

PIHARAKENTAMINEN KIINNOSTAA ERITTÄIN PALJON – PIHAAN HALUTAAN ETENKIN KOTIMAISTA KIVEÄ

Kuluttajien mielestä hyvin rakennettu piha lisää kiinnostusta asumisviihtyvyyttä ja nostaa kiinteistön arvoa. Kaikkea ei enää välttämättä tehdä itse, sillä moni on kiinnostunut ulkopuolisesta suunnittelusta ja rakennusavusta. Luonnonkivimateriaaleja valittaessa kotimaisuus on hinnan ohella merkittävin kriteeri.

Alan haasteita ovat etenkin kuluttajien epärealistinen hintakäsitys sekä oikeiden tiedottamiskanavien löytäminen.

Nämä asiat todettiin Kiviteollisuusliitto ry:n, Rakennustuoteallisuus RTT ry:n ja Viheraluerakentajat ry:n piha- ja ympäristörakentamista koskeneissa tutkimuksissa. Tietoa kerättiin sekä kuluttajilta että ammattilaisilta. Kuluttajatutkimukseen vastasi 400 kuluttajaa, jotka ovat jo rakentaneet tai ovat aikeissa rakentaa pientalon tai remontoida entistä kotiaan. Ympäristörakentamisen ammattilaisten tutkimukseen vastasi 176 henkilöä luonnonkivi- ja betonituotteita valmistavista yrityksistä sekä viheralueita suunnittelevista ja rakentavista yrityksistä ja yhteisöistä. Tutkimukset toteutti *Innolink Research Oy*.

KASVUODOTUKSET ALALLA VAHVAT

Nykyään pihaa ei enää nähdä omakotiasumisen liittyvänä välttämättömänä pahana, vaan osana viihtyvää miljööä. Kuluttajatutkimuksen vastaajista 98 prosenttia on sitä mieltä, että hyvin rakennettu piha lisää asumisviihtyvyyttä ja 99 prosentin mielestä piha lisää kiinteistön arvoa.

Tutkimuksen kuluttajavastaajista 67 prosenttia on aikeissa kunnostaa tai rakentaa pihansa seuraavan kahden vuoden aikana.

Kaikki pihantekijät eivät enää usko perinteiseen suomalaisen itseisarvoon eli itse tekemiseen. Vajaa kolmannes on aikeissa käyttää suunnitteluapua ja runsas kolmannes aikoo käyttää ulkopuolista rakennuspalvelua pihan tekemisessä. Erityisesti apua kaivataan pohja- ja maansiirtotöissä sekä kiveystöissä. Tavallisimmat syyt ulkopuolisen avun käyttämisen ovat koneiden tarve sekä oman osaamisen puuttuminen.

Myös ammattilaiset uskovat vahvasti alan tuotteiden ja yritystoiminnan tuntuvaan kasvuun. Ammattilaisvastaajista luonnonkiven käytön kasvuun uskoo 94 %, betonikivien käytön 91 % ja viherrakentamisen kasvua ennakoi 94 % vastaajista.

KOTIMAISTA LUONNONKIVEÄ ARVOSTETAAN

Vastaajat arvostavat luonnonkivien kotimaisuutta. Yhteensä 45 prosenttia antoi luonnonkiven kotimaisuudelle asteikon korkeimmat arvosanat. Kotimaisuutta piti merkityksellömänä vain viisi prosenttia vastaajista. Luonnonkiveyksen näki kiinteistön arvoa nostavaksi tekijäksi 95 prosenttia vastaajista ja betonikiveytyksen puolestaan 87 prosenttia.

Luonnonkivituotteita pihaansa aikoo hankkia 35 prosenttia vastaajista. Tavallisimmin hankinta-aikeissa ovat luonnonkiviset pihalaatat tai pihakivet. Myös reuna- ja muurikivet kiinnostavat. Betonikivituotteiden hankinta on suunnitelmassa 43 prosentilla vastaajista, tavallisimmin pihalle halutaan betonisia kivilaattoja, pi-

hakiviä tai muurikiviä. Luonnonkiveä ja betonituotteita voi käyttää rinnakkain.

Rakennustuoteallisuus RTT ry:n ympäristöbetonituotteiden tuoteryhmäpäällikkö *Seppo Petrow* kertoo, että betonipäällysteiden käyttö yksityispihoissa kasvaa tasaisesti.

– Kasvu on ollut myös suhdanteista riippumatonta, mutta siitä huolimatta olemme kivipohjaisten pihapäällysteiden käytössä vielä kaukana Keski-Euroopan tasosta. Suomessa tuotteita käytetään puoli neliometriä asukasta kohti vuodessa, kun Keski-Euroopan maissa vastaava luku on 1-2 neliötä asukasta kohti, Petrow toteaa.

Kuluttajien hankintapäätöksiin vaikuttavat tuotteiden kestävyys, tuotteiden ulkonäkö sekä tuotteiden hinnat.

TIETOA KULUTTAJILLE LUVASSA LISÄÄ

Tavallisimmin tietoa pihan rakentamisesta haetaan piha- ja puutarhalehdistä (53 %). 49 prosenttia vastaajista on saanut tietoa ystävilta tai tuttavilta ja 38 prosenttia rautakaupasta tai puutarhamyymälästä. Mieluiten tietoa haluttaisiin saada Internetistä ja yritysten kotisivuilta sekä alan lehdistä.

Vastaajista 38 prosenttia arvioi alalla olevan eniten puutteita tiedonsaannissa tuotteista ja palveluista. Internetistä tietoa hakee 42 prosenttia joko yritysten kotisivuilta, keskustelupalstoilta tai muualta Internetistä. Lisää helposti saatavaa tietoa kuluttajille on luvassa.

– Viheraluerakentajat ry avaa tulevan talven aikana uudet kuluttajille suunnatut Internet-sivut osoitteessa: www.viheraluerakentajat.fi, joille kokoamme perustietoa pihan suunnittelusta, rakentamisesta ja hoidosta, kertoo Viheraluerakentajat ry:n toiminnanjohtaja *Seppo Närhi*.

KÄSITYS KUSTANNUKSISTA EI VASTAA TODELLISUUTTA

Pihaa arvostetaan, mutta käsitkyskustannustasosta eivät vastaa todellisuutta. 69 prosenttia pitää kohtuullisena pihasuunnittelun hintana alle 500 euroa. 29 prosenttia vastaajista on valmiita maksamaan pihasuunnittelusta 500-1000 euroa.

Runsas kolmannes vastaajista on valmis maksamaan varsinaisesta pihan rakentamisesta tuotteineen 2000-5000 euroa. Sen sijaan kolmasosa vastaajista katsoo, että laatuista piha pitäisi syntyä tuhannella eurolla. Etenkin tässä suhteessa alalla on tiedottamisen tarvetta.

AMMATTILAISET USKOVAT KOTIMAISIIN KIVITUOTTEISIIN

Alan yrityksille ja yhteisöille suunnatussa tutkimuksessa kartoitettiin ympäristörakentamisen tilaa ja haasteita tällä hetkellä. Ammattilaiset näkevät kotimaisen kivituetteen vahvuksina kestävyys, laadun, ulkonäön, toimitusvarmuuden, toimitusaikataulujen pitävyyden sekä tiedon saatavuuden. Kotimaisuuden kääntöpuolella nähdään korkea hinta, mutta 28 prosentin mielestä kotimainen luonnonkivi on kokonaistaloudellisesti edullisempi kuin tuontivaihtoehdot. Vertailtaessa kotimaista ja ulkomaista kivituetta ammattilaiset pitävät suomalaista vaihtoehtoa ylivoimaisesti parempana.



Lemminkäinen Betonituote Oy

Ammattilaisten mielestä ala kaipaa lisää innovaatiota ja uudistumista. Käyttäjystävällisiä tuoteratkaisuja pitäisi alalla kehittää, vaikka tuotekehitys onkin haastavaa.

Ammattilaiset kokevat luonnonkivi-, maisemabetoni- ja viherrakennusyritykset joustaviksi ja luotettaviksi alansa osajiksi.

TARVETTA TIEDOLLE SEKÄ HOIDOLLE JA HUOLLOLLE

Yritysvastaajista yli puolet arvioi, että markkinoilla olisi kysyntää erityisesti neuvonnalle ja konsultaatiolle. 35 prosenttia puolestaan uskoo tarvetta olevan hoito- ja huoltosopimuksille. 34 prosenttia pitää puhdistuspalveluita kysytynä palveluna. Sen sijaan kuluttajat eivät vielä innostuneet juuri lainkaan esimerkiksi pihanhoitopalveluista.

– Tässä astuu vielä esiin suomalaisen halu tehdä itse. Esimerkiksi Englannissa tavalliset perheet ostavat pihanhoitopalveluita. Uskon, että Suomessakin verovähennysoikeus tulee vaikuttamaan piharakennuspalveluiden käytön lisääntymiseen, Jauhiainen arvioi.

Seppo Närhi arvioi, että pihahoitopalvelut tulevat yleistymään kasvukeskuksissa lähivuosina. Noin kolmannes kuluttajista haluaa kokonaispalvelua. Monet viherrakennusyritykset tarjoavatkin jo rakennus- ja hoitopalvelujen lisäksi myös suunnittelupalvelua.

Kiviasentamisen haasteena ammattilaiset näkevät asennustyön työntekijöiden osaamisen (78 %). Myös asennuksen suunnittelu, asentaminen ja asennustyön valvonta saivat useita mainintoja kehittämiskohteina. Kaikille haasteille antaa oman lisänsä suomalaisen kesäsesongin lyhyys.

Närhi pitää ammattitaitoisen työvoiman puutetta eniten alan yritystoimintaa jarruttavana tekijänä.

– Tähän jäsenkyselyssäkin todettuun tilanteeseen kulminoituvat tällä hetkellä viherrakentamisen haasteet. Alan nopean kasvun myötä varsinkin keväällä voi olla vaikea saada heti esimerkiksi kiviasennuspalveluja. Uusia yrityksiä on kuitenkin viime vuosina tullut alalle runsaasti, Närhi kertoo.

Ammattilaisilta kysyttiin myös kaikkien aikojen hienompia kivirakennuskohteita Suomessa ja maailmalla. Useita ääniä ulkomailla saivat *Egyptin pyramidit*, *Kiinan muuri* ja *Taj Mahal*. Kotimaanärkeä edustavat *eduskuntatalo* ja *Kotkan Sapokan vesipuisto*.

LISÄTIETOJA:

Rakennustuoteallisuus RTT ry Betonikeskus, Seppo Petrow, gsm 0500 422 652.