

Muotoilu ja kestävyys valtteja huonekalumarkkinoilla

**Huonekalun
menestyksen eväät
luodaan muotoilijan
suunnittelupöydällä.
Hyvät palvelut tukevat
ostopäätöksen
syntymistä.**

HANNU TUURI

Huonekalun ulkonäkö, koko ja sopivuus tilaan sekä käyttömukavuus ja toisaalta myös tuotteen kestävyys ovat kuluttajilla päällimmäisenä mielessä tehtäessä huonekalujen ostopäätöksiä. Huonekalun onnistunut muotoilu ja riittävän laadukas materiaali on kuluttajien näkökulmasta keskeinen lähtökohta huonekaluhankinnoissa ja valmistajien tärkeimpiä myyntivaltteja.

Toisaalta huonekalujen hankinnan yhteydessä kuluttajat kaipaavat helposti tavoitettavia oheispalveluita, kuten sisustus-suunnittelua, vanhojen kalusteiden poisvientä sekä koottavien kalusteiden kokoamispalveluita, jotka osaltaan helpottavat ostopäätösten tekemistä.

Esitetyt tutkimustulokset perustuvat vuoden 2012 syyskuussa Helsingin Messukeskuksessa järjestettyjen Habitare-messujen kävijöiden haastatteluihin. Kyseilyllä selvitettiin huonekalujen ostopäätöksiin vaikuttavia tekijöitä, erilaisten palveluiden käyttöä ja käyttöhalukkuutta huonekaluja hankittaessa.

Kyselyyn vastasi noin 500 messukävijää edustaen melko tasapuolisesti eri-ikäisiä ihmisiä aina 15-vuotiaista 70-vuotiaisiin. Vastaajista noin puolet asui pääkaupunkiseudulla, 15 prosenttia muualla Uudellamaalla ja kolmasosa muualla Suomessa. Vastaajista 75 prosenttia asui yhden tai kahden hengen talouksissa.

**Ulkonäkö, koko
ja käytännöllisyys
ratkaisevat valinnan**

Tutkimuksessa vastaajia pyydettiin muistelemaan viimeisintä

huonekalun hankintaa ja arvioimaan, kuinka paljon heille esitetyt 15 eri tekijää vaikuttivat valintaan. Noin 70 prosenttia vastaajista koki huonekalun ulkonäön, koon ja sopivuuden tilaan sekä huonekalun käyttömukavuuden ja käytännöllisyyden vaikuttaneen erittäin paljon heidän ostopäätöksensä tekemiseen.

Toisaalta noin kaksi kolmasosaa vastaajista piti yleisesti erittäin tärkeänä kriteerinä sitä, että huonekalu vaikuttaa kestävältä. Kestävyys ei kuluttajien mielessä aina tarkoita erityisen korkeatasoista materiaalia, sillä vain 35 prosenttia vastaajista arvioi kalusteen korkeatasoisella materiaalilla olleen suurta merkitystä heidän viimeisimmän huonekalun ostopäätökseen.

Huonekalun kotimaisuutta ja sitä, että huonekalulla on arvostettu valmistaja, piti erittäin tärkeänä noin viidesosa vastaajista. Vastaavasti edullisen hinnan arvioi 28 prosenttia vastaajista vaikuttaneen erittäin paljon ostopäätöksen tekemiseen.

**Myös hankintaan
liittyviä palveluja
arvostetaan**

Vaikka huonekalujen ominaisuudet nousivatkin päällimmäisiksi ostokriteereiksi, suuri osa kuluttajista pitää myös hankintaan liittyviä palveluja erittäin tärkeinä. Lähes 40 prosenttia vastaajista pitää erittäin tärkeänä, että saa tuotteet tuntevan myyjän palvelua joka osaa esitellä niitä luotettavasti. Vastaajista 16 prosenttia arvioi, että viimeisen kalustehankinnan yhteydessä asiansa osavan myyjän esittely vaikutti erittäin paljon heidän ostopäätökseensä.

Kuluttajat suhtautuvat kohtuullisen myönteisesti myös sisustussuunnittelijan palvelujen käyttöön huonekaluhankintojen yhteydessä. Suunnittelijaa oli edellisen kahden vuoden aikana käyttänyt jo nyt 8 prosenttia vastaajista, mutta peräti 27 prosenttia arvioi ostavansa palvelua seuraavan kahden vuoden aikana. Myymäläympäristössä tarjottavasta sisustussuunnittelijan tunnin mittaisesta konsultoin-



SEAMK KULTTUURIN KUVA-ARKISTO

▲ Onnistunut muotoilu luo huonekalulle sen tärkeimmät myyntivaltit.

” Huonekalualan yritysten on panostettava entistä korkeatasoisempaan muotoiluun ja laatuun, mutta toisaalta myös jälleenmyyjien ja sisustussuunnittelijoiden työn tukemiseen.

nista tai neuvonnasta 60 prosenttia vastaajista olisi valmis maksamaan yli 40 euroa.

**Huonekalujen
yksilöllinen räätälöinti
kiinnostaa**

Visiot ja mallit ovat kalustehankinnan yhteydessä monille kuluttajille tärkeitä; lähes 30 prosenttia vastaajista piti erittäin tärkeänä, että kaluste on hyvin esillä kalustekokonaisuutena tai esimerkiksi mallihuoneessa. Kuluttajien yksilölliset halut ja toiveet näkyvät hyvin kalustehankinnoissa; noin 40 prosenttia vastaajista uskoisi käyttävänsä huonekalujen räätälöintimahdollisuutta (esim. mitatiluksena) mikäli tällaisia palveluita olisi kätevästi saatavilla.

Tällaiset kuluttajien toiveet luovat mahdollisuuksia joustavasti toimiville valmistaja-jäl-

leenmyyjä-verkostoille. Tietynlaista ketteryyttä vaaditaan yrityksiltä myös täyttää kuluttajien toiveet vanhojen huonekalujen poisviennistä huonekaluhankinnan yhteydessä. Tällaista palvelua olisi lähimmän parin vuoden aikana valmiita ostamaan yli puolet kyselyn vastaajista.

**Lähes kaikilla
kokemusta kalusteiden
kokoamisesta**

Noin puolet viimeksi ostetuista kalusteista oli ostettu koottavana tai ainakin osittain koottavana, joten lähes kaikilta kuluttajilta löytyy jo kokemusta kalusteiden kokoamisesta ja kokoamisiin liittyvistä haasteista.

Lähes 20 prosenttia vastaajista pitää erittäin tärkeänä, että koottavien huonekalujen tulee olla helposti koottavia ja noin

Puu-Hubilla potkua puurakentamiseen Etelä-Pohjanmaalla

30 prosenttia arvostaisi erittäin korkealle mahdollisuutta ostaa koottavat kalusteet myös valmiiksi koottuna. Koottavien huonekalujen kokoamispalveluita uskoisi lähivuosina ostavansa noin joka viides vastaaja, jos palvelua olisi helposti saatavilla.

Vertailutietoa tulossa keväällä Seinäjoen Pytinki-messuilla

Nyt saadut tutkimustulokset antavat pontta huonekalualan yrityksille panostaa tuotteiden entistä korkeatasoisempaan muotoiluun ja laatuun, mutta toisaalta myös jälleenmyyjien ja sisustussuunnittelijoiden työn tukemiseen ja avustamiseen. Kevään aikana tulemme saamaan mielenkiintoista vertailutietoa edellä esitetyille tuloksille toteuttamalla saman kyselytutkimuksen Pytinki-rakennusmessuilla Seinäjoella hieman erilaiselle kuluttajaryhmälle.

Tutkimus tehtiin osana Suomen metsäkeskuksen Etelä- ja Keski-Pohjanmaan alueyksikön ja SeAMK Liiketoiminnan yhteistyössä toteuttamaa Palvelevat puuyritykset -hanketta. ■

Kirjoittaja työskentelee markkinatutkijana Seinäjoen ammattikorkeakoulussa.

OSA 5. Artikkelisarjassa nostetaan esille Palvelevat puuyritykset -hankkeen keskeisiä teemoja ja tuloksia, etsitään ratkaisuja puuyritysten palveluiden ja tuotteiden kehittämiseksi sekä vastaamaan asiakkaiden tarpeita. Hankkeen toteuttavat Suomen metsäkeskuksen Etelä- ja Keski-Pohjanmaan alueyksikkö ja SeAMK Liiketoiminta, ja sitä on rahoitettu Mannersuomen maaseudun kehittämisohjelmasta.

Keskeinen asiakokonaisuus hankkeessa on selvittää ja kehittää "avaimet käteen" -palveluja tarjoavien yritysverkostojen liiketoimintamahdollisuuksia. Hankkeesta ja hankkeesta toteutetuista tutkimuksista löytyy lisää tietoa osoitteesta www.puulakeus.net.

Puu-Hubi on Etelä-Pohjanmaan rakennusklusterin pienille ja keskiuurille yrityksille suunnattu verkostoitumis-, koulutus- ja kehittämishanke. Hankkeen tavoitteena on luoda alueellinen puukerrostalorakentamisen pysyvä osaajaverkosto sekä nostaa alueen yritysten puurakentamisen osaaminen uudelle tasolle. Hanke on ESR-hanke, ja sen takana ovat Seinäjoen ammattikorkeakoulu ja Tampereen teknillinen yliopisto. Hanke pääsi käyntiin viime syksynä ja se jatkuu kesäkuulle 2014.

YRITYKSIÄ MUKAAN HANKKEESEEN. Tavoitteena on koota parinkymmenen yrityksen verkosto, joka voisi rakentaa puukerrostaloja eteläpohjalaisvoimin. Tähän mennessä on otettu yhteyttä yli 50 yritykseen, joista lähemmin on haastateltu 39 yritystä. Toimivaan verkostoon tavoitellaan erilaisia yrityksiä: arkkitehti-toimistoja, insinööritoimistoja, tuoteosatoimittajia laidasta laitaan, rakennuttajia ja rakennusliikkeitä sekä huoltoyrityksiä.

Suunnittelutoimistot ovat olleet erittäin kiinnostuneita hankkeesta, lähes kaikki, joita on haastateltu, ovat lähteneet mukaan, myös tuoteosateollisuus on innolla mukana. Haastatelluista yrityksistä noin puolet on ilmaissut halukkuutensa tulla mukaan hank-

keeseen. Rakennusliikkeitä on ollut kaikkein vaikeinta saada liikkeelle. Verkostossa onkin tilaa vielä parille rakennusliikkeelle.

KOULUTUS- JA KEHITTÄMISTARPEITA. Haastattelukierroksella käytiin läpi yritysten kehittämis- ja koulutustarpeita. Paloasiat olivat usealla yrityksellä päälimmäisenä mielessä. Palomääräyksistä ja määräysten mukaisista rakenteista halutaan lisää tietoa. Toisena kyselyssä tuli ilmi maailmalta löytyvien valmiiden tai rakenteilla olevien puukerrostalojen syvällisempi esittely, myös erilaisten runkoratkaisujen esiin tuominen kiinnostaa.

Vähiten koulutuksen tarvetta tuntui olevan CE-merkinnän ja kansainvälistymisen alueella. Ne yritykset, joita CE-merkintä koskee, tuntuvat olevan jo niin pitkällä CE-merkinnän hakemisessa, ettei koulutusta enää tarvita. Koulutus- ja kehittämistarpeita käydään läpi yritysten kanssa vielä työpajoissa.

TUULIA TAANILA

Kirjoittaja on Puu-Hubin projektipäällikkö Seinäjoen ammattikorkeakoulun Tekniikan yksikössä.

Lisätietoja hankkeesta: www.seamk.fi/puuhubi.

Kontiolta uusi mallisto

Kontiotuote Oy lanseeraa Kontion Uusi Aika -malliston, jonka yhteisenä nimittäjänä on selkeys ja moderni arkkitehtuuri. Talo- ja huvilamalliston lippulaivat, uusimmalla talotekniikalla varustetut ja tyylikkäästi sisustetut omakotitalo Aurinkometsä ja loma-asunto Iso-Lehtisaari, ovat vastikään valmistuneet Vaasan keskustan tuntumaan ja Kontion näyttelyalueelle Nurmijärvelle.

– Pelkistetty moderni designtyyli kiinnostaa kasvavaa määrää hirsitalojen ja loma-asuntojen ostajista, tämä näkyy selvästi myös Kontion tilauskannassa, uutuusmalliston suunnitteluun vahvasti osallistunut myynninedistämis-päällikkö **Olavi Kujanen** kertoo.

Sisustuksen Iso-Lehtisaareen on luonut tunnettu sisustussuunnittelija **Kirsi Valanti**. Avarassa ja toimivassa tilassa on esillä monia tuoteuutuuksia, mm. vähäeleinen Valanti-keittiö ”Viiva”. Valannin suunnittelemaa huonekaluja nähdään myös Vaasan Aurinkometsässä.

Sekä kaupunkihirsitalo Aurinkometsä että lomahuvila Iso-Lehtisaari edustavat ajatonta arkkitehtuuria, jossa inspiraatiota on haettu myös kansainvälisistä asumisen ilmiöistä. Energiatehokkuuden ohella erityisesti pohjaratkaisun toiminnallisuus ja avonaisten oleskelutilojen valoisuus ovat tärkeässä roolissa.

Kontio on kehittänyt yhteistyökumppaninsa Talobit Oy:n kanssa uudentyyppisen LVISA-tekniikan palvelukonseptin, joka tarjoaa asiakkaiden toiveisiin ja budjettiin sovitun älykotiratkaisun kokonaispakettin tarvittaessa avaimet käteen -periaatteella.

SUOMALAINEN HIRSITALOTEOLLISUUS menestyi haastavasta taloustilanteesta huolimatta vuonna 2012 hyvin. Kotimaan osalta talojen ja huviloiden myynti putosi alan yrityksissä keskimäärin vain seitsemän



▲ Lomahuvila Iso-Lehtisaaren keittiö.

prosenttia ja viennin kokonaismäärä kuusi prosenttia. – Erityisesti myynti hirsitoimialan tärkeimpiin vientimaihin, Venäjälle, Ranskaan ja Japaniin, säilyi hyvällä tasolla, markkinointipäällikkö **Raimo Louhimaa** Kontiolta kertoo.

Myös julkisessa rakentamisessa massiivinen hirsirakentaminen on entistä useammin varteenotettava vaihtoehto. Sisäilman terveellisyys on keskeinen valintakriteeri päiväkodeissa, kouluissa ja toimistorakennuksissa. Tuorein esimerkki löytyy Pudasjärveltä, jossa rakennetaan parhaillaan 1200-neliöistä hirsirunkoista päiväkotia. Kontio vastaa kohteen hirsiosien toimituksesta ja rungon pystytyksestä.

Massiivisella hirsirakenteella on monia myönteisiä ympäristö- ja terveysvaikutuksia. – Puun käyttö rakentamisessa yleistyy sekä Suomessa että maailmalla vihreiden arvojen myötä. Toinen syy löytyy materiaalin kestävyyydestä. Hirsirakenteisiin seinärakenteisiin verrattuna kosteusturvallinen rakennusmateriaali vaihtelevissakin sääolosuhteissa, toimitusjohtaja **Jalo Poijula** sanoo.