

Pirjo Kivioja

ASUNTOMESSUT TÄNÄÄN

Talo Linnatuuli

ASUNTOMESSUT TÄNÄÄN

Talo Linnatuuli

Pirjo Kivioja
Opinnäytetyö
Syksy 2022
Rakennusarkkitehdin tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Rakennusarkkitehdin tutkinto-ohjelma

Tekijä: Pirjo Kivioja

Opinnäytetyön nimi: Asuntomessut tänään – Talon Linnatuuli

Opinnäytetyön englanninkielinen nimi: The Housing fair today – House Linnatuuli

Työn ohjaajat: Anu Montin, Oamk; Jenni Riikonen, Jukkatalo Oy

Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: syksy 2022

Sivumäärä: 40 + 4

Asuntomessut ovat suomalainen ainoa laatuaan oleva messukonsepti ja toimivat jokavuotisena taidonnäytteenä ja näyttelytilaisuutena talonrakennusyriyksille. Messut ovat pientalorakentajille hyvä tilaisuus tutustua uusimpiin ratkaisuihin ja innovaatioihin sekä kohdata eri näytteilleasettajia. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää asuntomessujen tarpeellisuutta messukävijöiden ja näytteilleasettajien näkökulmasta sekä suunnitella Jukkatalo Oy:n messutalo Loviisan asuntomessuille 2023.

Messutalon suunnittelu käynnistyi tutustumalla tausta-aiheistoon, joita olivat Jukkatalo Oy:n messutiimin asettamat reunaehdot ja tilaohjelma sekä Loviisan kaupungin rakentamistapaohjeet. Suunnittelua ohjasivat myös messujen kolme pääteemaa. Suunnittelutyön lisäksi Jukkatalon messutiimiin kuuluville henkilöille toteutettiin kyselytutkimus liittyen asuntomessuille osallistumiseen.

Opinnäytetyössä suunniteltiin Loviisan asuntomessuille kaksikerroksinen asuinrakennus, saunarakennus sekä autosuojarakennus. Rakennustyöt tontilla alkavat kesällä 2022. Lisäksi työssä saatiin kartoitettua Jukkatalon messutiimin mielipiteitä asuntomessuille osallistumisen hyödyistä. Messutiimin vastauksia vertailtiin asuntomessujen teettämiin tutkimustuloksiin.

Tehtyjen tutkimusten ja kävijäkokemusten myötä voitiin havaita, että asuntomessut ovat tärkeä vuosittainen tapahtuma suomalaisille pientalorakentajille ja talonrakennusyriyksille. Ihmiset pitivät messuja tarpeellisina sekä ajankohtaisina, ja messuja kuvattiin suunnannäyttäjiksi ja ideoiden tuojiksi. Messujen näytteilleasettajien lähtökohta messuille osallistumiseen oli tuoda omaa osaamistaan ja mallistoaan esille, esitellä uusimpia ratkaisuja sekä kohdata mahdollisia uusia asiakkaita.

Asiasanat: asuntomessut, suomen asuntomessut, messututkimus

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Construction Architecture

Author: Pirjo Kivioja

Title of thesis: The Housing fair today – House Linnatuuli

Supervisors: Anu Montin, OUAS; Jenni Riikonen, Jukkatalo Ltd

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2022

Number of pages: 40 + 4

The Housing Fair is one of the most popular summer events in Finland. It is an annual exhibition for building companies. The fair is a good place for detached house builders to get acquainted with the latest solutions and innovations and to meet various exhibitors.

Based on the study and visitor experiences, it was stated that the housing fair is an important annual event for Finnish detached house builders and building construction companies. According to the study, the main goal of the trade fair companies was to increase the company's awareness. The guests of the fair considered the fair necessary and topical, and the fair was described as a trend setter and a source of ideas.

The purpose of the thesis was to find out the necessity of a housing fair from the perspective of trade fair visitors and exhibitors and to design Jukkatalo Ltd's trade fair building for the Loviisa 2023 Housing Fair.

Keywords: Housing fair, Finnish Housing Fair, trade fair research

ALKULAUSE

Opinnäytetyön tekeminen on ollut opettavainen prosessi. Messutalon suunnittelu on luottamuksen osoitus työn tilaajalta suunnittelijalle ja samalla onnistuneen yhteistyön tulos. Kiitokset neuvoista ohjaajille, messutyöryhmälle sekä työkavereille.

27.9.2022 Pirjo Kivioja

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	8
2	ASUNTOMESSUT	9
2.1	Asuntomessujen historiaa	9
2.2	Asuntomessujen kävijätutkimus	10
2.2.1	Asuntomessujen kävijämäärät ja kävijäprofiili	10
2.2.2	Vierailut asuntomessuilla ja näyttelykohteissa	12
2.2.3	Virtuaaliset Asuntomessut 24/7	12
2.2.4	Messuille osallistumisen kiinnostus	13
2.3	Asuntomessujen näytteilleasettajatutkimus	14
2.3.1	Vastaajan edustama tuoteryhmä	14
2.3.2	Tavoitteet ja niiden toteutuminen messuilla	14
2.3.3	Kokonaishyöty	17
2.3.4	Osallistuminen tuleville asuntomessuille	17
3	MESSUTIIMIN NÄKEMYKSET ASUNTOMESSUILLE OSALLISTUMISESTA	18
3.1	Kyselytutkimus messuille osallistumisen tavoitteista ja tarpeellisuudesta	18
3.2	Kyselyn tulokset	19
3.2.1	Messuille osallistumisen hyödyt	19
3.2.2	Messuille osallistumisen tavoitteet	20
3.2.3	Messuille osallistumisen kasvutekijät	20
3.2.4	Messujen sijainti tavoitteisiin nähden	21
3.2.5	Messujen tarpeellisuus ja nykyaikaisuus	21
4	LOVIISAN ASUNTOMESSUT	23
4.1	Messualueen lähtötiedot	23
4.2	Messutontti	25
4.3	Tilaohjelma	26
4.4	Talo Linnatuuli	27
5	POHDINTA	34
	LÄHTEET	38

LIITTEET 40

1 JOHDANTO

Vuonna 1966 perustettujen Suomen Asuntomessujen toiminta-ajatuksena on lisätä ihmisten asuntotietämystä sekä parantaa asuntosuunnittelun ja -rakentamisen laatua. Asuntomessut järjestetään Suomessa vuosittain. Messuilla kohtaavat tuottajat ja kuluttajat. Siellä esitellään toimiviksi ja kestäviksi havaittuja ratkaisuja sekä esimerkkejä rakentamiseen ja asumiseen liittyvien uusimpien ideoiden soveltamisesta käytäntöön. Vuosittain tehdään kävijätutkimus messuvieraiden ja näytteilleasettajien näkemyksistä messujen onnistumisesta. Samalla tutkitaan yleisön viihtyvyyden sekä messukäyntiin liittyviä toimia ja muutoksia. (Osuuskuunta Suomen Asuntomessut 2020a.)

Asuntomessut ovat pientalorakentajille ja näytteilleasettajille jokavuotinen saavutus ja pientaloyrityksille hyvä väylä markkinoida omia mallistojaan sekä tuoda palveluitaan esille. Samalla messut ovat läpileikkaus sen hetken rakentamiseen Suomessa. Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia messukävijöiden mielipiteitä asuntomessuista ja selvittää näytteilleasettajilta, ovatko asuntomessut nykyään toimiva konsepti sekä suunnitella Jukkatalo Oy:n messutalo Loviisan asuntomessuille 2023.

Opinnäytetyön alkuvaiheessa perehdytään asuntomessualueeseen, kaavamääräyksiin sekä Jukkatalon messutiimin suunnittelukohteelle asettamiin reunaehtoihin sekä tavoitteisiin. Talon suunnittelussa otetaan huomioon tontin sijainti, tontin ominaispiirteet sekä alueen historialliset merkitykset. Suunnittelua ohjaavat asuntomessujen omat messuteemat, messututkimuksien tulokset sekä Jukkatalon messutiimille tehdyn kyselytutkimuksen tulokset.

Työn tilaajana toimii Jukkatalo Oy.

2 ASUNTOMESSUT

Asuntomessut ovat ainutlaatuinen suomalainen konsepti, eikä vastaavanlaista jatkuvaa messutoimintaa löydy muualta maailmasta. Messut toimivat maamme asuntosuunnittelun ja kehittämiskentämisen foorumina, joka puhututtaa ja herättää mielipiteitä vuodesta toiseen. (Kuoppamäki 2020, 55–61.) Luvuissa 2.1–2.2 käydään läpi asuntomessujen historiaa sekä tuodaan esille kävijöiden mielipiteitä messuista. Vastaajien näkemykset on kerätty Lohjalla pidettyjen asuntomessujen kävijätutkimuksesta.

2.1 Asuntomessujen historiaa

Osuuskunta Suomen Asuntomessut perustettiin vuonna 1966. Kaupungistuminen toi yhteiskuntaan asumisen muutoksia, kun ihmisten muutto maalta kaupunkiin alkoi. Asuntojen suureen kysyntään haettiin ratkaisuja erilaisten komiteoiden ja Asuntohallituksen perustamisen avulla. Kerrostalorakentamisen avulla ratkaistiin asuntojen tarve osittain, mutta ei niiden osalta, jotka haaveilivat omakotitalosta. (Kuoppamäki 2020, 55–61; Kolehmainen 2021; 17.)

Suomen Asuntoliitossa haluttiin reagoida tähän tarpeeseen, ja pian luotiinkin organisaatio pientalojen näyttelyitä varten. Toimintaideana osuuskunnalla oli rakentaa asuntoalue, joka esiteltäisiin yleisölle ja näyttelyajan jälkeen luovutettaisiin asukkaille. Näin syntyi Asuntomessuosuuskunta, jonka jäseniä olivat Asuntoreformiyhdistys ry, Suomen Asuntoliitto ry, Danske Bank A/S Suomen sivuliike, Finanssiala ry, OP Osuuskunta, Suomen Kuntaliitto ry, Suomen Messusäätiö ja Säästöpankkiliitto. (Kuoppamäki 2020, 55–61.)

Toiminnan turvaamiseksi haluttiin varmistaa vankka rahoituspohja. Tämän vuoksi haluttiin varmistaa asuntohallituksen kiinnostus ja edustus osuuskunnan hallitukseen, jotta saataisiin turvattua messutaloille aravarahoitus. Sen jälkeen osuuskunnan hallitukseen saatiin mukaan pankkijärjestöt edustajineen ja lisäksi sovittiin messukohteen primäärilainoitus pankkien puolesta. Kun osuuskunnan asiat ja hallitus olivat koossa, enää tarvittiin itse messutoteutus. Se edellytti kuntia osoittamaan mielenkiintoaan messukonseptia kohtaan ja ehdokkaita ilmaantui nopeasti useampia kerrallaan, kun rahoituskin oli kunnossa. Messuja järjestettiin aluksi parin vuoden välein, mutta rytmi muutettiin

vuosittaiseksi. Joinakin vuosina messut järjestettiin samanaikaisesti useassa eri kunnassa. (Kuoppamäki 2020, 55–61.)

Käytännön yhteistyö on muodostunut messujärjestäjän ja kunnan välillä on selkeäksi. Kunta tarjoaa messuille kaavan sekä järjestää alueen kunnallistekniikan ja messupysäköinnin. Osuuskunta Suomen Asuntomessut puolestaan huolehtii messujen järjestämisen sekä hoitaa markkinoinnin. Messujen toteutumisen edellytyksenä ovat kunnan omistama maa-alue sekä riittävän suuri asuntokysyntä. (Kuoppamäki 2020, 55–61.) Rakennuttajien ja rakentajien vastuulle jää puolestaan omien kohteidensa suunnittelu, rahoitus, toteutus sekä itse kohteen esittely messuvieraille. Messut ovat lukuisten organisaatioiden, yritysten ja tulevien asukkaiden monimuotoisen yhteistyön upea taidonnäyte. (Kolehmainen 2021,14.)

2.2 Asuntomessujen kävijätutkimus

Asuntomessujen yhteydessä toteutetaan vuosittain laaja kävijätutkimus, jossa selvitetään messukävijöiden määrää, kävijöiden kotikuntaa ja kävijäprofiilia jaoteltuna ikään ja sukupuoleen. Tutkimus selvittää myös messuvieraiden ja näytteilleasettajien näkemyksiä messujen onnistumisesta. Samalla tutkitaan kävijöiden kehitystoiveita liittyen viihtyvyyteen ja messukäyntiin. (Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2020a.)

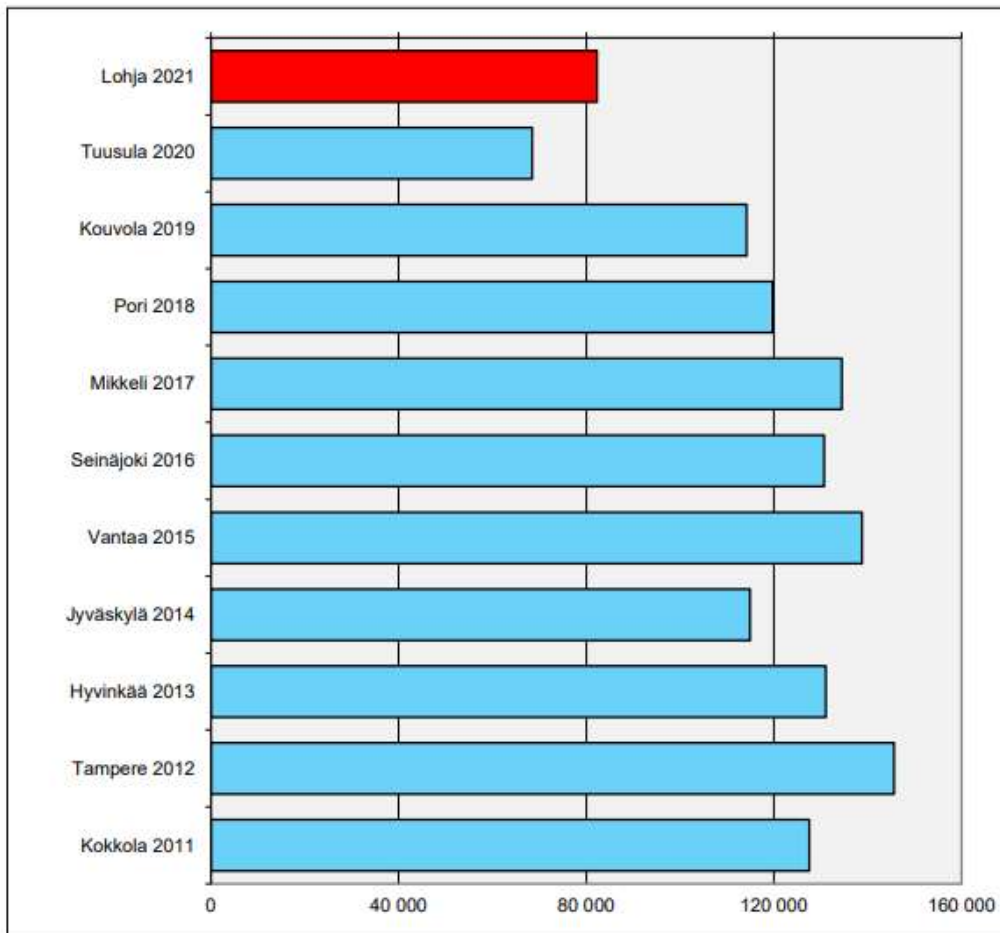
Uusin kävijätutkimus on tehty Lohjan kaupungissa järjestettyjen asuntomessujen yhteydessä ja tutkimustuloksia on joiltakin osin vertailtu aikaisempiin tuloksiin (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 3). Luvuissa 2.2.1–2.2.4 esitellään tutkimustuloksista messujen kävijämäärää ja kävijäprofiilia, mielipiteitä messujen palveluista sekä messuilla käymisestä yleensä.

2.2.1 Asuntomessujen kävijämäärät ja kävijäprofiili

Lohjan asuntomessuilla vuonna 2021 kävijöitä oli 81 554 (kuva 1). Vastauksia kävijätutkimuksiin saatiin 9 618 kappaletta, joka vastasi 12 prosenttia koko messujen kävijöistä. Kävijämäärä on aikaisemmilla messuilla (2011–2021) ollut reilusti yli sadantuhannen. Pienin kävijämäärä kymmenen

vuoden sisään oli Tuusulassa vuonna 2020, 68 442 kävijää. Syynä tähän oli luultavammin koronapandemian tuoma ihmisten liikkumisen vähentyminen. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 4.)

Asuntomessujen kävijämäärät 2011-2021



Asuntomessujen kävijämäärät	kävijämäärä
Lohja 2021	81 554
Tuusula 2020	68 442
Kouvola 2019	114 156
Pori 2018	119 703
Mikkeli 2017	134 479
Seinäjoki 2016	130 661
Vantaa 2015	138 756
Jyväskylä 2014	114 941
Hyvinkää 2013	131 030
Tampere 2012	145 581
Kokkola 2011	127 546

KUVA 1. Asuntomessujen kävijämäärät (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 4)

Lohjan messukävijöistä suurin osa asui Uudellamaalla. Heitä oli 48 231, joka oli 58,6 % kaikista kävijöistä. Maakunnasta Helsinki, Lohja, Espoo ja Vantaa olivat neljä ensimmäistä kävijämäärältään suurinta kaupunkia. Seuraavaksi eniten kävijöitä oli Pirkanmaalta, Varsinais-Suomesta ja Päijät-Hämeestä. Pohjois-Pohjanmaalta kävijöitä oli 2 146 ja Lapista 825. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 6–7.)

Messujen kävijöistä 52,9 % oli alle 45-vuotiaita. Heistä 25–34-vuotiaita oli 24 % kaikista kävijöistä, joka on suurin osuus kaikista ikäjakaumista. Vähiten kävijöitä oli yli 65-vuotiaiden ikäluokassa. Heitä kävijöistä oli 7,1 %, kun ikäluokasta 0–24 vuotta kävijäprosentti oli 7,7. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 9.)

2.2.2 Vierailut asuntomessuilla ja näyttelykohteissa

Messuvieraista yli 80 % oli käynyt asuntomessuilla aikaisemminkin, 17,9 %:lla kävijöistä käynti oli ensimmäinen. Peräti reilu 17 % kertoo messujen olevan jokavuotinen perinne. Messupaikkakunnan sijainnilla on merkittävä vaikutus messuvierailuun. Vastaajista 33,1 % kertoi käyvänsä messuilla aina, kun ne järjestetään sijainniltaan sopivan matkan etäisyydellä. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 14.)

Vastaajista 67,3 % vietti messuilla aikaa yli 4 tuntia. 8,5 % kertoi messuilla viettämänsä ajan olevan 2 tuntia, mikä oli vähimmäiskesto vastaajien keskuudessa. Osa vastaajista (11,7 %) vieraili messuilla 6 tuntia tai enemmän. Messualueella pitkään viihtymistä selittää moniin eri näyttelykohteisiin tutustuminen. Vastaajista 67,9 % kertoi käyneensä tutustumassa vähintään 75 %:iin kohteista. (Schibsted Suomi ; Rakentaja.fi 2021, 13.)

2.2.3 Virtuaaliset Asuntomessut 24/7

Asuntomessut järjesti ensimmäisen kerran vuonna 2020 virtuaalisen käyntimahdollisuuden Tuusulan Asuntomessuille. Virtuaalisilla messuilla asiakas voi tutustua messukohteisiin 3D-näkymän myötä ja liikkua kodeissa omaan tahtiin. Tällä palvelulla halutaan messuvieraille tarjota uusia elämyksiä ja tapoja nähdä messukodit. Palvelun käyttö on ilmaista, mutta vaatii kirjautumisen. Vuoden

2022 messuille lipun ennakkoon ostaneille on mahdollisuus vieraillla jo ennakkoon messukohteissa ennen messujen alkua. (Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2022.)

Virtuaalimessut jakoivat vastaajien keskuudessa mielipiteitä. Vastaajilta kysyttiin virtuaalimessujen arvosanaa asteikolla 0–10. Kaikista vastaajista 26 % antoi arvosanan 8, sitä isomman arvosanan antoi 35,9 % vastaajista. Toiseksi suurimman prosenttiosuuden sai arvosana 6. Sille arvosanansa antoi 22,9 % vastaajista. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 20.) Virtuaalimessuissa on selkeästi kehittämiskohteita, joita messujärjestäjä toivookin kävijöiden antavan (Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2022). Palvelua kehitetään koko ajan ja kyselytutkimuksen tulokset kertovat tälle kehitystyölle olevan tarvetta.

2.2.4 Messuille osallistumisen kiinnostus

Messukyselyyn vastanneista 31,3 % aikoo vieraillla seuraavan vuoden messuilla erittäin todennäköisesti. Loviisan messulla erittäin todennäköisesti aikoi vieraillla 19,6 % vastanneista, mutta lähempänä Lohjaa sijaitsevat vuoden 2024 Keravan messut saivat 24,3 % äänistä. Sen sijaan Oulun 2025 messut saivat vain 9,4 % kannatuksen, jota selittää kohteen pohjoinen sijainti sekä vastaajien oma kotikunta. Oulun messuille aikoo erittäin epätodennäköisesti osallistua 33,1 % vastaajista. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 15.)

Asuntomessuille on kysyntää ainakin kävijätutkimuksen perusteella, sillä 84,6 % vastaajista aikoi osallistua vuoden 2022 Naantalissa messulle todennäköisesti – erittäin todennäköisesti. Saman suuntaisia lukuja kiinnostuksen suhteen saivat osaltaan myös Loviisan ja Keravan messut. Oulun messut saivat samoilla todennäköisyyksillä 52,8 % kävijäkannatuksen. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 15.)

Messukyselyjen perusteella messuvieraat ovat tyytyväisiä asuntomessuihin. Asiakasuskollisuus on messukävijöiden keskuudessa korkea, koska suurin osa kävijöistä on vieraillut messuilla jo aikaisempina vuosina ja uskoo vierailevansa myös tulevina vuosina. Messuja pidetään tärkeänä tapahtumana rakentajien keskuudessa. (Kolehmainen 2021, 41–43.) Lohjalla teetetyn kävijäkyselyn mukaan 54,4 % vastanneista haki inspiraatiota sisustamiseen (Schibsted Suomi; Rakentaja.fi 2021). Tämän kiinnostuksen kohteen on huomattu saavan kasvavaa kiinnostusta jo muutaman edellisen

tutkimuksen perusteella. Tulos kertoo myös haasteesta ja kilpailuasetelmasta muihin rakentamiseen ja sisustamiseen liittyvien messujen keskuudessa. (Kolehmainen 2021, 42–43.)

2.3 Asuntomessujen näytteilleasettajatutkimus

Kävijätutkimuksen osana tehdään näytteilleasettajatutkimus, jossa selvitetään osallistujien tavoitteita messuille sekä tavoitteiden toteutumisesta. Lisäksi tutkimuksessa selvitetään näytteilleasettajien näkemyksiä asiakasryhmien tavoitettavuudesta, seuraaviin messuihin osallistumista sekä messujen onnistumisesta yleensä. Tutkimuksessa selvitetään myös näytteilleasettajien edustamaa tuoteryhmää, messujen aikaista sijaintia sekä mielipidettä asuntomessujen kanssa tehdystä yhteistyöstä. (Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2020a.) Luvuissa 2.3.1–2.3.4 esitellään tutkimustuloksista vastaajan edustama tuoteryhmä, tavoitteet sekä niiden toteutuminen, kokonaishyöty ja osallistuminen tuleville messuille.

2.3.1 Vastaajan edustama tuoteryhmä

Tutkimukseen vastasi yrityksiä eri tuoteryhmien edustajista. Kategoriat olivat asumiseen liittyvät tuotteet tai palvelut, talovalmistaja tai -toimittaja, rakennustarvikkeet, rakennus- tai remontointipalvelut, tontit tai paikkakunnat ja muu. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 33.)

Vastanneista suurin osa, 38,7 %, kertoi olevansa kategorian asumiseen liittyvät muut tuotteet tai palvelut -edustaja. Talovalmistajia tai -toimittajia vastaajista edusti 14,7 %. Loput 46,7 prosenttia vastaajista edusti-ryhmiä rakennustarvikkeet, rakennus- tai remontointipalvelut, tontit ja paikkakunnat sekä kategoria muu. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 33.)

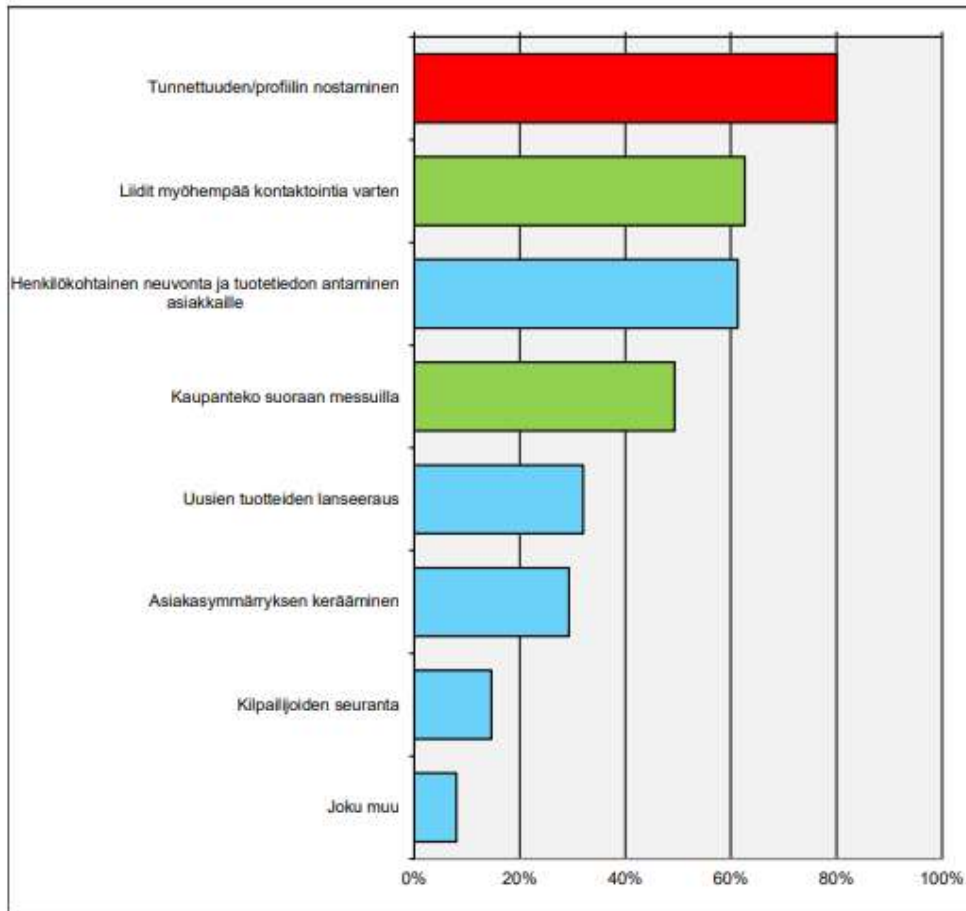
2.3.2 Tavoitteet ja niiden toteutuminen messuilla

Näytteilleasettajista 80 % kertoi tunnettuuden sekä edustamansa tuoteryhmän profiilin nostamisen messujen tärkeimmäksi tavoitteeksi. Seuraavaksi tärkein tavoite oli kontaktien kerääminen myöhempää yhteydenottoa varten sekä asiakkaiden henkilökohtainen neuvonta ja tuotetiedon antaminen (62,7 % ja 61,3 %). Kaupan teon suoraan messuilla kertoi olevan tavoitteena noin 50 %:lla näytteilleasettajista. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 25.)

Vastaajista 32 % kertoi tavoitteekseen uusien tuotteiden lanseerauksen ja esittelyn. Melkein saman verran, 29,3 %, kertoi tavoitteekseen kerätä asiakasymmärrystä. Pienimmät osuudet saivat kilpailijoiden seuranta 14,7%: n osuudella sekä jokin muu tavoite 8,0 %. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 25.)

Tavoitteiden toteutumista näytteilleasettajat saivat arvioida välillä 1–5: erittäin huono – erittäin hyvä (kuva 2). Jokainen tavoite arvioitiin erikseen. Vastauksista on koottu taulukko prosentteineen ja vastaukset luokiteltu keskiarvon mukaan. Asiakasymmärryksen keräämisen tavoite onnistui vastaajien mielestä parhaiten 4,11:n keskiarvolla. Seuraavaksi 4,00:n keskiarvon sai henkilökohtainen neuvonta ja tuotetiedon antaminen asiakkaille. Lähelle edellisiä lukemia nousi uusien tuotteiden lanseeraaminen 3,95:n keskiarvolla. Samaan keskiarvoon ylsi tunnettuuden ja profiilin nostaminen, joka oli näytteilleasettajien asettama tärkein tavoite. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 25.)

Tavoitteet Asuntomessuille 2021



Millaisia tavoitteita asetitte osallistumiselle Asuntomessuille 2021 Lohjalla?

	vastanneet	% osuus
Tunnettuuden/profiilin nostaminen	60	80,0 %
Liidit myöhempää kontaktointia varten	47	62,7 %
Henkilökohtainen neuvonta ja tuotetiedon antaminen asiakkaille	46	61,3 %
Kaupanteko suoraan messuilla	37	49,3 %
Uusien tuotteiden lanseeraus	24	32,0 %
Asiakasymmärryksen kerääminen	22	29,3 %
Kilpailijoiden seuranta	11	14,7 %
Joku muu	6	8,0 %

Tunnettuuden ja profiilin nostaminen, sekä liidien keräys olivat näytteilleasettajien asettamien tavoitteiden kärjessä. Lähes puolet näytteilleasettajista haki suoraa kauppaa.

KUVA 2. Näytteilleasettajien tavoitteet asuntomessuille (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 25)

Hieman alhaisemmat toteumat olivat kontaktien kerääminen (3,63), kilpailijoiden seuranta (3,36) ja kaupanteko messuilla (3,18). Vastaajien tavoite "joku muu" sai keskiarvon 4. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 26.)

2.3.3 Kokonaishyöty

Tutkimuksessa näytteilleasettajilta kysyttiin arviota messujen annista. Kysytyjä aiheita olivat saatujen kontaktien laatu, messujen tuoma näkyvyys, kävijöiden määrä osastolla, hyöty suhteessa panostukseen kokonaisuutena ja tarjouspyyntöjen sekä myynnin määrä messuilla. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 29.)

Messuille osallistumisen kokonaishyöty sai arvosanan 3,13 asteikolla 1–5. Sen sijaan saatujen kontaktien laatu sai parhaimman arvion keskiarvolla 3,55. Toiseksi suurimman keskiarvon sai messujen tuoma näkyvyys arvosanalla 3,53. Vastaajien mielestä tarjouspyyntöjä ja myyntiä olisi saanut olla enemmän ja vastaus sai keskiarvon 2,89. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 29.)

2.3.4 Osallistuminen tuleville asuntomessuille

Näytteilleasettajista puolet aikoi osallistua erittäin todennäköisesti Naantalin asuntomessuille vuonna 2022. Vastaus sai keskiarvon 3,72. Loviisan messuille vuonna 2023 erittäin todennäköisesti aikoi osallistua reilu 41 % vastaajista. Keravan messut saivat enää 37,5 % kannatuksen arvosanalla 5 ja Oulun vuoden 2025 messut 32,7 %:n. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 35.)

Etelä-Suomen tulevista messuista Naantalin messuille osallistuminen oli epävarmintä: vastaajista 17,2 % kertoi osallistuvansa erittäin epätodennäköisesti messuille. Loviisan ja Keravan messuille kertoi osallistuvansa 14,3 ja 12,3 % vastaajista. Oulun messuille kertoi osallistuvansa erittäin epätodennäköisesti jopa 24,5 % vastaajista. (Schibsted Suomi Oy; Rakentaja.fi 2021, 35.)

3 MESSUTIIMIN NÄKEMYKSET ASUNTOMESSUILLE OSALLISTUMISESTA

Opinnäytetyössä selvitettiin ammattilaisten näkemyksiä asuntomessuille osallistumisesta. Luvuissa 3.3.1–3.3.5 käydään läpi Jukkatalon kolmelle messutiimin henkilölle tehdystä kyselystä ja siihen saaduista vastauksista. Messutiimiin kuuluivat rakennus- ja rakennesuunnittelija, Ivi-suunnittelija, myynnin ja markkinoinnin henkilöitä sekä sisustussuunnittelija. Tiimin kolmella henkilöllä oli vastuu messuille osallistumisesta, minkä vuoksi kysely kohdistettiin heille. Kyselylomake lähetettiin sähköpostilla ja vastaukset (3 kpl) saatiin huhti-toukokuun 2022 aikana. Kyselyn tarve ilmeni messutalon suunnitteluvaiheessa esiin nousseista kysymyksistä, jotka koskivat koko asuntomessukonseptia sekä sen nykyaikaisuutta ja tarpeellisuutta.

3.1 Kyselytutkimus messuille osallistumisen tavoitteista ja tarpeellisuudesta

Kyselytutkimuksen tavoitteena oli saada selville asuntomessuille osallistumisen hyöty ja tarpeellisuus ja se, mitä messuille osallistumisella halutaan saavuttaa. Lisäksi tarkoituksena oli tarkastella, ovatko messut oikea ja nykyaikainen väylä haluttujen tavoitteiden saavuttamiseen. Ihmisten kokemusten tarkasteluun sopii laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä, joten se valittiin myös opinnäytetyön menetelmäksi. Kvalitatiivisella tutkimuksella pyritään tuloksiin ilman määrällisiä ja tilastollisen menetelmän keinoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007.)

Haastattelun kokoaminen lähti tarpeesta tiedustella yrityksen näkökulmaa ja mielipidettä asuntomessuille osallistumisesta, kun messutalon suunnittelu lähti käyntiin. Suunnittelua ohjasi mietintä siitä, millaista taloa siellä halutaan esitellä, jotta se toisi tarpeeksi hyvin ja realistisesti esille tuotetta. Haluttiin varmistaa, että tuote, tässä tapauksessa omakotitalo, on sellainen, joka yrityksen on mahdollista jatkossakin saada markkinoille. Samalla esiteltävän rakennuksen tulisi olla yritystä ja sen arvoja edustava. Tuotteella ikään kuin kerrotaan, että tällaisia taloja yrityksemme tuottaa asiakkailleen, ja pyritään samalla saamaan asiakas kiinnostumaan yrityksestä enemmän. Näiden kysymysten ja pohdintojen seurauksena päädyttiin tekemään suora kysymyslomake osalle messutiimin jäsenistä. Lähtökohtana oli, että vastaukset voisivat parhaimmassa tapauksessa tukea suunnittelua ja antaa vastauksia suunnittelun aikana nousseisiin kysymyksiin.

Messutiimille tehdyllä kyselytutkimuksella haluttiin selvittää, onko osallistumisella hyötyä yrityksen tunnettavuudelle, näkyvyydelle ja brändille sekä kasvatetaanko sillä myös taloudellista etua. Lisäksi kysyttiin asuntomessujen sijainnin vaikutusta suhteessa haluttuihin tavoitteisiin. Tutkimusongelman keskeisimpään kysymykseen etsittiin vastauksia kysymällä asuntomessujen tarpeellisuudesta ja nykyaikaisuudesta.

Tutkimuskysymykset muotoutuivat seuraavanlaisiksi:

- Asuntomessuille osallistumisen hyödyt?
- Mitä tavoitteita osallistumisella halutaan saavuttaa?
- Kasvatetaanko asuntomessuille osallistumisella yrityksen tunnettavuutta, näkyvyyttä, brändiä vai taloudellista etua?
- Mitä vaikutusta messupaikan maantieteellisellä sijainnilla on messujen haluttuihin tavoitteisiin nähden?
- Ovatko asuntomessut oikea väylä edistää edellä mainittuja tavoitteita?
- Ovatko asuntomessut tapahtumana nykyaikainen ja tarpeellinen?

3.2 Kyselyn tulokset

Kyselyyn osallistuneet kaikki kolme messutiimin jäsentä antoivat vastauksensa ajallaan, viimeinen vastaus tuli opinnäytetyön loppuvaiheessa. Vastaajat toivat esille, että asuntomessuille osallistuminen on kaikin puolin hyödyllistä ja antoisaa yrityksen tavoitteisiin nähden.

3.2.1 Messuille osallistumisen hyödyt

Ensimmäinen kysymys koski asuntomessuille osallistumisen hyötyjä. Kaikki vastaaja kertoivat yrityksen saavan näkyvyyttä messuilta. Lisäksi nähtiin, että samalla voidaan esitellä uusia malleja ja ratkaisuja laajalle joukolla ihmisiä yhdellä kertaa. Kaksi vastaajaa kertoi, että asiakkaiden löytäminen ja heidän kanssaan käydyt keskustelut olivat hyödyllisiä.

Yksi vastaajista kertoi ihmisten kannustamisen rakentamiseen olevan hyödyllistä. Osallistumisen yksi hyöty oli hänen mukaansa myös se, että messulla pääsee näkemään paljon yhteistyökumppaneita ja kilpailijoita. Samalla kilpailijoista voidaan ottaa oppia ja nähdään, mitä markkinoilla tapahtuu.

3.2.2 Messuille osallistumisen tavoitteet

Seuraavaksi kysyttiin, mitä tavoitteita osallistumisella halutaan saavuttaa. Näkemykset olivat osittain yhteneväisiä luvussa 3.3.1 esitettyjen vastausten kanssa. Tavoitteiksi kerrottiin uusien asiakkaiden saamisen sekä yrityksen tuotteiden ja toiminnan esittelyn rakentamista suunnitteleville. Ihmisiä haluttiin tavata ja päästä tekemään heille tarjouksia. Heidän kanssaan haluttiin keskustella rakentamisesta sekä kannustaa heitä rakentamiseen nyt ja tulevaisuudessa.

V3: ” Monet rakentamista suunnittelevat ja rakennuspäätöksen tehneet vierailevat messuilla. Esittelemme heille Jukkatalon tuotetta ja toimintaa. Samalla pääsemme keskusteluun jossa saamme rakentajien yhteystiedot ja pääsemme tarjoamaan heille taloa.”

Yksi vastaaja kertoi, että messuille osallistuminen on tärkeää, koska halutaan olla osa Suomen suurinta rakennusalan tapahtumaa. Toinen vastaaja olikin sitä mieltä, että monet rakentamista suunnittelevat ja rakennuspäätöksen tehneet vierailevat messuilla.

3.2.3 Messuille osallistumisen kasvutekijät

Kolmantena tiedusteltiin, kasvatetaanko asuntomessuille osallistumisella yrityksen tunnettavuutta, näkyvyyttä, brändiä vai taloudellista etua. Asuntomessujen kerrottiin olevan osallistujalle suuri taloudellinen panostus. Yksi vastaaja kertoi, että osallistumisella saadaan suuri hyöty kaikkien kyselyssä esiin tulleiden neljän teeman kannalta: muuten sitä ei kannattaisi tehdä. Mikään vaihtoehdoista ei vastaajan mielestä poissulje toisiaan vaan päinvastoin edesauttavat kasvutekijöiden saavuttamisessa toisiaan.

Kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että osallistumisella kasvatetaan kaikkia kyselyssä mainittuja asioita: tunnettavuutta, näkyvyyttä, brändiä ja taloudellista etua. Yksi vastaajista kertoi, että pääasiassa kasvatetaan yrityksen tunnettavuutta eikä niinkään taloudellista etua.

Yhdessä vastauksessa taloudellisen mittaamisen kerrottiin olevan vaikeaa, mutta tutkimuksen mukaan yritys on yksi Suomen tunnetuimpia talobrändejä. Vahvasta brändistä kertoi vastaajan mukaan se, että useimmat rakentamaan kysyvät tarjousta myös Jukkatalolta.

V3: ” Monet rakentamista suunnittelevat ja rakennuspäätöksen tehneet vierailevat messuilla. Esittelemme heille Jukkatalon tuotetta ja toimintaa. Samalla pääsemme keskusteluun jossa saamme rakentajien yhteystiedot ja pääsemme tarjoamaa heille taloa.”

3.2.4 Messujen sijainti tavoitteisiin nähden

Seuraava kysymys käsitteli messujen sijaintia. Vastaajilta haluttiin tiedustella, mitä vaikutusta messupaikan maantieteellisellä sijainnilla on messujen haluttuihin tavoitteisiin nähden. Messupaikkakunnan sijainnilla nähtiin olevan suuri vaikutus. Kaksi vastaajista kertoi pääkaupunkiseudun olevan paras ja houkuttelevin paikka pitää messuja, koska asukastiheys on suuri. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että messut tulee järjestää jonkin kasvukeskuksen läheisyydessä.

Kaikki kolme vastaajaa olivat yhtä mieltä siitä, että messujen täytyy olla hyvin saavutettavissa. Muuten vaarana on se, että messukävijöiden määrä vähenee. Hyvien kulkuyhteyksien päässä sijaitsevat messut vetävät parhaiten väkeä paikan päälle.

Messujen nähtiin olleen aina hyvä tilaisuus markkinoida yritystä, olivat messut sitten missä päin Suomea tahansa. Pääkaupunkiseudun messujen kerrottiin kuitenkin palvelevan yritystä parhaiten, koska se on yrityksen päämarkkina-alue.

V1: ” Pääkaupunkiseudun messut vetävät paremmin väkeä ja se palvelee parhaiten Jukkataloa, koska se on päämarkkina-alue.”

3.2.5 Messujen tarpeellisuus ja nykyaikaisuus

Kahdessa viimeisessä kysymyksessä haluttiin selvittää, ovatko messut oikea väylä messulle asetettujen tavoitteiden saavuttamiseen ja ovatko asuntomessut tapahtumana tarpeellinen ja nykyaikainen. Kaikki vastaajat näkivät messut tärkeänä ja oikeana väylänä edistää yrityksen sille asettamia tavoitteita. Eräs vastaaja kertoi, että messut ovat olleet aina hyviä tapahtumia yritykselle ja

sinne rakennetut messutalot ovat saaneet paljon kiitosta vuosien saatossa. Tätä kautta myös asiakkaiden kerrotaan löytäneen yrityksen.

Sama vastaaja kertoo, että Jukkatalon tavoitteena ei ole tehdä messuille hienointa, kalleinta tai erikoisinta taloa, vaan talo, jonka suurin osa messukävijöistä pystyisi hankkimaan. Hän toteaa, että suurin osa heidän asiakkaistaan on keskituloisia, joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta.

Messut nähtiin nykyaikaisena ja tarpeellisena tapahtumana rakennusalalla. Messut tavoittavat vuosittain laajan kävijäjoukon, joka yhden vastaajan mielestä kertoo siitä, että messut koetaan tarpeelliseksi tapahtumaksi. Vastaaja kertoo, että paljon on ollut keskustelua siitä, ketä ja mitä messuille halutaan. Näin myös messut ovat muuttuneet vuosien varrella ajan tarpeita vastaaviksi. Vastaaja pohtii messuille asetettuja tavoitteita: jos omakotitalojen määrä vähenee, niin messuille asetettuja tavoitteita on huonompi saavuttaa. Yksi vastaajista on silti sitä mieltä, että Jukkatalon on oltava aina messuilla mukana vähintäänkin yhdellä kohteella.

Asuntomessut nähdään tärkeänä tapahtumana ja ovat osa suurta rakennusalan kehitystä ja kasvua. Messut nähdään läpileikkauksena nykypäivän rakennusalan tilanteeseen sekä samalla luodaan katseita tulevaisuuden näkymiin.

V2: ”Kyllä, messut katsovat kauas tulevaisuuteen ja messut ovat vauhdittamassa rakentamisen modernisointia, sekä ilmastotavoitteita.”

Vastausten perusteella voidaan todeta, että asuntomessuille osallistuminen on yrityksille tärkeää ja nykyaikaista. Vastaajien mielestä messulle osallistumisen koettiin hyödyttävän yritystä sekä auttoi saavuttamaan tapahtumalle asetettuja tavoitteita.

4 LOVIISAN ASUNTOMESSUT

Vuoden 2023 asuntomessut järjestetään Loviisassa itäisellä Uudellamaalla. Loviisa sijaitsee Suomenlahden rannalla alle 90 kilometrin päässä Helsingistä ja alle 50 kilometrin päässä Kotkasta. Loviisan kaupungilla on historiaa raja- ja linnoituskaupunkina, mistä kertovat messualueen vieressä sijaitsevat 1700-luvulta peräisin olevat maalinnoitukset, bastionit (kuva 3). Kaupunki on myös osa Suomen puurakentamisen historiaa: yksi maamme vanhimmista puurakennuksista sijaitsee Loviisan vanhalla puutaloalueella messualueen vastarannalla. (Loviisan kaupunki 2020, 4.)



KUVA 3. Loviisan kaupunkia suojaamaan rakennettua linnoitusta (Matkailijan info, VISITKOTKA-HAMINA)

4.1 Messualueen lähtötiedot

Loviisan asuntomessualue Kuningattarenranta (kuva 4) rajautuu meren ja Saaristotien väliselle ranta-alueelle, joka sijaitsee kilometrin etäisyydellä kaupungin keskustasta. Alueen pohjoisosa on

osittain täyttömaata ja eteläosa metsäistä, kallioista rakentamatonta aluetta. Kuningattarenranta on osa kaupungin viheraluetta, jota kaupunki kutsuu merelliseksi olohuoneekseen. Loviisa on tunnettu veneilijöiden keskuudessa hyvin ja kaupunki onkin panostanut pienveneilijöiden palveluita. Kaupunki onkin yhdistelmä kulttuuria, historiaa ja luontoa. Puurakentaminen, ympäristöystävällisyys ja yhteisöllisyyden edistäminen ovat tuttuja käsitteitä Loviisassa ja erityisesti puurakentamisen paikallishistoria tukee asuntomessukonseptia tälle alueelle. (Loviisan kaupungin asuntomessuhakemus 2020, 4.)



KUVA 4. Loviisan asuntomessualue (Loviisan kaupunki, elinkeino- ja infrastruktuurikeskus 2020, 3)

Messujen kolme pääteemaa ovat merellisyys, valaistus sekä muunneltavuus. Asunto on enemmän kuin koti -ajattelu yhdistää koti- ja vapaa-ajan asumisen lähtökohtia sekä muuttuvan työelämän tarpeita. Valaistuksen teemalla halutaan parantaa älykkäiden valaistusratkaisuiden kautta alueen

turvallisuutta, viihtyisyyttä sekä energiatehokkuutta. Messualueen sijainti meren rannalla tarjoaa suomalaisen asumisen unelmia veden äärellä, mutta vastuuttaa asukkaita samalla huolehtimaan ympäristön ja meren hyvinvoinnista. (Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2022, 6.)

Messualueelle on laadittu rakentamista ohjaava rakentamistapaohje, jonka tarkoituksena on saada alueesta mahdollisimman yhtenäinen kokonaisuus. Kaava-alueella tulee pyrkiä edistämään puun käyttöä julkisivuissa, aidoissa ja rakennelmissa. Julkisivuissa suositellaan korttelille 1–059 murrettuja maanläheisiä sävyjä ja katon värisävyiksi on määrätty musta tai harmaa. Katon muoto ja kaltevuus ovat vapaavalintaisia. Materiaaleista jäljitelmäkatteita ei sallita. Alueella ohjeistetaan erityisesti pientalorakentajia noudattamaan yleisiä kestävän kehityksen periaatteita. (Loviisan kaupunki 2020, 8–9.)

4.2 Messutontti

Jukkatalo Oy:n tontti on Saaristotiellä tontti nro 3, ja 900 m²:n kokoiselle tontille ajo tapahtuu tontin koillisivulta. Tontilla on rakennusoikeutta 280 m² ja kaava mahdollistaa kaksikerroksisen pientalon rakentamisen. Tontin lounassivulta avautuu näkymäalue Loviisanlahdelle päin (kuva 5). (Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2022.)



KUVA 5. Kortteli 1059 (Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2022, 11)

Jukkatalon tontti rajautuu Saaristotien ja Regaalienkadun väliin. Kuvassa näkymä tontin takaosasta (kuva 6). Tontti on mäntyjen valtaamaa hiekaista maastoa, jota elävöittävät niin ranta- kuin metsäkasvillisuuskin. Alueella on myös isoja kiviä, joita halutaan mahdollisuuksien mukaan säilyttävän pihapiirissä. Sopivan kokoiset ja tonteille sopivat puut ja kivet tulisi kaavan mukaan säilyttää mahdollisuuksien mukaan.



KUVA 6. Näkymä tontin takaosasta Loviisanlahdelle päin (Jukkatalo Oy)

4.3 Tilaohjelma

Messutalon suunnittelu käynnistyi syyskuussa 2021 messutiimin kokoaman tilaohjelman reunaehdotojen mukaisesti. Työryhmä oli koontanut toiveita talon suhteen: sen tulisi olla enintään 150 m² sekä kerrosluvultaan kaksikerroksinen. Talon yhteyteen tai viereen tulisi saunarakennus oleskelutiloineen, autokatos varastolla sekä terassi- ja piha-alue. Rakennusten sijoittelulla ja tilojen suuntauksella olisi otettava huomioon merinäköala. Asuinrakennuksen tilatoiveisiin sisältyi 3 makuuhuone-

netta, työhuone, hyvät eteistilat ja mahdollisimman paljon merinäkymiä. Ensimmäinen kerros toimitettiin työhuoneen ohella oleskelutilana ja toiseen kerrokseen sijoittuisivat makuuhuoneet, kodinhoitotilat sekä kulku parvekkeen kautta alas saunarakennukseen. Lisäksi rakennusten ulkonäköön ja suunnitteluun panostettaisiin niin, että talo erottuisi messuilla. Asukkaita taloon ei ole vielä tiedossa ennen messuja, mutta tilat tulisi suunnitella mahdollista lapsiperhettä sekä etätyömahdollisuutta ajatellen.

Ensimmäiset viikot kuuluivat materiaaliin ja messualueen rakentamistapaohjeisiin tutustumisessa sekä luonnosten tekemisessä. Tilaohjelman ja rakennustapaohjeiden ehtojen puitteissa syntyi selkeä visio rakennuksen muodosta ja ulkonäöstä. Ensimmäiseen messupalaveriin mennessä oli syntynyt kolme luonnosvaihtoehtoa, joita lähdetäisiin jalostamaan pidemmälle.

Messupalaverit pidettiin viikoittain Microsoft Teamsilla. Tällöin jokainen sai kommentoida ja antaa jatkoehdotuksia messutalon suunnitteluratkaisuksi. Kokouksiin osallistuivat suunnitteluosaston esimies, rakennussuunnittelija, sisustussuunnittelija, kolme myyjää sekä joskus rakenne- ja lvi-suunnittelun asiantuntijoita.

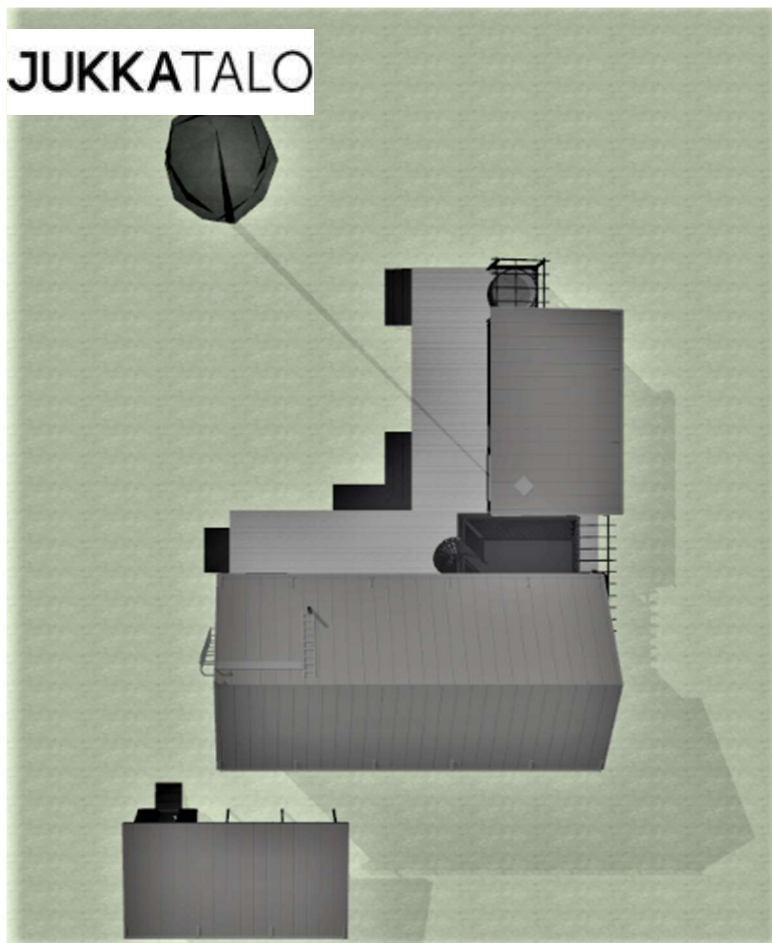
Talon suunnittelu aloitettiin syyskuun lopulla yhteisellä palaverilla messutiimin kanssa. Palavereita pidettiin noin kahden viikon välein, ja siinä välissä messutalo rakennuksineen muovautui haluttuun suuntaan. Rakennussuunnittelu toteutettiin Vertex BD -ohjelmaa käyttäen ja apuna valmiin mallin tarkastelussa toimi Feel5D-katselupalvelu.

4.4 Talo Linnatuuli

Nimi Linnatuuli syntyi alueen historiaan liittyvistä linnoituksista ja merellisistä sääolosuhteista. Nimi luo mielikuvan jyrkästä ja korkeasta rakennuksesta, jonka voi havaita kaukaa lahden ulapalta käsin. Se kertoo myös arvokkaasta ja pitkäikäisestä olemuksesta sekä ympäristön ja luonnon huomioon ottamisesta.

Loviisan asuntomessujen kolme teemaa ohjasivat rakennuksen suunnittelua alusta loppuun. Teemat olivat: merellä on merkitystä, asunto on enemmän kuin koti ja valaistuksella on väliä. Asuinrakennuksen haluttiin sopivan tontille messuteemat, tilaohjelma ja asemakaava huomioon ottaen.

Talo on kaksikerroksinen puutalo harjakatolla ja sijoittuu Saaristontien suuntaisesti tontin etuosaan. Talon takasivuun on kytketty yksikerroksinen saunarakennus Regaalienkujalle päin ja näin rakennukset muodostavat suojaisan pihan. Terassi kiertää asuinrakennuksen etuovelta takaovelle sekä jatkuu saunarakennuksen ja tontin takaosassa sijaitsevalle paljulle saakka. Autokatos ja varistorakennus sijaitsevat heti liittymän vieressä vasemmalla puolella ja autoille on tilaa pysäköintiin myös talon etuosassa. Pyörille on tilaa autokatoksen ja talon välissä. Kuvassa 7 näkyy asuinrakennuksen sijoittuminen tontille.



KUVA 7. Lintuperspektiivi tontilta

Pihaan tultaessa kaikki tontin rakennukset ovat näkyvillä. Julkisivusta haluttiin näyttävä ja huomion kiinnittävä kokonaisuus. Tämä toteutettiin rakennuksen ulko-oven kohdalla syvennyksellä, joka ulottuu vesikaton räystäälle saakka. Syvennykseen tuotiin eloa pystyrimoituksella sekä eri kokoisia

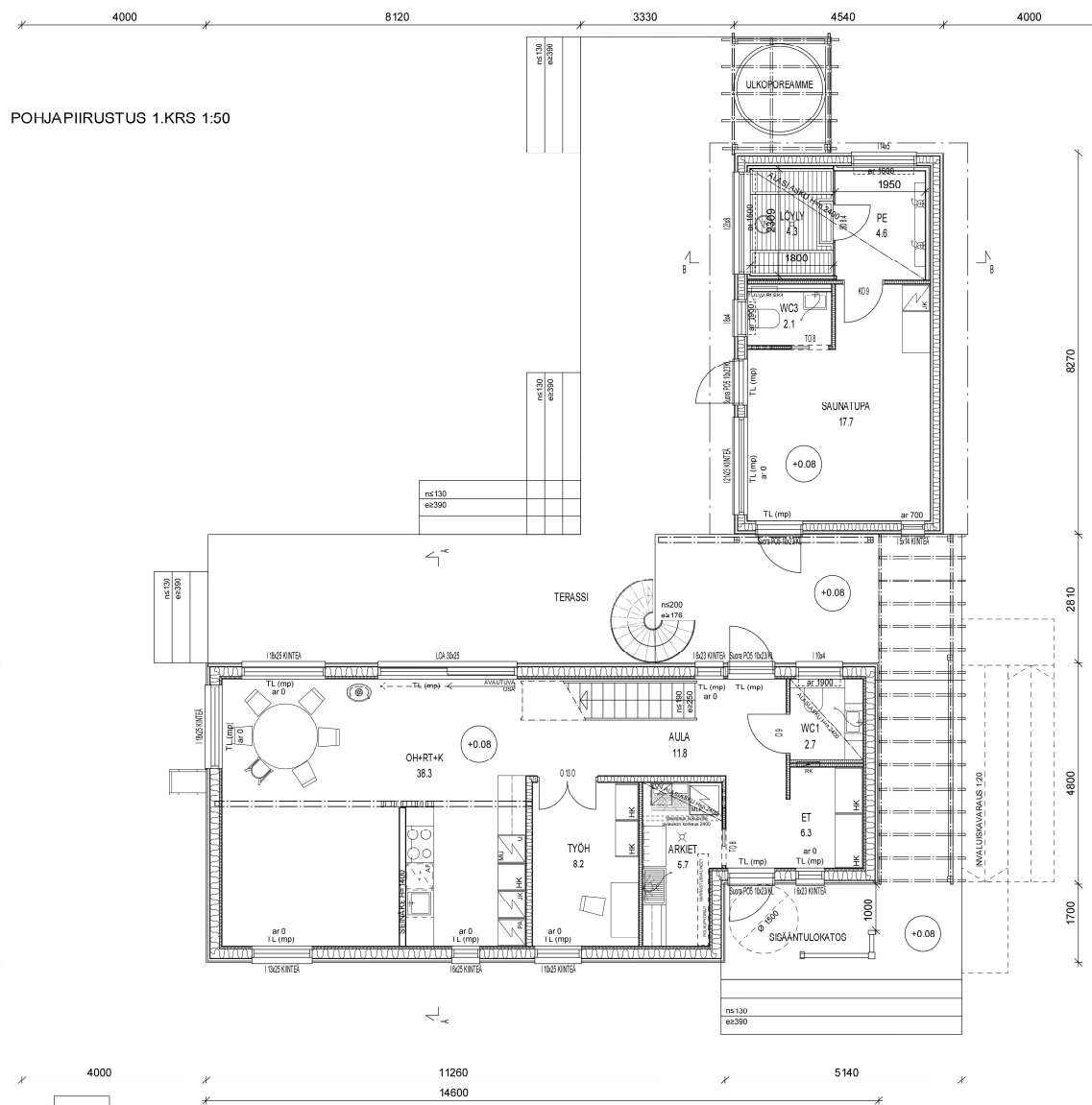
värialueita käyttämällä (kuva 8). Maalien himmeys- ja kuultosteilla saadaan aikaan erilaisia vaikutelmia. Ruskea osio käsitellään kuultavalla puunsuojalla ja musta osa puolihimmeällä puun luonnollisen pintakuvioidin säilyttävällä peittäväällä puunsuojalla.



KUVA 8. Julkisivu pääsisäänkäynniltä

Messuteema merellä on merkitystä korostaa ekologista ja ilmastoystävällistä lähestymistapaa rakentamisessa luoden samalla vastuun ja vapauuden tunteen: meillä on mahdollisuus nauttia merestä ja luonnosta, kunhan vaalimme ekologisia arvoja. Messuille suunnitellun pientalon tilasuunnittelussa ilmansuunnat ja näkymä merelle olivat tärkeimmät seikat. Näkymän merelle haluttiin olevan saavutettavissa helposti asuinrakennuksen eri kohdista, ulko-ovilta avautuvista näköaloista lähtien. Merelle päin avautuva takapiha ulkosaunoineen ja piha-alueineen tuovat yksityisyyttä ja ylellisyyttä tiiviisti rakennetulla alueella. Riittävän suuret ikkunat antavat tilan tunteen ja päästävät luonnon lähelle. Tontilta avautuva näkymäalue antaa mahdollisuuden katsella meren ulapalle rakennuksen ja tontin eri paikoista.

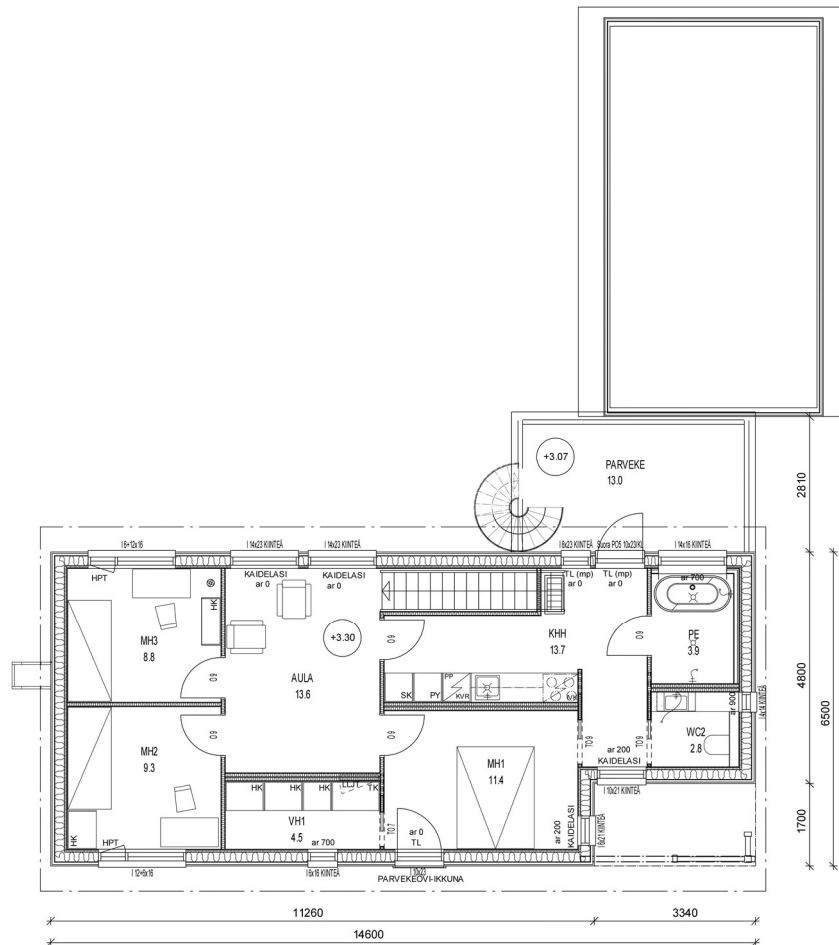
Tilojen suunnittelussa ensimmäiseen kerrokseen haluttiin sijoittaa oleskelu- ja työtilat ja toiseen kerrokseen makuuhuoneet (kuva 9). Suunnittelussa haluttiin ottaa huomioon monenlaiset tarpeet ja elämäntilanteet pitäen yllä perinteisiä arkkitehtonisia periaatteita: kestävyyttä, tarkoituksenmukaisuutta sekä kauneutta. Sisääntuloaulaan tultaessa avautuu näkymä vastakkaisen ulko-oven kautta ulos takapihalle. Aulan molemmin puolin suunniteltiin eteistilat, joista toinen on teknisen tilan sisältävä arkiteinen, jossa on tilaa myös harrastusvälineille. Toinen on tarkoitettu vähemmän käytettäville vaatteille ja toimii niin sanottuna vieraseteisenä. Eteisen jälkeen ennen takapihalle avautuvaa ulko-ovea sijaitsee wc.



KUVA 9. 1.krs:n pohjapiirustus

Asuinrakennuksen toiseen kerrokseen sijoittuivat makuuhuoneet ja oleskelutila (kuva 10). Lisäksi sinne suunniteltiin vaatehuone kausivaatteita varten, wc- ja suihkutila, kodinhoitotila sekä kulku parvekkeen kautta alas saunarakennukseen.

POHJAPIIRUSTUS 2.KRS 1:50



KUVA 10. 2.krs:n pohjapiirustus

Toisena messuteemana on ajatus siitä, että asunto on enemmän kuin koti. Tässä ajatuksena ovat muuttuvat elämäntilanteet ja muuntojoustavuus: asuinrakennus tulisi suunnitella koko ihmisen elämänsä ajan ajatellen lähtien lapsiperheiden ruuhkavuosista pitkälle tulevaisuuteen saakka. Elämäntilanteet muuttuvat, työtä tehdään kotona tai oman yrityksen tilat sijaitsevat kotona. Messuteeman

mukaisesti ei tarvitse lähteä merta edemmäs mökille vaan muutaman askeleen päässä sijaitsevat pihasauna ja meri.

Vastauksena tähän teemaan messutalon haluttiin sopivan kokonsa puolesta esimerkiksi lapsiperheelle sekä mahdollistaa etätöskentelyn kotoa käsin erillisen työhuoneen ansiosta. Kaksi eri kerrosta asuinrakennuksessa mahdollistaa kodin toimintojen jaottelun laajalle huonealalle. Tilat luovat mielikuvan isommasta alasta kuin se todellisuudessa onkaan. Terassit maantasossa ja toisen kerroksen yhteydessä vahvistavat tätä kokemusta. Erillinen saunarakennus oleskelutiloineen tuo lisäulottuvuutta ja mahdollisuuden erilliseen tilaan sitä tarvittaessa. Kaiken kruunaa kotoisa ja suojaisa piha, jonka säilytettävät puut ja kivet kytkevät uudet tilat ja rakennukset paikkaansa.

Saunarakennukseen suunniteltiin käynti asuinrakennuksen toisen kerroksen oleskeluparvekkeen kautta (kuva 11). Parvekkeelle suunniteltiin erityyppisiä porraskäytäviä ja kierreporras valikoitui tyypiksi sen modernin ulkonäön ja vähän tilaa vievän ominaisuutensa vuoksi. Saunarakennukseen haluttiin suojaisa kulku talolta päin. Ratkaisuna tähän suunniteltiin rakennukset yhteen liittävä katoterassi, jonka alla asuinrakennuksen ja saunarakennuksen ulko-ovet sijaitsevat.

Saunarakennus pitää sisällään suuren oleskelutilan wc-tiloineen, suihkun sekä itse saunan. Rakennukseen pääsee kahdesta ovesta: talon ja terassikatoksen kautta sekä oleskelutilan eteläpuoleiselta osalta. Isot ikkunat avautuvat pihalle ja etelään päin. Saunarakennuksen päätyyn sijoitettiin kevyellä katoksella suojattu poreamme.



KUVA 11. Takapiha ja saunarakennus

Ekologisuus ja älykkäät ratkaisut ovat osa tämän päivän rakentamista. Valaistuksella on väliä - messuteemalla halutaan kiinnittää huomio valaistuksen suunnitteluun messualueella. Valaistuksen tehtävä on luoda tunnelmia, tuoda turvaa ja viihtyisyyttä sekä korostaa alueen luontoarvoja. Messutalolle suunniteltiin tämän pohjalta arkkitehtisuunnittelun kanssa yhtäaikaisesti pihasuunnitelma. Siihen sisältyivät pihan valaistusratkaisut, joissa valaistus on otettu huomioon heti tontille tultaessa valaistun piha-aidan ansiosta. Myös asuinrakennus saa tarkan ja nykyaikaisen valaistussuunnitelman valaistuksen osalta.

5 POHDINTA

Opinnäytetyön aiheena oli tutkia asuntomessukävijöiden ja näytteilleasettajien mielipiteitä messujen tarpeellisuudesta ja ajankohtaisuudesta. Lisäksi työn tarkoituksena oli suunnitella Loviisan asuntomessualueelle 2-kerroksinen pientalo Jukkatalo Oy:lle.

Jukkatalon messutiimin toiveena oli saada messuille näyttävä, huomiota herättävä, mutta kohtuullisin kustannuksin toteutettava rakennus. Suunnittelun osalta tähän päästiin ja toteutus vastaa Jukkatalon tavoitetta mahdollisimman monelle rakentajalle soveltuvasta asuinrakennuksesta.

Messujen kolme teemaa ohjasivat suunnittelua merellisyiden, valaistuksen ja koti -teeman osalta. Merellisyys näkyy rakennuksen muotokielessä ja värimaailmassa sekä sijoittelussa tontille. Taloa kiertävät pitkät lankkuterassit muistuttavat laituriteemasta. Ekologisuus näkyy rakennusmassan yksinkertaisuudessa, materiaaleissa sekä älykkäissä valaistus- ja tekniikkaratkaisuissa. Eri käyttötarkoituksiin sopivat tilat ja niiden muunneltavuus mahdollistavat rakennuksen sopeutumisen asukkaiden eri elämänvaiheisiin. Suunnittelussa otettiin hyvin huomioon myös tontin muut ehdot: koko, sijainti ja ympäristö. Alueen ominaispiirteet ja luontoarvot vaikuttivat suunnitteluun oleellisesti. Rakennusten värimaailma ja muotokieli sopivat alueen mäntymetsäiseen merenrantaan ja näin yhdistivät sen kokonaisvaltaisesti osaksi aluetta.

Tehtyjen tutkimusten ja kävijäkokemusten myötä voidaan todeta, että asuntomessut koetaan tarpeelliseksi suomalaisille pientalorakentajille. Ihmiset pitävät messuja ajankohtaisina, ja messuja kuvataan suunnannäyttäjiksi ja ideoiden tuojiksi. Messujen näytteilleasettajien lähtökohta messuille osallistumiseen on tuoda omaa osaamistaan ja mallistoaan esiin sekä esitellä uusimpia ratkaisuja tai jopa innovaatioita messukävijöille. Esimerkiksi pientaloyritykset pitävät messuja loistavana väylänä esitellä tarjontaansa sekä luoda kontakteja mahdollisiin uusiin asiakkaisiin. Samansuuntaisia asioita tuli esille myös Jukkatalon omalle messutiimille tehdyssä kyselytutkimuksessa. Näytteilleasettajat kertovat asuntomessujen toimivan yhtenä suurena rakennusalan näytön paikkana sekä olevan katsaus sen hetkiseen asuntotuotantoon.

Asuntomessuilla käy vuosittain yli 100 000 kävijää. Jukkatalon messutiimille tehdyssä tutkimuksessa vastaajat kertovan messujen mahdollistavan suuren määrän asiakkaiden tapaamisia yhdellä

kertaa. Messut ovat yritykselle hieno mahdollisuus tavata paljon ihmisiä, joista osa on potentiaalisia tulevia asiakkaita. Vastaajat kertovat asiakaskuntansa koostuvan pääosin keskituloisista rakentajista. Tämän vuoksi he haluavat rakentaa messuille sellaisen talon, joka herättää huomiota monessa kävijässä, mutta joka on mahdollista toteuttaaärkevin kustannuksin. Tähän tulokseen päästiin suunnittelun osalta ja tulos vastaa Jukkatalon tavoitetta mahdollisimman monelle rakentajalle soveltuvasta asuinrakennuksesta.

Messujen teettämän kävijätutkimuksen perusteella messukävijöistä reilusti yli puolet ovat alle 45-vuotiaita. Useimmat heistä kertoi asuvansa pääkaupunkiseudulla suurissa kasvukeskuksissa. Myös Jukkatalon kyselyssä tuli ilmi, että messut on tärkeä pitää suurten kasvukeskittymien ja hyvien liikenneyhteyksien lähetyvillä. Kävijätutkimukseen vastaajat kertoivatkin lähtevänsä messuille helpommin, jos ne sijaitsevat lähellä ja sinne on helppo mennä. Sekä asuntomessujen tutkimuksessa että Jukkatalon kyselyn vastauksissa messujen keskittyminen pääkaupunkiseudulle on järkevää, sillä näin saavutetaan mahdollisimman suuri joukko kävijöitä ja tulevia asiakkaita.

Vuonna 2021 asuntomessuilla oli mahdollisuus vieraila myös virtuaalisesti Virtuaalimessut 24/7 -sovelluksen kautta. Tämä kokeilu sai osittain hyvää ja huonoa palautetta, eli kehittämiskohteita löytyy tuleville messuille. Messujen kävijämäärään ovat vaikuttaneet messujen sijainti ja viimeisimpänä koronapandemia. Suomalaiset ovat uskollisia asuntomessuilla kävijöitä. Virtuaalinen messuvierailu on hyvä uusi ulottuvuus, johon eivät maailman tilanteet ja messujen sijainti vaikuta.

Sisustaminen on kiinnostanut messukävijöitä jo useamman viime vuoden ajan enenevässä määrin. Messutaloissa sisustukseen on panostettu pitkään ja Jukkatalon suunnittelussa sisustussuunnittelu on ollut tärkeä osa kokonaissuunnittelua. Moni messukävijä hakee inspiraatiota sisustukseen juuri asuntomessuilta. Julkisuudessa kerrotaan tapahtuma- ja messujärjestäjien kilpailusta asiakkaista. Sisustukseen erikoistuneet messut ja asuntomessut saattavat jakaa asiakaskuntaa kahteen leiriin. Toisaalta asuntomessuille rakennettava asuinrakennus on aina kokonaisuus, jossa sisustus on yksi osa. Suunnittelussa on otettava huomioon niin tontti, rakennus ympäristöineen kuin sisustus ja valaistuskin. Voidaan sanoa, että sisustusmessut ovat painottuneet yksittäisten tuotteiden esittelyyn, asuntomessut kokonaisuuksiin. Tämän perusteella voidaan väittää, että asuntomessujen kävijämäärät pysyvät korkeina entisten vuosien tapaan.

Sekä messututkimuksen että kyselytutkimusten tulosten perusteella voidaan todeta, että näytteilleasettajien päätavoite messuille oli yrityksen tunnettavuuden lisääminen. Tämän lisäksi tavoitteena oli uusien tuotteiden esittely. Kolmantena tulivat uusien kontaktien saaminen sekä rakentamisen ohjaus ja neuvonta. Puolet vastaajista kertoi tavoitteekseen kaupanteon messuilla. Lisäksi haluttiin haastatella asiakkaita asiakasymmärryksen saamiseksi. Osa kertoi kilpailijoiden tapaamisen ja seuraamisen tavoitteekseen.

Parhaiten tavoitteen toteutuminen onnistui asiakasymmärryksen osalta, seuraavaksi tulivat asiakkaiden neuvominen ja tiedottaminen rakentamisen asioissa. Kolmantena tavoitteisiin päästiin uusien tuotteiden lanseeraamisen sekä yrityksen tunnettavuuden lisäämisen osalta.

Vaikka tavoitteet ja niiden toteutuminen eivät täysi ole yhdessä linjassa toistensa kanssa, voidaan todeta, että yritykset ja eri näytteilleasettajat hyötyvät suuresti asuntomessuille osallistumisesta. Näin kertoivat myös Jukkatalon messutiimin vastaajat. Osallistumien antaa suuremman hyödyn kuin siihen menevä panostus. Tulevaisuudessa messuille osallistuminen yritysten osalta näyttää todennäköiseltä, vaikka markkinoiden suhdannevaihtelut ja epävarma maailmantilanne saattavat aiheuttaa mietintöjä.

Asuntomessut vastasivat aikoinaan kaupungistumisen haasteisiin Suomessa. Kaikki eivät halunneet asua kerrostaloissa ja omakotialojen rakentamisen kysyntä oli suurta. Asuntomessut -organisaatio haluttiin perustaa, jotta voitaisiin esitellä yleisölle pientalojen näyttelyalue ja myydä rakennetut talot messujen jälkeen. Voidaan kysyä, ovatko messujen konsepti ja tarkoitusperät samanlaiset vielä nykyäänkin. Messut toimivat edelleenkin uusien asuinrakennusten näyttelynä yleisölle. Nykyään messutaloissa on pääasiassa jo omat asukkaansa rakentamisen alkuvaiheesta lähtien. Maalta kaupunkiin muutto jatkuu edelleen ja uusien asuntojen tarve ei ole loppumassa. Messuille rakennettavat talot ja rakennukset toimivat inspiraation ja innoituksen lähteenä tuleville rakentajille.

Ennen työ ja koti olivat selkeämmin erillään toisistaan, nyt työ ja vapaa-aika ovat synkronisoituneet toisiinsa, joka näkyy asuntopuunnittelussa. Messukyselyyn vastannut mainitsee, että yritysten on pystyttävä vastaamaan markkinoiden kysyntään olemalla ajan hermolla. Toistaiseksi omakotitalon rakentajia riittää, ja nykyajan muuttuvat pandemioineen haastavat niin yrityksiä kuin asiakkaitakin. Kodin halutaan olevan enemmän kuin koti. Siellä halutaan viihtyä erilaisissa elämäntilanteissa,

siellä halutaan työskennellä. Tämä vaatii asunosuunnittelulta ainakin tilantarpeiden osalta luovaa ja rohkeaa asennetta sekä mikä tärkeintä, asiakkaan kuuntelua.

Asunomessut ovat vastanneet aina sen hetkiseen yhteiskunnan tarpeeseen, mikä kulloinkin on vallitseva. Teollistumisen aikakauden alussa se oli maalta muutto, tänään haasteena voisi olla asu-
misen muuntojoustavuuden tarve. Samalla rakentamisen täytyy kyetä vastaamaan arkkitehtoni-
seen kolmeen ajattomaan periaatteeseen rakennuksen lujuudesta, hyödyllisyydestä sekä kauneu-
desta.

LÄHTEET

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko, & Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. 13., uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Kolehmainen, Kaarle 2021. Suomen asuntomessujen menestystekijät. Laurea-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Hakupäivä 6.5.2022. <https://www.theseus.fi/handle/10024/494327>.

Kuoppamäki, Erkki 2020. Asuntomessuja toteutettu 50 vuotta! Lehdessä Yhdyskuntasuunnittelu, 58(1), 55–61. Artikkel. Hakupäivä 5.5.2022. <https://doi.org/10.33357/ys.95388>.

Loviisan kaupunki 2020. Elinkeino- ja infrastruktuurikeskus. Rakennustapaohje. Hakupäivä 6.5.2022. https://www.kuningattarenranta.fi/wp-content/uploads/sites/6/2020/07/Liite-6_Rakennustapaohje.pdf.

Loviisan kaupunki. Kaupunkisuunnitteluosasto. Asuntomessut Loviisan itärannalle 2023. Loviisan kaupungin asuntomessuhakemus. 2020. Esite. Hakupäivä 6.5.2022. https://www.kuningattarenranta.fi/wp-content/uploads/sites/6/2020/05/Loviisa_AM23-Hakemus.pdf.

Matkailijan info. Valokuva. Verkkosivustolla VISITKOTKAHAMINA. Hakupäivä 6.5.2022 <https://www.visitkotkahamina.fi/kohteet/loviisan-linnoitus/>.

Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2020a. Messututkimukset. Hakupäivä 28.4.2022. <https://www.asuntomessut.fi/organisaatio/medialle/kavijatutkimukset#Messututkimukset%20ja%20raportit>.

Osuuskunta Suomen Asuntomessut. Messutontin hakuopas. 2022. Hakupäivä 6.5.2022. <https://www.kuningattarenranta.fi/wp-content/uploads/sites/6/2021/03/Messutontin-hakuopas-verkkoversio.pdf>.

Osuuskunta Suomen Asuntomessut 2020b. Virtuaaliset Asuntomessut 24/7. Hakupäivä 29.4.2022. <https://www.asuntomessut.fi/virtuaalimessut/lisatietoja-virtuaalisista-asuntomessuista>.

Schibsted Suomi Oy / Rakentaja.fi 2021. Asuntomessut Lohjalla 9.7.-8.8.2021. Hakupäivä 28.4.2022. https://assets.ctfassets.net/ksssf3t869cm/nVGWREif-mPC2tPcB0Autr/e84718e9a595887c853c9ae056f46f88/Lohja_tutkimus_2021.pdf.

LIITTEET

Liite 1 Kysely messutiimille

Liite 2 1. krs:n pohjapiirustus

Liite 3 2. krs:n pohjapiirustus

Liite 4 Julkisivut ja leikkaus