleasettajatutkimukset ovat ladattavissa Asuntomessujen kotisivuilta osoitteesta www.asuntomessut.fi/messututkimukset-3

Tutkimuksesta käy ilmi, että Asuntomessut Jyväskylässä -tapahtuman yleisarvosana oli toiseksi paras kymmenen vuoden aikana. Kävijöistä 94 prosenttia piti messuja hyvänä tai erinomaisena. Yli neljännes kävijöistä tuli Keski-Suomesta, ja yli puolet alle 150 kilometrin päästä. Kohteet katseltiin läpi rauhassa: 72 prosenttia kiersi alueella neljä tuntia tai kauemmin.

Messujen kävijätutkimuksessa messuvieraita pyydettiin myös arvioimaan omaa rahan kulutustaan sekä messupaikkakunnalla että messualueella. Messupaikkakunnalla rahaa käytettiin arviolta noin 7,3 miljoonaa euroa ja messuilla noin 4,4 miljoonaa euroa. Yhteensä rahaa käytettiin noin 11,7 miljoonaa euroa.

Viime vuoden Asuntomessuihin verrattuna rahaa kulutettiin noin 30 prosenttia enemmän kävijää kohden. Rahan kulutus on arvioitu eri palveluiden käyttäjämäärien ja perheiden ilmoittamien summien perusteella.

Messututkimukseen osallistui 7 189 kävijäperhettä, eli noin 13,8 prosenttia messuilla käyneistä perheistä.

9. MYYNTITOIMINTA 2014

9.1. ASIAKASKUTSUKORTTIN MYYNTI

Asiakaskutsukortteja markkinoitiin Jyväskylän Yrittäjille uutiskirjeitse ja kokousten yhteydessä. Yritysten tiukka taloustilanne heijastui selvästi asiakaskutsukorttien käyttöön.

Uutena lipunmyyntijärjestelmänä otettiin käyttöön Sanoma Media Finland Oy:n asiakaskutsukorttijärjestelmä, jossa on myös sähköinen asiakaskutsukorttijärjestelmä. Asiakkaiden palaute järjestelmän helppoudesta perinteisten paperikutsujen lähettämisen sijaan oli erittäin rohkaisevaa. Vuonna 2015 pyritään käyttämään samaa järjestelmää.

9.2. TUOTTEIDEN JA PALVELUIDEN PAKETOINTI JA MEDIAKORTTI

Tuotteiden ja palveluiden paketointia jatkettiin ja uusi mediakortti julkaistiin joulukuun lopussa 2014 (www.asuntomessut.fi/mediakortti). Erityisesti on tuotu esiin uusia lisäarvopalveluita messujen näytteilleasettajille. Myynnin edistymistä on seurattu kuu-kausitason raportilla tuoteryhmittäin.

Alue- ja verkkomainonnan jälleenmyynti tehtiin suoraan Taksimainos Oy:n kanssa.

10. TALOUDELLINEN TULOS

Osuuskunta Suomen Asuntomessujen taloudellinen tulos vuonna 2014 oli -38 210,73 euroa.