



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



ASUNTOMESSUT
HYVINKÄÄLLÄ 12.7.–11.8.2013

MESSUTUTKIMUS

Tämä raportti perustuu Hyvinkään Asuntomessuilla tehtyyn kävijätutkimukseen.
Tutkimukseen osallistui yhteensä 8 461 kävijäperhettä.



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

1. JOHDANTO	3
2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT	
Messujen kävijämäärät	4
Kävijämäärät päivittäin	5
3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFIIILI	
Lähikuntien kävijät	6
Kävijät maakunnittain	7
Messumatka ja asumismuoto	8
Kävijäprofiili	9
Rakennus- ja remonttiaikomukset	10
Remonttiaikomukset	11
Kiinnostavat tuotteet	12
4. MESSUILLE TULO	
Mikä sai lähtemään messuille	13
Päätös lähteä messuille	14
Aikaisemmat asuntomessukäynnit	15
Kulkuväline ja kenen kanssa	16
5. MESSUILLA OLO	
Näyttelykohteissa käynti	17
Laatu ja monipuolisuus	18
Rahankulutus	19
Palveluiden hinnat	20
6. TYYTYVÄISYYS MESSUIHIN	
Olitko tyytyväinen palveluihin	21
Messutarjonnan riittävyys	22
Yleisarvosana ja odotukset	23
Palaute hyvää/huonoa	24
Mitä messuilta puuttui	26
7. MESSUVIESTINTÄ	
Mistä etsitte asumisen tietoa?	28
Lisätietoa messuista	30
Huomiota herättävät/hyödyllisimmät tietolähteet	31
Pilari- ja äänimainonta	32
Messuluettelot	33
Messujen tiedotus	34
8. MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA	
Olen kiinnostunut Hyvinkäästä	36
Hyvinkäällä vierailu	37
Messualue asuinalueena	38
9. TULEVAT MESSUT	
Asuntomessut Jyväskylässä 2014	40
10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT	
Miten haluat asua	42
Millaisen talon rakentaisit	43
Nykyiseen asuntoon kaipaisit	44
Mikä sana kuvailee parhaiten Asuntomessuja	45
11. ÄÄNESTYS	
Paras talo -äänestys	46
Paras sisustus -äänestys	47
Paras piha -äänestys	48
12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS	49



1. 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. Kaikissa lomakkeissa oli rakentamis-, remontointi- ja asunnonostoaikomuksia selvittävä osa. Samalla lomakkeella sai äänestää myös mielestään parasta taloa, sisustusta ja pihaa. Lomakkeen alaosassa oli sisällöltään muuttuva kävijätutkimus, joka sisälsi suurimman osan tässä raportissa esitetyistä kysymyksistä. Messuvieraat saivat palauttaa tutkimuksen messualueella oleviin palautuslaatikoihin. Tutkimuksen pystyi täyttämään nyt ensimmäistä kertaa myös sähköisesti messuportilla olleessa tutkimuspisteessä.

Messujen tunnusluvut

- kävijöitä 131 030
- perheitä 60 689
- keskimääräinen perheen koko 2,16
- palautettuja tutkimuslomakkeita 8 461
- palautus-% perheistä 13,9 %

Tutkimuksen raportointi

Tutkimus on raportoitu kysymys kysymykseltä graafisesti ja taulukkoina. Soveltuvien osien tuloksia on verrattu myös edellisiin messuihin. Raportoinnissa on hyödynnetty joissain kohdissa myös Tilastokeskuksen ja Rakentaja.fi:n tutkimustietoja.

Tutkimuksia koskeissa kysymyksissä lisätietoja antaa
Jussi Ruotsalainen
jussi.ruotsalainen@rakentaja.fi

Sanoma Digital / Rakentaja.fi

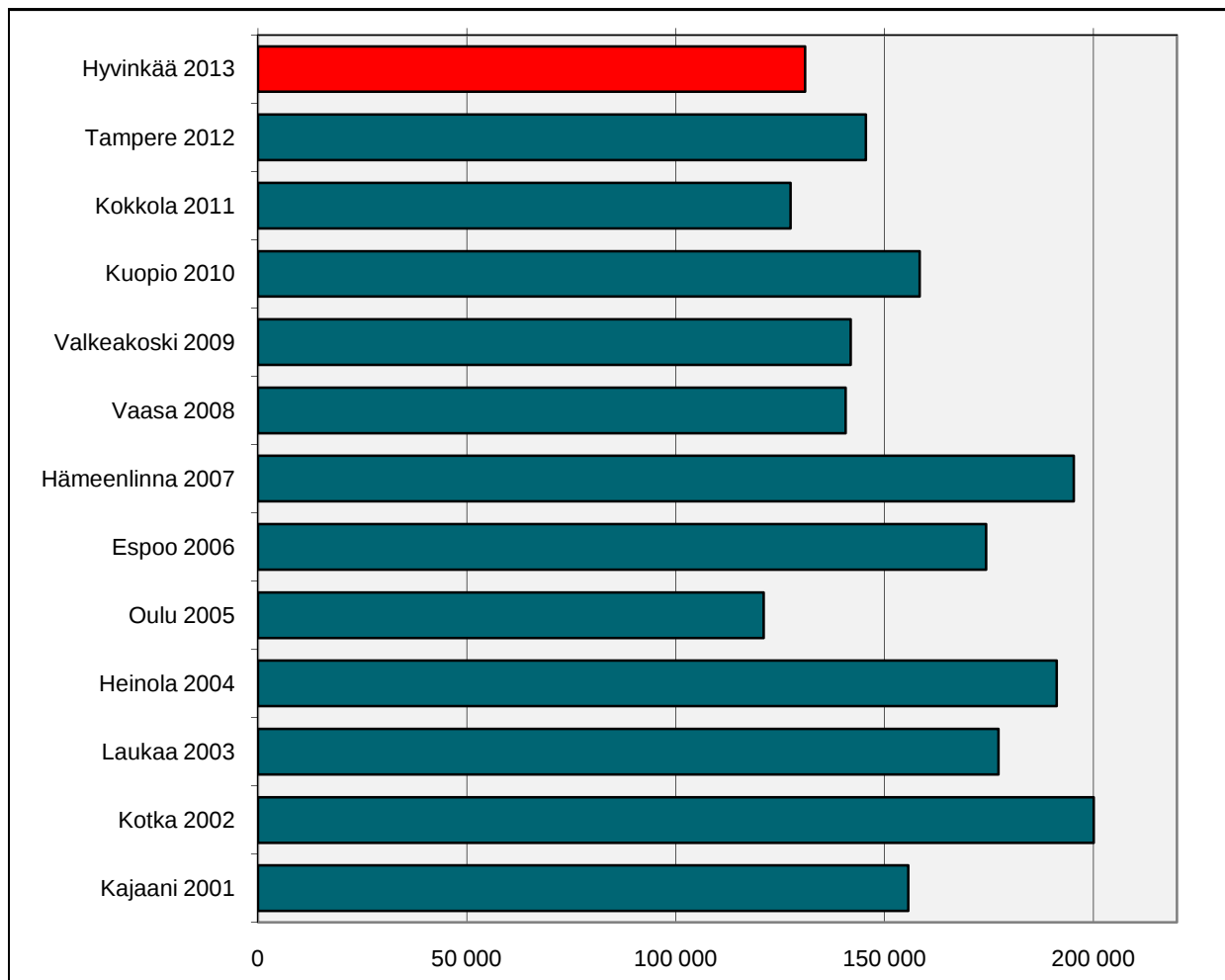
Luotsinmäenpuistokatu 1
28100 PORI
Puhelin 02-634 6400
E-mail: etunimi.sukunimi@rakentaja.fi





2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT

Asuntomessut 2001-2013



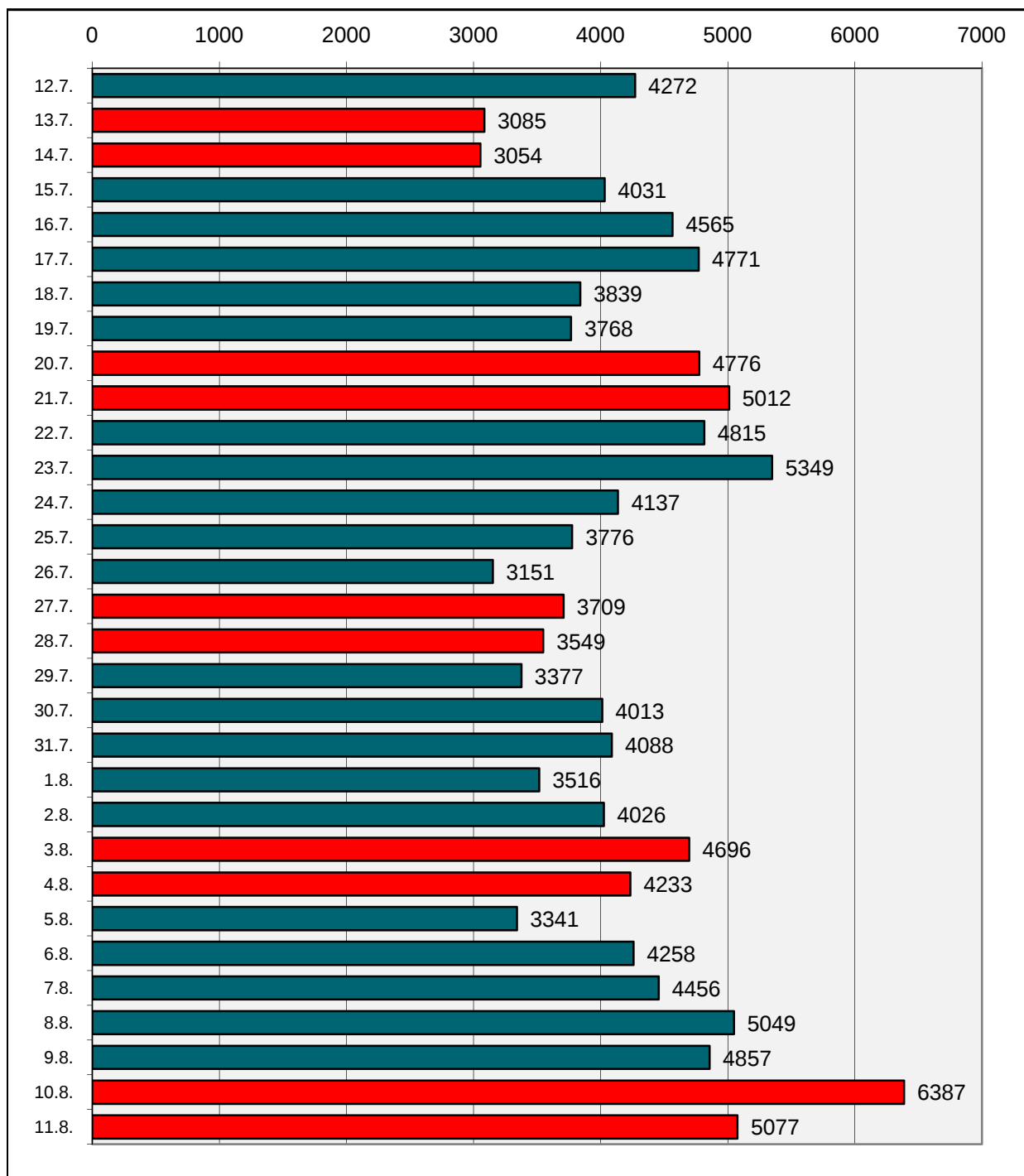
Asuntomessut 2001-2013

	kävijämäärä
Hyvinkää 2013	131 030
Tampere 2012	145 581
Kokkola 2011	127 546
Kuopio 2010	158 408
Valkeakoski 2009	141 907
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

Kävijämäärä ylitti 130 000.



Hyvinkään kävijät päivittäin

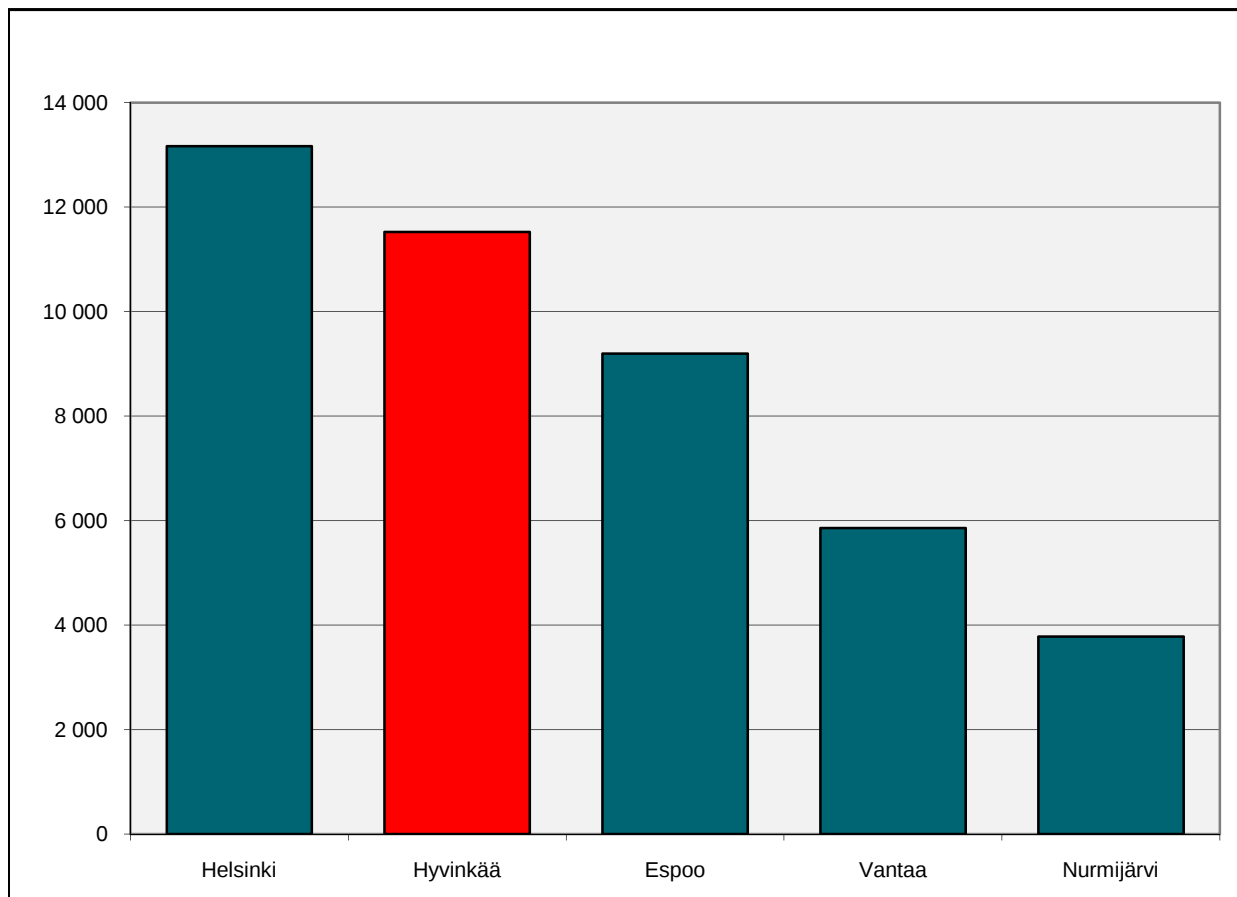


Päivittäin kävijöitä oli keskimäärin n. 4 200. Eniten kävijöitä kävi messujen viimeisenä lauantaina.



3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFIILI

Kävijät Uudeltamaalta



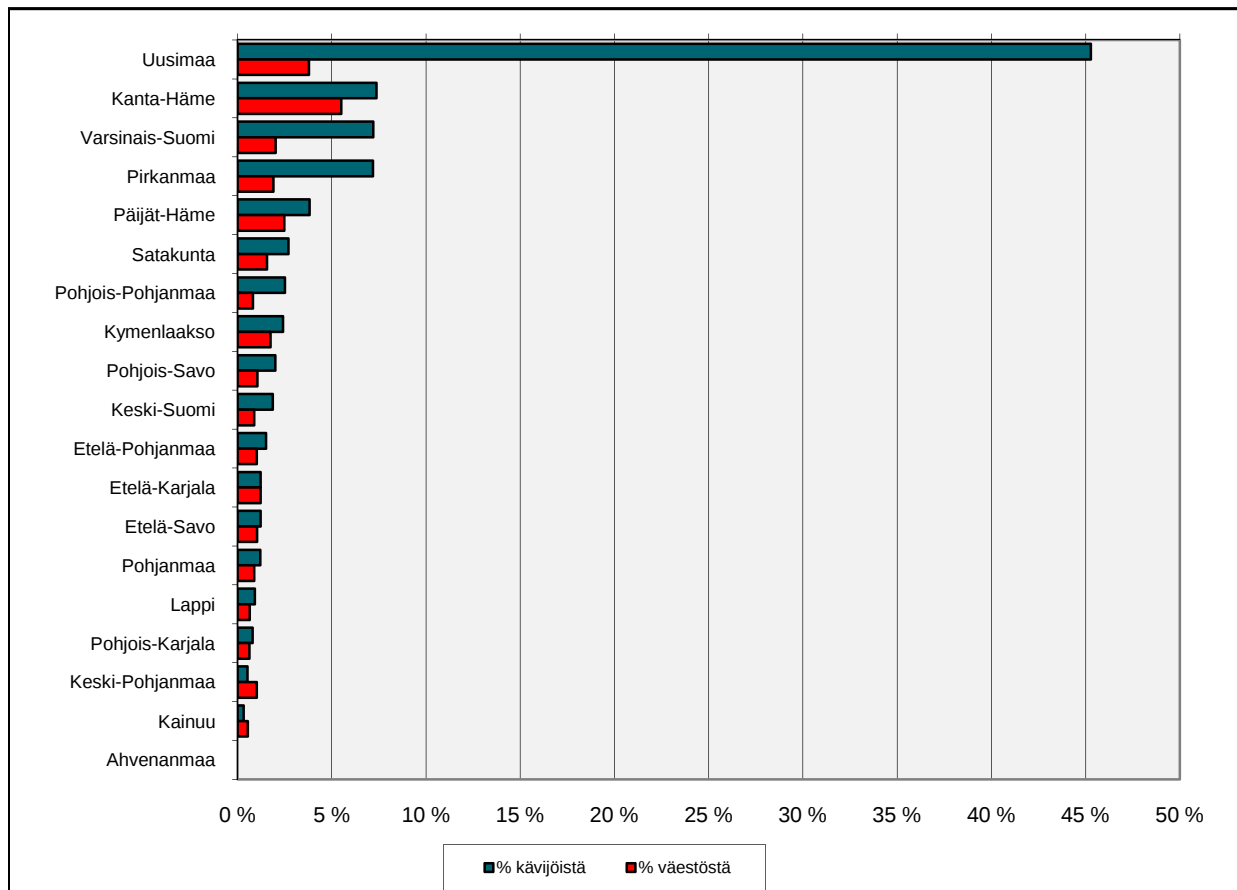
Kävijät Uudeltamaalta	vastanneet	kävijät	%-osuus kävijöistä	%-osuus väestöstä
Helsinki	850	13 163	10,0 %	2,2 %
Hyvinkää	744	11 522	8,8 %	25,1 %
Espoo	594	9 199	7,0 %	3,6 %
Vantaa	378	5 854	4,5 %	2,8 %
Nurmijärvi	244	3 779	2,9 %	9,2 %
Tuusula	218	3 376	2,6 %	8,9 %
Järvenpää	183	2 834	2,2 %	7,1 %
Kerava	123	1 905	1,5 %	5,5 %
Lohja	116	1 796	1,4 %	3,8 %
Vihti	114	1 765	1,3 %	6,1 %
Kirkkonummi	79	1 223	0,9 %	3,2 %
Mäntsälä	79	1 223	0,9 %	6,0 %
Karkkila	30	465	0,4 %	5,1 %
Kauniainen	21	325	0,2 %	3,7 %
Pornainen	5	77	0,1 %	1,5 %
Siuntio	4	62	0,0 %	1,0 %

45 % kävijöistä tuli Uudeltamaalta.

Neljännes Hyvinkääläisistä kävi messuilla. Joka kymmenes kävijä tuli Helsingistä.



Kävijät maakunnittain



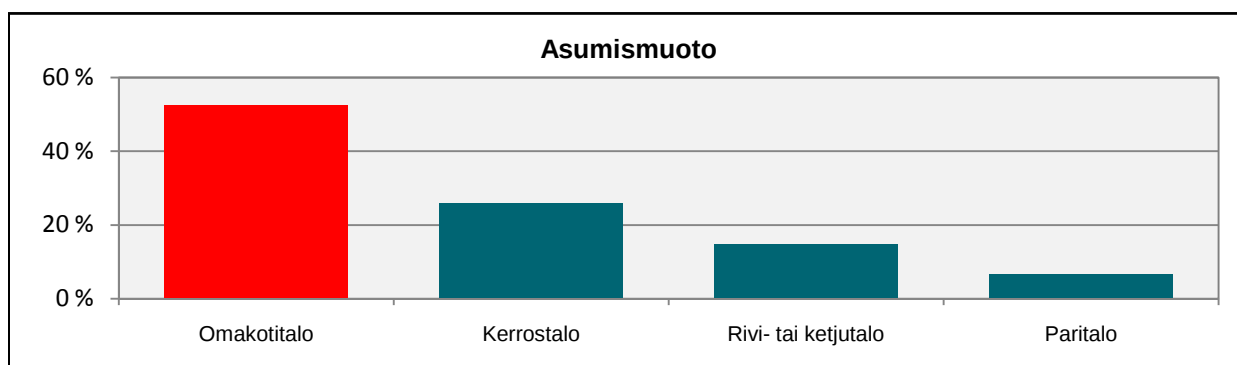
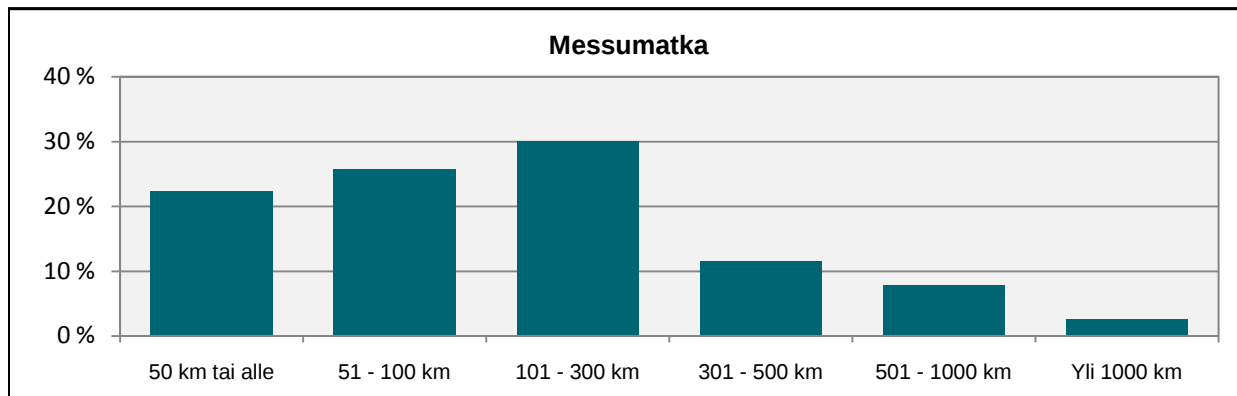
Maakunnat	väestö	vastanneet	kävijät	% kävijöistä	% väestöstä
Uusimaa	1 566 835	3 831	59 328	45,3 %	3,8 %
Kanta-Häme	175 472	623	9 648	7,4 %	5,5 %
Varsinais-Suomi	468 936	610	9 447	7,2 %	2,0 %
Pirkanmaa	496 568	608	9 416	7,2 %	1,9 %
Päijät-Häme	202 548	324	5 018	3,8 %	2,5 %
Satakunta	224 934	228	3 531	2,7 %	1,6 %
Pohjois-Pohjanmaa	400 670	213	3 299	2,5 %	0,8 %
Kymenlaakso	181 421	204	3 159	2,4 %	1,7 %
Pohjois-Savo	248 233	169	2 617	2,0 %	1,1 %
Keski-Suomi	275 161	158	2 447	1,9 %	0,9 %
Etelä-Pohjanmaa	194 058	128	1 982	1,5 %	1,0 %
Etelä-Karjala	132 355	104	1 611	1,2 %	1,2 %
Etelä-Savo	153 426	103	1 595	1,2 %	1,0 %
Pohjanmaa	179 663	102	1 580	1,2 %	0,9 %
Lappi	182 844	77	1 192	0,9 %	0,7 %
Pohjois-Karjala	165 754	67	1 038	0,8 %	0,6 %
Keski-Pohjanmaa	68 610	45	697	0,5 %	1,0 %
Kainuu	80 685	28	434	0,3 %	0,5 %
Ahvenanmaa	28 501	0	0	0,0 %	0,0 %

Lähes puolet kävijöistä tuli Uudeltamaalta.

Eniten suhteessa väestöön tuli Kanta-Hämeestä.



Messumatka ja asumismuoto



Messumatkan kokonaispituus

edestakaisin	vastanneet	%-osuus
50 km tai alle	1 348	22,3 %
51 - 100 km	1 552	25,7 %
101 - 300 km	1 819	30,1 %
301 - 500 km	698	11,5 %
501 - 1000 km	472	7,8 %
Yli 1000 km	155	2,6 %

Asumismuoto	vastanneet	%-osuus
Omakotitalo	4 074	52,5 %
Kerrostalo	2 019	26,0 %
Rivi- tai ketjutalo	1 148	14,8 %
Paritalo	523	6,7 %

Onko teillä mökki?	vastanneet	%-osuus
Kyllä	2 492	36,5 %
Ei	4 329	63,5 %

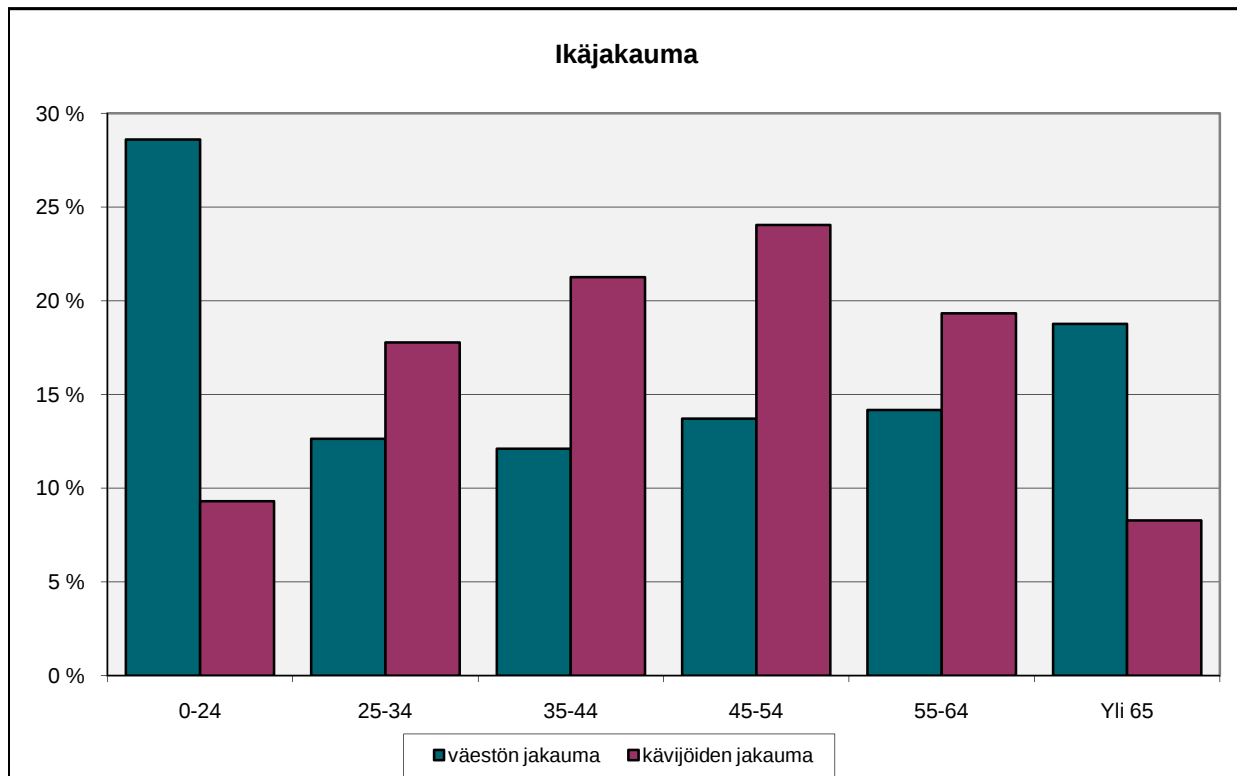
Mistä lähditte messuille?	vastanneet	%-osuus
Kotoa	513	85,1 %
Mökiltä	24	4,0 %
Muualta	66	10,9 %

Lähes puolella kävijöistä oli messuille matkaa alle 50 km.

Suurin osa tuli messuille kotoa.



Kävijäprofiili



Ikäjakauma	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
0-24	1 551 863	660	28,6 %	9,3 %
25-34	686 054	1 260	12,6 %	17,8 %
35-44	657 312	1 507	12,1 %	21,3 %
45-54	744 469	1 705	13,7 %	24,0 %
55-64	768 783	1 371	14 %	19,3 %
Yli 65	1 018 193	587	18,8 %	8,3 %

Sukupuoli	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
Nainen	2 760 000	4 974	50,9 %	65,2 %
Mies	2 667 000	2 655	49,1 %	34,8 %

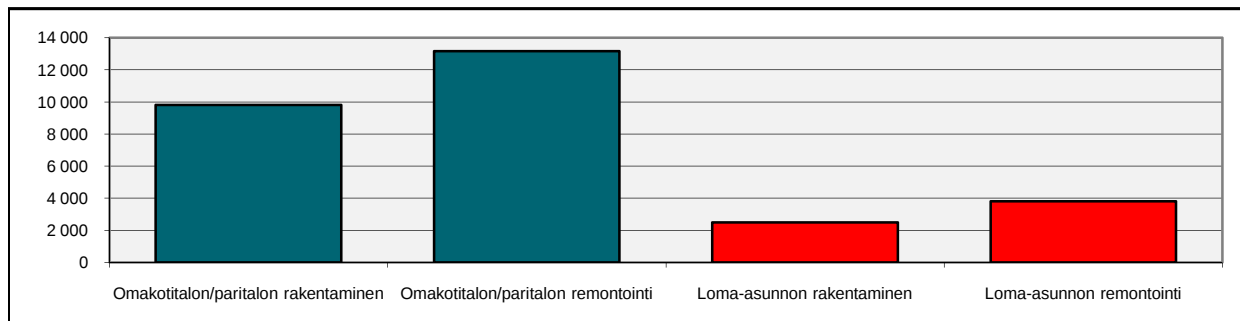
Ammattiryhmät	vastanneet	%-osuus
Ammattityöväestö	1 381	18,7 %
Ylempi toimihenkilö	1 908	25,8 %
Alempi toimihenkilö	1 377	18,6 %
Eläkeläinen	846	11,4 %
Opiskelija	659	8,9 %
Yrittäjä	558	7,6 %
Johtava asema	457	6,2 %
Olen rakennusallalla	157	2,1 %
Maanviljelijä	47	0,6 %

48 % messuvieraista on alle 45-vuotiaita.

Tampereella vastaava luku oli 56 %.



Rakennus- ja remonttiaikomukset



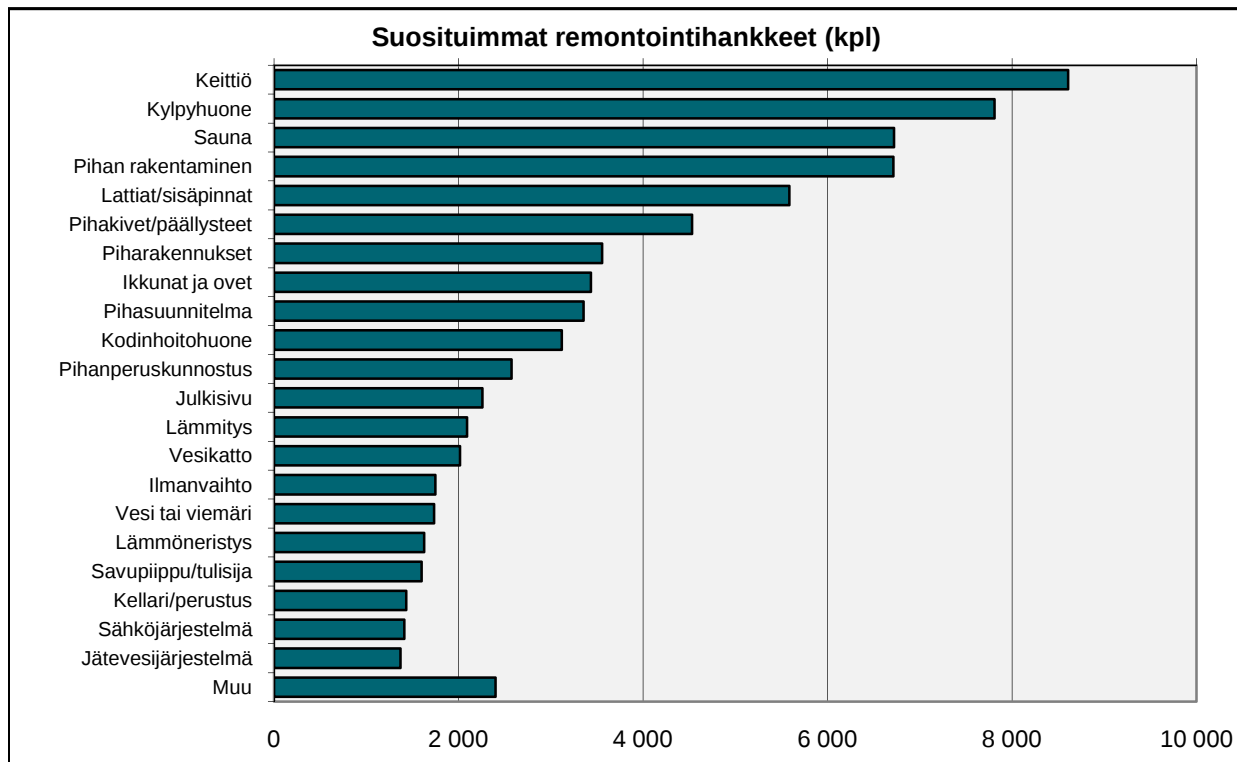
Hyvinkään hankkeet	aloitus 2013-2014	aloitus 2014-2015	aloitus myöh.	aloitus ei vuotta	aloitus yhteensä
Omakotitalon/paritalon rakentaminen	4,3 %	4,8 %	5,1 %	2,0 %	16,2 %
Omakotitalon/paritalon remontointi	5,3 %	6,3 %	4,6 %	5,5 %	21,7 %
Omakotitalon/paritalon laajennus	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,3 %	1,6 %
Omakotitalon/paritalon osto/myynti	1,4 %	1,9 %	3,0 %	0,9 %	7,2 %
Loma-asunnon rakentaminen	0,9 %	1,2 %	1,4 %	0,7 %	4,1 %
Loma-asunnon remontointi	1,2 %	2,0 %	1,4 %	1,7 %	6,3 %
Loma-asunnon laajennus	0,2 %	0,4 %	0,3 %	0,4 %	1,3 %
Loma-asunnon osto/myynti	0,3 %	0,5 %	1,0 %	0,5 %	2,3 %
Rivi- tai kerrostaloasunnon remontointi	2,1 %	2,4 %	1,9 %	1,5 %	7,7 %
Rivi- tai kerrostaloasunnon laajennus	0,0 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,3 %
Rivi- tai kerrostaloasunnon osto/myynti	1,2 %	1,7 %	2,2 %	0,7 %	5,7 %
Saunan rakentaminen	0,7 %	0,6 %	0,7 %	0,7 %	2,8 %
Saunan remontointi	1,4 %	2,1 %	1,2 %	1,5 %	6,2 %

Hyvinkään hankevolyymit	volyyymi 2013-2014	volyyymi 2014-2015	volyyymi myöh.	volyyymi ei vuotta	volyyymi yhteensä
Omakotitalon/paritalon rakentaminen	2 611	2 919	3 077	1 212	9 819
Omakotitalon/paritalon remontointi	3 192	3 845	2 776	3 357	13 169
Omakotitalon/paritalon laajennus	244	258	273	186	961
Omakotitalon/paritalon osto/myynti	825	1 169	1 800	545	4 339
Loma-asunnon rakentaminen	516	710	832	445	2 503
Loma-asunnon remontointi	732	1 234	832	1 019	3 816
Loma-asunnon laajennus	108	237	208	230	782
Loma-asunnon osto/myynti	179	308	631	280	1 399
Rivi- tai kerrostaloasunnon remontointi	1 248	1 427	1 126	882	4 684
Rivi- tai kerrostaloasunnon laajennus	22	36	57	43	158
Rivi- tai kerrostaloasunnon osto/myynti	703	1 004	1 356	416	3 479
Saunan rakentaminen	423	387	452	452	1 714
Saunan remontointi	839	1 277	732	889	3 737

Messukävijöistä 22,5 % aikoo vuoden sisällä käyttää rahaa rakentamiseen tai remontoimiseen. Keskimäärin käytettävä summa on n. 40 400 € eli n. 550 miljoonaa euroa. Kävijöiden hankkeista lähes puolet kohdistuu omakotitaloasumiseen. Reilu viidennes kävijäperheistä aikoo remontoida lähivuosina.



Remontointihankkeet



Remontointihankkeet	vastanneet	%-osuus	messu-volyymi	% remonteista
Keittiö	1 200	14,2 %	8 607	33,9 %
Kylpyhuone	1 089	12,9 %	7 811	30,7 %
Sauna	937	11,1 %	6 721	26,5 %
Pihan rakentaminen	936	11,1 %	6 714	26,4 %
Lattiat/sisäpinnat	779	9,2 %	5 587	22,0 %
Pihakivet/päälysteet	632	7,5 %	4 533	17,8 %
Piharakennukset	496	5,9 %	3 558	14,0 %
Ikkunat ja ovet	479	5,7 %	3 436	13,5 %
Pihasuunnitelma	468	5,5 %	3 357	13,2 %
Kodinhoitohuone	435	5,1 %	3 120	12,3 %
Pihanperuskunnostus	359	4,2 %	2 575	10,1 %
Julkisivu	315	3,7 %	2 259	8,9 %
Lämmitys	292	3,5 %	2 094	8,2 %
Vesikatto	281	3,3 %	2 016	7,9 %
Ilmanvaihto	244	2,9 %	1 750	6,9 %
Vesi tai viemäri	242	2,9 %	1 736	6,8 %
Lämmöneristys	227	2,7 %	1 628	6,4 %
Savupiippu/tulisija	223	2,6 %	1 599	6,3 %
Kellari/perustus	200	2,4 %	1 435	5,6 %
Sähköjärjestelmä	197	2,3 %	1 413	5,6 %
Jätevesijärjestelmä	191	2,3 %	1 370	5,4 %
Muu	335	4,0 %	2 403	9,5 %

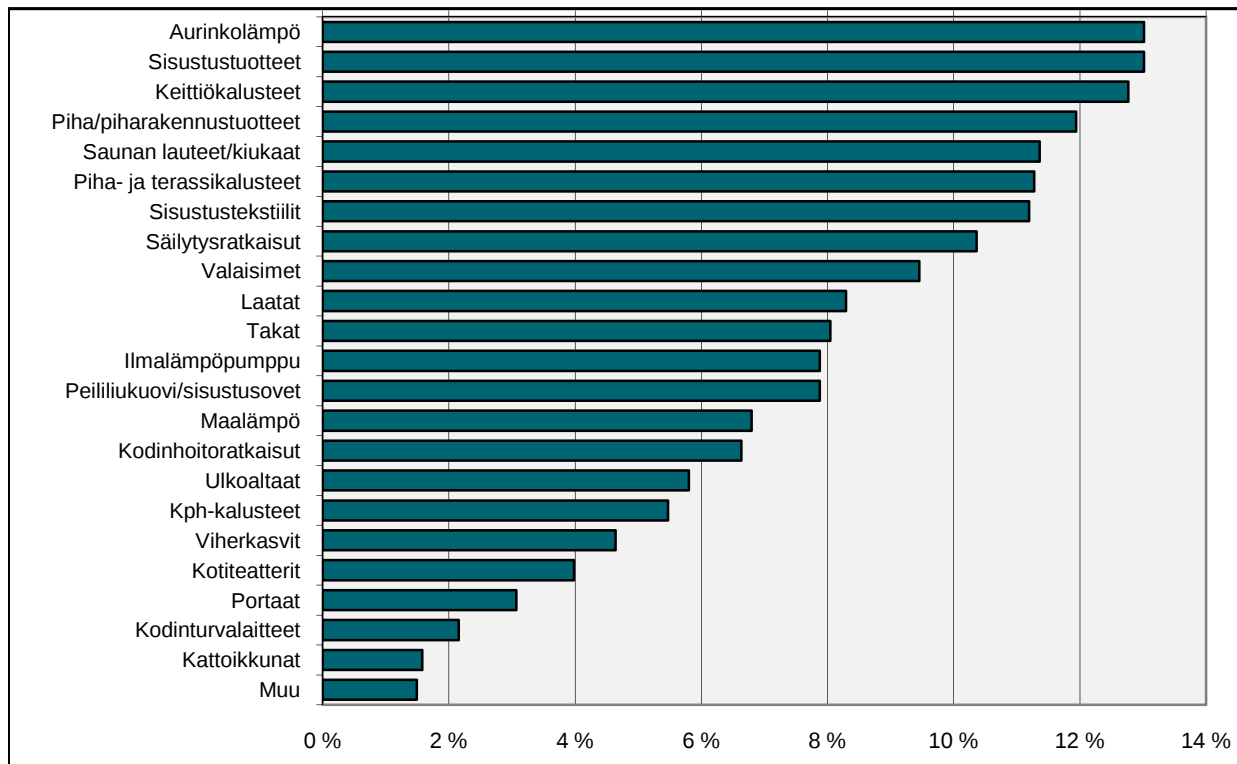
Messuvieraat hakivat ideoita kettiin, kylpyhuoneeseen, saunaan ja pihan rakentamiseen.

Remonttia tekeviä perheitä oli kaikkiaan 25 400 kpl.

Eri hankkeita on suunnitteilla kaikkiaan 75 700 kpl.



Kiinnostavat tuotteet



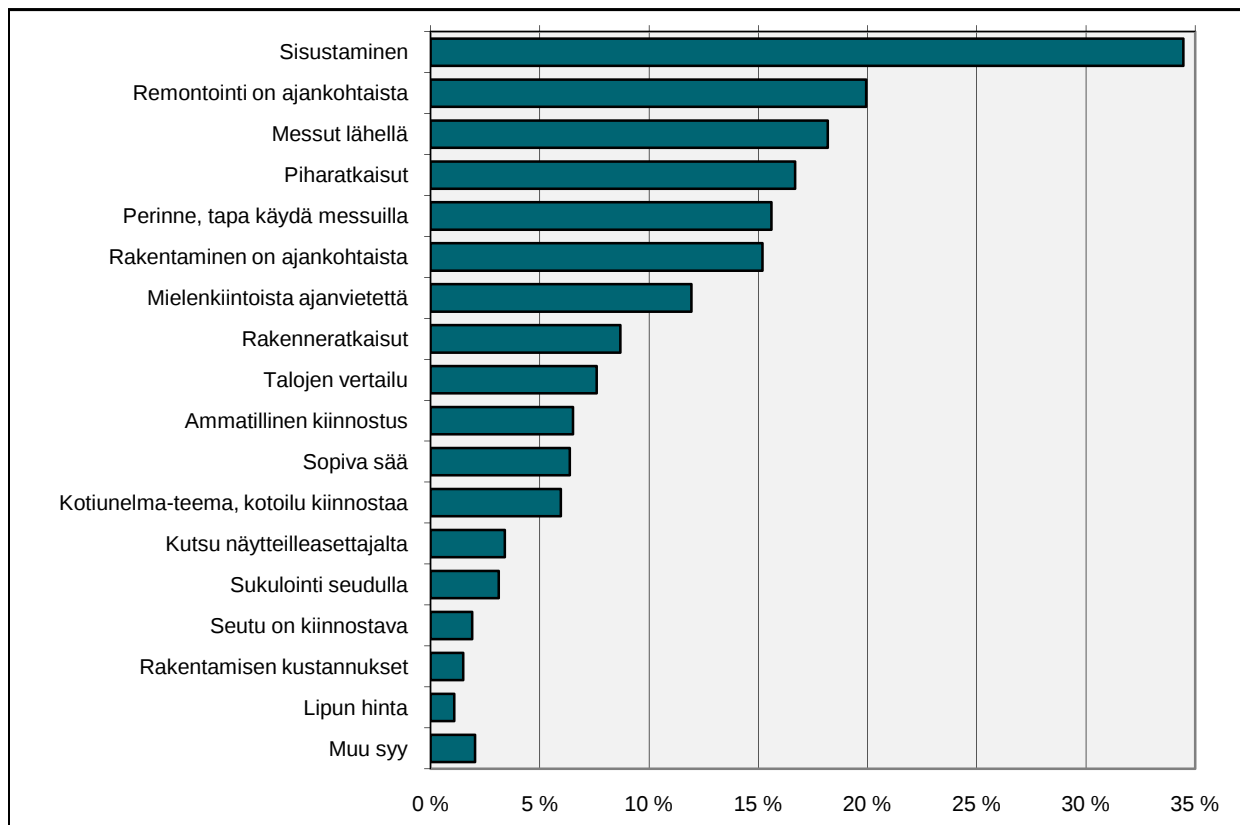
Kiinnostavat tuotteet	vastanneet	% osuus	volyymi
Aurinkolämpö	157	13,0 %	7 900
Sisustustuotteet	157	13,0 %	7 900
Keittiökalusteet	154	12,8 %	7 749
Piha/piharakennustuotteet	144	11,9 %	7 246
Saunan lauteet/kiukaat	137	11,4 %	6 894
Piha- ja terassikalusteet	136	11,3 %	6 844
Sisustustekstiilit	135	11,2 %	6 793
Säilytysratkaisut	125	10,4 %	6 290
Valaisimet	114	9,5 %	5 737
Laatat	100	8,3 %	5 032
Takat	97	8,0 %	4 881
Ilmalämpöpumppu	95	7,9 %	4 781
Peililiukuovi/sisustusovet	95	7,9 %	4 781
Maalämpö	82	6,8 %	4 126
Kodinhoitoratkaisut	80	6,6 %	4 026
Ulkoaltaat	70	5,8 %	3 522
Kph-kalusteet	66	5,5 %	3 321
Viherkasvit	56	4,6 %	2 818
Kotiteatterit	48	4,0 %	2 415
Portaat	37	3,1 %	1 862
Kodinturvalaitteet	26	2,2 %	1 308
Kattoikkunat	19	1,6 %	956
Muu	18	1,5 %	906

Eniten kiinnostivat aurinkolämpö, sisutamisen tuotteet ja keittiökalusteet.



4. MESSUILLE TULO

Mikä sai lähtemään messuille?



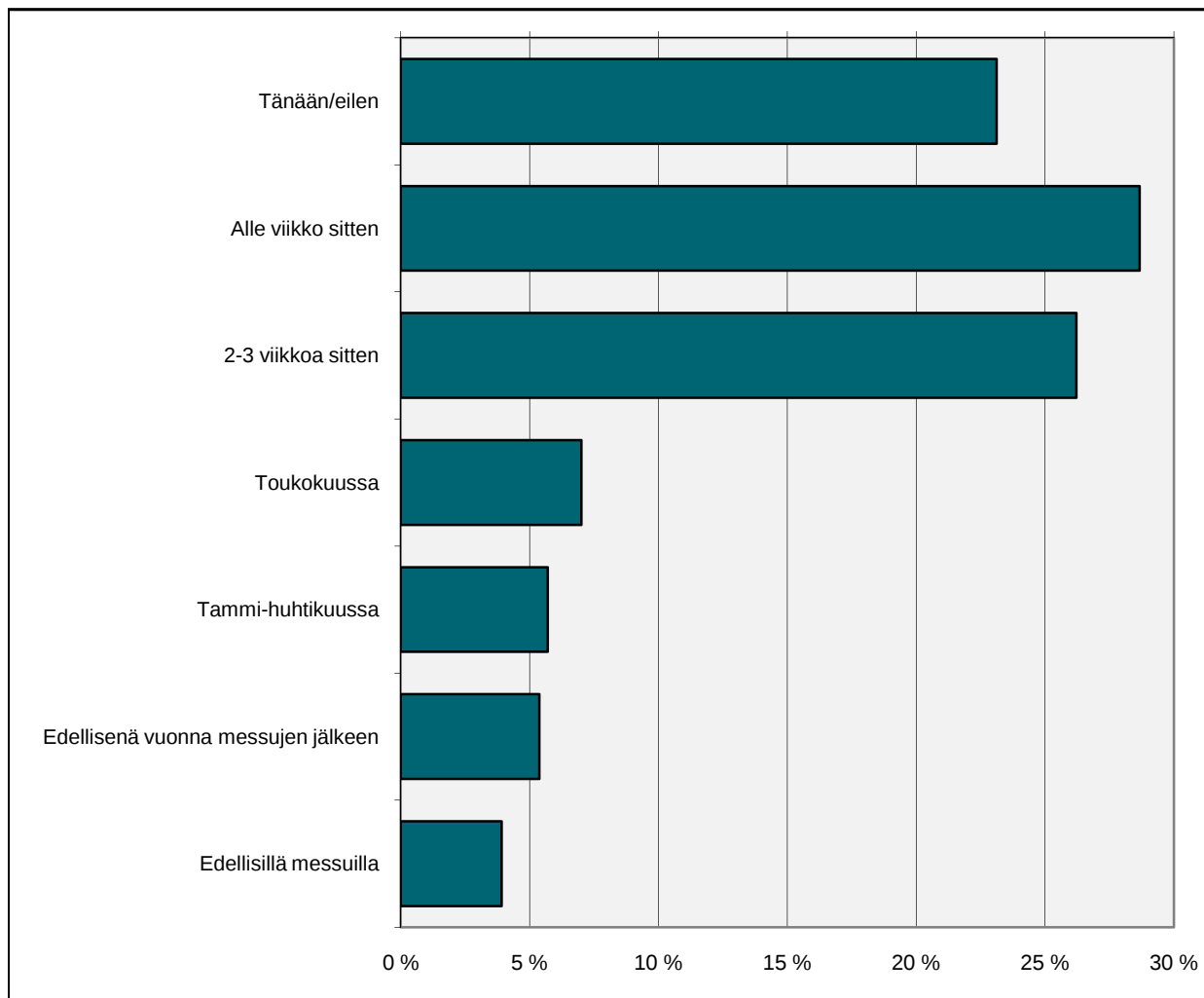
Mikä sai lähtemään messuille?

	vastanneet	%-osuus
Sisustaminen	254	34,5 %
Remontointi on ajankohtaista	147	19,9 %
Messut lähellä	134	18,2 %
Piharatkaisut	123	16,7 %
Perinne, tapa käydä messuilla	115	15,6 %
Rakentaminen on ajankohtaista	112	15,2 %
Mielenkiintoista ajanvietettä	88	11,9 %
Rakenneratkaisut	64	8,7 %
Talojen vertailu	56	7,6 %
Ammatillinen kiinnostus	48	6,5 %
Sopiva sää	47	6,4 %
Kotiunelma-teema, kotoilu kiinnostaa	44	6,0 %
Kutsu näytteilleasettajalta	25	3,4 %
Sukulointiseudulla	23	3,1 %
Seutu on kiinnostava	14	1,9 %
Rakentamisen kustannukset	11	1,5 %
Lipun hinta	8	1,1 %
Muu syy	15	2,0 %

Sisustaminen on selkeästi tärkein syy lähteä messuille. Sen jälkeen tulee remontoinnin ajankohtaisuus, messujen läheisyys ja piharatkaisut.



Päätös lähteä messuille



Päätös lähteä messuille

	vastanneet	%-osuus
Tänään/eilen	142	23,1 %
Alle viikko sitten	176	28,7 %
2-3 viikkoa sitten	161	26,2 %
Toukokuussa	43	7,0 %
Tammi-huhtikuussa	35	5,7 %
Edellisenä vuonna messujen jälkeen	33	5,4 %
Edellisillä messuilla	24	3,9 %

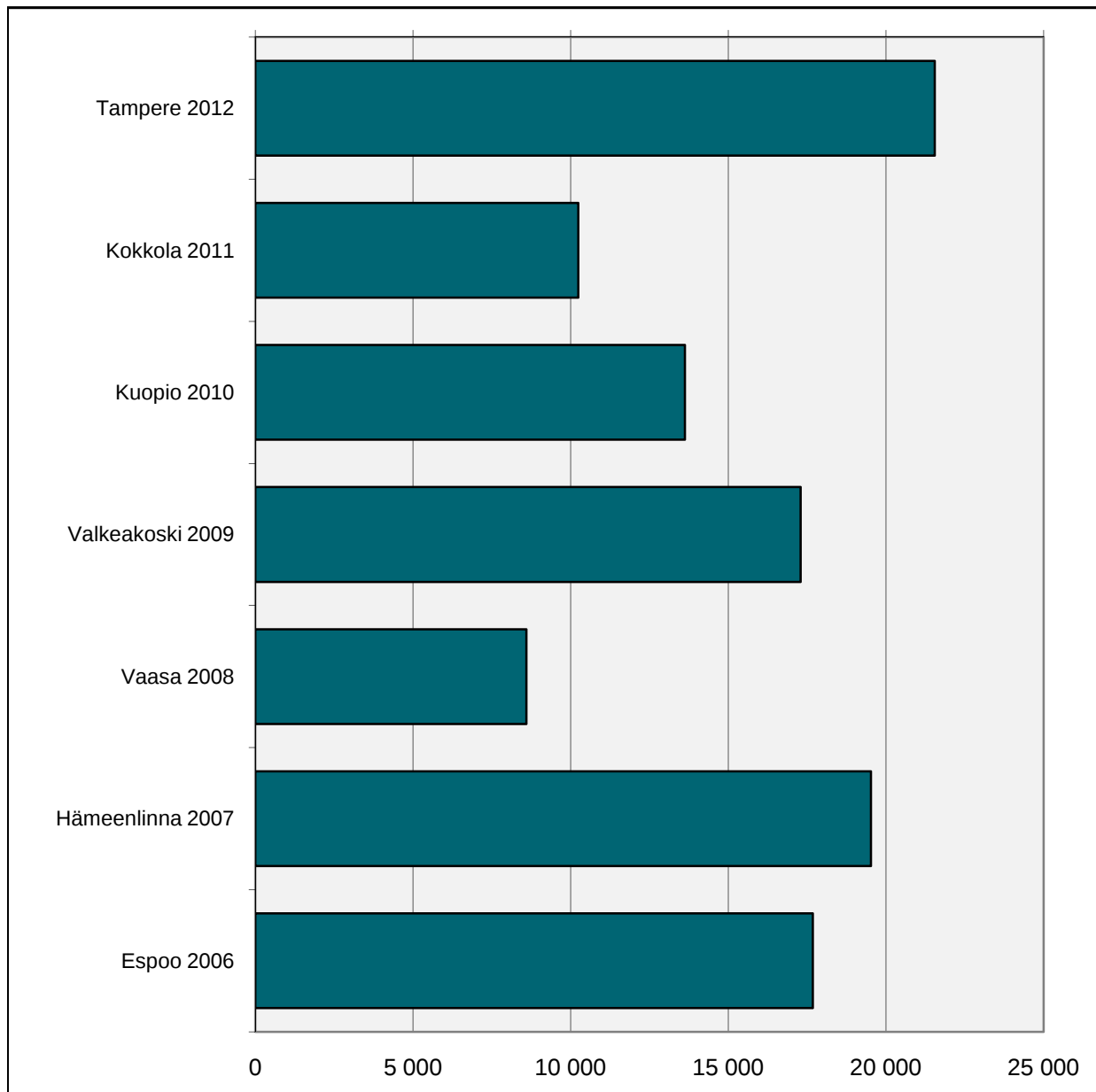
Miksi tulitte arkipäivänä/viikonloppuna?

	vastanneet	%-osuus
Perheelle/seurueelle kävi vain tämä päivä	190	33,6 %
Melko spontaanisti	144	25,4 %
Oletin että on väljempää	132	23,3 %
Olen muulloin töissä	55	9,7 %
Liittyi messumatkan muuhun ohjelmaan	36	6,4 %
Työnantajan suostumus	9	1,6 %

Yli puolet kävijöistä tekee päätöksen messuille lähdestä alle viikon varoitusajalla.



Aikaisemmat asuntomessukäynnit



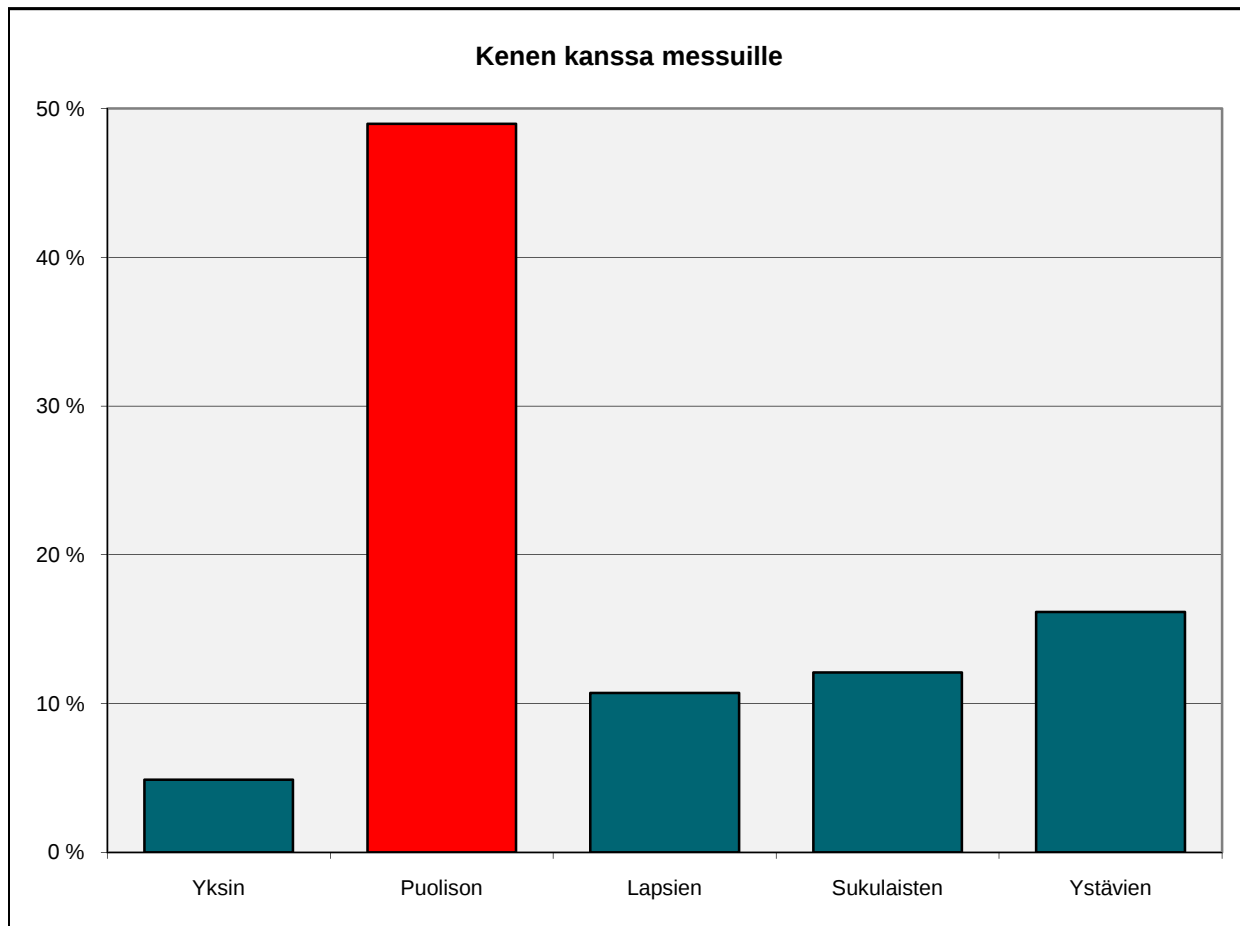
Aikaisemmat asuntomessukäynnit

	vastanneet	%-osuus	volyymi
Tampere 2012	223	16,4 %	21 548
Kokkola 2011	106	7,8 %	10 243
Kuopio 2010	141	10,4 %	13 625
Valkeakoski 2009	179	13,2 %	17 297
Vaasa 2008	89	6,6 %	8 600
Hämeenlinna 2007	202	14,9 %	19 519
Espoo 2006	183	13,5 %	17 683

Joka kuudes kävi myös
Tampereen
Asuntomessuilla.



Kulkuväline ja kenen kanssa



Tulin messuille

	vastanneet	%-osuus
Henkilöautolla	511	82,0 %
Bussilla	32	5,1 %
Pyörällä/kävelen	33	5,3 %
Junalla	39	6,3 %
Muulla	8	1,3 %

Kenen kanssa tulit?

	vastanneet	%-osuus
Yksin	36	4,9 %
Puolison	361	49,0 %
Lapsien	79	10,7 %
Sukulaisten	89	12,1 %
Ystävien	119	16,1 %

Säätila messupäivänä

	vastanneet	%-osuus
Aurinkoinen	3 673	51,0 %
Pilvipouta	2 877	39,9 %
Sateinen	497	6,9 %
Kylmä	156	2,2 %

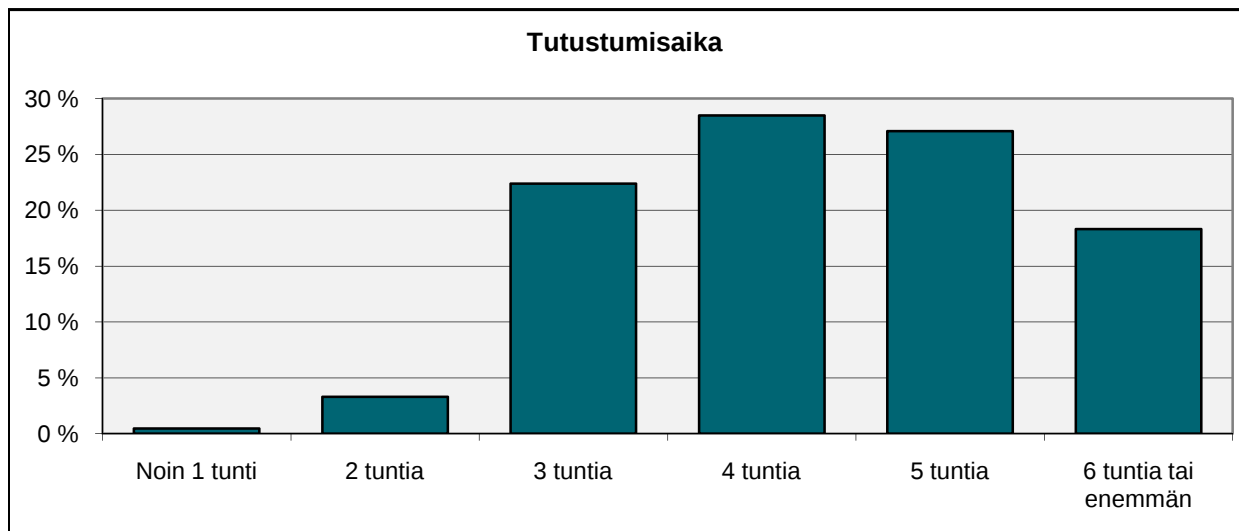
Enemmistö tuli messuille henkilöautolla puolison kanssa.

60 % kävijöistä tuli messuille perheenjäsenen kanssa. Joka neljäs tuli ystävän tai sukulaisen kanssa. Harva tuli yksin.



5. MESSUILLA OLO

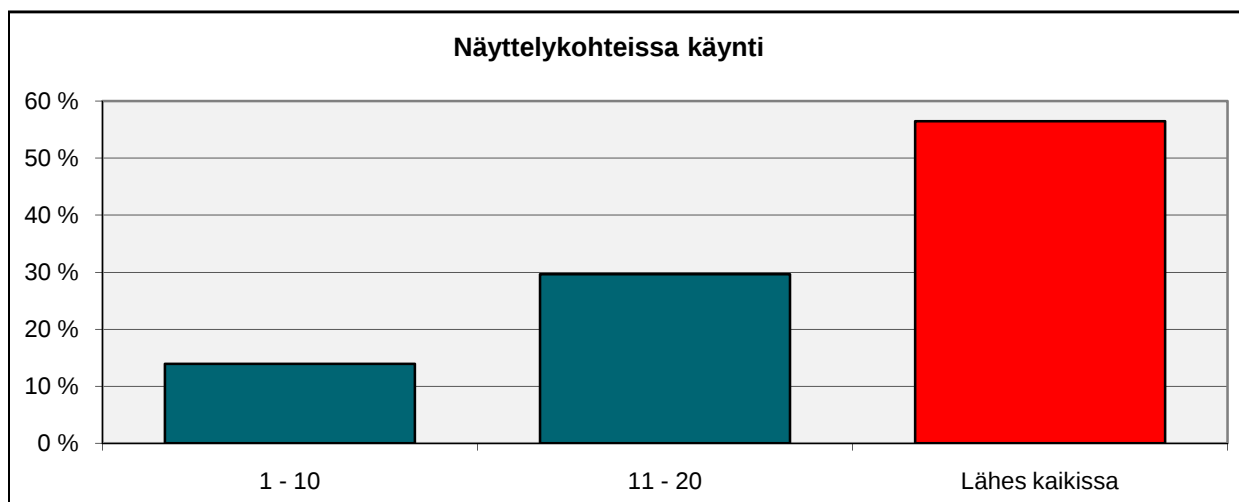
Näyttelykohteissa käynti



Tutustumisaika messuihin

	vastanneet	%-osuus
Noin 1 tunti	3	0,5 %
2 tuntia	21	3,3 %
3 tuntia	143	22,4 %
4 tuntia	182	28,5 %
5 tuntia	173	27,1 %
6 tuntia tai enemmän	117	18,3 %

Kohteet katsellaan rauhassa läpi.
Jopa 96 % kävijöistä kiertää alueella
yli 3 tuntia!



Näyttelykohteissa käynti

	vastanneet	%-osuus
1 - 10	85	13,9 %
11 - 20	181	29,6 %
Lähes kaikissa	345	56,5 %

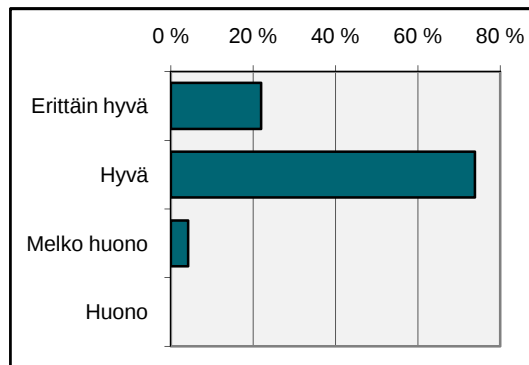
56,5 % kävijöistä kävi lähes kaikissa
messukohteissa. Tampereella
vastaava luku oli 37 %.



Laatu ja monipuolisuus

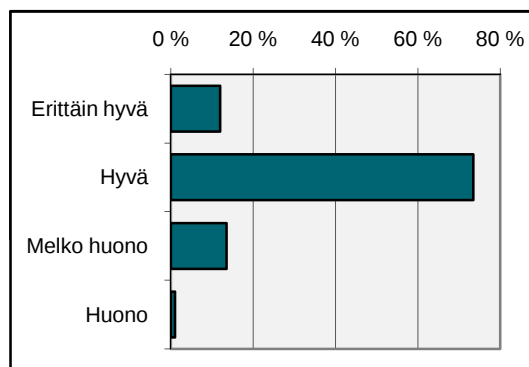
Näyttelykohteiden laatu	vastanneet	%-osuus
Erittäin hyvä	130	21,9 %
Hyvä	438	73,9 %
Melko huono	25	4,2 %
Huono	0	0,0 %

Lähes kaikki kävijät kokivat näyttelykohteiden laadun vähintään hyvänä.



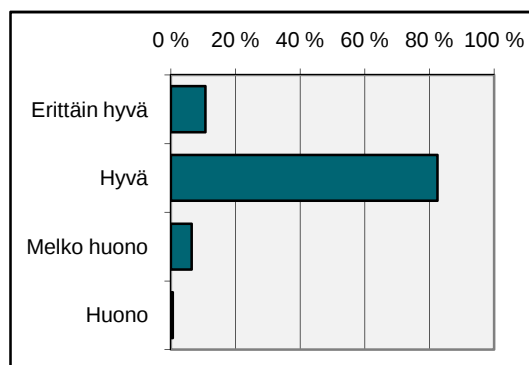
Näyttelykohteiden monipuolisuus	vastanneet	%-osuus
Erittäin hyvä	71	12,0 %
Hyvä	435	73,5 %
Melko huono	80	13,5 %
Huono	6	1,0 %

Näyttelykohteiden monipuolisuus koetaan hyvänä. 14,5 % kävijöistä oli sitä mieltä, että voisi olla vielä monipuolisempaa.



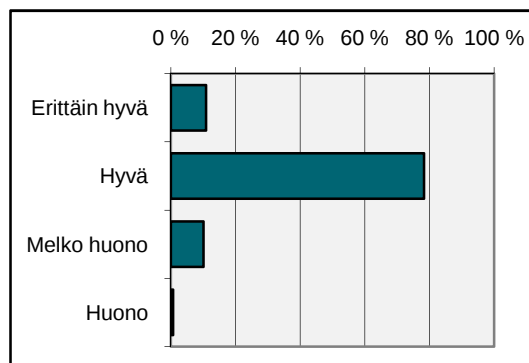
Muun messutarjonnan laatu	vastanneet	%-osuus
Erittäin hyvä	62	10,7 %
Hyvä	480	82,5 %
Melko huono	37	6,4 %
Huono	3	0,5 %

Suurin osa kokee muun messutarjonnan laadun hyvänä.



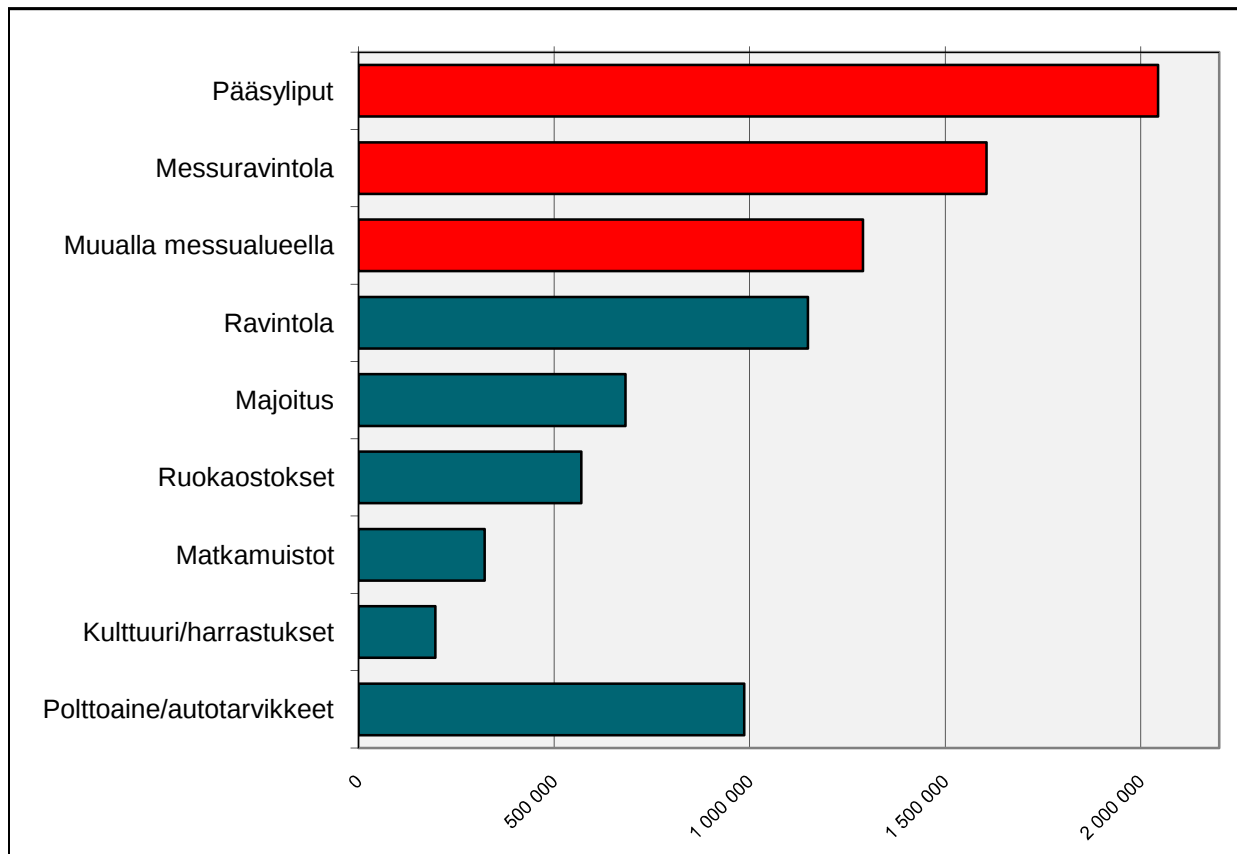
Muun messutarjonnan monipuolisuus	vastanneet	%-osuus
Erittäin hyvä	63	10,9 %
Hyvä	452	78,3 %
Melko huono	58	10,1 %
Huono	4	0,7 %

Muu messutarjonta on riittävän monipuolista.





Rahankulutus



Kuinka paljon seurueenne käytti rahaa henkilöä kohden?

	Käytti perheistä	Perheitä	€/kävijäperhe	Yhteensä
Pääsyliput	89,0 %	54 028	37,83	2 043 936
Messuravintola	89,1 %	54 098	29,67	1 605 100
Muualla messualueella	57,7 %	35 001	36,83	1 289 240
				4 938 277

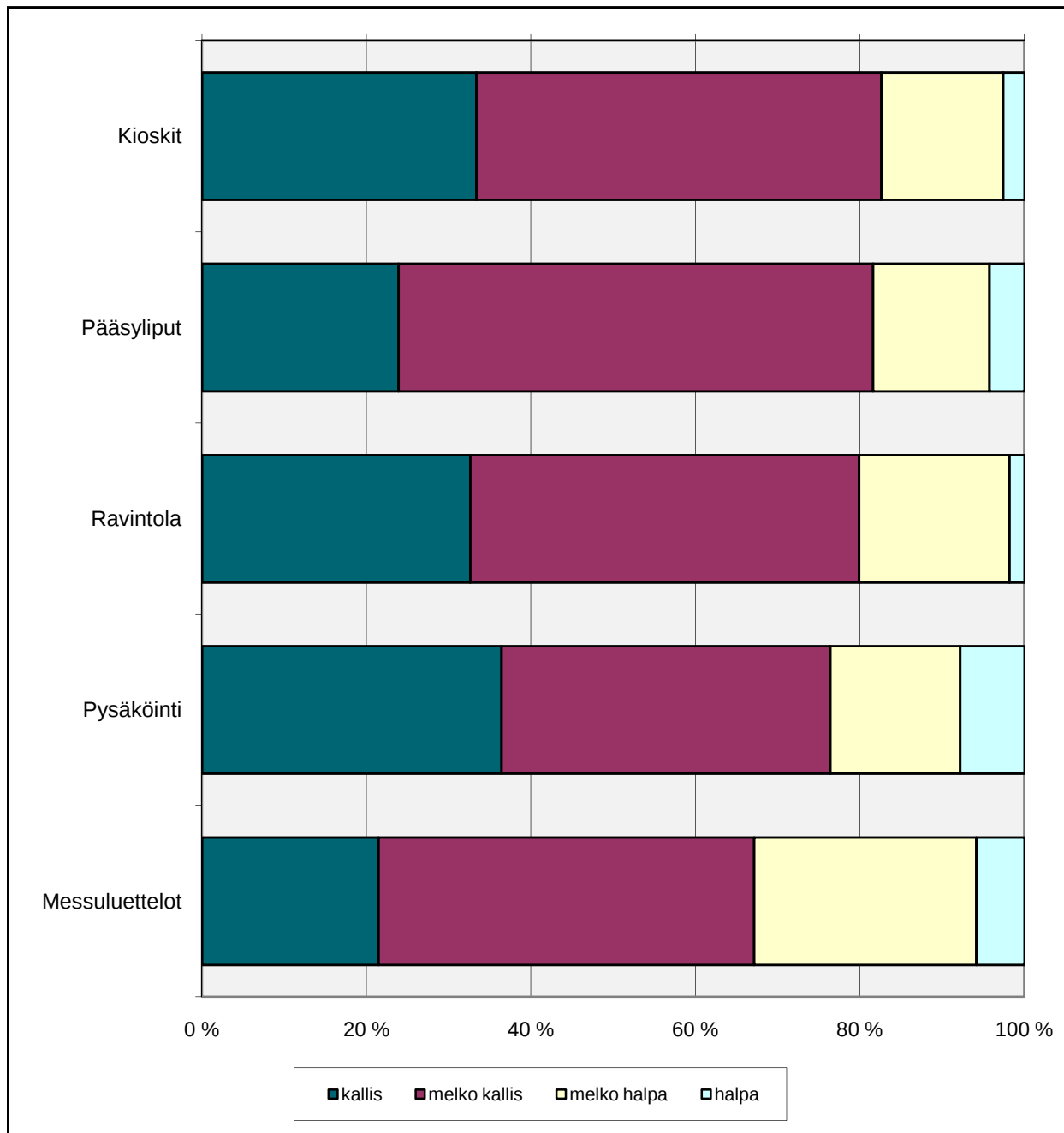
Rahan kulutus muualla messupaikkakunnalla

	Käytti perheistä	Perheitä	€/kävijäperhe	Yhteensä
Ravintola	45,8 %	27 816	41,29	1 148 455
Majoitus	9,8 %	5 961	114,55	682 751
Ruokaostokset	17,7 %	10 741	53,00	569 295
Matkamuistot	10,0 %	6 069	53,18	322 755
Kulttuuri/harrastukset	5,6 %	3 372	58,33	196 677
Polttoaine/autotarvikkeet	30,8 %	18 712	52,70	986 196
				3 906 130

Messuvieraat jättivät messuille n. 4,9 miljoonaa euroa, messupaikkakunnalle n. 3,9 milj. euroa. Talouden tilanne näkyy myös rahan käytössä. Rahaa kulutettiin n. 10 % vähemmän kävijää kohden kuin viime kesänä Tampereen messuilla.



Palveluiden hinnat



Mitä mieltä olitte

messupalveluiden hinnoista?

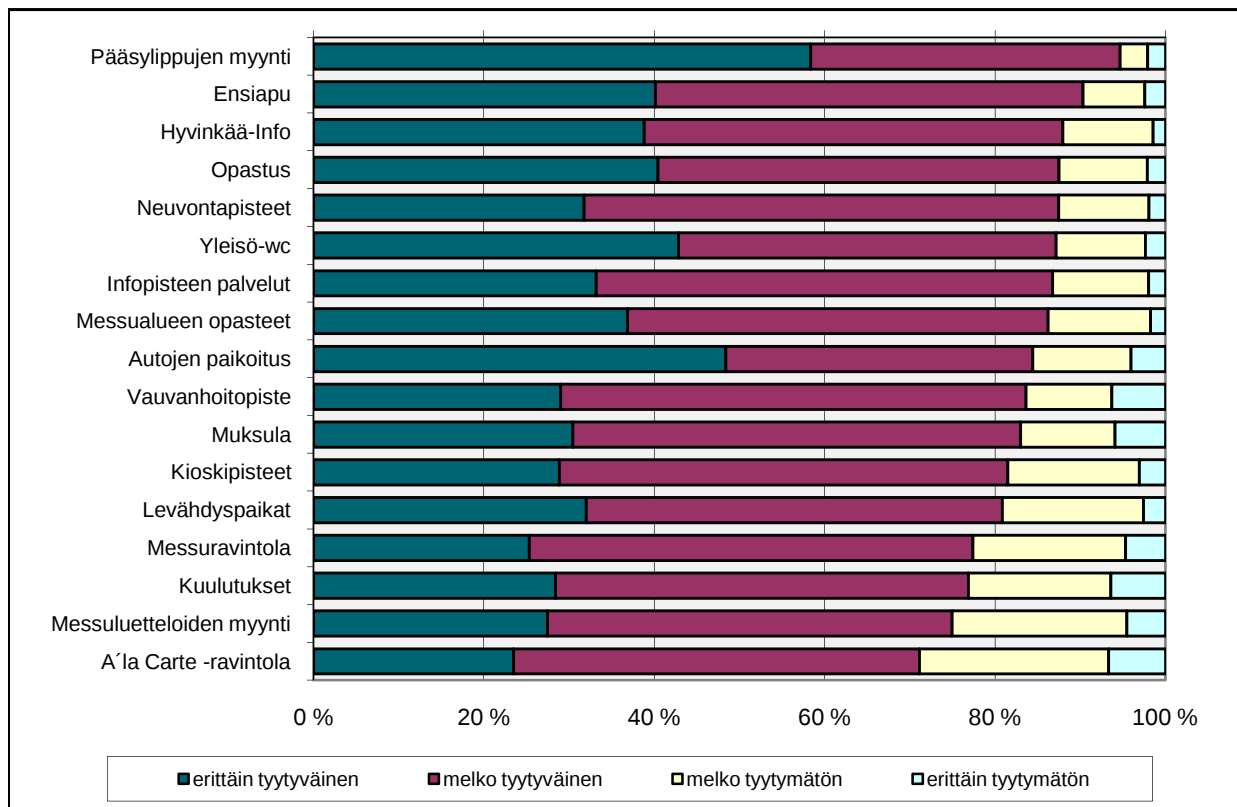
	kallis	melko kallis	melko halpa	halpa
Kioskit	33,3 %	49,2 %	14,8 %	2,6 %
Pääsyliput	23,9 %	57,7 %	14,2 %	4,2 %
Ravintola	32,6 %	47,3 %	18,3 %	1,8 %
Pysäköinti	36,4 %	40,0 %	15,8 %	7,8 %
Messuluettelot	21,4 %	45,7 %	27,0 %	5,8 %

Messupalveluiden hinnat olivat tasapainossa toisiinsa nähden.



6. TYYTYVÄISYYS MESSUIHIN

Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?



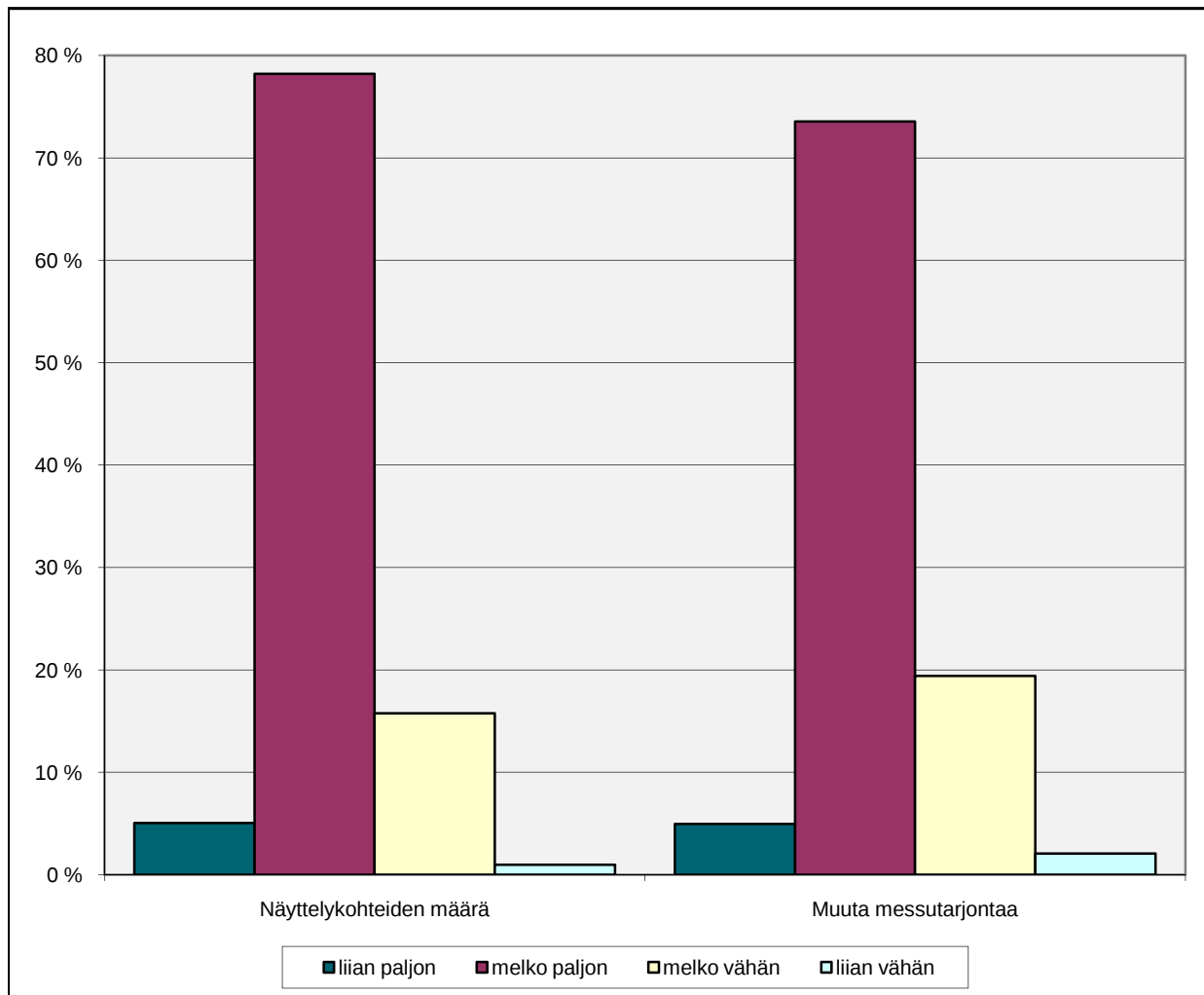
Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
Pääsylippujen myynti	58,4 %	36,3 %	3,2 %	2,1 %
Ensiapu	40,1 %	50,2 %	7,3 %	2,4 %
Hyvinkää-Info	38,8 %	49,1 %	10,6 %	1,5 %
Opastus	40,4 %	47,1 %	10,4 %	2,1 %
Neuvontapisteet	31,8 %	55,7 %	10,6 %	1,9 %
Yleisö-wc	42,8 %	44,3 %	10,5 %	2,4 %
Infopisteen palvelut	33,2 %	53,6 %	11,3 %	2,0 %
Messualueen opasteet	36,8 %	49,4 %	12,0 %	1,8 %
Autojen paikoitus	48,4 %	36,0 %	11,5 %	4,0 %
Vauvanhoitopiste	29,0 %	54,6 %	10,1 %	6,3 %
Muksula	30,4 %	52,6 %	11,1 %	5,9 %
Kioskipisteet	28,9 %	52,6 %	15,4 %	3,1 %
Levähdyspaikat	32,0 %	48,8 %	16,6 %	2,6 %
Messuravintola	25,3 %	52,1 %	17,9 %	4,7 %
Kuulutukset	28,4 %	48,5 %	16,7 %	6,4 %
Messuluetteloiden myynti	27,4 %	47,5 %	20,5 %	4,5 %
A'la Carte -ravintola	23,5 %	47,6 %	22,2 %	6,7 %

Palveluihin oltiin hyvin tyytyväisiä.

Erityisesti lipunmyynti ja pysäköinnin ohjaus sai kiitosta.



Messutarjonnan riittävyys



Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
Näyttelykohteiden määrä	26	402	81	5
Muuta messutarjontaa	24	356	94	10

Messutarjonnan riittävyys

	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
Näyttelykohteiden määrä	5,1 %	78,2 %	15,8 %	1,0 %
Muuta messutarjontaa	5,0 %	73,6 %	19,4 %	2,1 %

Pitäisikö sisustuksen roolia

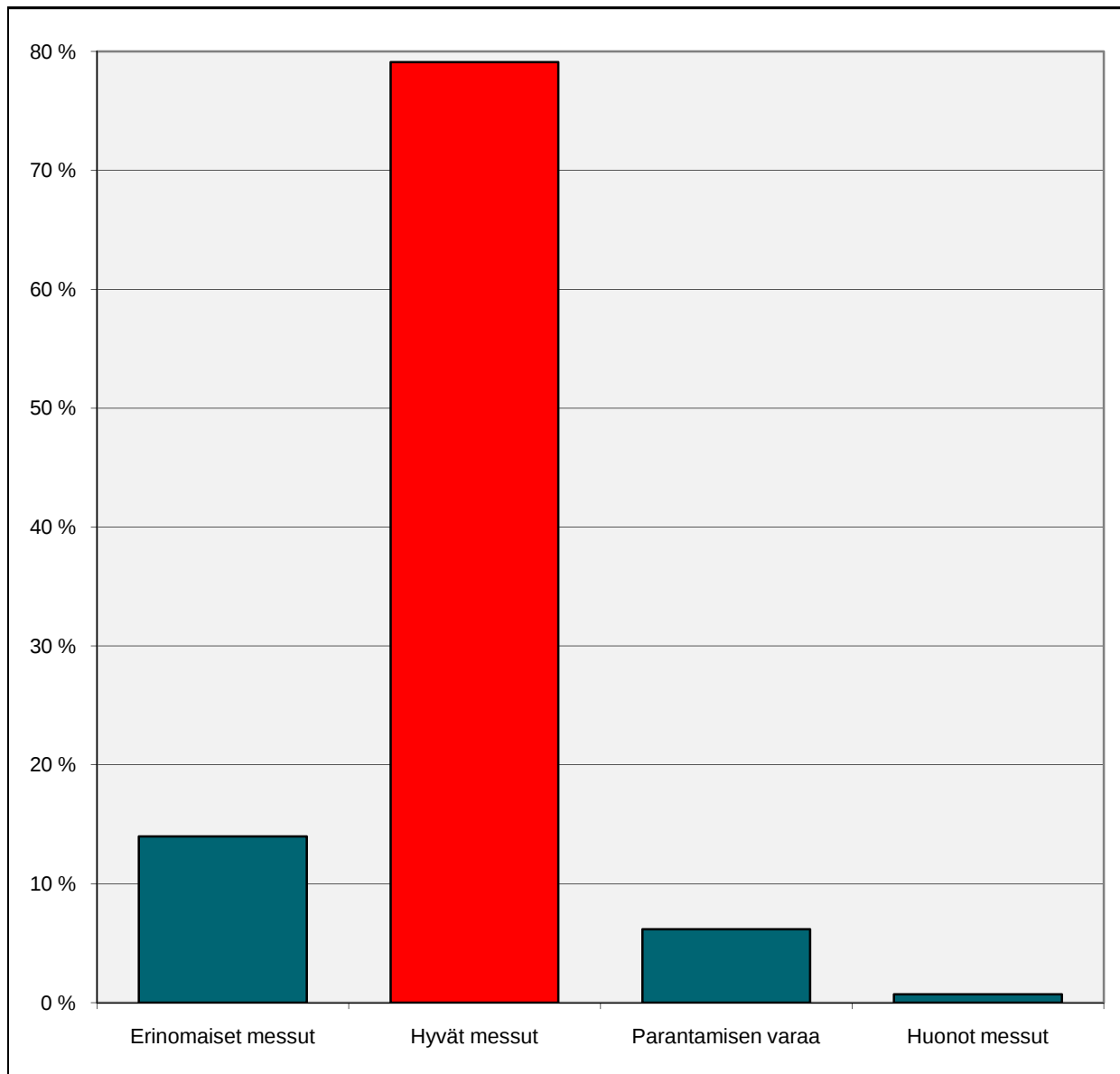
Asuntomessuilla lisätä?

	vastanneet	%-osuus
Kyllä	266	50,0 %
Ei	266	50,0 %

Näyttelykohteiden määrä oli varsin riittävä. Viidennes oli sitä mieltä, että muuta messutarjontaa olisi voinut olla enemmänkin. Sisustuksen rooli on tasapainossa.



Yleisarvosana ja odotukset



Yleisarvosana messuista

	vastanneet	%-osuus
Erinomaiset messut	79	14,0 %
Hyvät messut	447	79,1 %
Parantamisen varaa	35	6,2 %
Huonot messut	4	0,7 %

Vastasivatko messut odotuksianne?

	vastanneet	%-osuus
Erittäin hyvin	176	29,2 %
Melko hyvin	401	66,6 %
Melko huonosti	24	4,0 %
Erittäin huonosti	1	0,2 %

Hyvänä tai erinomaisena messut näki ja koki 93,1 % kävijöistä!

- 2012 Tampere 90,0 %
- 2011 Kokkola 95,1 %
- 2010 Kuopio 88 %
- 2009 Valkeakoski 90 %
- 2008 Vaasa 92 %

Odotusarvot täyttyivät hyvin.



Palaute hyvää

Avara, hyvä alue
Bussikuljetukset 10
Ei tullut tylsää, tarpeeksi vaihtelua
Esillä myös perustaloja 2
Hetki parkkipaikalta lähtien hyvä palvelu
Hieno alue (istutukset, metsä raivattu) 4
Hienoa 3
Hienoja sisustuksia
Hienot messut. Kohteet miellyttivät.
Hienot viheralueet ja leikkipuistot 3
Hukkatila puuttui asunnoista
Hyvin järjestetty 9
Hyvin saatu valmiiksi
Hyvä fiilis, leppoisa
Hyvä hyvinkää-info messubussissa 2
Hyvä Hyvinkään osasto 2
Hyvä keskeinen sijainti
Hyvä kokonaisuus 5
Hyvä lätkykahvi
Hyvä palvelu 2
Hyvät :) 4
Hyvät käymälät 4
Hyvät liikennejärjestelyt
Hyvät messut 5
Hyvät pihat ja terassit
Hyvät, kauniit tila ja maisemat.
Hyvää 2
Hyvää ruokaa.
Ihan hyvä 2
Ihan kiva kesätuleminen
Ihan kivat messut
Ihan OK. 2
Ihana alue
Ihanan väljää
Ihania uusia sisustusmateriaaleja
Isot tontit
Istumapaikkoja hyvin
Jesssszzz
Juna-bussi -kuljetus hyvä.
Järjestelyt
Järjestelyt 10-luokkaa, opastus 10 ++
Järjestelyt toimi. alue viihtyisä
Järjestelyt, ruokailu ym. toimi hyvin
Kaikki ok 2
Kaunis kokonaisuus 2
Kaunis luonnonläheinen alue 3
Kaunis päivä
Kesätyöntekijät iso plussa
Kiinnostavia rakennus- ja sisustusratkaisuja.
Kiva alue
Kivaa oli 2
Kivat messut

Kohteita sopivasti aukioloaikaan nähden
Kohtuuhintaisia taloja, tarinat muuttajaisista
Kokonaisuutena hyvä, kiitos 2
Kompakti messualue 2
Kyllä
Linja-auton opas 2
Lisää majan kaltaisia taloja
Lyhyet etäisyydet kohteiden välillä
Lähes kaikki viimeistely
Messujuna 3
Messujärjestelyt toimivat
Messuoppailla hyvä palveluasenne
Mielenkiintoisia kohteita
Monipuoliset kohteet
Mukava läpileikkaus nykytrendeistä
Muutamia järkeviä taloja
Myös pari erikoisempaa kohdetta
Nätti ympäristö
Oheispalvelut sijoitettu hyvin
Oikein sopiva määrä taloja
OK 6
Oli kotoinen
OLI MUKAVAAA ja tuun toistekki
Omaperäiset kohteet
Opasteet 2
Oppaat mukavia
Paljon kaikkea nähtävää ja koettavaa 2
Pihat ja viheralueet viimeistelyjä. 3
Possujuna
Rakennusten neliöt
Ravintolapalvelu toimi hyvin 2
Selkeä ja kompakti alue 4
Seura, näköalamatka korkeuksiin
Siisti alue 6
Siistit 2
Siistit vessat 4
Sopivan kokoinen alue 4
Sopivan kokoisia taloja suurinosa
Sopivan leppoisa ja sopivan vähän taloja.
Sopivasti kohteita 3
Sää 4
Talot kauniin luonnon ympäröimässä mastossa
Tarpeeksi lähellä
Tavallisten perheiden kodit 4
Tilaa liikkua
Todella kiva alue, parempi kuin edellisvuosina
Toimiva messukokonaisuus
Uusia ideoita
Vähän ruuhkia 2
Väljä alue 4
Ystävällinen palvelu
Äänentoisto sopiva

Messuvieraille annettiin myös mahdollisuus antaa palautetta omin sanoin.
Positiivisina koettiin erityisesti hyvät järjestelyt, kaunis ja selkeä alue...



Palaute huonoa

Aika paljon pliisuja sisustuksia
Alkoholiton olut ja siideri puuttuvat ja energiajuomat
Alueella ei ollut mukana kerros- eikä rivitalokohteita.
Ankea sisääntulo
Asuntomessut ovat rakennus-, eivät sisustusmessut.
Ei
Ei koiraparkkia, häh.
Ei kovin paljon uutta
Ei minun makuuni taloista suurin osa
Vähän nähtävää.
Ei pari-, rivi- tai kerrostaloja 2
Ei penkkejä, ei sadesuojaa. Ei pieniä asuntoja
Ei yksilöllisiä taloja, vain tyypitaloja
Enemmän variaatioita sekä taloihin, että sisustuksiin
Harmaa väri muotina
Henkilökunta oli melko nyrpeää.
Hieman mielikuvitusta, kiitos.
Istumapaikkoja
Joissain kohdissa kiertosuunnat
Jäteasiat lajittelu paremmin
Kaikki samaa valkeaa neutraalia harmaanruskeaa varovaista
nukuttavaa.
Kaikissa kujuissa saisi käydä pankkikortti.
Kaikissa taloissa sama sisustustyyl
Kaikki hyvin
Kaikki talot hyvin samalaisia niin sisustukseltaan kuin
tilaratkaisuiltaan, jotain uutta olisi kaivanut.
Kallista 4
Kallista ruokaa
Karmee kaatosade
Kebab perunat oli kyllä heikko suoritus 5,5
Kierrettävä ostoskojujen kautta 3
Kohteita saisi olla enemmän
Koiran kanssa vierailijoita syrjitään
Kortit eivät toimi tai käy ja rahaa ei voi nostaa
Kouluikäisille puuhaa ja potkulaudat lainaksi
Kova musiikki
Liian aikaisin kiinni
Liian samankaltaisia ratkaisuja 2
Liian tehokkaat myyjät
Liika kaupallisuus. Messu alueen hintataso liian korkea.
Liikaa ihmisiä
Liikaa jonotusta, liian vähän muita esittelijöitä
Liikaa oheistuotteita
Liikaa samantyyppisiä taloja 2
Liput kalliit

Lisää kartoja reitin varrelle messualueelle
Lisää vaihtelua
Lähes kaikki asunnot ahdistavia, mustaa, harmata, ei yhtään
keittiötä, eikä kunnan pihaa, kaikissa sama pohjaratkaisu.
Maksullinen juomavesi 3
Messuesitteet ja kartat ilmaiseksi
Messuradio 3
MP-liikenne ratkaisu huono
Niukka ja kallis salaatti Casselissa
Oheistuotteiden esittely ja myynti ei-maksullisille alueille voisi
poiketa erikseen.
Olutpisteitä liian vähän, aluekartta kaikille portilla
Opasteet 3
Opastus alueella huono
Pakkokävely esittelyteltan läpi
Paljon keskeneräisiä taloja
Pankkikorttien lukulaitteet ei toimineet, käteistä saanut.
Penkkejä ei reitin varrella
Perusratkaisut samankaltaisia
Pitkä kävely portilta kohteisiin 3
Pullojen lajittelu huonoa
Puuttui uutuudet sisustuksista
Radio oli hirvittävä, kuulijapuhelinta ja muuta
Radiosta kaikuivat uutiset tarpeettomia 2
Ravintoloissa heikosti gluteenittomia vaihtoehtoja 2
Ruuhkaa suosituimmista kohteissa, parkki kaukana
Sadepäivät - sateenvarjot myyntiin.
Samanlaiset sisustusratkaisut
Sateella riittämättömästi sateensuojia 2
Sisustuksissa voisi olla enemmän värejä
Sisustus pelkkää harmaata, besiä. lehdessä ei ollut selvästi
karttaa pyöräilijälle.
Sisustus saisi olla hieman tavallisempaa
Sisustus/tapetit/kaakelit hyvin samanlaiset kohteissa.
Sää 3
Talot sisustukseltaan keskenään hyvin samanlaisia ja jopa
tavanomaisia. Messuilla tarkoitus esitellä uutta, kö.
Tienvarsioasteet harhaanjohtavat
Toivoisi enemmän erilaisia koteja
Turhan erikoisia taloja, missä shamppoopullotelineet
Työttömät maksavat täyden lipun
Tämä lipuke, ei nrota taloista
Virvoitusjuomavalikoima puutteellinen, ainoa sokerilimso oli
jaffa.
Äänet liian kovalla

Risuja tuli mm. sateisesta säästä, kalliista hinnoista, pitkästä kävelymatkasta portilta...



Mitä messusisällöstä puuttui

Asiakaspalvelu ei ollut parasta mahdollista, porukka hajoilee
Automaattinen korkealla olevien ikkunoiden pesuri
Edullisia ratkaisuja
Ei mitään 3
Ei täältä nyt mitään lisää osaa enää toivoa, hyvät messut.
Enemmän sisustusmyyntikojuja
Energiatehokkuusluvut
Halvat asuinratkaisut
Iltalehti-messutarjous
Ilmastointi ei toiminut
Jätteiden lajittelu ravintolasta ja kahvilasta
Kerros- ja rivitalokohteet
Kerrostaloratkaisut, opiskelijoille sopivat ratkaisut
Kiitos
Kohteet löytyi viimeisenä, kaikkea muuta ensin, en pitänyt.
Lämmitysjärjestelmän vaihto
Lepopenkkejä
Lippalakkien myyntikoja ja varjopaikat
Maaseudulle sopivampia tavallisia taloja
Monesta kohteesta puuttui tiedot sisustustavaroista, joutui erikseen kysymään esittelijöiltä eikä tietoa aina saanut.
Monissa taloissa ekologisuus oli tärkeä teema. Olisin toivonut jätteiden lajittelua myös kahvipisteissä. Kahvilajäte meni nyt kaikki sekajätteeseen, vaikka jätteen sisältö olisi lähes pelkkää energijätettä
Muurame-talot, maalämpöjuttut
Muutto pienempiin tiloihin
Opiskelija-asunnot

Perinteisiä saunoja ilman lasiseiniä
Persoonallisempia sisustuksia
Pesutiloihin persoonallisuutta. kaikissa saunoissa lasiseinä.
Pienempiä taloja. Merikontteja lukuunottamatta kaikissa vähintään 4h ja k
Piha- ja varastorakennusten esittely, varastotilojen merkityksen huomiointi.
Prinsessalinna XD kunnon luksustalo
Puutarhoista kasvikytilit
Rakennusten energialuokat eivät ole näkössä
Rivitaloja
Säilytyslokerot, ilmainen vesipiste
Sisustukseen maalaistalomaista tyyppiä
Sisustuksessa käytetyt tavarat ym. tietoa ei löytynyt ,eikä kysymälläkään saanut aina vastausta
Sosiaalinen asuminen, kunnan vuokra-asunnot, asuinalueen peruspalvelut suuressa osin.
Tehokkaita neliöiden käyttöä. Koira-/hevosharrastajien ratkaisuja.
Tuoteselostuksia enemmän
Tuoteselostuksia esim. huoneiden edessä
Uusia ideoita ja erilaisia sisustuksia
Uusia sisustusratkaisuja. talot toistensa kopioita
Vaihtoehto ruoka-annosten kokoon
Valaistussuunnittelu
Värit

Messusisällössä ei ollut suuria puutteita. Lähinnä yksittäisiä toiveita.



Millaisia tuotteita kaipaisitte näytteille/myyntiin

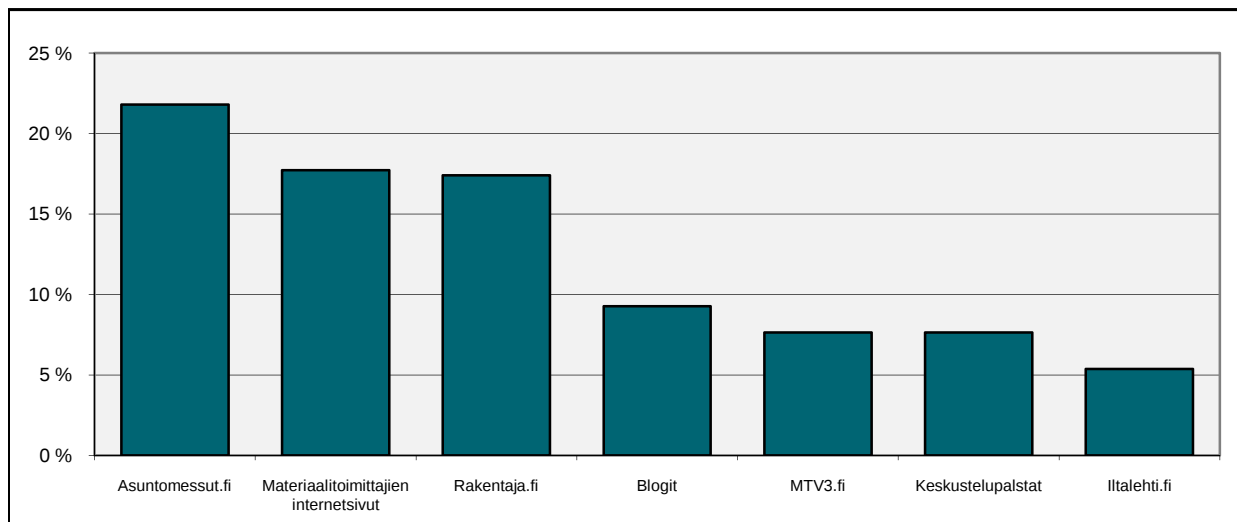
Aidat, portit	Nyt jo kattava, ehkä pihatuotteita enemmän esim. lasten leikkimökkejä ja -telineitä
Audioratkaisuja	Oikaiseminen taloille pitäisi sallia
Autotalleja, kattoremonttista	Persoonallisia pikku yksityiskohtia, joita voi soveltaa omaan kotiinsa
Bikinityttöjä	Pieniä takkoja
Edullisia kerrostalo kohteita	Piharakennuksia, aurinkopaneeleja
tähän liikaa markkinahumua tarvita. rakentaminen on vakava ja	Polttopuiden säilytysratkaisut
En ehdi nyt...klo 18.15	Puutarha-aiheisia
En mitään	Ravintoloita
Enemmän automatiikkaa, robotti-imurit yms.	Ruoka oli viileää ravintolassa
Enemmän innovatiivisuutta, riskejä, värejä, uusia ideoita - ei perusturvallista	Ruokailu edullisemmaksi
Enemmän mahdollisuutta tehdä ostoja sisustukseen liittyvissä tuotteissa	Sateenvarjoja myyntiin
Enemmän revittelyä	Saunan valaistusratkaisut
Enemmän sisustus esineitä ja muiden valmistajien ständejä	Savuttomuus olisi nykyaikaa
Enemmän taloja, joissa sisustuksessa on jotain muutakin kuin pelkkää valkeaa	Sisustustuotteet
Erilliset pihasaunat	Sisätilojen maalit
Etävalvontakamerat	Tekstiilejä
Halvempia taloja ja vuokra-asuntoja	Terassien monipuolisempi näyttö tai käyttö
Halvempiakin, erikoisempia, laadukkaampia	Tulevaisuudessa kiva saada kerrostalo asuntomessut. Uutta ja innovatiivista
Hyvät oli	Työkalut
Ilmaista vettä	Työnäyttö -maalaukset, vedeneristys -maalit tapetit
Jotain erikoisuuksia, värejä, uutta	Uima-altaat
Kahvipaikkoihin gluteenittomia tuotteita	Uniikkeja sisustustekstiilejä
Kasvien nimet olisi olleet kiva	Vaatehuoneen mekanismeja
Kenkävoide	Valikoima ok
Kiukaat, takat	Vanhan talon remontointi. eri tyyliä, vanhan ajan puutalotyyli.
Kotiteatteri	Verhomateriaalit, lämmitysmateriaalit
Kotiteatteri, viihdekeskus	Värejä
Käytännöllisiä	Värejä enemmän talojen sisustuksessa
Maaleja	
Monipuolisuutta	

Myyntiin tai näytteille kaivattiin mm. sisustustuotteita, kotiteattereita, sateenvarjoja, bikinityttöjä...



7. MESSUVIESTINTÄ

Mistä etsitte asumisen tietoa?



Mistä etsitte asumisen tietoa?

	vastanneet	%-osuus
Asuntomessut.fi	134	21,8 %
Materiaalitoimittajien internetsivut	109	17,7 %
Rakentaja.fi	107	17,4 %
Blogit	57	9,3 %
MTV3.fi	47	7,6 %
Keskustelupalstat	47	7,6 %
Ilta-lehti.fi	33	5,4 %
Ilta-sanomat.fi	29	4,7 %
Ellit.fi	2	0,3 %

Mihin seuraavista asioista haluaisitte palata messujen jälkeen internetin kautta?

	vastanneet	%-osuus
Sisustustuotteet	228	30,9 %
Sisustusratkaisut	178	24,1 %
Pihat	169	22,9 %
Talomallit	153	20,7 %
Asumisen tilaratkaisut	103	13,9 %
Asumisen tuotteet	63	8,5 %
Asumisen pientuotteet	61	8,3 %

Mistä saitte parasta

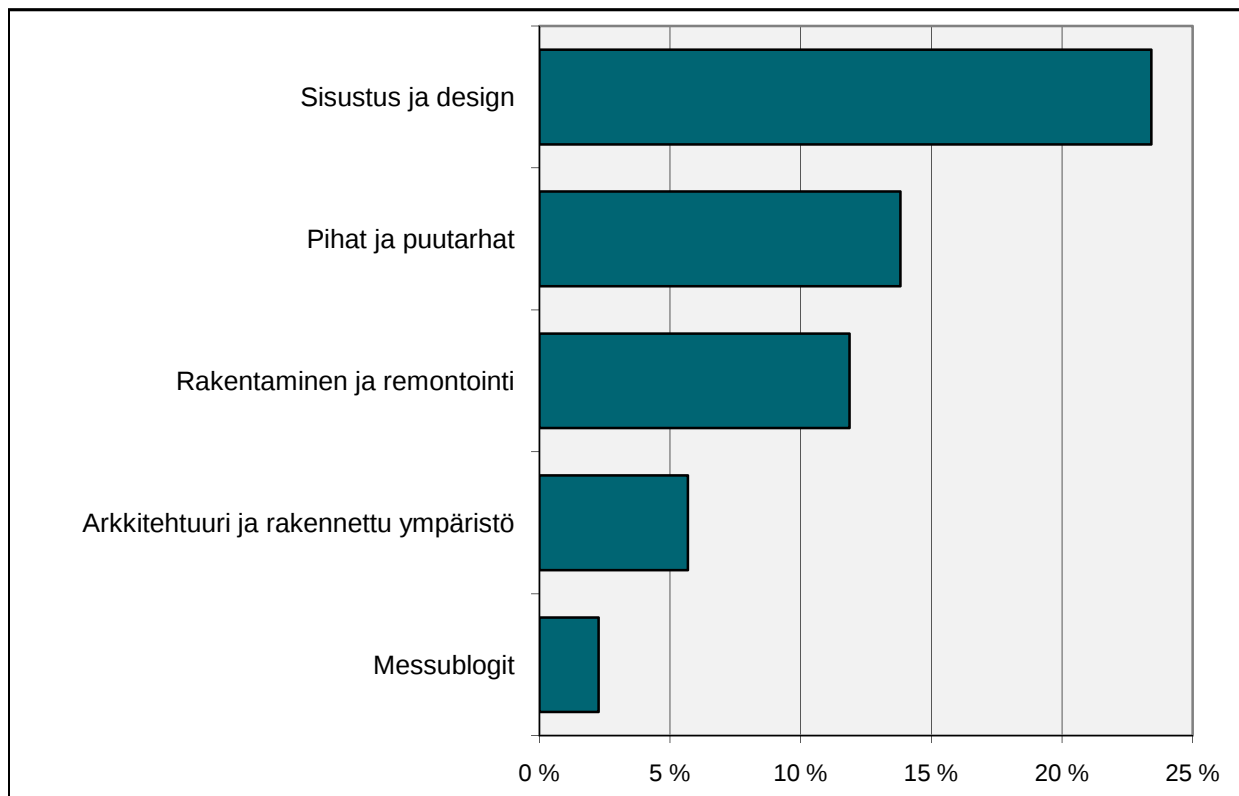
ennakkoinfoa messuista?

	vastanneet	%-osuus
Asuntomessut.fi	96	16,6 %
Sisustusluettelo Deko	73	12,6 %
TM Rakennusmaailma messuluettelo	50	8,6 %
TV-mainonta	38	6,6 %
Muualta internetistä	35	6,0 %
Tuttava/sukulainen	36	6,2 %
Aikakauslehtiartikkelit	26	4,5 %
Aikakauslehti-ilmoitukset	24	4,1 %
Päivälehtiartikkelit	23	4,0 %
Päivälehti-ilmoitukset	20	3,4 %
Rakentaja.fi	12	2,1 %
Kotiin jaettu messulehti	10	1,7 %
Radio	7	1,2 %
Maantiejättitaulut	3	0,5 %
Bussimainonta	1	0,2 %
VR:n junat ja asemat	2	0,3 %
Suorapostitus-esite	1	0,2 %
Talven ja kesän rakennusmessut	0	0,0 %
Muu	22	3,8 %

Eniten tietoa haettiin Asuntomessujen kotisivuilta. Sisustustuotteet ja -ratkaisut kiinnostavat myös messujen jälkeen.



Blogit ja perheiden tarinat



Minkä aihealueen blogeja luette

Asuntomessut.fi-sivuilta?

	vastanneet	%-osuus
Sisustus ja design	144	23,4 %
Pihat ja puutarhat	85	13,8 %
Rakentaminen ja remontointi	73	11,9 %
Arkkitehtuuri ja rakennettu ympäristö	35	5,7 %
Messublogit	14	2,3 %

Ovatko Asuntomessut.fi-blogit

kiinnostavia?

	vastanneet	%-osuus
Kyllä	134	48,2 %
Ei	144	51,8 %

Perheiden tarinat olivat

	vastanneet	%-osuus
Pitkiä	16	4,2 %
Sopivia	346	91,1 %
Lyhyitä	18	4,7 %

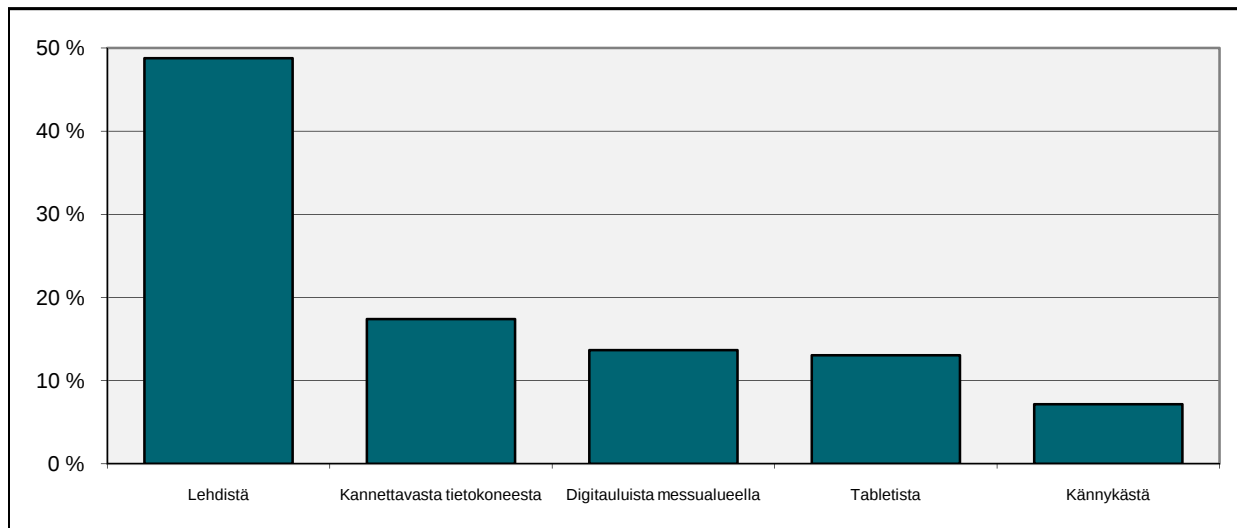
Pidittekö messuilla perheiden tarinoita hyödyllisinä?

	vastanneet	%-osuus
Kyllä	310	66,5 %
En	156	33,5 %

Sisustus ja design blogeja luettiin eniten. Perheiden tarinoita pidettiin sopivan mittaisina.



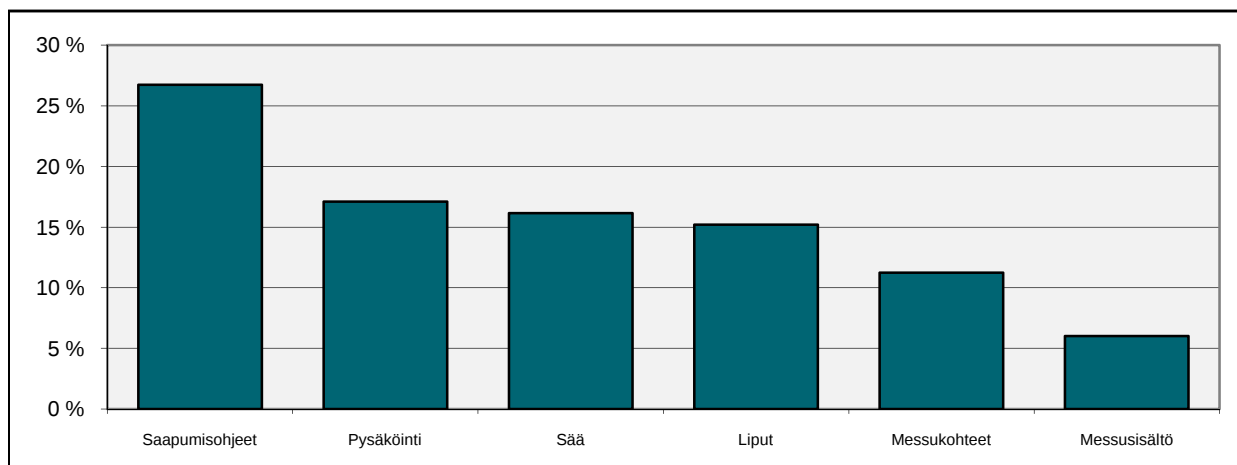
Lisätietoa messuista



Missä muodossa haluaisitte tietoa messuista tai messukohteista?

	vastanneet	% osuus
Lehdistä	157	48,8 %
Kannettavasta tietokoneesta	56	17,4 %
Digitauluista messualueella	44	13,7 %
Tabletista	42	13,0 %
Kännystä	23	7,1 %

Sähköiset päätteet ovat yhdessä ohittaneet printin.



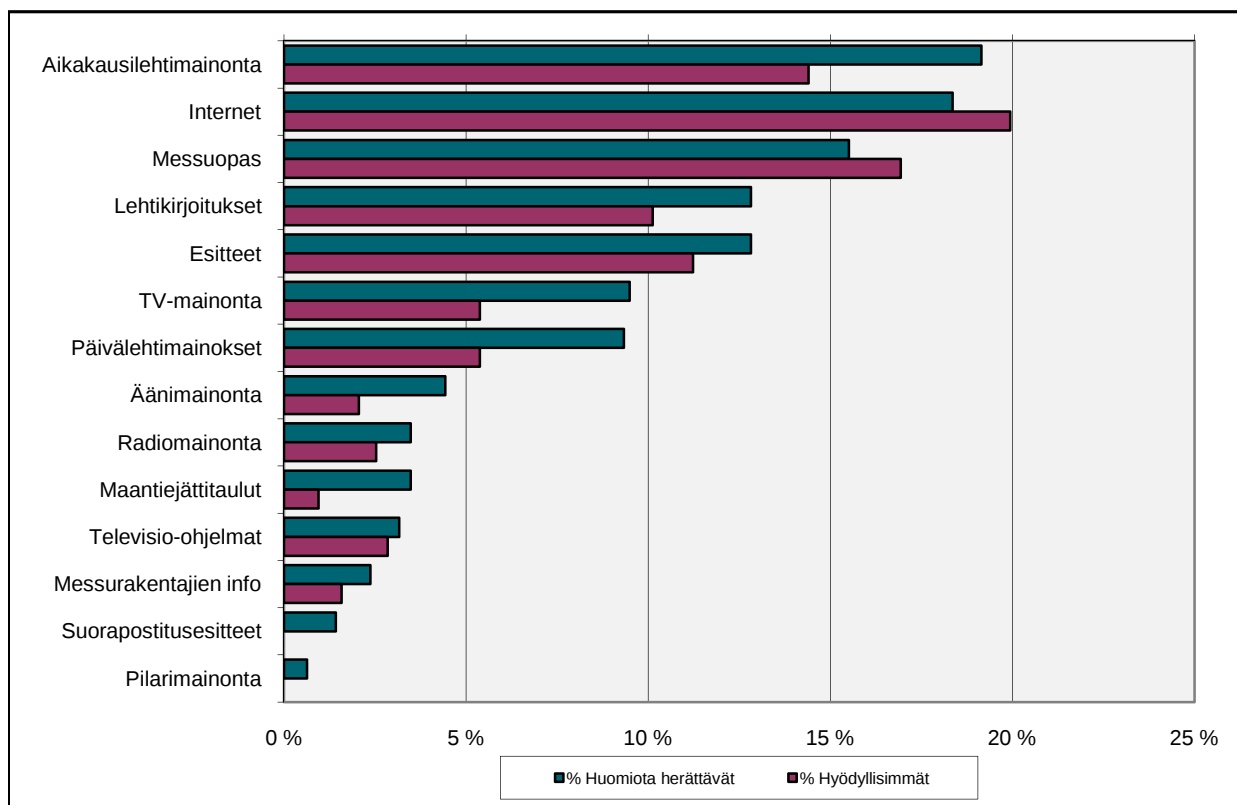
Mitä seuraavista tiedoista haitte mobiililaitteilla (kännykällä/tabletilla)?

	vastanneet	%-osuus
Saapumisohteet	169	26,7 %
Pysäköinti	108	17,1 %
Sää	102	16,1 %
Liput	96	15,2 %
Messukohteet	71	11,2 %
Messusisältö	38	6,0 %

Saapumisohteita käytiin katsomassa mobiililaitteilla.



Huomiota herättävimmät ja hyödyllisimmät tietolähteet messutiedotuksessa



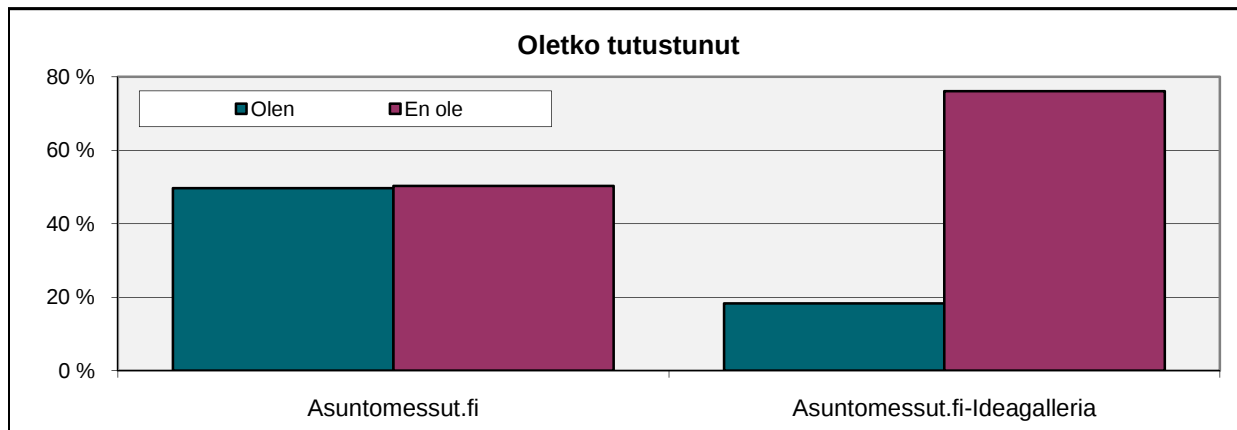
Huomiota herättävimmät ja hyödyllisimmät tietolähteet messutiedotuksessa

	Huomiota herättävät	Hyödyllisimmät	% Huomiota herättävät	% Hyödyllisimmät
Aikakausilehtimainonta	121	91	19,1 %	14,4 %
Internet	116	126	18,4 %	19,9 %
Messuopas	98	107	15,5 %	16,9 %
Lehtikirjoitukset	81	64	12,8 %	10,1 %
Esitteet	81	71	12,8 %	11,2 %
TV-mainonta	60	34	9,5 %	5,4 %
Päivälehtimainokset	59	34	9,3 %	5,4 %
Äänimainonta	28	13	4,4 %	2,1 %
Radiomainonta	22	16	3,5 %	2,5 %
Maantiejättitaulut	22	6	3,5 %	0,9 %
Televisio-ohjelmat	20	18	3,2 %	2,8 %
Messurakentajien info	15	10	2,4 %	1,6 %
Suorapostitusesitteet	9	5	1,4 %	0,8 %
Pilarimainonta	4	2	0,6 %	0,3 %

Aikakausilehdet koettiin niukasti huomiota herättävämmäksi, mutta internet koettiin hyödyllisimmäksi tietolähteeksi messutiedotuksessa.



Asuntomessut.fi

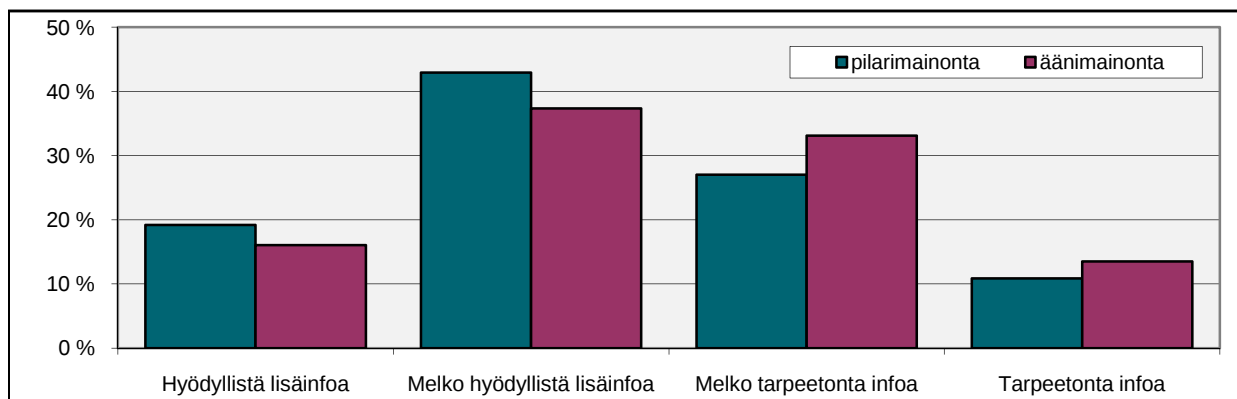


Oletko tutustunut Asuntomessut.fi-sivustoihin?

	Asuntomessut.fi		Asuntomessut.fi-Ideagalleria	
	vastanneet	%-osuus	vastanneet	%-osuus
Olen	258	49,7 %	95	18,3 %
En ole	261	50,3 %	395	76,1 %

Neuvontapisteiden palvelut

	Pidittekö neuvontaa tärkeänä?		Käytittekö neuvontapalveluita?	
	vastanneet	%-osuus	vastanneet	%-osuus
Kyllä	451	78,3 %	222	40,1 %
Ei	125	21,7 %	332	59,9 %



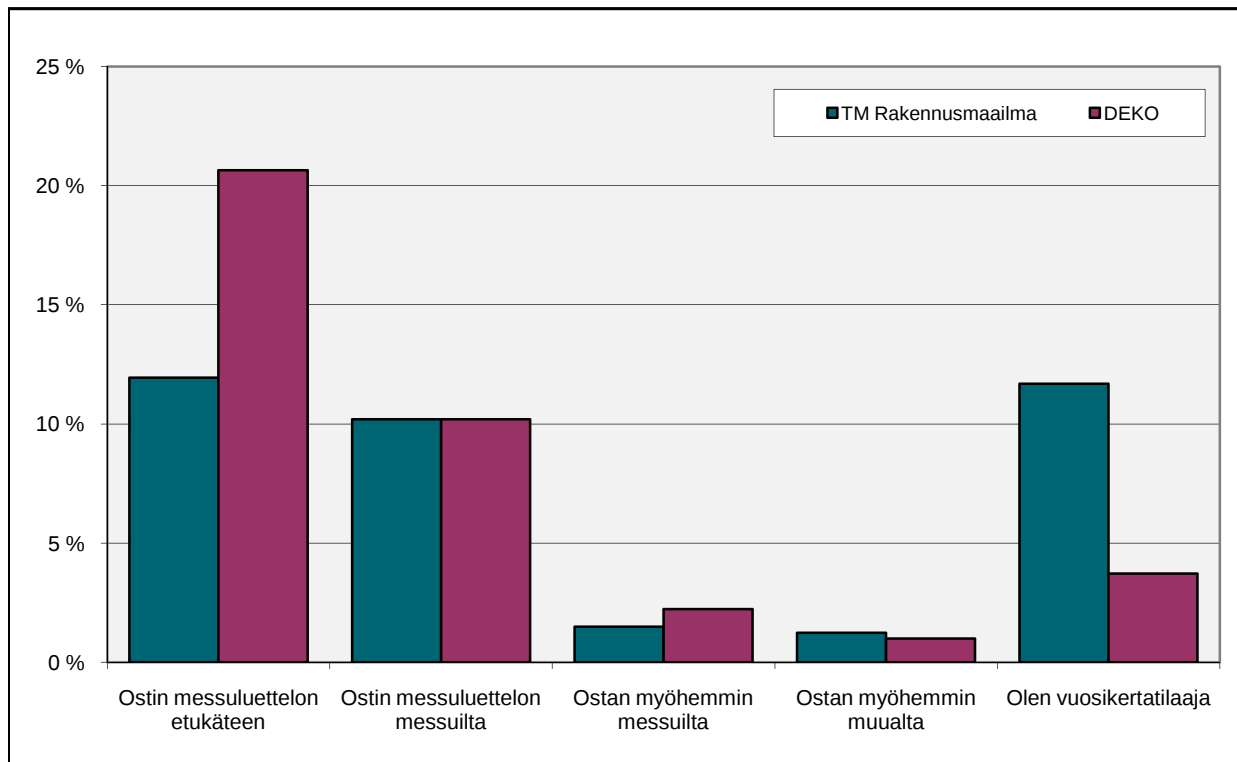
Pilari- ja äänimainonta

	pilarimainonta	äänimainonta	pilarimainonta	äänimainonta
Hyödyllistä lisäinfoa	76	64	19,2 %	16,0 %
Melko hyödyllistä lisäinfoa	170	149	42,9 %	37,3 %
Melko tarpeetonta infoa	107	132	27,0 %	33,1 %
Tarpeetonta infoa	43	54	10,9 %	13,5 %

Puolet kävijöistä on tutustunut Asuntomessut.fi-sivustoihin. Pilarimainonta koettiin hyödyllisempänä kuin äänimainonta.



Messuluettelot



TM Rakennusmaailma -

messuluettelon hankintatapa

	vastanneet	%-osuus	volyymi
Ostin messuluettelon etukäteen	48	11,9 %	7 246
Ostin messuluettelon messuilta	41	10,2 %	6 190
Ostan myöhemmin messuilta	6	1,5 %	906
Ostan myöhemmin muualta	5	1,2 %	755
Olen vuosikertatilaaja	47	11,7 %	7 095
En hankkinut opasta	255	63,4 %	38 496

Deko-sisustusluettelon

hankintatapa

	vastanneet	%-osuus	volyymi
Ostin messuluettelon etukäteen	83	20,6 %	12 530
Ostin messuluettelon messuilta	41	10,2 %	6 190
Ostan myöhemmin messuilta	9	2,2 %	1 359
Ostan myöhemmin muualta	4	1,0 %	604
Olen vuosikertatilaaja	15	3,7 %	2 264
En hankkinut opasta	236	58,7 %	35 628

Reilu kolmannes oli hankkinut/hankkii TM Rakennusmaailma - messuluettelon. Deko-sisustusluettelon hankki hiukan useampi.

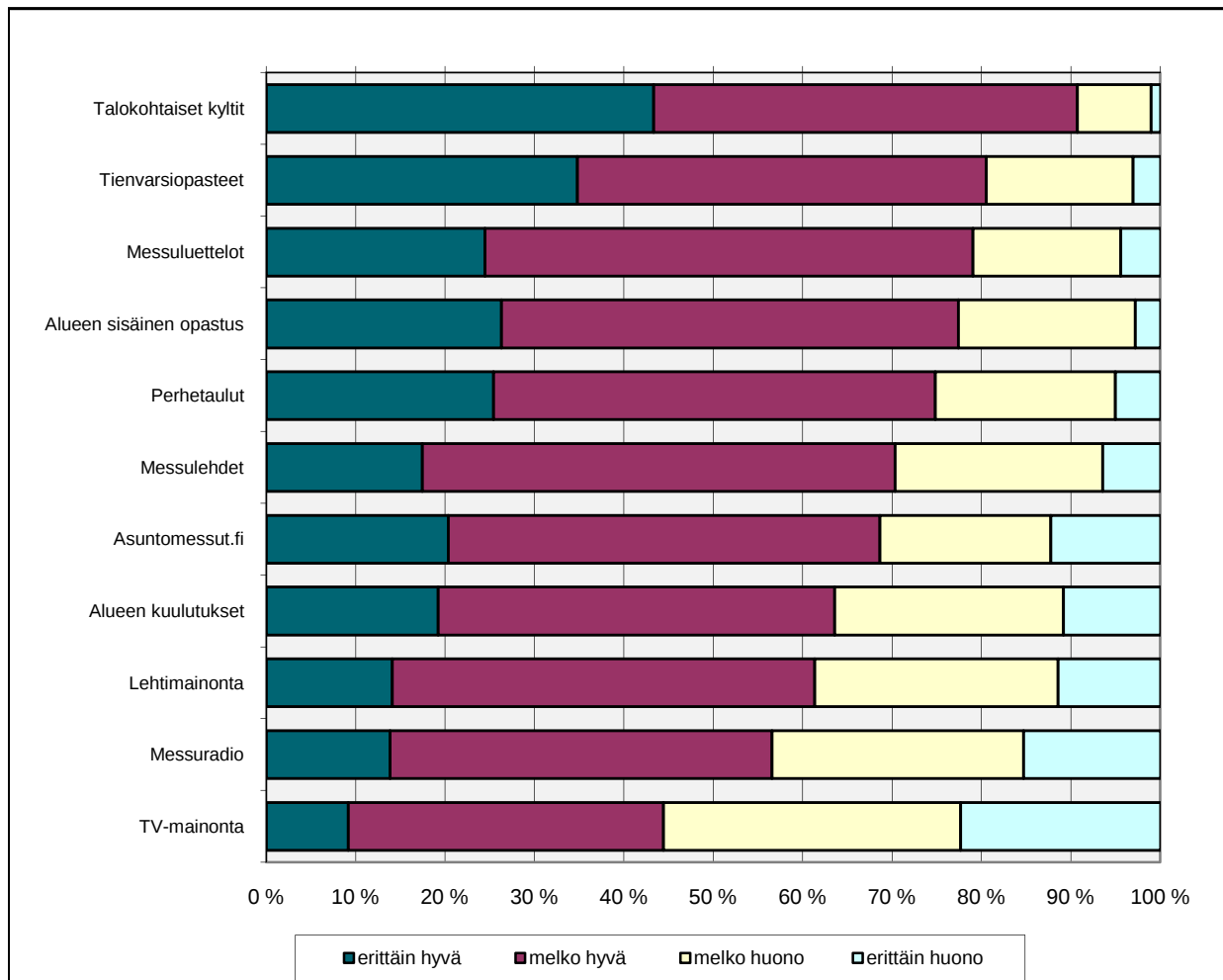
Luetteloiden sisältöä pidetään hyödyllisenä.

Messuluetteloiden sisältö

	TM Rakennusmaailma		DEKO	
	vastanneet	%-osuus	vastanneet	%-osuus
Erittäin hyödyllistä tietoa	65	26,4 %	67	27,2 %
Melko hyödyllistä tietoa	131	53,3 %	108	43,9 %
Melko tarpeetonta tietoa	28	11,4 %	29	11,8 %
Tarpeetonta tietoa	22	8,9 %	27	11,0 %



Arviot messutiedotuksen tasosta

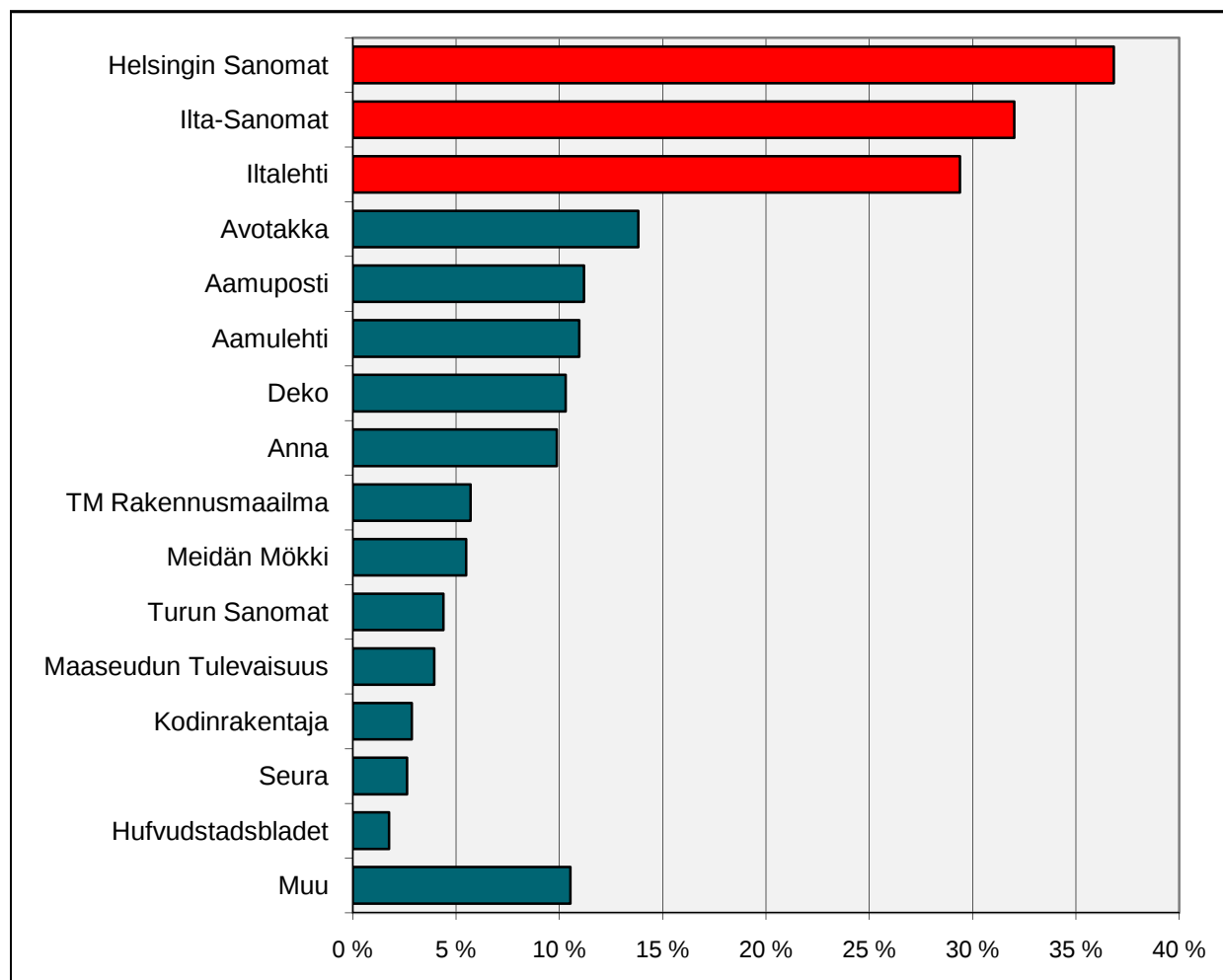


Arviot messutiedotuksen tasosta	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
Talokohtaiset kyltit	43,3 %	47,4 %	8,2 %	1,1 %
Tienvarsiopasteet	34,8 %	45,7 %	16,4 %	3,1 %
Messuluettelot	24,5 %	54,5 %	16,6 %	4,4 %
Alueen sisäinen opastus	26,3 %	51,1 %	19,8 %	2,8 %
Perhetaulut	25,4 %	49,4 %	20,1 %	5,0 %
Messulehdet	17,5 %	52,9 %	23,2 %	6,5 %
Asuntomessut.fi	20,3 %	48,3 %	19,1 %	12,3 %
Alueen kuulutukset	19,2 %	44,3 %	25,6 %	10,9 %
Lehtimainonta	14,1 %	47,3 %	27,2 %	11,5 %
Messuradio	13,8 %	42,7 %	28,1 %	15,3 %
TV-mainonta	9,2 %	35,2 %	33,3 %	22,3 %

Talokohtaiset kyltit noteerattiin erityisen hyväksi. Eniten parannettavaa oli tv:ssä ja radiossa.



Mitä lehtiä luette



Mitä lehtiä luette?

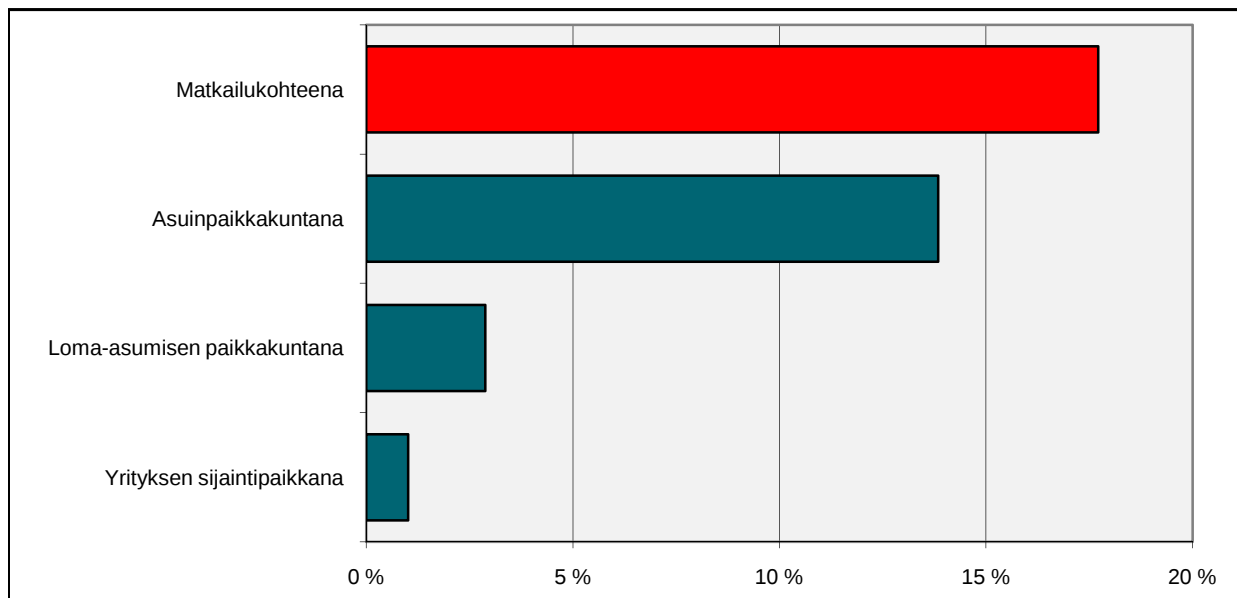
	vastanneet	%-osuus
Helsingin Sanomat	168	36,8 %
Ilta-Sanomat	146	32,0 %
Iltalehti	134	29,4 %
Avotakka	63	13,8 %
Aamuposti	51	11,2 %
Aamulehti	50	11,0 %
Deko	47	10,3 %
Anna	45	9,9 %
TM Rakennusmaailma	26	5,7 %
Meidän Mökki	25	5,5 %
Turun Sanomat	20	4,4 %
Maaseudun Tulevaisuus	18	3,9 %
Kodinrakentaja	13	2,9 %
Seura	12	2,6 %
Hufvudstadsbladet	8	1,8 %
Muu	48	10,5 %

Iltapäivälehtiä ja paikallislehteä luetaan eniten.



8. MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA

Olen kiinnostunut Hyvinkäästä



Olen kiinnostunut Hyvinkäästä

	vastanneet	%-osuus
Matkailukohteena	1 499	17,7 %
Asuinpaikkakuntana	1 171	13,8 %
Loma-asumisen paikkakuntana	244	2,9 %
Yrityksen sijaintipaikkana	86	1,0 %

Onko Hyvinkää kaupunkina mielestänne kiinnostava?

	vastanneet	%-osuus
Kyllä	350	72,5 %
Ei	133	27,5 %

Oliko yleismielikuvanne Hyvinkäästä?

	vastanneet	%-osuus
Positiivinen	298	58,7 %
Neutraali	164	32,3 %
Negatiivinen	46	9,1 %

Jos olisitte juuri nyt muuttamassa Etelä-Suomeen, niin kuinka varteenotettavana vaihtoehtona pitäisitte asumista Hyvinkäällä?

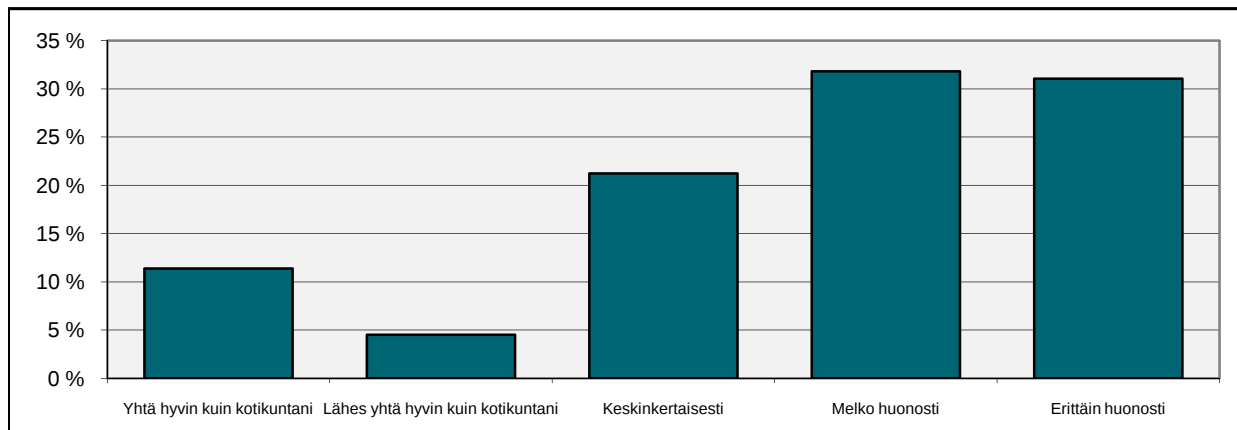
	vastanneet	%-osuus
Erittäin todennäköisenä	47	9,9 %
Todennäköisenä	64	13,5 %
En osaa sanoa	231	48,6 %
Epätodennäköisenä	82	17,3 %
Erittäin epätodennäköisenä	51	10,7 %

Hyvinkäästä ollaan eniten kiinnostuneita matkailukohteena. Kaupunki koetaan kiinnostavana ja yleismielikuva on positiivinen.

Myöskään muuttaminen Hyvinkäälle ei ole poissuljettua.



Hyvinkäällä vierailu

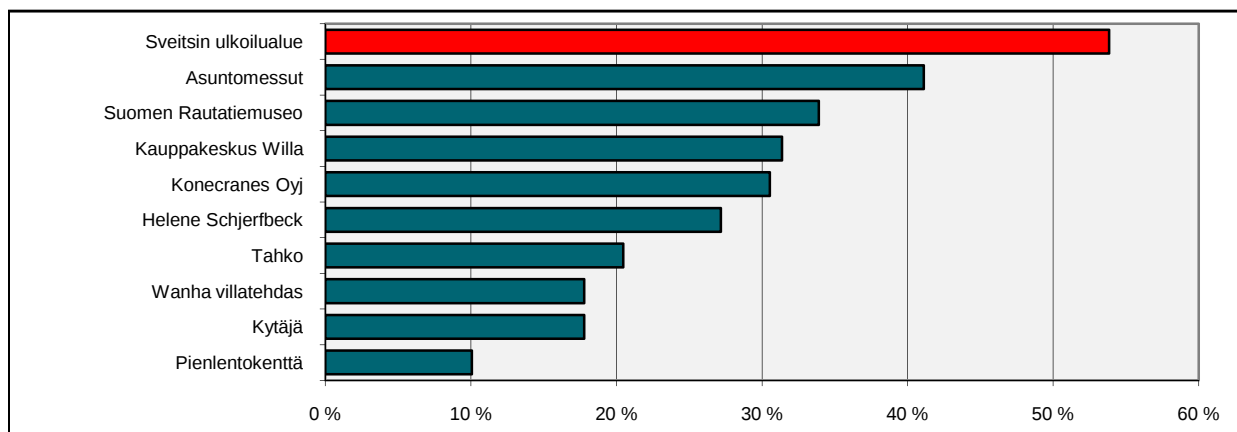


Kuinka hyvin arvioitte tuntevanne

Hyvinkään tällä hetkellä?

	vastanneet	% osuus
Yhtä hyvin kuin kotikuntani	58	11,4 %
Lähes yhtä hyvin kuin kotikuntani	23	4,5 %
Keskinkertaisesti	108	21,2 %
Melko huonosti	162	31,8 %
Erittäin huonosti	158	31,0 %

Hyvinkäätä ei tunneta vielä kovin hyvin.



Mitkä seuraavista liittyvät mielestänne

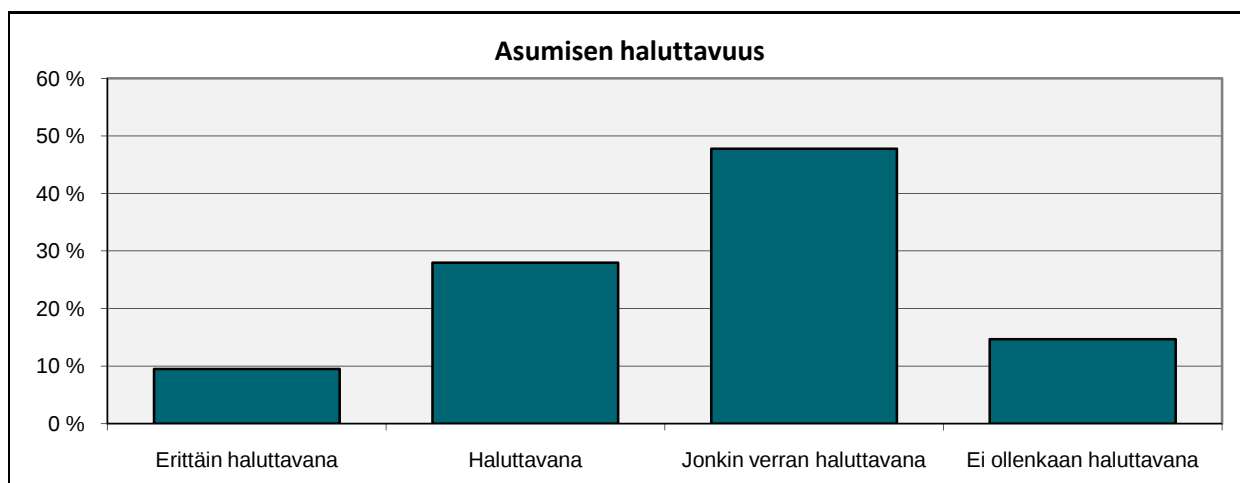
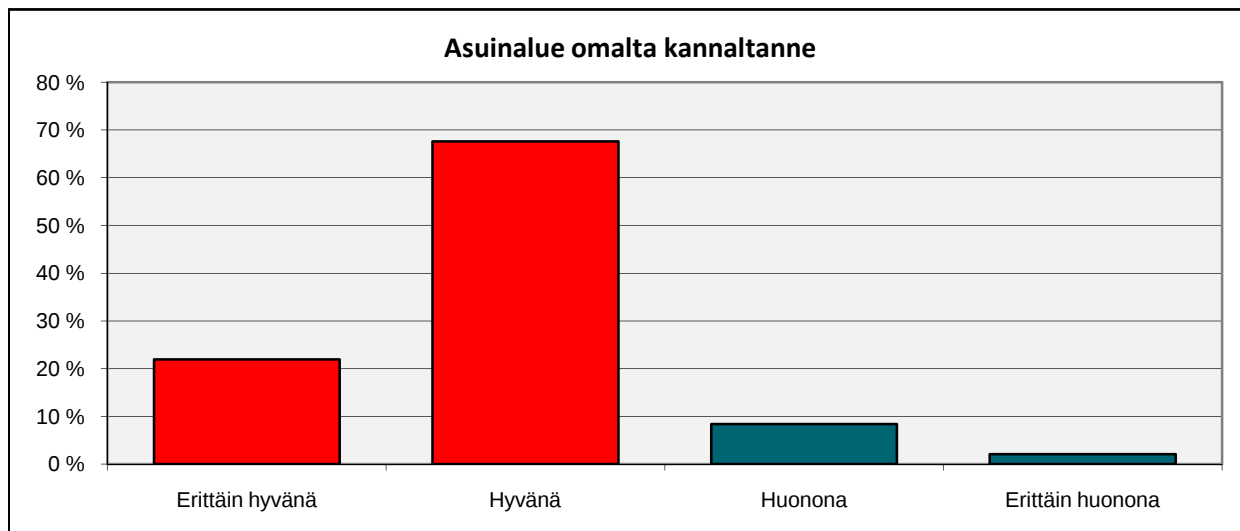
Hyvinkäälle?

	vastanneet	%-osuus
Sveitsin ulkoilualue	321	53,9 %
Asuntomessut	245	41,1 %
Suomen Rautatiemuseo	202	33,9 %
Kauppakeskus Willa	187	31,4 %
Konecranes Oyj	182	30,5 %
Helene Schjerfbeck	162	27,2 %
Tahko	122	20,5 %
Wanha villatehdas	106	17,8 %
Kytäjä	106	17,8 %
Pienlentokenttä	60	10,1 %

Sveitsin ulkoilualue ja Asuntomessut liitetään ensimmäisinä Hyvinkääseen.



Messualue asuinalueena



**Millaisena alueena pidätte
Hyvinkään asuntomessujen
kaltaista aluetta omalta
kannaltanne?**

	vastanneet	%-osuus
Erittäin hyvänä	94	21,9 %
Hyvänä	290	67,6 %
Huonona	36	8,4 %
Erittäin huonona	9	2,1 %

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

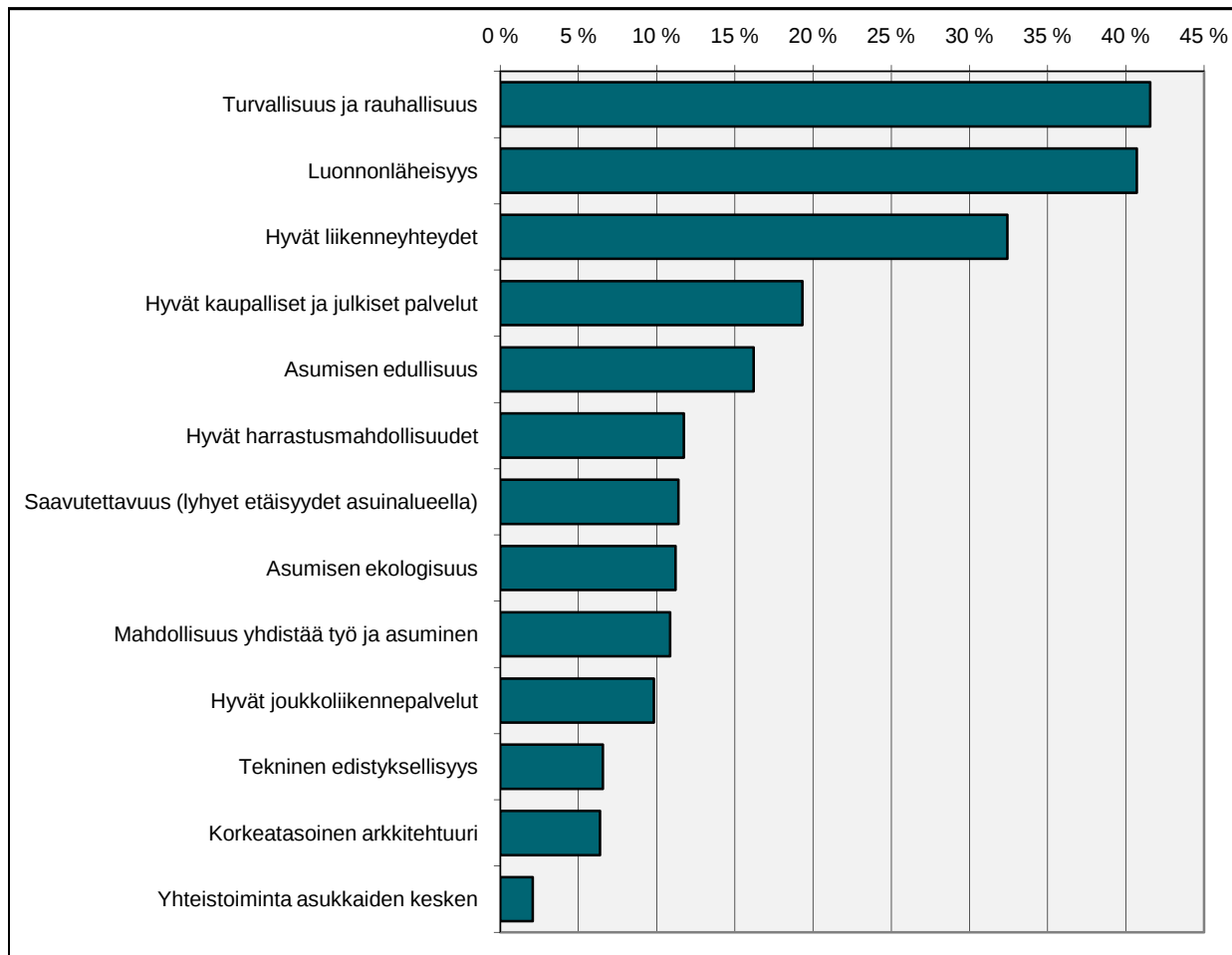
	vastanneet	%-osuus
Erittäin haluttavana	41	9,6 %
Haluttavana	120	28,0 %
Jonkin verran haluttavana	205	47,8 %
Ei ollenkaan haluttavana	63	14,7 %

9/10 vastaajasta pitää Hyvinkään asuntomessualueutta hyvänä tai erittäin hyvänä.

85,3 % pitää asumista messualueen tyyppisellä asuinalueella ainakin jonkin verran haluttavana.



Asuinpaikan tärkeimmät ominaisuudet



Mitkä seuraavista asuinpaikan ominaisuuksista ovat teille tärkeimpiä?

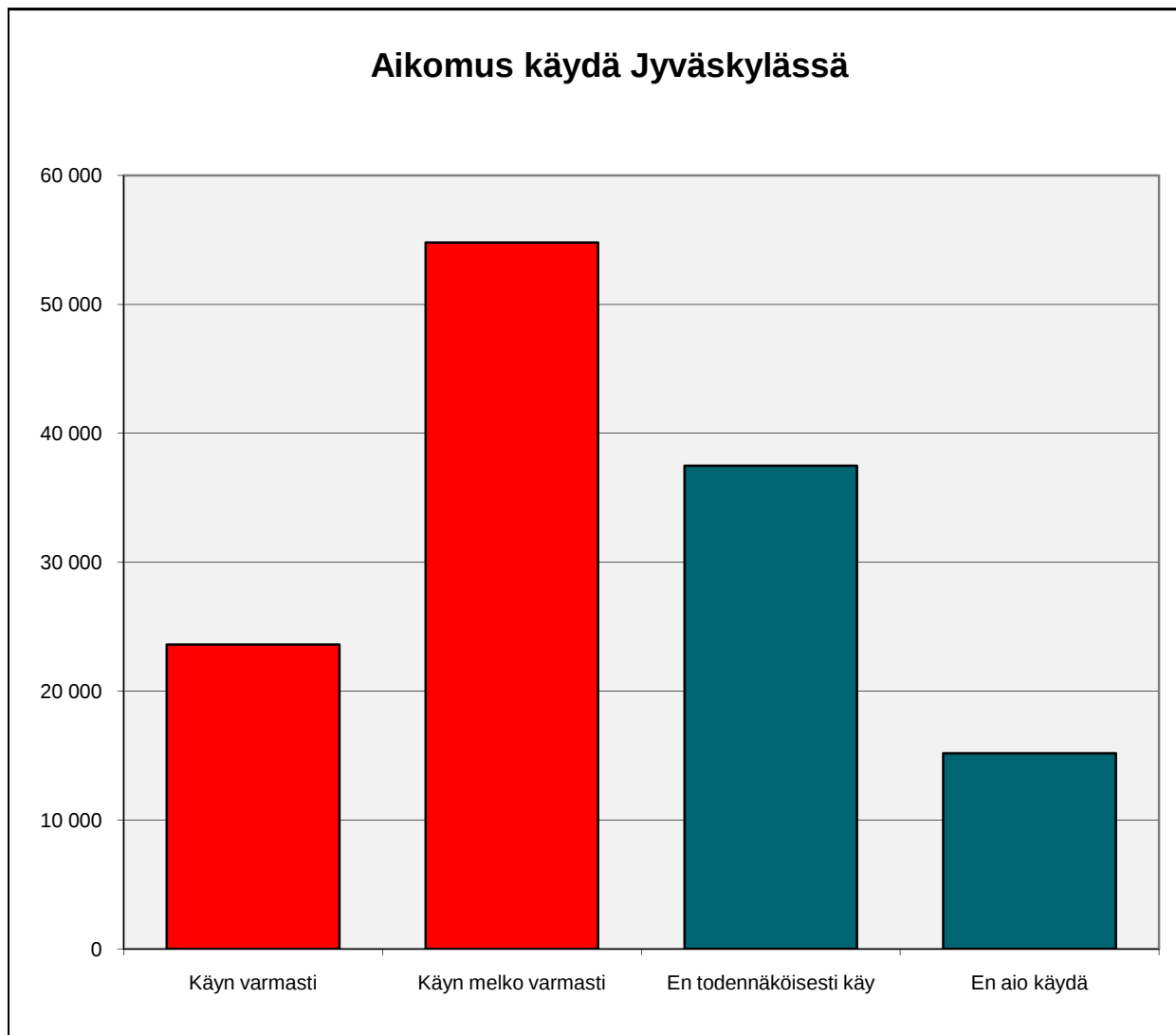
	vastanneet	%-osuus
Turvallisuus ja rauhallisuus	241	41,6 %
Luonnonläheisyys	236	40,7 %
Hyvät liikenneyhteydet	188	32,4 %
Hyvät kaupalliset ja julkiset palvelut	112	19,3 %
Asumisen edullisuus	94	16,2 %
Hyvät harrastusmahdollisuudet	68	11,7 %
Saavutettavuus (lyhyet etäisyydet asuinalueella)	66	11,4 %
Asumisen ekologisuus	65	11,2 %
Mahdollisuus yhdistää työ ja asuminen	63	10,9 %
Hyvät joukkoliikennepalvelut	57	9,8 %
Tekninen edistyskellisyys	38	6,6 %
Korkeatasoinen arkkitehtuuri	37	6,4 %
Yhteistoiminta asukkaiden kesken	12	2,1 %

Turvallisuus, rauhallisuus, luonnonläheisyys ja hyvät liikenneyhteydet ovat asuinpaikan tärkeimmät ominaisuudet kävijöiden mielestä.



9. TULEVAT MESSUT

Asuntomessut Jyväskylässä 2014



Aikomus käydä Asuntomessuilla Jyväskylässä 2014

	vastanneet	%-osuus	volyyymi
Käyn varmasti	109	18,0 %	23 607
Käyn melko varmasti	253	41,8 %	54 794
En todennäköisesti käy	173	28,6 %	37 468
En aio käydä	70	11,6 %	15 160

Olen käynyt Jyväskylässä

	vastanneet	%-osuus
Useasti	339	56,9 %
1 - 2 kertaa	193	32,4 %
En ole käynyt	64	10,7 %

Lähes 80 000 Hyvinkään kävijää aikoo käydä ainakin melko varmasti myös Jyväskylän Asuntomessuilla ensi kesänä.



Miksi ette aio käydä Asuntomessuilla Jyväskylässä?

2015 vantaalle sitten
Asun kaukana
Asun ruotsissa suurimman osan vuodesta
Ehkä 2

Ei tarvetta
Ei ajankohtaista, kaukana
Ei ihan joka vuosi ole tarvetta, sillä tuotevaihtuvuuteen eri asioissa kuluu pidempi aika kuin yksi vuosi
Ei jaksa
Ei joka vuosi
Ei kiinnosta niin paljon
Ei kuulu sulle
Ei tarvetta
En aio rakentaa
En ehdi 2
En jaksa
En yleensä käy
Etäisyys liian pitkä 5
Etäisyys, vähäinen kiinnostus
Jos ei ole aikaa
Kallis ja kaukana
Kaukana 17
Kaukana eikä olla rakentamassa
Kaukana helsingistä 2
Kaukana, ei jaksa
Kesäloma eri aikaan
Koska matka on pitkä 2
Lapset
Liian kaukana 21
Liian kaukana Helsingistä
Liian pitkä matka 2

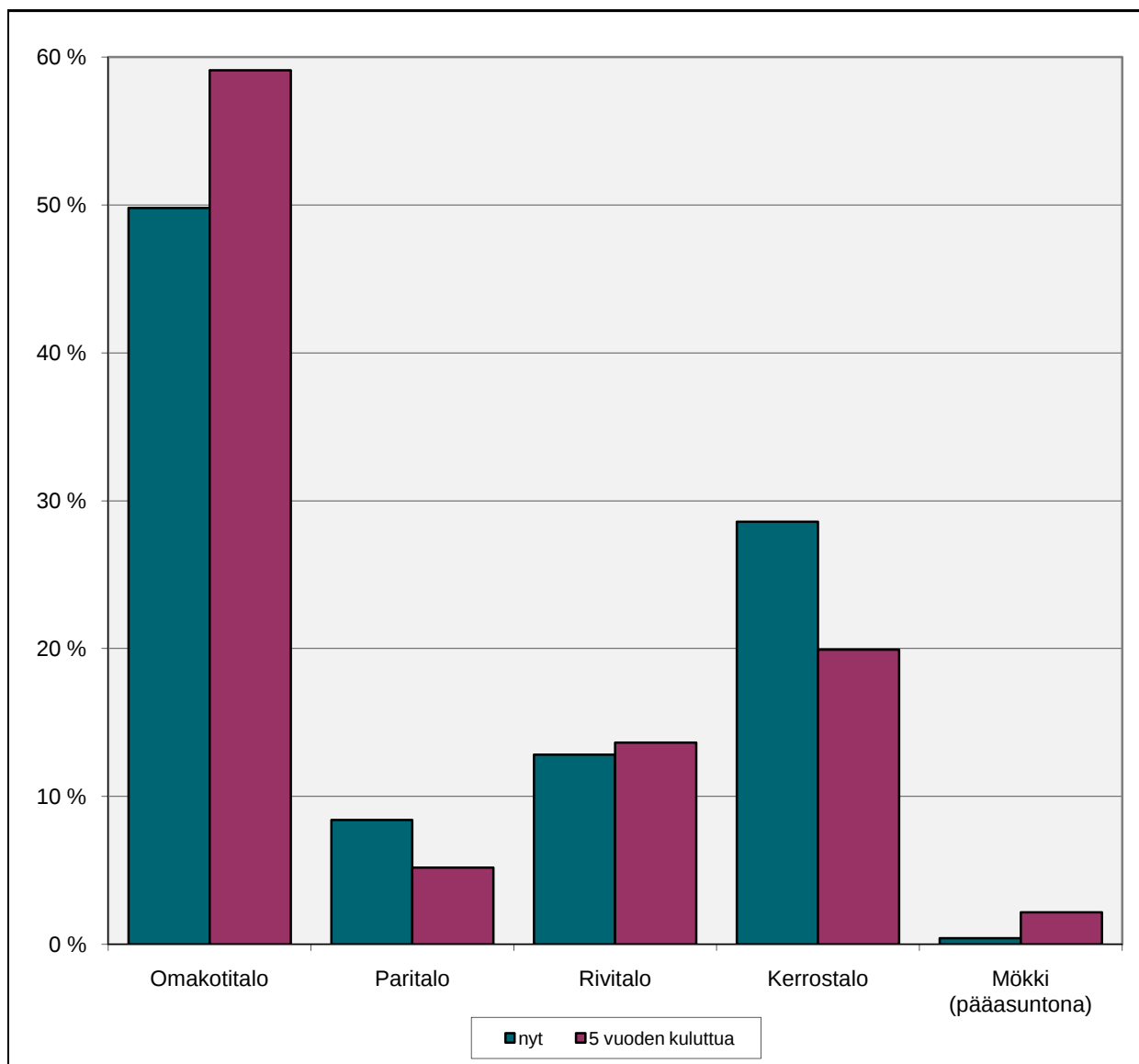
Liian pitkä matka, todennäköisesti
Luultavasti liian kalliita taloja esitetään
Matka 4
Matka ja aika
Matka ja messupalveluiden kalleus
Matka liian pitkä
Matka on hankala
Matka yms seikat jos ei järjesty
Menen kalajoelle
Menen Vantaalle 2015... on lähempänä
Messut tulossa vantaalle
Nämä messut eivät tarjonneet inspiraatiota talon hankintaan
Ne on vantaalla 2015
Oma rakennus valmistuu
Oma taloprojekti jo käynnissä
On kaukana
Paikkakunta on silloin hankala
Pitkä matka 19
Pitkä matka ja lähinnä loma-asunnot kiinnostavat 2
Radion pauhaaminen on ärsyttävää, vettä saisi olla tajolla ilmaiseksi
Riippuu mitä siellä on esillä
Sijainti aik kaukana
Sijainti
Talot eivät juuri muutu vuodessa
Tiedossa ei ole mitään suurempia rakennushankkeita
Turhan kaukana
Välimatka

Vastaajat, jotka ilmoittivat etteivät aio käydä ensi kesän Asuntomessuilla Jyväskylässä kysyttiin lisäkysymys "miksi". Ylivoimaisesti suurin syy jättää messut väliin oli pitkä matka.



10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT

Miten haluat asua



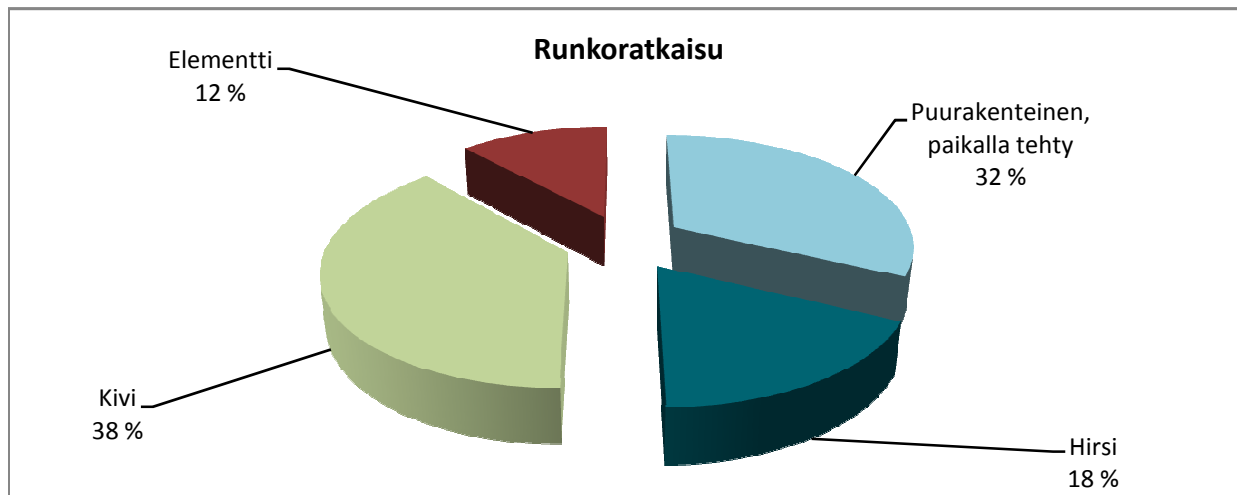
**Minkälaisessa asunnossa asutte
nyt ja millaisessa oletatte
asuvanne viiden vuoden
kuluttua?**

	nyt	5 vuoden kuluttua	nyt	5 vuoden kuluttua
Omakotitalo	237	273	49,8 %	59,1 %
Paritalo	40	24	8,4 %	5,2 %
Rivitalo	61	63	12,8 %	13,6 %
Kerrostalo	136	92	28,6 %	19,9 %
Mökki (pääasuntona)	2	10	0,4 %	2,2 %

Kävijät haluavat muuttaa tulevaisuudessa yhä enemmän omakotitaloihin.



Millaisen talon rakentaisit



Muoto	vastanneet	%-osuus
Yksitasoratkaisu	300	58,7 %
Puolitoistakerroksinen	78	15,3 %
Monitasoratkaisu	133	26,0 %

Runko	vastanneet	%-osuus
Puurakenteinen, paikalla tehty	150	32,1 %
Hirsi	83	17,8 %
Kivi	179	38,3 %
Elementti	55	11,8 %

Kate	vastanneet	%-osuus
Tiili	216	46,5 %
Pelti	198	42,6 %
Huopa	36	7,7 %
Muu	15	3,2 %

Koko	vastanneet	%-osuus
Alle 120 m ²	118	22,1 %
120-139 m ²	169	31,6 %
140-159 m ²	131	24,5 %
160-199 m ²	70	13,1 %
200 m ² tai yli	47	8,8 %

Rakentamispaikka	vastanneet	%-osuus
Haja-asutus	199	42,2 %
Taajama	273	57,8 %

Rakentamistapa	vastanneet	%-osuus
Pääasiassa itse	98	23,3 %
Teettämällä palkkatyönä	147	34,9 %
Ostamalla avaimet käteen	176	41,8 %

Lämmitystapa	vastanneet	%-osuus
Patterilämmitys	46	11,2 %
Lattialämmitys	306	74,8 %
Kattolämmitys	9	2,2 %
Ilmalämmitys	48	11,7 %

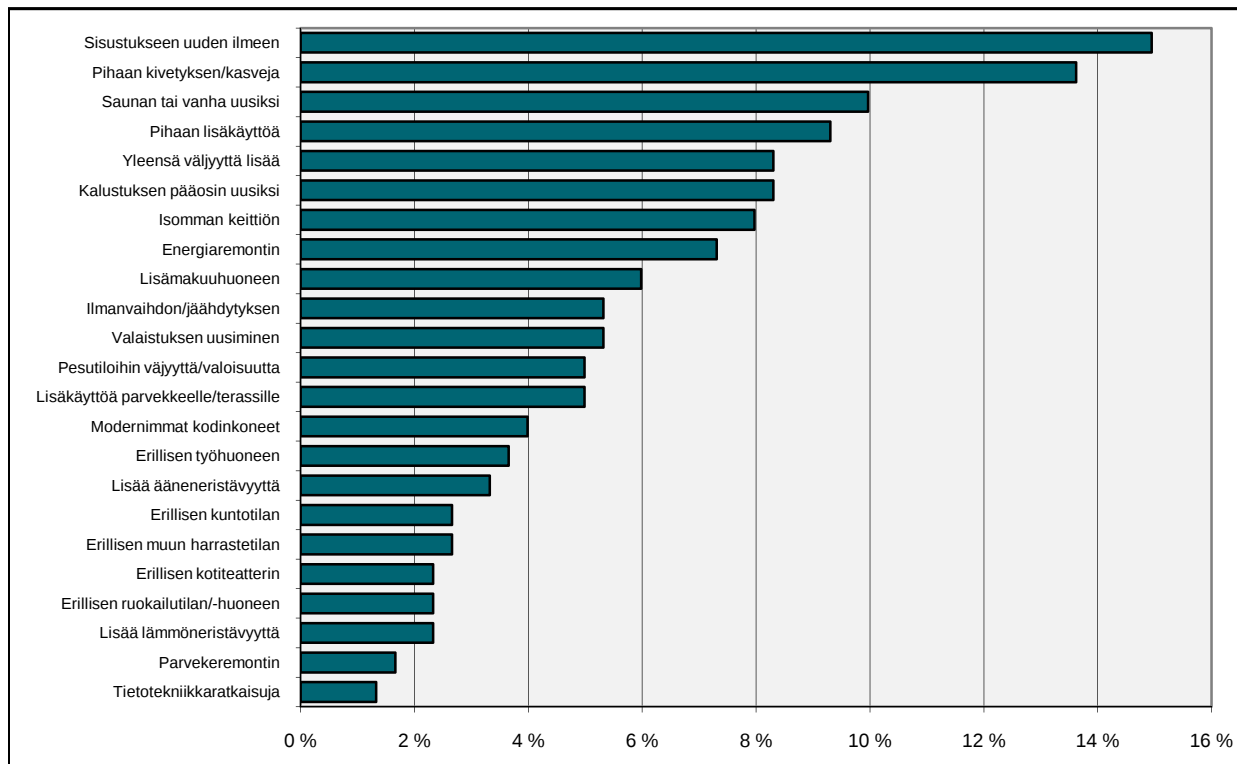
Pääenergia	vastanneet	%-osuus
Maalämpö	236	53,0 %
Sähkö	60	13,5 %
Kaukolämpö/maakaasu	98	22,0 %
Poistoilmalämpöpumppu	20	4,5 %
Puu/hake/pelletti	23	5,2 %
Öljy	8	1,8 %

Lisälämmönlähde	vastanneet	%-osuus
Sähkö	71	16,2 %
Puu/hake	131	29,9 %
Aurinko	132	30,1 %
Tuuli	3	0,7 %
Ilmalämpöpumppu	101	23,1 %

Messukävijöiden toiveena on yhdessä tasossa oleva 120-139m² tiilikattoinen kivitalo taajamassa. Lattialämmitys maalämmöllä saa suurimman suosion. Enemmistö ostaisi talon avaimet käteen periaatteella.



Nykyiseen asuntooni kaipaisin ensisijaisesti



Nykyiseen asuntooni kaipaisin ensisijaisesti

	vastanneet	%-osuus
Sisustukseen uuden ilmeen	45	15,0 %
Pihaan kivetyksen/kasveja	41	13,6 %
Saunan tai vanha uusiksi	30	10,0 %
Pihaan lisäkäyttöä	28	9,3 %
Yleensä väljyyttä lisää	25	8,3 %
Kalustuksen pääosin uusiksi	25	8,3 %
Isomman keittiön	24	8,0 %
Energiaremontin	22	7,3 %
Lisämakuuhuoneen	18	6,0 %
Ilmanvaihdon/jäähdytyksen	16	5,3 %
Valaistuksen uusiminen	16	5,3 %
Pesutiloihin väljyyttä/valoisuutta	15	5,0 %
Lisäkäyttöä parvekkeelle/terassille	15	5,0 %
Modernimmat kodinkoneet	12	4,0 %
Erillisen työhuoneen	11	3,7 %
Lisää ääneneristävyyttä	10	3,3 %
Erillisen kuntotilan	8	2,7 %
Erillisen muun harrastetilan	8	2,7 %
Erillisen kotiteatterin	7	2,3 %
Erillisen ruokailutilan/-huoneen	7	2,3 %
Lisää lämmöneristävyyttä	7	2,3 %
Parvekeremontin	5	1,7 %
Tietotekniikkaratkaisuja	4	1,3 %

Sisustus, piha ja sauna ovat messukävijöiden "toivelistalla" nykyisen asunnon asumismukavuuden kohentamisessa.



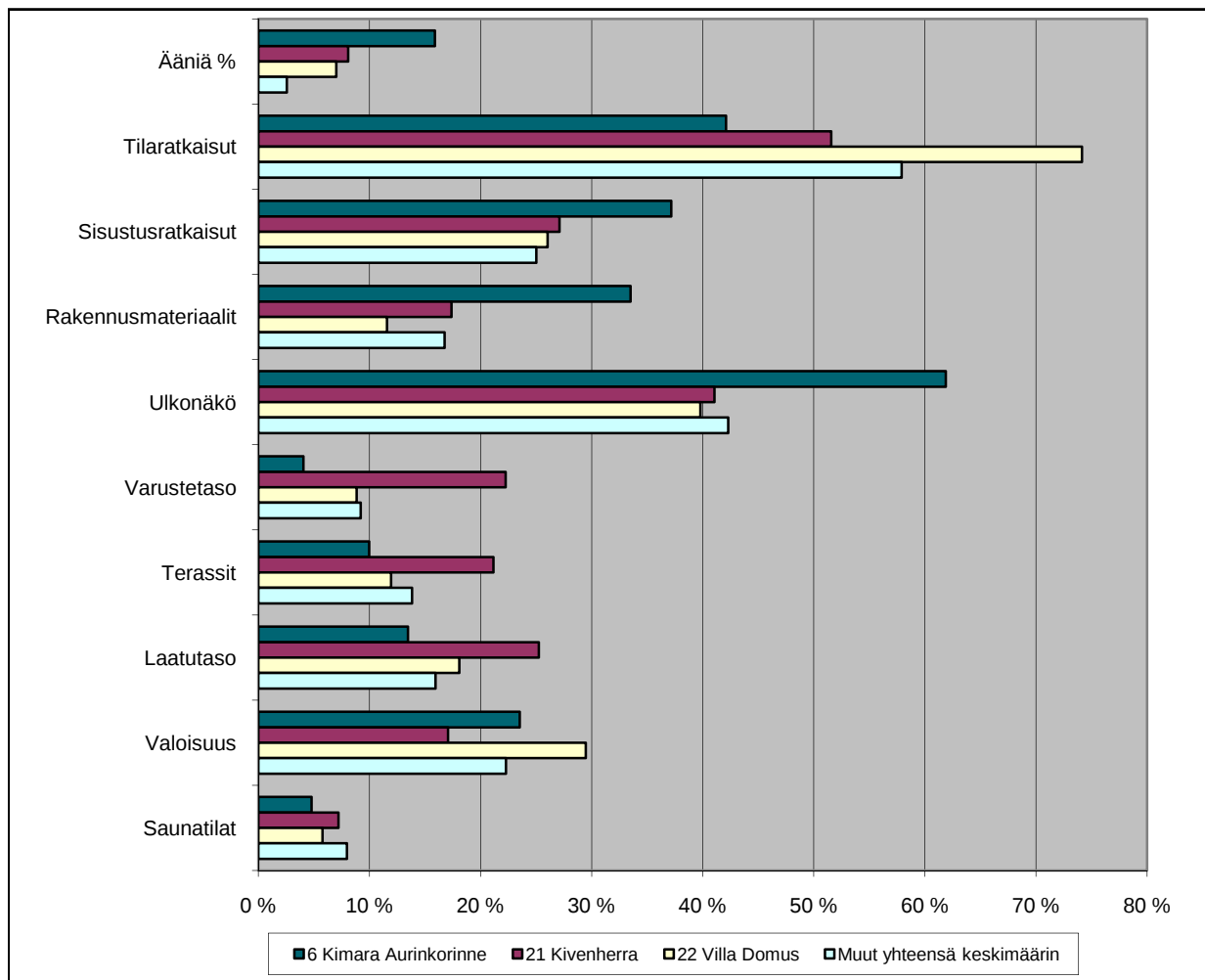
Mikä sana kuvailee parhaiten Asuntomessuja

"As usual"	Ilma, pihat	MIELENKIINTOINEN 4	Sisustustrendit
Ahdas	INFOAVA	MIELENKIINTOISET	Sopiva 2
Aiheleva	INFORMATIIVINEN 2	Mielenkiintoista 2	Sopivasti myös pieniä taloja
Aikas hyvät	Innostava	Miellyttävä	Sovinnainen
Aivan ihania taloja	Inspiroiva 4	Moderni 5	Steriili
Ajasta jäljessä	Inspiroivat	Moderni tyyliuunta	SUOMALAINEN
Antoisa	Jaa..a	Monimuotoinen 2	SUORA
ASIALLINEN	Japanilainen puutarha	Monipuolinen 5	Superia
Asuminen	Jepa jee	Monipuolisuus 2	Taloisa
AURINKO	Jokavuotinen	Mukavaa	TALOJA
Avara 4	Kallis 2	Mukavat 2	Tapahtuma
CARAMBOLA	KALLISTA	MUST	Tarpeeksi "pieni" alue
e6-luola	Kauhistus	Niiice	Tavallinen kuten muutkin
Erikoinen	Kaunis	NOPEAT	TAVALLISET
Erikoiset uutuusjutut	KIINNOSTAVA 3	Nykyäkaa	Tavallisille ihmisille koteja
Erikoisuudentavoittelu	Kiinnostavaa	Nykyajan rakentamista	TAVANOMAISTA
FINE	Kiire näkyy	valaiseva	Tieto info
Good	Kiva 4	Näyteikkuna	Toimivat
Haaveilua	Kiva alue kokonaisuus	Ok 8	Traditio
Harmaus	Kiva paikka	Olohuonetakat	Tulevaisuuden usko
Hauskaa	Kivat	Omakotimessut	Turha
Helppo	Kodikas	OMAKSUTTAVAA	TYYLİKÄS
Helppokulkuiset	Kohtuullisuus	Onnistuneet 2	Tyylikäs kokonaisuus
Helppous	Kokemus	Paljon katseltavaa kerralla	Tyylikästä 3
Hieno	Kokonaisuus oli hyvä	Paljon nähtävää	Upea
Hieno paikka	Kokonaisvaltainen	Paljon pienessä tilassa	Utelias
Hienosti järjestetty! 2	Kompakti 3	Perhekeskeistä	Uusi
Hienot 2	Kompalotit	PERINTEINEN 2	Uutuuksia ja viihdettä
Hienot sistustuideat	Kontti	Peruskamaa	VAATIMATON
HINTAVA	Kotoilu	PETTYMYS 2	Vaihteleva
Huikeeta	KUUMA 2	Pieni ja tiivis	Valkoinen ja harmaa
Hyvin järjestetty 4	Kävelymaraton	Piristävä	Valoisaa, tyylikästä
Hyvin organisoitu	Käytännöllinen	Pramea	Valoisuus 2
Hyvinkää	Käytännölliset	Raikas	Vapaa-aika
HYVÄ 8	Käytännöllistä	Raskas	Vastaa tarpeisiin
Hyvä kesäloimakohde	Laaja	Rauhalliset	Viihettä
Hyvät 3	Lama näkyy	RIEMUKAS	Viihtyisä 7
Hyvät esittelijät	pintamateriaaleissa	Ruuhkainen 3	Viihtyisät 2
HYVÄT JA SELKEÄT	Lattea meininki	Samaa	Virikkeitä antava
Hyvät järsjestelyt	Leppoisa	Samankaltainen	VIRKISTÄVÄ
Hyödyllinen	Luonnonläheinen väljä	Sekava	Vuosittainen mielenkiintoinen
Hyötytapahtuma	asuminen	Selkeys	tapahtuma jo vuodesta 1998!
Hyötyviihettä	Luonnonläheisyys 4	Selkeä 7	Väritön
HÄMMENTÄVÄ	Luontoystävällistä	Selkeä kaava	Väritön/harmaa
Ideapankki	Lähellä	Selkeät	Yksipuolisuus
Idearikas 2	LÄMPIMÄT	Selväpiirteinen	Yksitoikkoisen turvallinen
Ihan jees	LÄMPÖ	SIISTI	Yllisyys
Ihan kiva oli käydä	Matkan varrella	SILMÄNRUOKAA	Yllättävän järkevät
Ihan kiva	MENO IHAN ALLRIGHT	Simppeli	Yllätyksetön
Ihmisten mielenkiinto	MESSUT	Sisustus	Ympäristöystävällinen

Asuntomessutapahtumaa kuvattiin varsin monipuolisesti.



Paras Talo -äänestys - kärkikolmikko

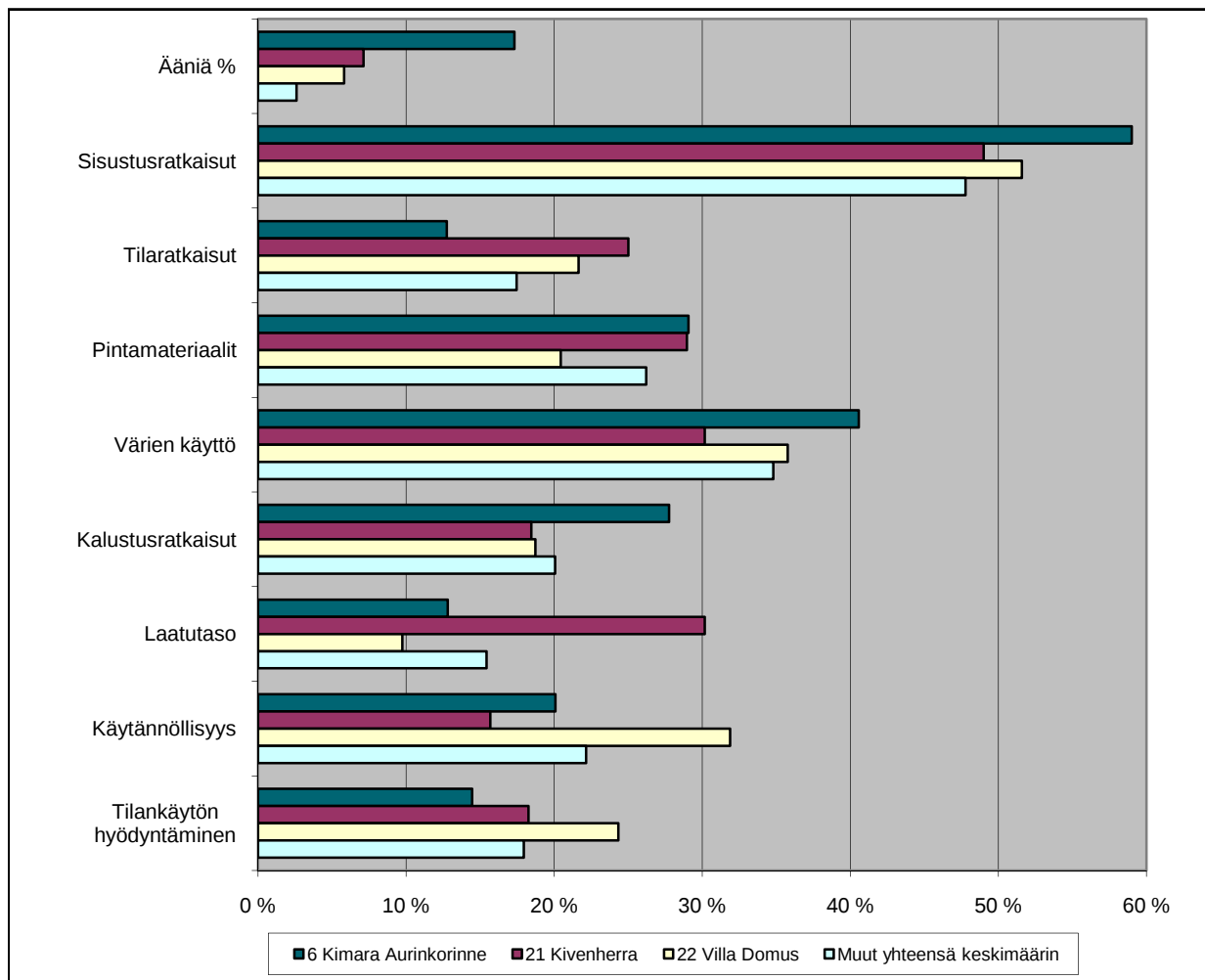


Yhteenveto	Ääniä %	Tilaratkaisut	Sisustusratkaisut	Rakennusmateriaalit	Ulkonäkö	Varustetaso	Terassit	Laatutaso	Valoisuus	Saunatilat
6 Kimara Aurinkorinne	15,89 %	42 %	37 %	33 %	62 %	4 %	10 %	13 %	24 %	5 %
21 Kivenherra	8,08 %	52 %	27 %	17 %	41 %	22 %	21 %	25 %	17 %	7 %
22 Villa Domus	7,01 %	74 %	26 %	12 %	40 %	9 %	12 %	18 %	29 %	6 %
Muut yhteensä keskimäärin	2,56 %	58 %	25 %	17 %	42 %	9 %	14 %	16 %	22 %	8 %

Paras Talo -äänestyksen voiton vei talo 6, Kimara Aurinkorinne. Voittajan vahvuuksina mainittiin sisustusratkaisut, rakennusmateriaalit ja ulkonäkö. Toiseksi sijoittui talo 21, Kivenherra, joka erottui mm. terasseillaan sekä varuste- ja laatutasollaan. Kolmannelle sijalle ylsi talo 22, Villa Domus, jonka vahvuuksia olivat tilaratkaisut ja valoisuus. Kaikissa kohteissa tärkeimmät valintakriteerit olivat tilaratkaisut ja ulkonäkö.



Paras Sisustus -äänestys - kärkikolmikko

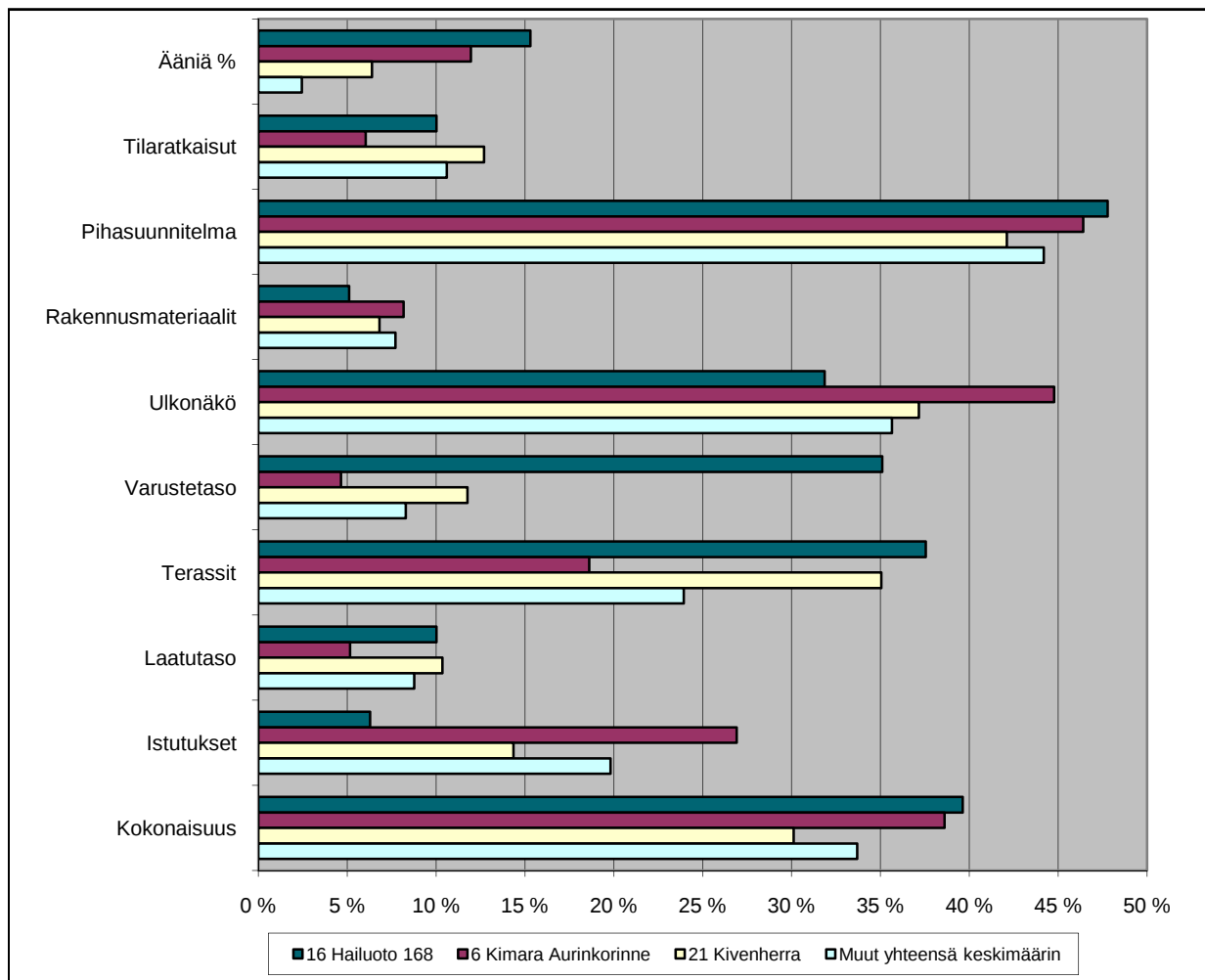


Yhteenveto	Ääniä %	Sisustusratkaisut	Tilaratkaisut	Pintamateriaalit	Värien käyttö	Kalustusratkaisut	Laatutaso	Käytännöllisyys	Tilankäytön hyödyntäminen
6 Kimara Aurinkorinne	17,31 %	59 %	13 %	29 %	41 %	28 %	13 %	20 %	14 %
21 Kivenherra	7,12 %	49 %	25 %	29 %	30 %	18 %	30 %	16 %	18 %
22 Villa Domus	5,81 %	52 %	22 %	20 %	36 %	19 %	10 %	32 %	24 %
Muut yhteensä keskimäärin	2,58 %	48 %	17 %	26 %	35 %	20 %	15 %	22 %	18 %

Paras Sisustus -äänestyksen vei selkeästi talo 6, Kimara Aurinkorinne. Kehuja keräsivät erityisesti kohteen sisustus- ja kalustusratkaisut sekä värien käyttö. Toiseksi äänestyksessä tuli talo 21, Kivenherra, joka erottui tilaratkaisuilla ja laatutasolla. Äänestyksessä kolmanneksi sijoittunut Villa Domus (talo 22) ilahdutti käytännöllisyydellä ja tilankäytön hyödyntämisellä.



Paras Piha -äänestys - kärkikolmikko



Yhteenveto	Ääniä %	Tilaratkaisut	Pihasuunnitelma	Rakennusmateriaalit	Ulkonäkö	Varustetaso	Terrassit	Laatutaso	Istutukset	Kokonaisuus
16 Hailuoto 168	15,31 %	10 %	48 %	5 %	32 %	35 %	38 %	10 %	6 %	40 %
6 Kimara Aurinkorinne	11,97 %	6 %	46 %	8 %	45 %	5 %	19 %	5 %	27 %	39 %
21 Kivenherra	6,40 %	13 %	42 %	7 %	37 %	12 %	35 %	10 %	14 %	30 %
Muut yhteensä keskimäärin	2,46 %	11 %	44 %	8 %	36 %	8 %	24 %	9 %	20 %	34 %

Paras Piha -äänestyksessä voiton vei selvällä erolla talo 16, Hailuoto 168. Voittaja erottui terasseilla ja varustetasolla. Pihaäänestyksen kakkossijalle tuli talo 6, Kimara Aurinkorinne, jonka ulkonäkö ja istutukset miellyttivät yleisöä. Kolmossijalle tuli Kivenherra (talo 21), jonka vahvuudeksi vastaajat mainitsivat terrassit ja tilaratkaisut. Kaikissa kohteissa valinnan ratkaisi pihasuunnitelma, ulkonäkö ja kokonaisuus.



12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS

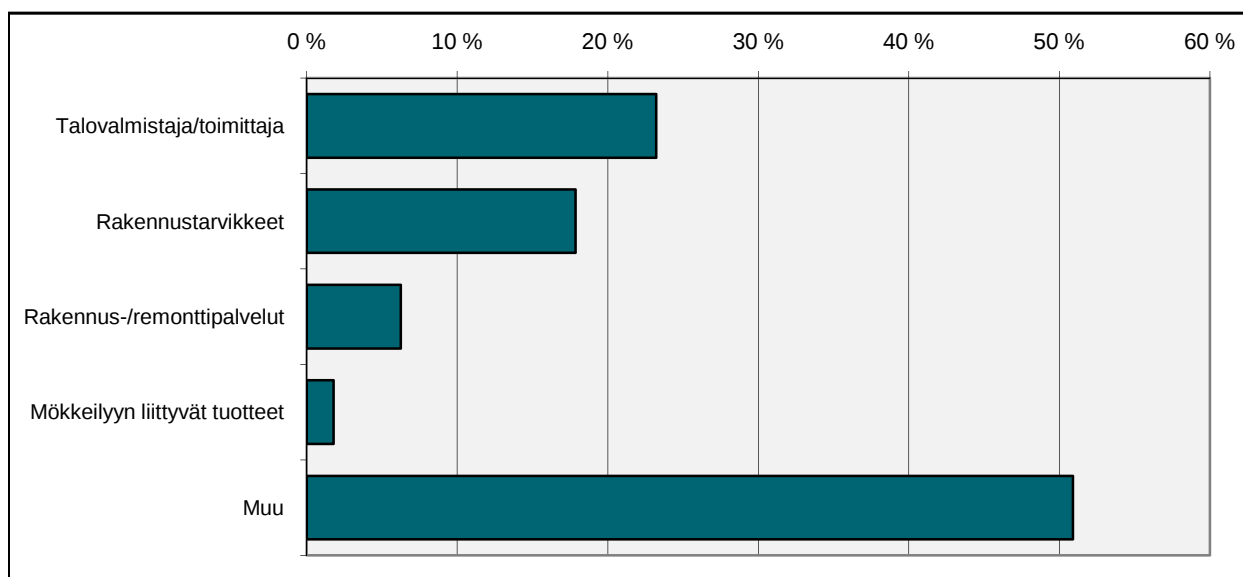
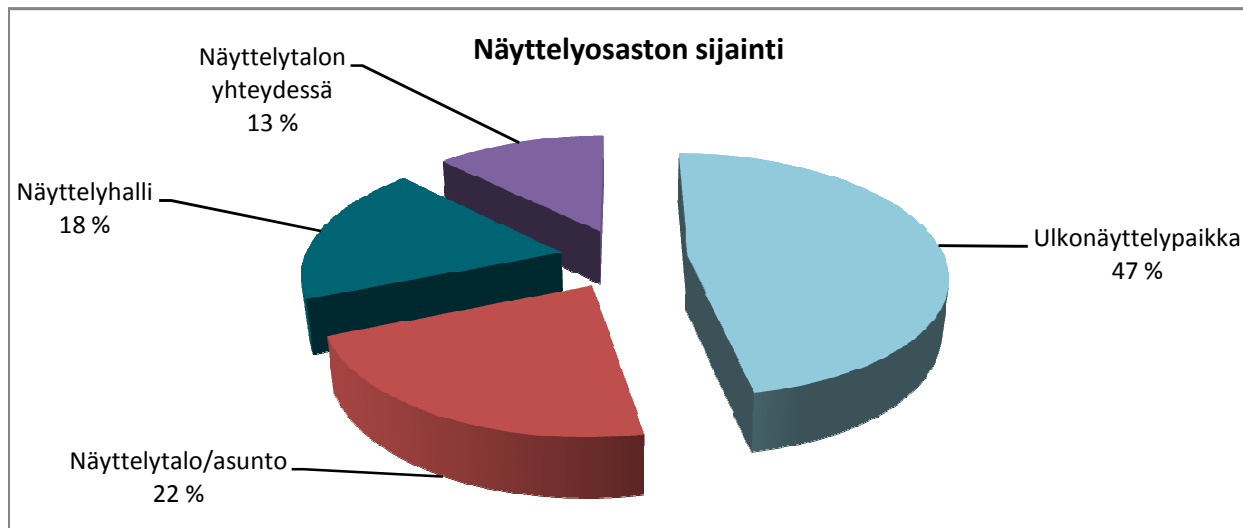
Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin messujen kahden viimeisen viikon aikana. Näytteilleasettajille jaettiin kyselylomakkeet messuilla sekä lähetettiin sähköisesti täytettävä tutkimuslinkki sähköpostiin. Tutkimukseen vastasi yhteensä 125 näytteilleasettajaa.

	Sivu
Näyttelyosaston sijainti	51
Yrityksen tavoitteet messuilla	52
Tyytyväisyys messujen antiin	53
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	54
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon	55
Mielipiteet palveluiden hintatasosta	56
Näyttelykohteiden määrä	57
Mainonnan määrä	58
Mainonnan laatu	59
Aikomus osallistua tuleville messuille	60
Asuntomessujen sopiva kesto	61
Sopiva kävijämäärä/pvä	62
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään	63
Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä	64





Tuoteryhmä jota edustaa



Näyttelyosaston sijainti

	vastanneet	%-osuus
Ulkonäyttelypaikka	56	47,1 %
Näyttelytalo/asunto	26	21,8 %
Näyttelyhalli	22	18,5 %
Näyttelytalon yhteydessä	15	12,6 %

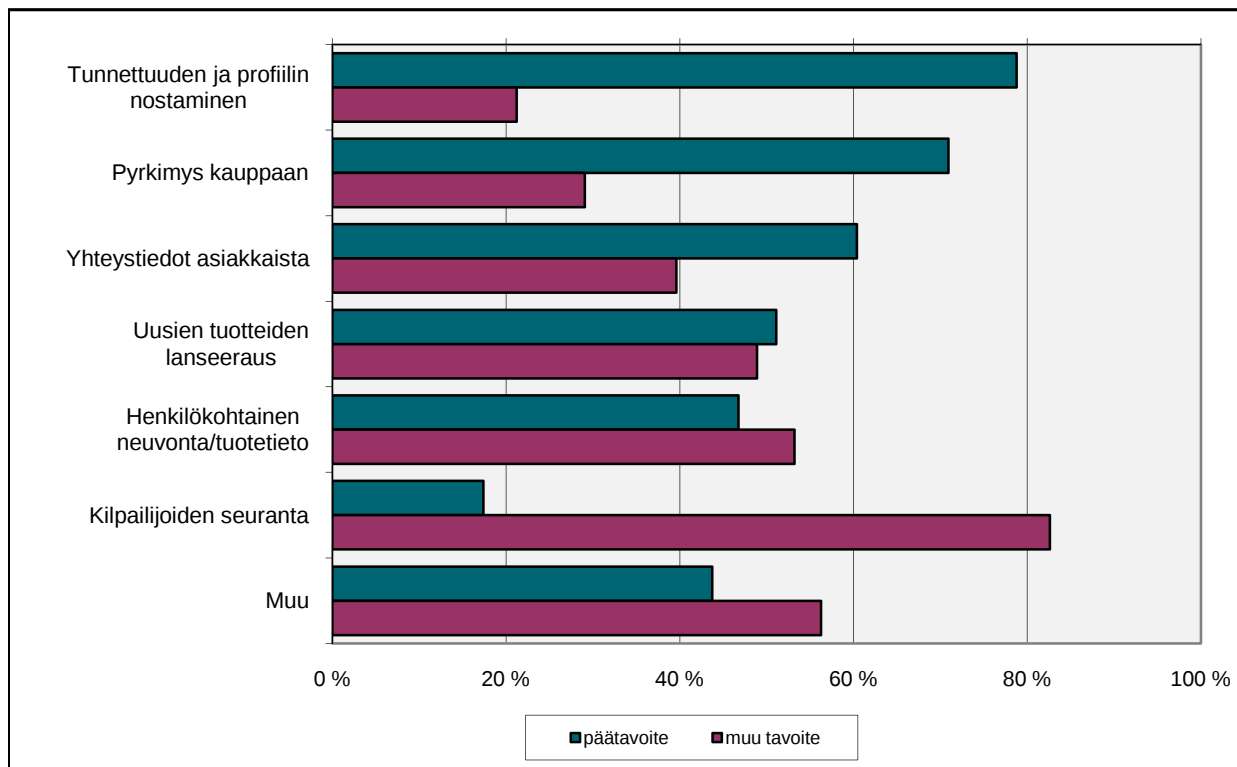
Tuoteryhmä jota edustaa

	vastanneet	%-osuus
Talovalmistaja/toimittaja	26	23,2 %
Rakennustarvikkeet	20	17,9 %
Rakennus-/remonttipalvelut	7	6,3 %
Mökkeilyyn liittyvät tuotteet	2	1,8 %
Muu	57	50,9 %

Näytteilleasettaja-tutkimuksen vastauksista reilu kolmannes tuli näyttelytaloista. Loput ulkonäyttelypaikoilta ja näyttelyhallista.



Yrityksen tavoitteet messuilla



Yrityksen tavoitteet messuilla

	pää tavoite	% osuus
Tunnettuuden ja profiilin nostaminen	78	78,8 %
Pyrkimys kauppaan	61	70,9 %
Yhteystiedot asiakkaista	32	60,4 %
Uusien tuotteiden lanseeraus	23	51,1 %
Henkilökohtainen neuvonta/tuotetieto	29	46,8 %
Kilpailijoiden seuranta	4	17,4 %
Muu	7	43,8 %

muu tavoite % osuus

muu tavoite	% osuus
21	21,2 %
25	29,1 %
21	39,6 %
22	48,9 %
33	53,2 %
19	82,6 %
9	56,3 %

Mitä asiakasryhmää tavoitelti

	vastanneet	%-osuus
Omakotitalon rakentajat	90	72,6 %
Omakotitalon remontoijat	64	51,6 %
Omakotitalon ostajat/myyjät	47	37,9 %
Loma-asunnon rakentajat	59	47,6 %
Loma-asunnon remontoijat	49	39,5 %
Loma-asunnon ostajat/myyjät	36	29,0 %
Sisustajat	40	32,3 %

Arvio miten tavoitti haluamansa asiakasryhmän

	vastanneet	%-osuus
Kiitettävästi	30	25,2 %
Hyvin	68	57,1 %
Välttävästi	19	16,0 %
Huonosti	2	1,7 %

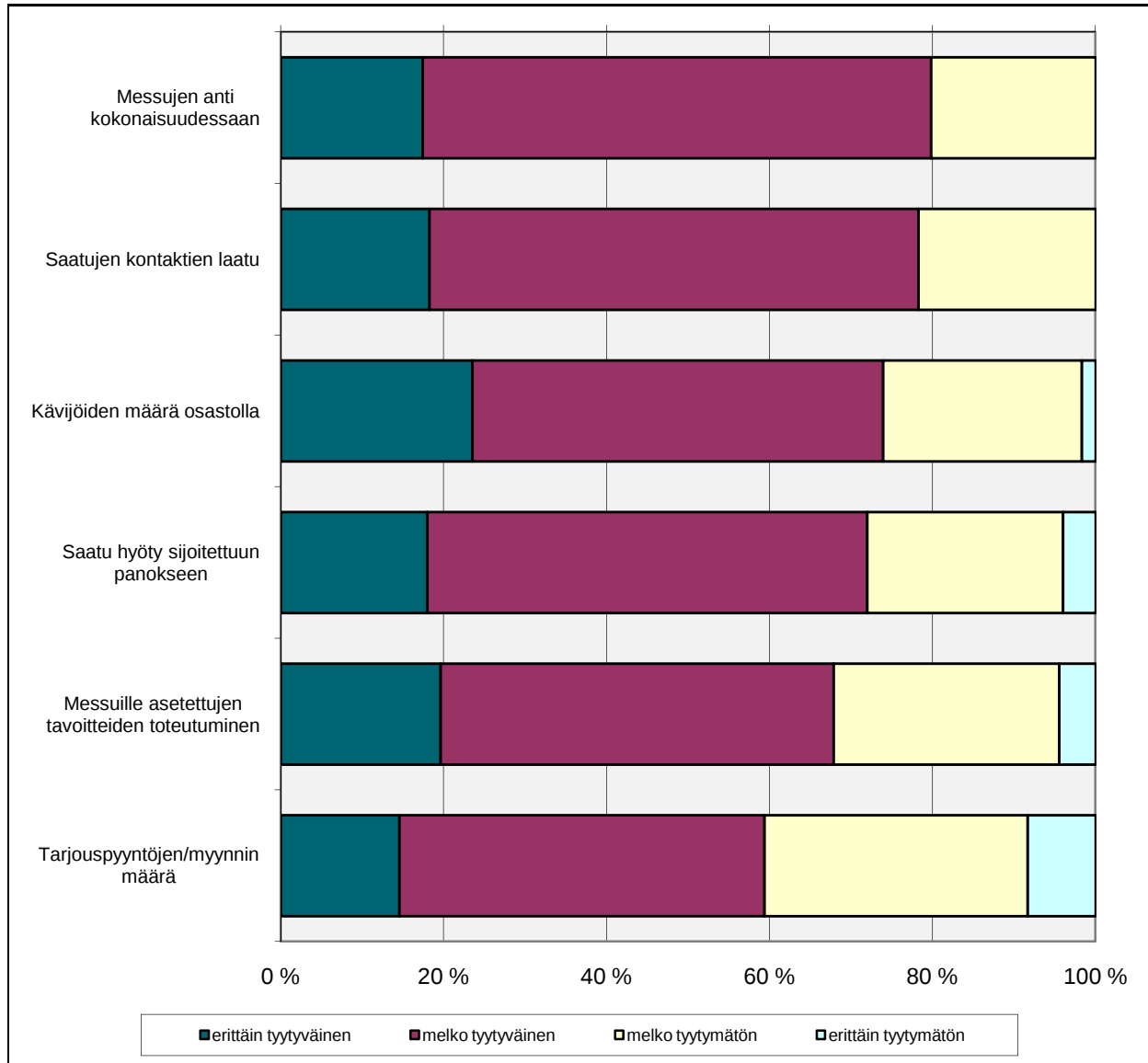
Tärkeintä näytteilleasettajilla on tunnettuuden ja profiilin nostaminen. Seuraavana tulee pyrkimys kauppaan.

Näytteilleasettajat tavoittelivat tasaisesti kaikkia asiakasryhmiä.

Kohderyhmä tavoitettiin hyvin.



Tyytyväisyys messujen antiin



Tyytyväisyys messujen antiin

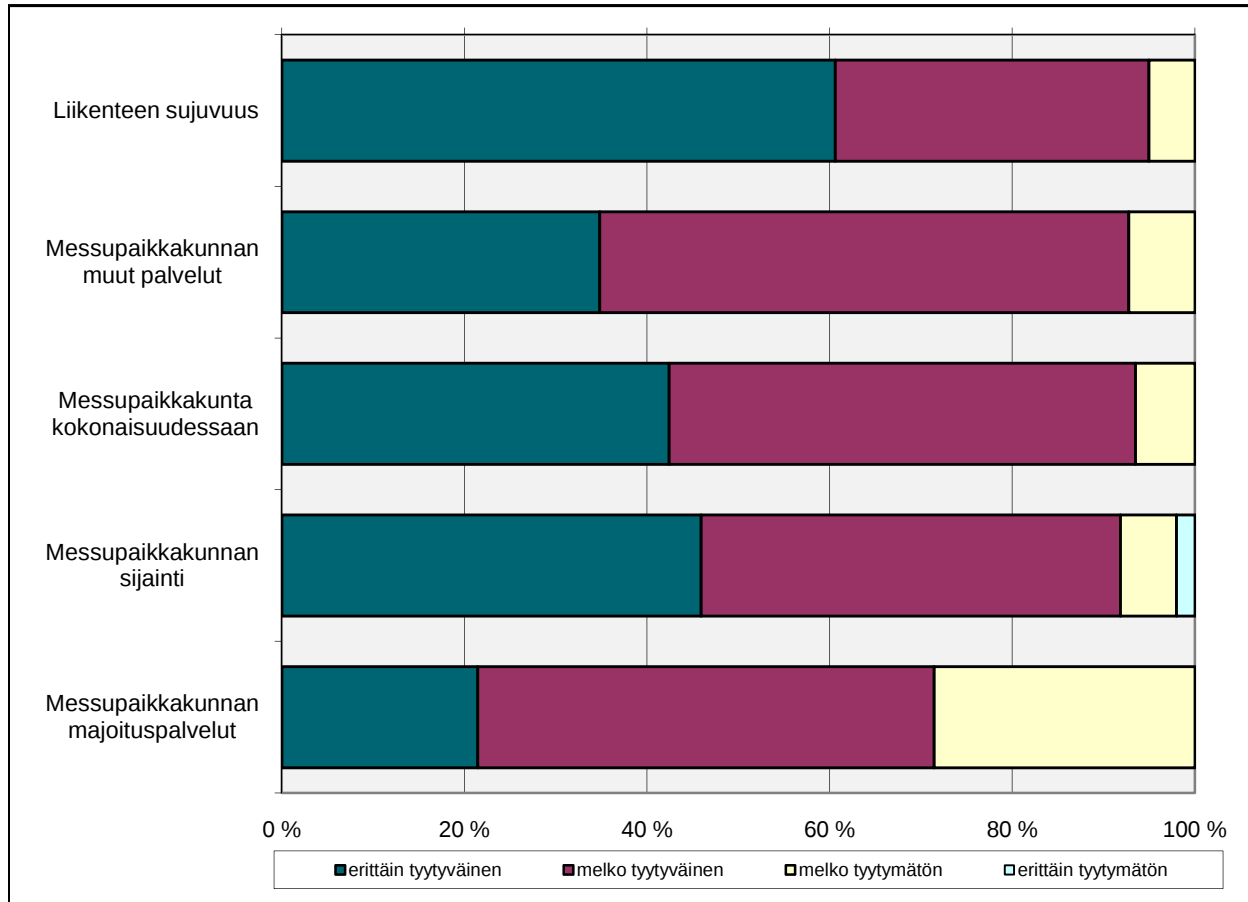
	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
Messujen anti kokonaisuudessaan	17,4 %	62,4 %	20,2 %	0,0 %
Saatujen kontaktien laatu	18,3 %	60,0 %	21,7 %	0,0 %
Kävijöiden määrä osastolla	23,5 %	50,4 %	24,4 %	1,7 %
Saatu hyöty sijoitettuun panokseen	18,0 %	54,0 %	24,0 %	4,0 %
Messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen	19,6 %	48,2 %	27,7 %	4,5 %
Tarjouspyyntöjen/myynnin määrä	14,6 %	44,8 %	32,3 %	8,3 %

Näytteilleasettajat olivat tyytyväisiä messujen antiin kokonaisuudessaan sekä kontaktien laatuun.

Kauppaa toivottiin enemmän.



Tyytyväisyys paikkakuntaan ja palveluiden käyttö



Messupaikkakunnan palveluiden käyttö

	paljon	jonkin verran	ei ollenkaan
Ravintolapalveluja	18,9 %	43,2 %	37,9 %
Kauppojen palveluita	20,0 %	36,7 %	43,3 %
Majoituspalveluita	14,1 %	9,4 %	76,5 %
Nähtävyyksiä	6,0 %	13,3 %	80,7 %
Tapahtumia	1,2 %	16,7 %	82,1 %

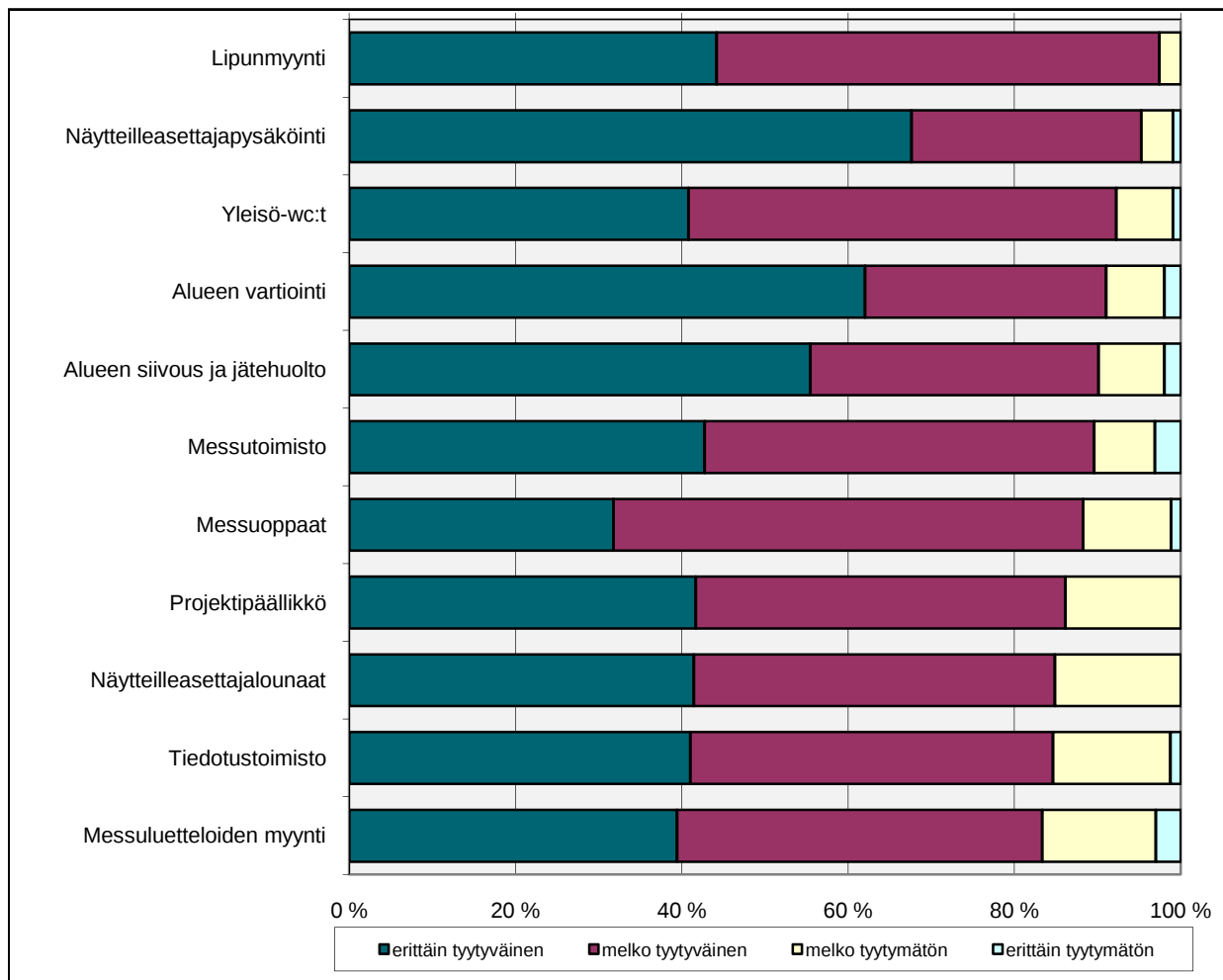
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
Liikenteen sujuvuus	60,6 %	34,3 %	5,1 %	0,0 %
Messupaikkakunnan muut palvelut	34,8 %	58,0 %	7,2 %	0,0 %
Messupaikkakunta kokonaisuudessaan	42,4 %	51,1 %	6,5 %	0,0 %
Messupaikkakunnan sijainti	45,9 %	45,9 %	6,1 %	2,0 %
Messupaikkakunnan majoituspalvelut	21,4 %	50,0 %	28,6 %	0,0 %

Messupaikkakuntaan oltiin erittäin tyytyväisiä. Erityisesti kiitosta sai liikenteen sujuvuus ja messupaikkakunnan sijainti. Nähtävyyksille ja tapahtumille ei jäänyt aikaa.



Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon



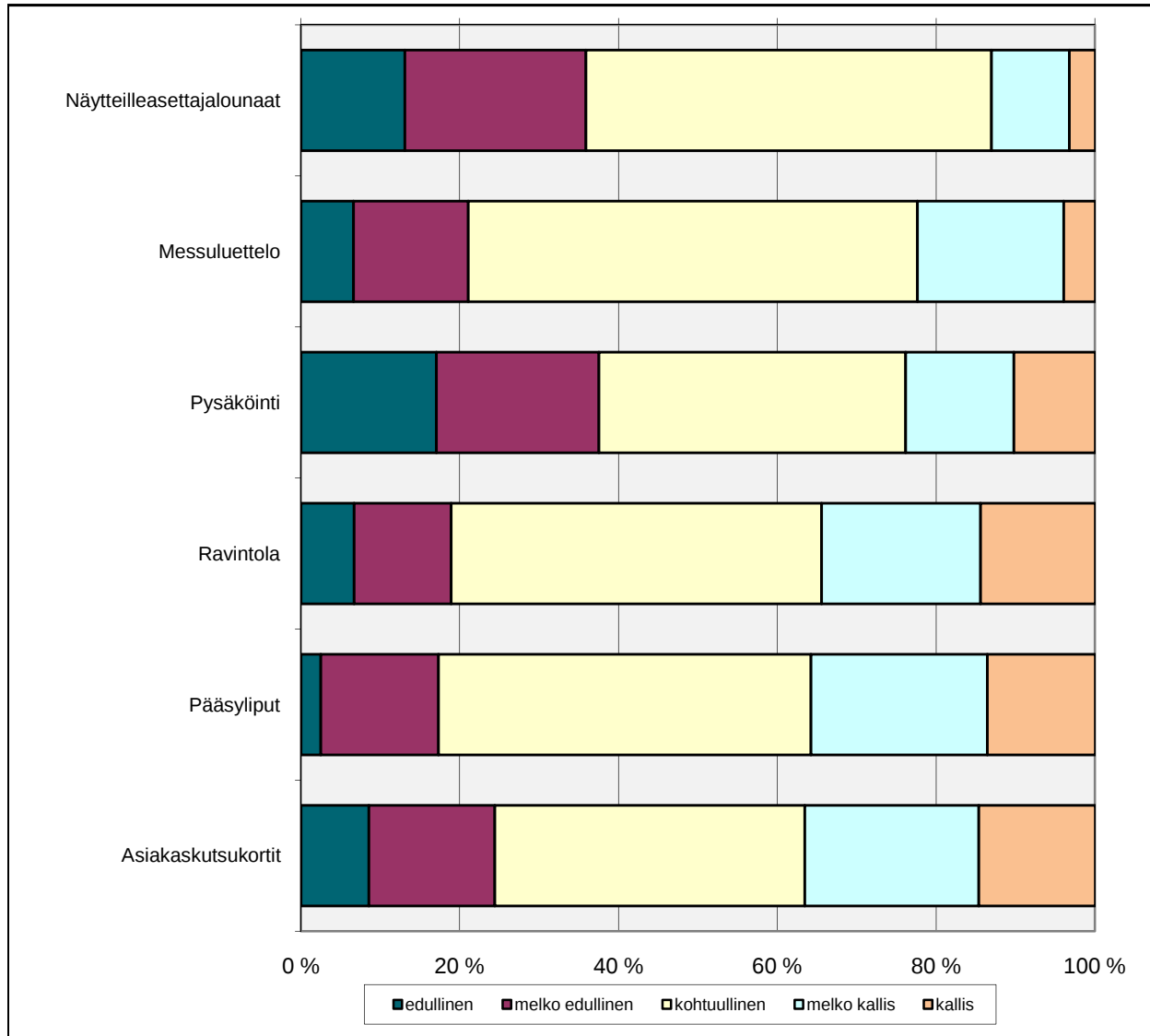
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
Lipunmyynti	44,2 %	53,2 %	2,6 %	0,0 %
Näytteilleasettajapysäköinti	67,6 %	27,6 %	3,8 %	1,0 %
Yleisö-wc:t	40,8 %	51,5 %	6,8 %	1,0 %
Alueen vartiointi	62,0 %	29,0 %	7,0 %	2,0 %
Alueen siivous ja jätehuolto	55,4 %	34,7 %	7,9 %	2,0 %
Messutoimisto	42,7 %	46,9 %	7,3 %	3,1 %
Messuoppaat	31,8 %	56,5 %	10,6 %	1,2 %
Projektipäällikkö	41,7 %	44,4 %	13,9 %	0,0 %
Näytteilleasettajalounaat	41,4 %	43,4 %	15,2 %	0,0 %
Tiedotustoimisto	41,0 %	43,6 %	14,1 %	1,3 %
Messuluetteloiden myynti	39,4 %	43,9 %	13,6 %	3,0 %

Kaikki toimi hienosti, erityisesti näytteilleasettajapysäköinti ja alueen vartiointi.



Mielipiteet palveluiden hintatasosta



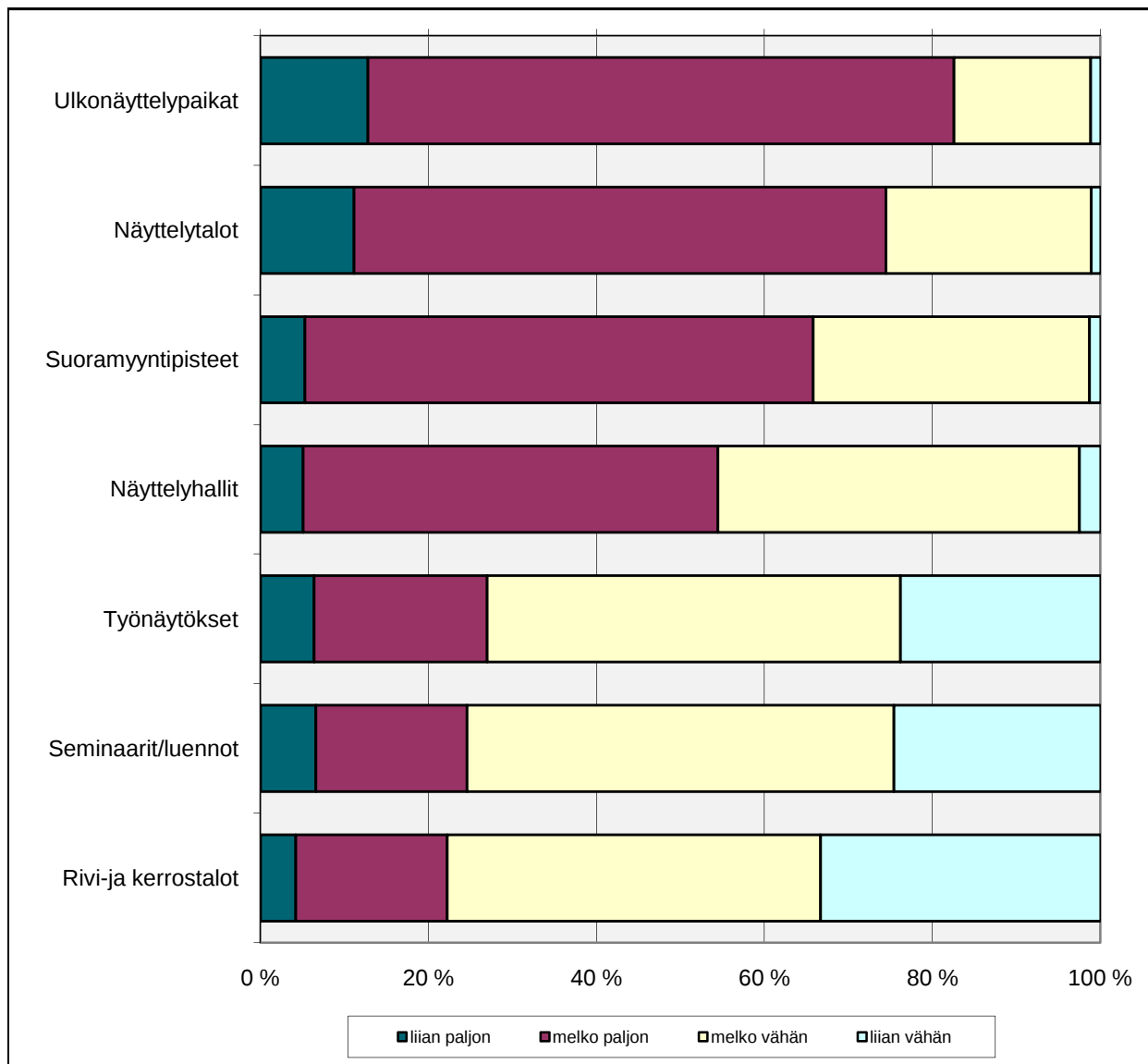
Mielipiteet palveluiden hintatasosta

	edullinen	melko edullinen	kohtuullinen	melko kallis	kallis
Näytteilleasettajalounaat	13,0 %	22,8 %	51,1 %	9,8 %	3,3 %
Messuluettelo	6,6 %	14,5 %	56,6 %	18,4 %	3,9 %
Pysäköinti	17,0 %	20,5 %	38,6 %	13,6 %	10,2 %
Ravintola	6,7 %	12,2 %	46,7 %	20,0 %	14,4 %
Pääsyliput	2,5 %	14,8 %	46,9 %	22,2 %	13,6 %
Asiakaskutsukortit	8,5 %	15,9 %	39,0 %	22,0 %	14,6 %

Hinta-arvioinnin painopiste on enimmäkseen kohtuullisessa. Pysäköinti ja näytteilleasettajalounaat koettiin edullisiksi. Asiakaskutsukortit, pääsyliput ja ravintola koettiin kalleimmiksi.



Näyttelykohteiden määrä

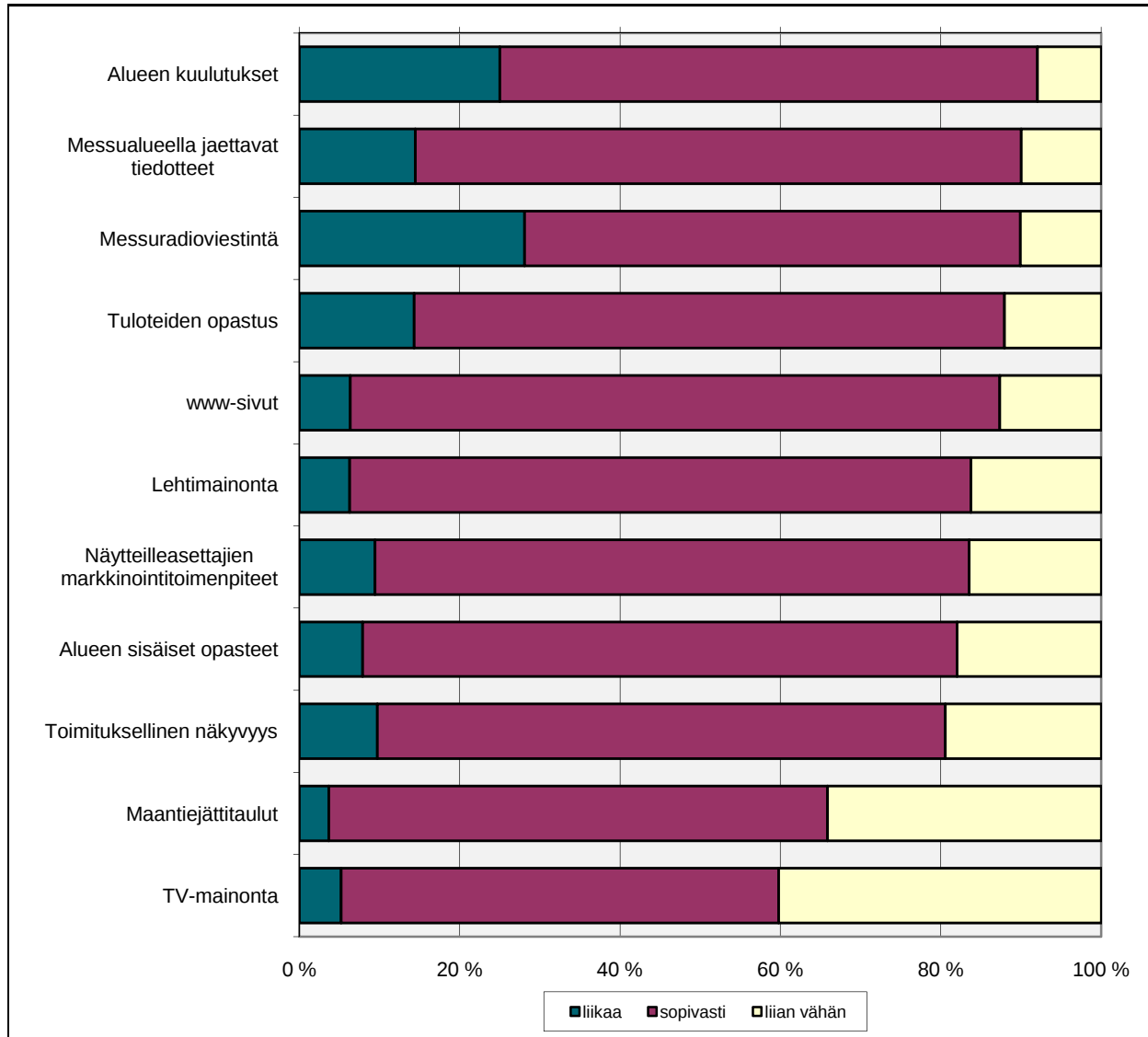


Näyttelykohteiden määrä	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
Ulkonäyttelypaikat	12,8 %	69,8 %	16,3 %	1,2 %
Näyttelytalot	11,1 %	63,3 %	24,4 %	1,1 %
Suoramyyntipisteet	5,3 %	60,5 %	32,9 %	1,3 %
Näyttelyhallit	5,1 %	49,4 %	43,0 %	2,5 %
Työnäytökset	6,3 %	20,6 %	49,2 %	23,8 %
Seminaarit/luennot	6,6 %	18,0 %	50,8 %	24,6 %
Rivi- ja kerrostalot	4,2 %	18,1 %	44,4 %	33,3 %

Näyttelytaloja ja oheistarjontaa on ollut riittävästi. Rivi- ja kerrostaloja toivottiin lisää.



Mainonnan määrä



Mainonnan määrä

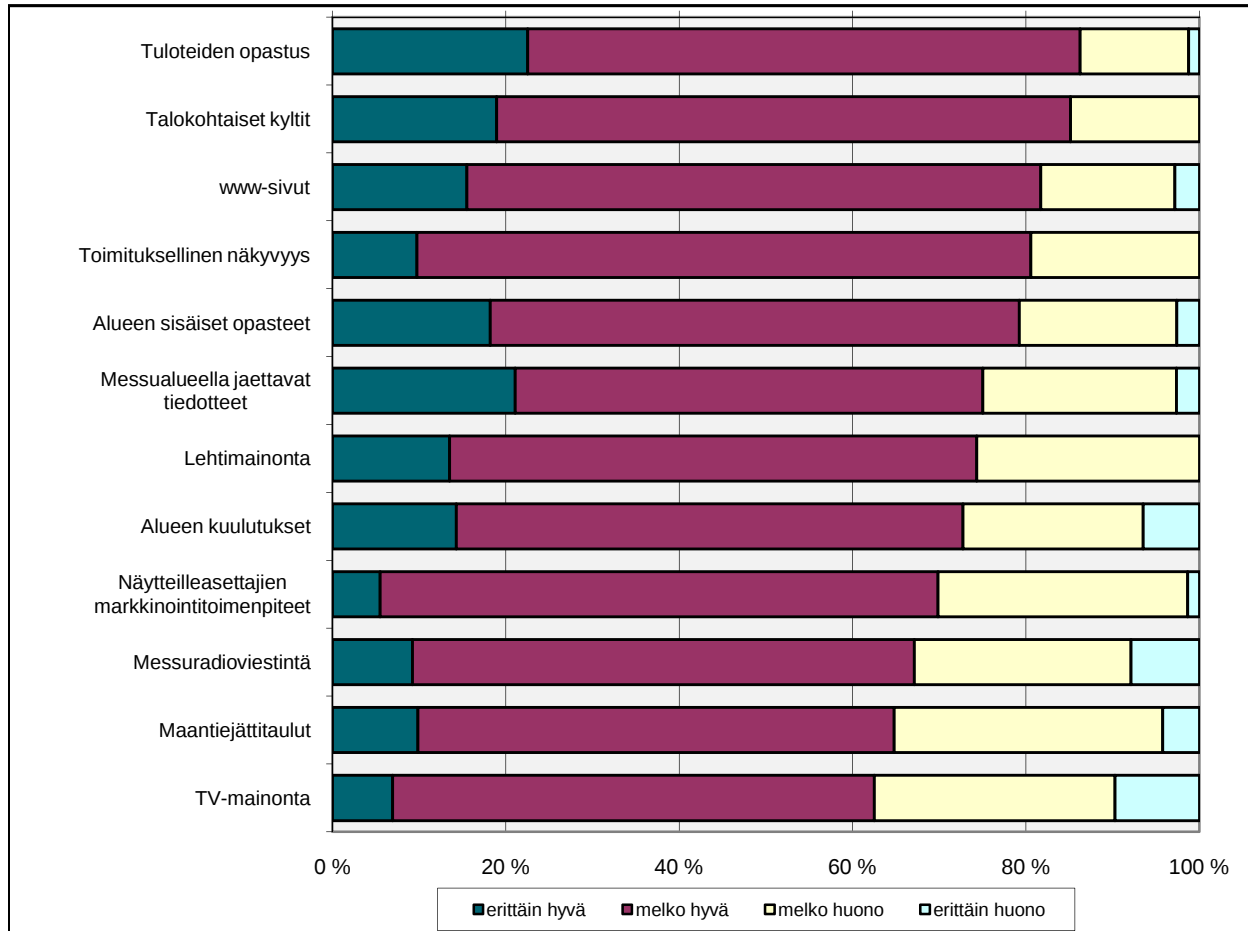
	liikaa	sopivasti	liian vähän
Alueen kuulutukset	25,0 %	67,0 %	8,0 %
Messualueella jaettavat tiedotteet	14,4 %	75,6 %	10,0 %
Messuradioviestintä	28,1 %	61,8 %	10,1 %
Tuloteiden opastus	14,3 %	73,6 %	12,1 %
www-sivut	6,3 %	81,0 %	12,7 %
Lehtimainonta	6,3 %	77,5 %	16,3 %
Näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	9,4 %	74,1 %	16,5 %
Alueen sisäiset opasteet	7,9 %	74,2 %	18,0 %
Toimituksellinen näkyvyys	9,7 %	70,8 %	19,4 %
Maantiejättitaulut	3,7 %	62,2 %	34,1 %
TV-mainonta	5,2 %	54,5 %	40,3 %

Mainontaa koettiin olevan sopivasti.

Alueen kuulutuksia ja messuradioviestintää voisi olla vähemmän, kun taas maantiejättitauluja ja TV-mainontaa olisi voinut olla enemmän.



Mainonnan laatu

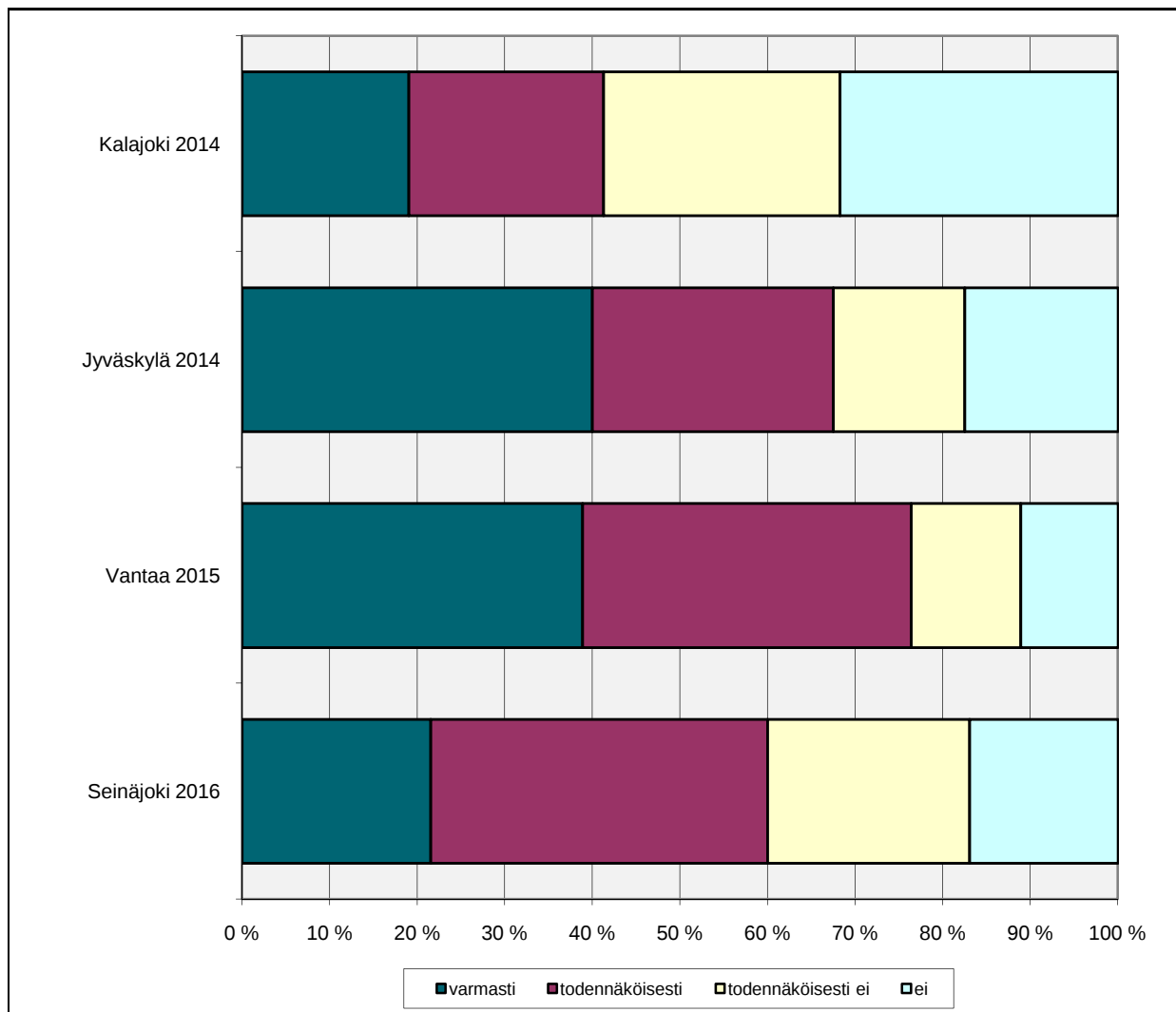


Mainonnan laatu	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
Tuloteiden opastus	22,5 %	63,8 %	12,5 %	1,3 %
Talokohtaiset kyltit	18,9 %	66,2 %	14,9 %	0,0 %
www-sivut	15,5 %	66,2 %	15,5 %	2,8 %
Toimituksellinen näkyvyys	9,7 %	70,8 %	19,4 %	0,0 %
Alueen sisäiset opasteet	18,2 %	61,0 %	18,2 %	2,6 %
Messualueella jaettavat tiedotteet	21,1 %	53,9 %	22,4 %	2,6 %
Lehtimainonta	13,5 %	60,8 %	25,7 %	0,0 %
Alueen kuulutukset	14,3 %	58,4 %	20,8 %	6,5 %
Näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	5,5 %	64,4 %	28,8 %	1,4 %
Messuradioviestintä	9,2 %	57,9 %	25,0 %	7,9 %
Maantiejättitaulut	9,9 %	54,9 %	31,0 %	4,2 %
TV-mainonta	6,9 %	55,6 %	27,8 %	9,7 %

Mainonnan laatuun oltiin tyytyväisiä. Talokohtaiset kyltit ja tuloteiden opasteet keräsivät eniten kiitosta. Kehitettävää oli maantiejättitauluissa ja TV-mainonnassa.



Aikomus osallistua tuleville messuille



Yrityksen osallistuminen messuille 2013

	vastanneet	%-osuus
Yksille messuille(näille)	18	20,9 %
2-3 messuille	23	26,7 %
4-5 messuille	18	20,9 %
6-7 messuille	12	14,0 %
8-9 messuille	3	3,5 %
10 tai useammille messuille	12	14,0 %

Neljä viidestä
näytteilleasettajasta
kiertää useat messut
vuoden aikana.

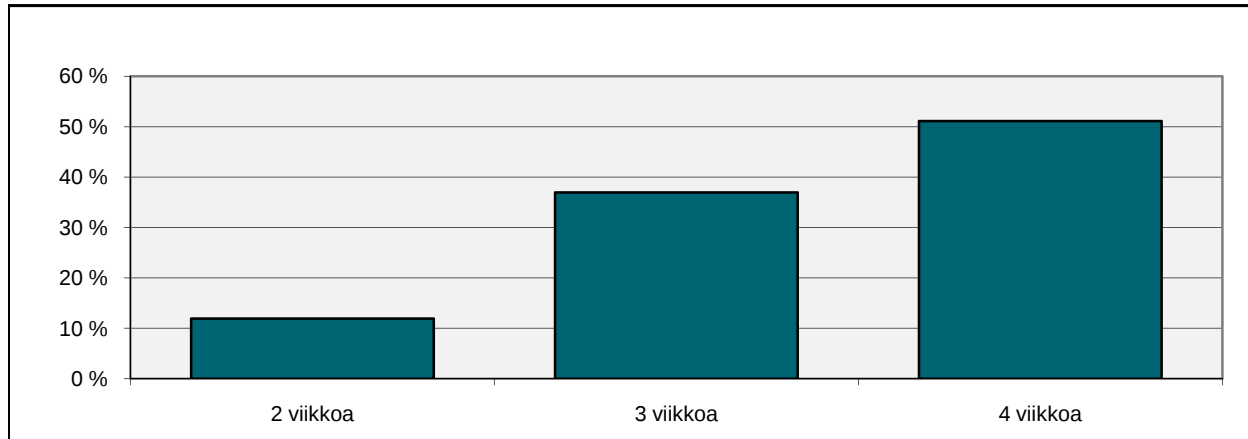
Yli puolet
näytteilleasettajista aikoo
osallistua myös tuleville
messuille!

Aikomus osallistua tuleville messuille

	varmasti	todennäköisesti	todennäköisesti ei	ei
Kalajoki 2014	19,0 %	22,2 %	27,0 %	31,7 %
Jyväskylä 2014	40,0 %	27,5 %	15,0 %	17,5 %
Vantaa 2015	38,9 %	37,5 %	12,5 %	11,1 %
Seinäjoki 2016	21,5 %	38,5 %	23,1 %	16,9 %



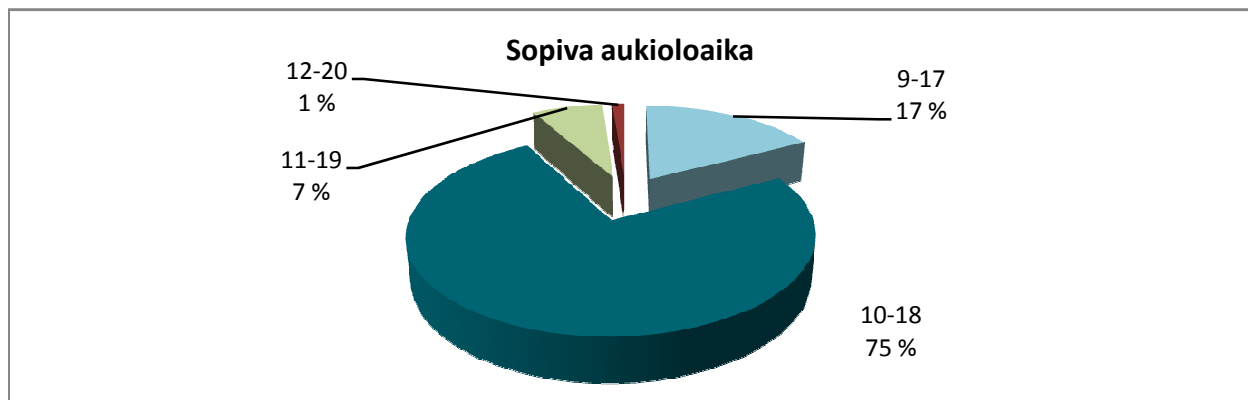
Asuntomessujen sopiva kesto



Asuntomessujen sopiva

kesto	vastanneet	%-osuus
2 viikkoa	11	12,0 %
3 viikkoa	34	37,0 %
4 viikkoa	47	51,1 %

Enemmistö näytteilleasettajista on sitä mieltä, että Asuntomessujen nykyinen kesto on sopiva.



Sopiva Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen väli

Asuntomessujen väli	vastanneet	%-osuus
1 viikko	2	2,3 %
2 viikkoa	17	19,3 %
3 viikkoa	13	14,8 %
4 viikkoa	20	22,7 %
Ei merkitystä	36	40,9 %

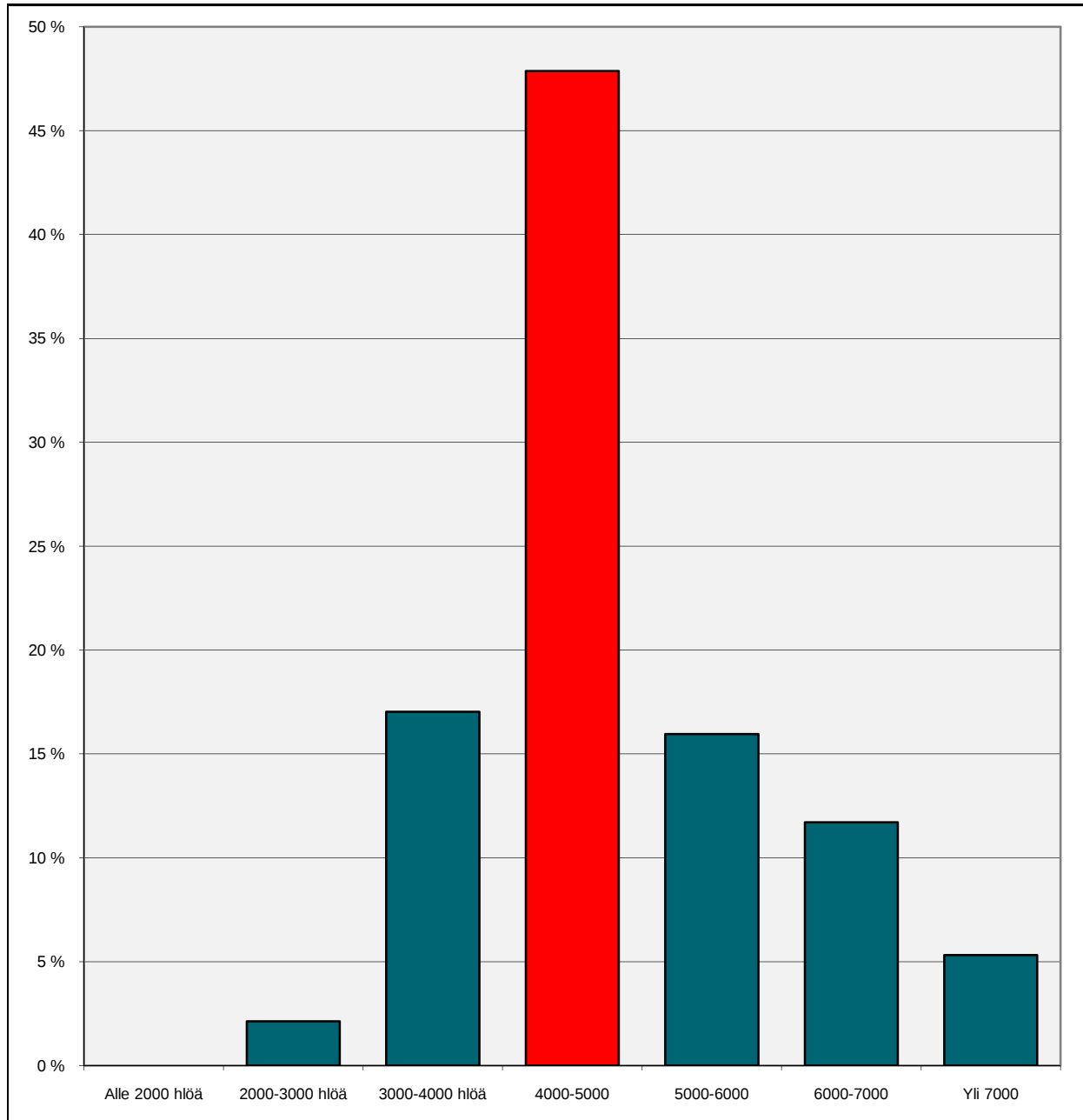
Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen välisellä ajalla ei koeta olevan juurikaan merkitystä.

Nykyinen aukioloaika koetaan sopivana.

Sopiva aukioloaika	vastanneet	%-osuus
9-17	15	16,1 %
10-18	65	69,9 %
11-19	6	6,5 %
12-20	1	1,1 %



Sopiva kävijämäärä/pvä

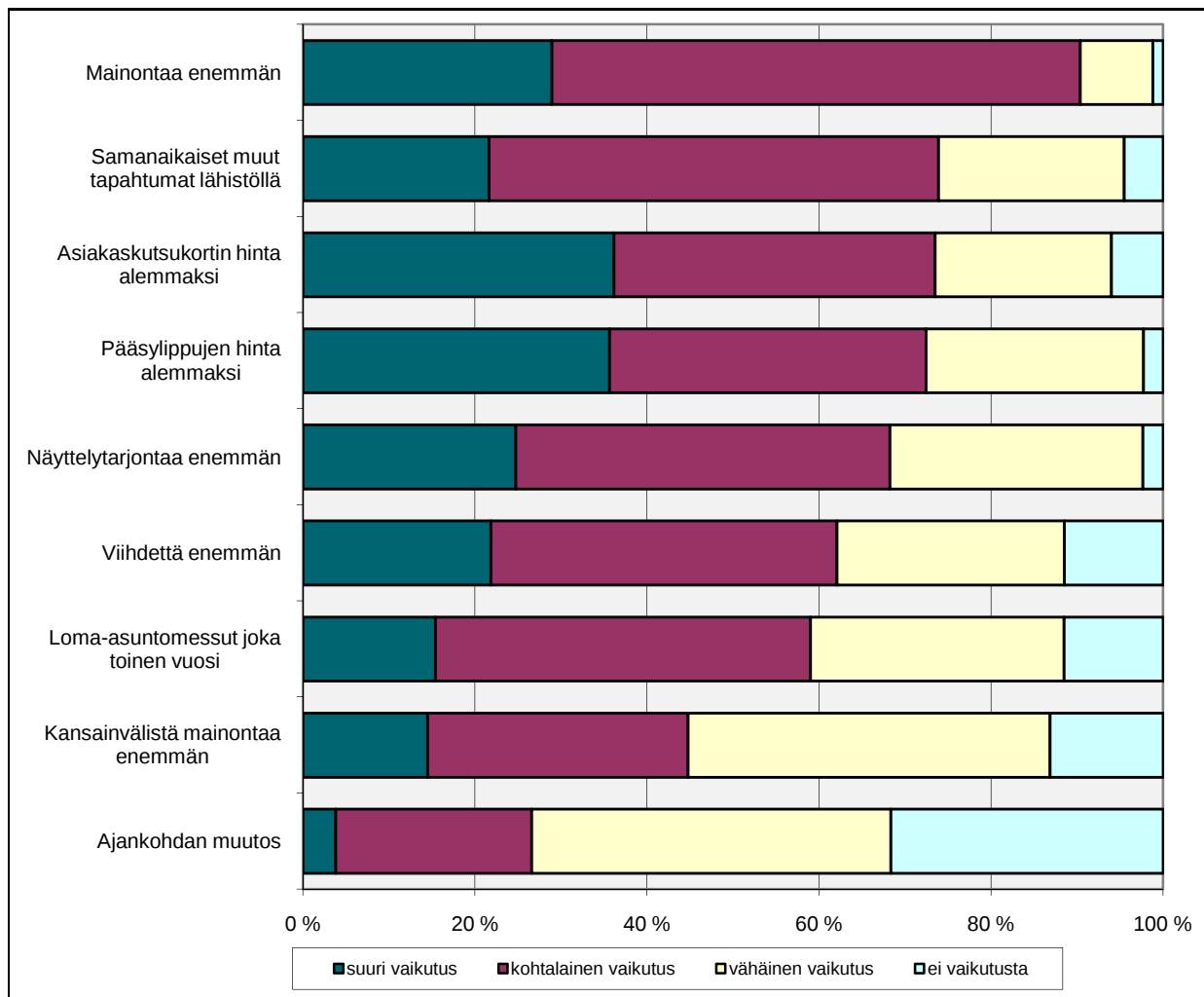


Sopiva kävijämäärä/pvä	%-osuus
Alle 2000 hlöä	0,0 %
2000-3000 hlöä	2,1 %
3000-4000 hlöä	17,0 %
4000-5000	47,9 %
5000-6000	16,0 %
6000-7000	11,7 %
Yli 7000	5,3 %

Keskimääräinen kävijämäärä (n. 4 200) osui toivottuun. Kun kävijöitä on sopivasti, ei taloissa synny suuria ruuhkia. Suoraan kauppaan pyrkivät toivovat mahdollisimman suurta kävijävirtaa.



Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään



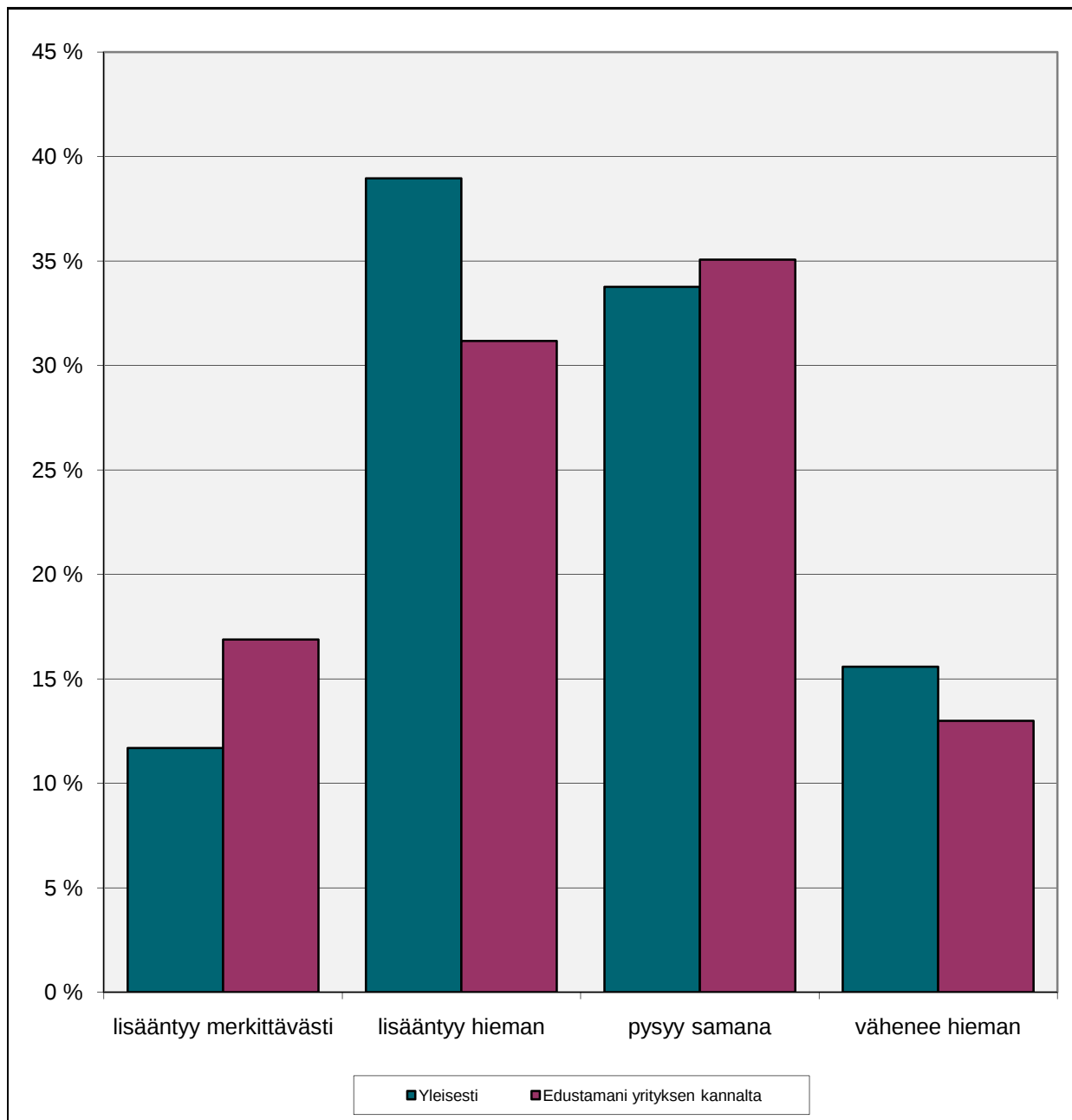
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään

	suuri vaikutus	kohtalainen vaikutus	vähäinen vaikutus	ei vaikutusta
Mainontaa enemmän	28,9 %	61,4 %	8,4 %	1,2 %
Samanaikaiset muut tapahtumat lähistöllä	21,6 %	52,3 %	21,6 %	4,5 %
Asiakaskutsukortin hinta alemmaksi	36,1 %	37,3 %	20,5 %	6,0 %
Pääsylippujen hinta alemmaksi	35,6 %	36,8 %	25,3 %	2,3 %
Näyttelytarjontaa enemmän	24,7 %	43,5 %	29,4 %	2,4 %
Viihdettä enemmän	21,8 %	40,2 %	26,4 %	11,5 %
Loma-asuntomessut joka toinen vuosi	15,4 %	43,6 %	29,5 %	11,5 %
Kansainvälistä mainontaa enemmän	14,5 %	30,3 %	42,1 %	13,2 %
Ajankohdan muutos	3,8 %	22,8 %	41,8 %	31,6 %

Mainonnan määrällä koetaan olevan suurin vaikutus kävijöiden määrään. Seuraavana tulee asiakaskutsukorttien ja pääsylippujen alempi hinta ja muut samanaikaiset tapahtumat paikkakunnalla. Ajankohdan muutoksella ei nähdä olevan merkitystä.



Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä



Asuntomessujen kehitys markkinointivälineenä

	lisääntyy merkittävästi	lisääntyy hieman	pysyy samana	vähenee hieman
Yleisesti	11,7 %	39,0 %	33,8 %	15,6 %
Edustamani yrityksen kannalta	16,9 %	31,2 %	35,1 %	13,0 %

Iso osa yrityksistä tulee jatkossakin hyödyntämään Asuntomessuja markkinoinnissaan.