



Uudisasuntorakentaminen 2025

Uudisasuntojen ostajat kiittävät laatua – EPSI
2025 tuo alan kaikkien aikojen ennätyksen

Uudisasuntorakentajien saama arvosana nousi mittaushistorian korkeimmalle tasolle

Vuoden 2025 EPSI-tutkimuksessa uudisasuntorakentajien saama arvosana nousi mittaushistorian korkeimmalle tasolle, 78,8 pisteeseen. Tämä on osoitus suomalaisen uudisasuntorakentamisen kyvystä täyttää ja jopa ylittää asiakkaidensa odotukset. Tuloksen arvoa korostaa se, että rakennusmarkkinoilla on ollut vaikea suhdannetilanne: aloitusmäärät ovat olleet historiallisen pieniä, mutta asiakkaiden arvostus on noussut huippuunsa. Alan asiakastyytyväisyysindeksi on eri toimialojen vertailussa poikkeuksellisen korkea.

YIT nappasi vertailun voiton, kun taas Lujatalo ja Peab pitivät tuloksensa erinomaisella tasolla ja nostivat koko toimialaa. Vaikka muiden yhtiöiden uudisasuntomäärät jäivät niin pieniksi, ettei niitä voitu erotella omiksi tuloksiksi, nekin muodostavat osan toimialan yhteisestä noususta – siksi tulokset ovat yhtä lailla heidän saavutuksensa. Kuten EPSI Ratingin maajohtaja Heidi Laitinen kuvaa: ”Nämä yhtiöt ovat toimineet alan laatuvetureina; niiden onnistuminen osoittaa, kuinka oikea suunta koko toimialalle on löytynyt.”

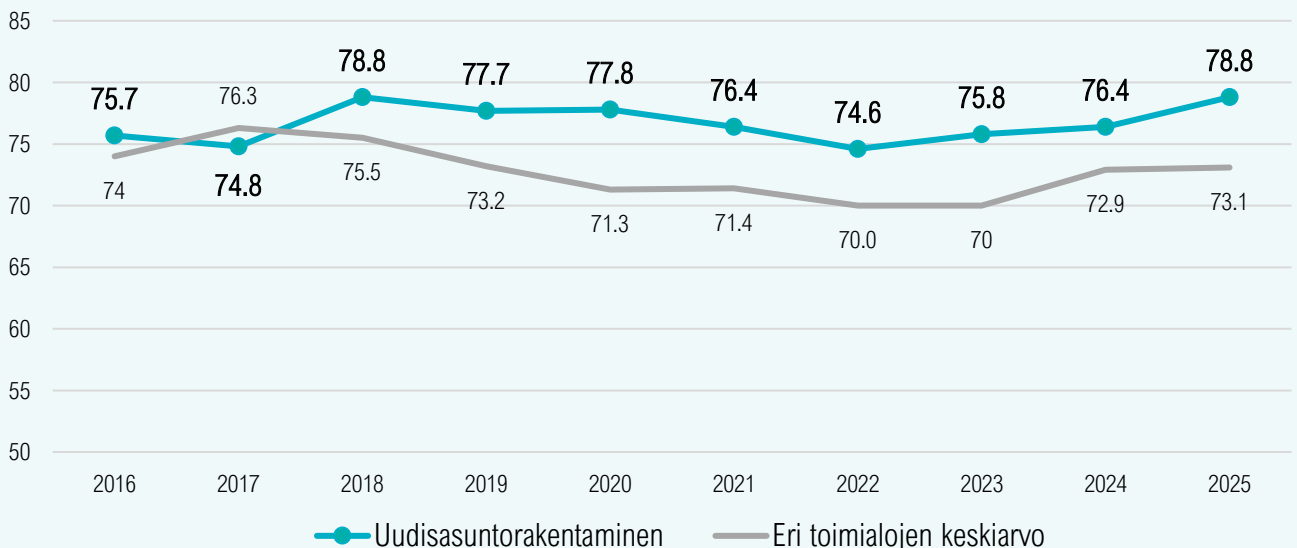
Näihin ennätyslukemiin ei ole tultu sattumalta. EPSI Rating on mitannut uudisasunnon ostajien kokemuksia vuodesta 2016 alkaen. Heti alkuvuosina 2016–2017 tulokset asettuivat erittäin tyytyväisten asiakkaiden tasolle (75 indeksipistettä), nousten sitten vuonna 2018 jo 78 pisteen yläpuolelle. Poikkeusvuonna 2020 ala säilytti ylivoimaisen kärkipaikkansa kaikista Suomen mitatuista toimialoista. Heidi Laitinen muistutti jo tuolloin, että kolmena peräkkäisenä vuotena oltiin nähty erittäin korkeita asiakastyytyväisyysindeksipisteitä, ja miten harvinaista tämä on eri aloja pohjoismaisestikin tarkastellen. Tulokset laskivat vuoteen 2022 tultaessa, mutta tyytyväisyys kääntyi tämän jälkeen jälleen nousuun pysytellen samalla selvästi eri toimialojen keskiarvon yläpuolella. Vuoden 2025 tulokset kruunaavat tämän kehityskaaren. Huikkea 78,8 pisteen taso on mittaushistorian paras yhdessä vuoden 2018 tuloksen kanssa ja kertoo, että suunta on edelleen ylöspäin.

Kysymys kuuluu: miten tähän ennätykseen on päästy? Tämä tiedote selittää, mitkä tekijät ovat nostaneet asiakastyytyväisyyden ja uskollisuuden huippuunsa.

Kuva 1. Asiakastyytyväisyys — Alla oleva graafi havainnollistaa

asiakastyytyväisyyden kehitystä Suomessa vuosina 2016–2025. Graafi esittää, kuinka korkealla tasolla toimiala on pysynyt muiden alojen notkahdellessa.

Asiakastyytyväisyys Suomessa



**EPSI Rating on riippumaton ja voittoa tavoittelematon, akateeminen organisaatio, jonka analyysimalli perustuu yli kolmen vuosikymmenen tutkimustyölle. EPSI Rating Groupin omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio. EPSI Rating on toteuttanut toimialamittauksia Suomessa eri aloilla vuodesta 1999 lähtien.*

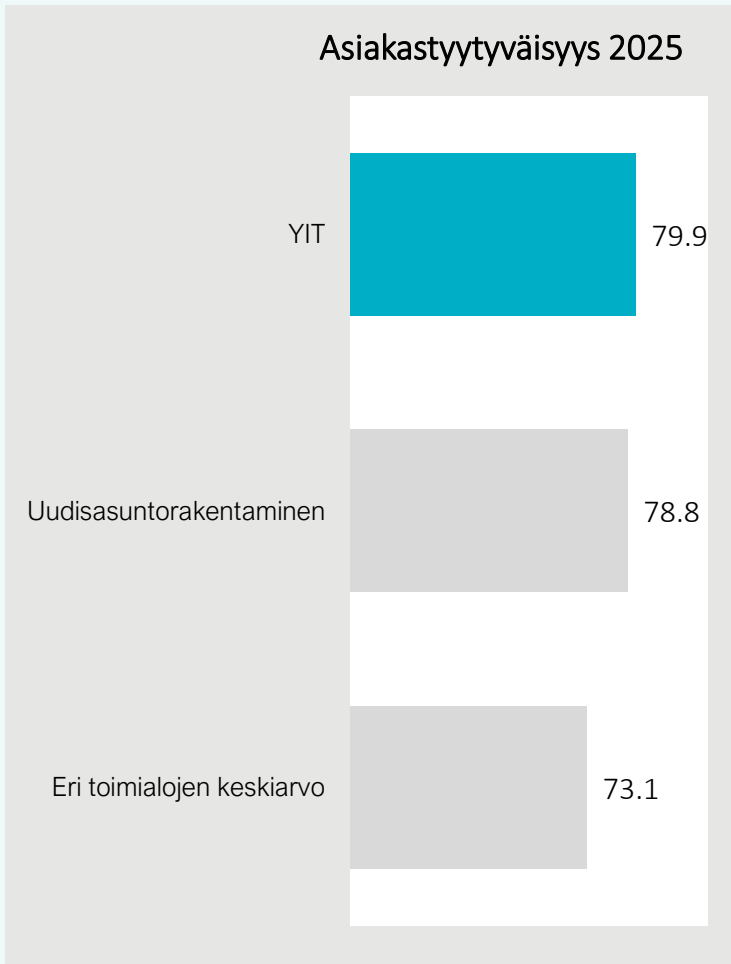
Vaikka vuonna 2025 erilliseen vertailuun pääsivät vain **YIT**, **Lujatalo** ja **Peab** – asuntomäärät muiden yhtiöiden osalta olivat niin pienet, että ne sisältyvät Muut-ryhmään – tämä ei kerro mielenkiinnon puutteesta tutkimusta kohtaan, vaan koko toimialan historiallisen matalasta myyntitasosta.

YIT:n nousu vuoden 2025 voittajaksi jatkaa sen vahvaa perinnettä: yhtiöllä on voittoja ja kärkisijoituksia myös useilta aiemmilta vuosilta. YIT saa asiakkailtaan erittäin korkeita arvioita tasaisesti eri osa-alueilla. **Lujatalo** puolestaan on nostonut asiakastyytyväisyytään tasaisesti jo useita vuosia, ja tuorein tulos on yhtiön historian paras. Yhtiö saa erityisesti kiitosta palvelulaadusta. Aiemmissa mittauksissa kuudesti voiton saavuttanut **Peab** onnistuu sekin säilyttämään asiakastyytyväisyytensä erittäin korkealla tasolla.

Kilpailun tasaisuus näkyy vahvasti aiempien vuosien rankingissa. Mainittujen kestmomenestyjien eli Peabin ja YIT:n voittojen lisäksi **Skanska** nousi kärkeen vuonna 2024 78,9 pisteellä, ja esimerkiksi vuoden 2021 tuloksissa **Pohjola Rakennus** sijoittui toiselle sijalle ja **JM Suomi** teki vakuuttavan ensiesiintymisen vertailussa, **Hartelan** puolestaan yllettyä toiselle sijalle vuonna 2022. Vuoden 2022 raportti osoitti samalla, että vaikka **SRV** ja **Bonava** jäivät tuolloin hieman alle toimialan keskitasoon, yhtiöiden työhön asiakastyytyväisyyden eteen kohdistetut panostukset näkyivät esimerkiksi vahvassa palvelulaadussa.

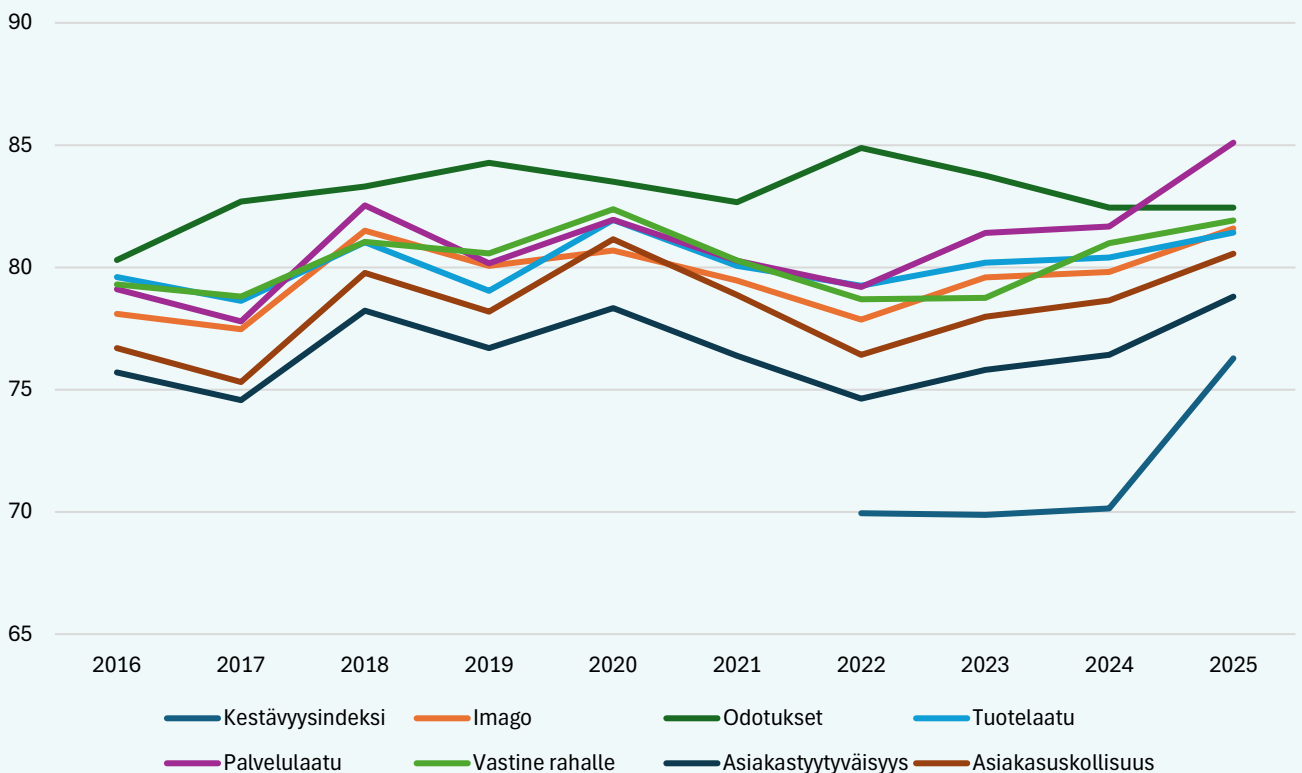
Näiden esimerkkien kautta välittyy viesti: uudisasuntorakentamisessa ei ole kyse yksittäisten yhtiöiden suorituksesta, vaan koko toimialan korkeasta tasosta ja jatkuvasta halusta oppia. Vaikka tänä vuonna vain kolme yhtiötä on vertailtavissa, historia sekä Muut-ryhmän tulos osoittavat, että myös muut toimijat yltävät huipputasolle.

Asiakastyytyväisyys 2025



Vuonna 2022 ja 2023 ala joutui kohtaamaan **kustannusten nousun ja toimitusketjun häiriöt**. Nämä haasteet näkyivät pienenä notkahduksena kokonaistyytyväisyydessä vuonna 2022, mutta tyytyväisyys säilyi silti korkealla tasolla. Tuolloin virheettömät, ajallaan ja asiakkaan toiveiden mukaan luovutetut asunnot sekä nopea ongelmanratkaisu olivat ratkaisevia tekijöitä – viivästykset ja heikko viestintä söivät luottamusta ja heijastuivat yritysten imagoon. Asiakkaiden odotukset olivat tuolloin nousseet mittaushistorian korkeimmalle tasolle, mikä osaltaan vaikeutti odotusten täyttämistä. Samalla tuli huomioida merkittävä kuilu yleisväestön mielikuvien ja todellisten asunnonostajien kokemusten välillä – julkinen luottamus oli edelleen matalaa, vaikka asiakkaat olivat erittäin tyytyväisiä.

Asiakastyytyväisyyden osa-alueiden kehitys



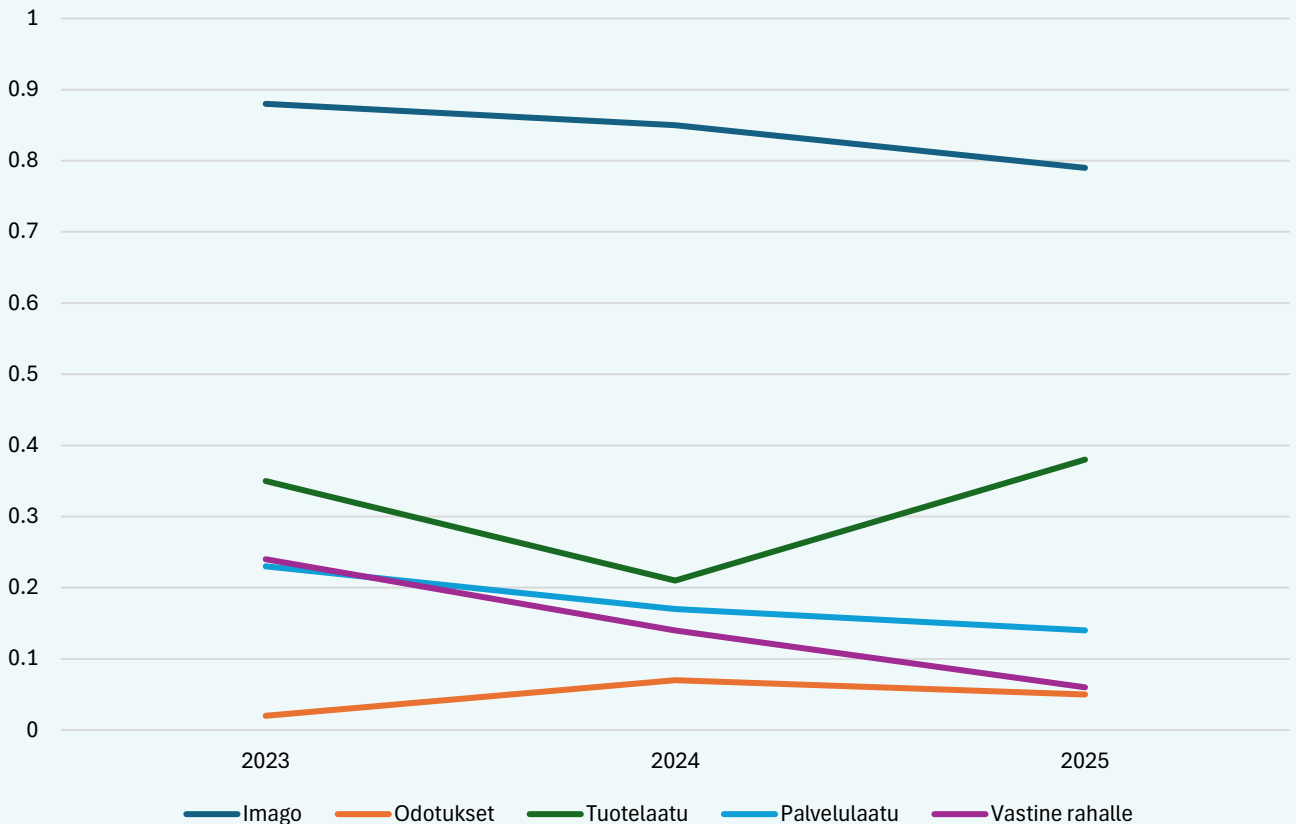
Vuoden 2025 tulokset viittaavat siihen, että vaikka markkina on edelleen hiljainen, asiakkaat kokevat toimialalla ennennäkemättömän hyvää palvelua ja laadukasta rakentamista. Palvelulaatu nousee nyt jopa pandemia-aikaa edeltäneiden huippujen yli. Rakennusyritykset panostavat viestintään, selkeään prosessinhallintaan ja nopeaan jälkipalveluun. Asiakkaat kokevat saavansa parempaa vastinetta rahalle. Odotukset ovat samalla palanneet hieman maltillisemmiksi, vaikka ovatkin korkealla tasolla.

”Uudisasuntorakentaminen on säilyttänyt asemansa EPSI-tutkimusten huippuluokassa läpi kriisien ja syklien. Indeksien nousut ja laskut kertovat enemmänkin talouden ja markkinan liikkeistä kuin asiakkaiden luottamuksesta – tämän luottamuksen nämä yritykset ovat ansainneet pitkäjänteisellä työllä”, toteaa Laitinen. ”Mitä paremmin yritys on pitänyt asiakkaansa ajan tasalla hyödyntäen mahdollisia yhteydenpidon kanavia, sitä paremmin siihen luotetaan ja sitä tyytyväisempiä asiakkaita sillä on. Hyvä ja määrätietoinen tiedonkulku on lisännyt asiakkaiden tyytyväisyyttä”, Laitinen lisää.

Onnistunut palvelu näkyy konkreettisesti: palveluindeksi nousi lähelle 85 pistettä, mikä on erittäin korkea tulos esimerkiksi eri toimialojen pohjoismaisessa vertailussa.

Eri osa-alueiden roolit asiakastyytyväisyyttä sekä -uskollisuutta vetävinä tekijöinä ovat muuttuneet vuosien saatossa. Vuoden 2024 notkahduksensa jälkeen **tuotelaadun merkitys** kokonaistyytyväisyydessä ponnahti jyrkästi – ostajat huomioivat nyt entistä herkemmin esimerkiksi pohjaratkaisujen toimivuuden ja kokonaisuuden virheettömyyden. Taustalla ovat myös rakennusmenetelmät, jotka vähentävät virheitä ja vakioivat laatua. Samaan aikaan palvelun ja imagon suhteellinen painoarvo hieman pieneni: korkea palvelutaso ja vahva brändimielikuva ovat **vakiintuneet hygieniatasoksi**, eivätkä enää yksin riitä erottumaan.

Osa-alueiden vaikutusten kehitys



Varhaisvuodet: aikataulusta kiinni ja paljon modifikaatioita

Mikä tuotti tyytyväisyyttä tutkimuksen varhaisvuosina? Aikataulussa pysyminen ja ammattimaisesti hoidetut lisä- ja muutostyöt saivat eniten kiitosta. 74 % ostajista teetti lisä- ja muutostöitä, ja rakennusyhtiöiden katsottiin löytäneen niihin ratkaisut erinomaisesti. Ostajat pitivät uudisasuntojen tuotelaatua erittäin hyvänä, mutta heikoimman arvosanan sai asunnon virheettömyys. Samalla tutkimuksessa havaittiin poikkeuksellisen paljon reklamaatioita: 30 % asiakkaista oli aiheita valittava, kun muilla aloilla vastaava luku oli 16 %. Nämä havainnot kannustivat yrityksiä panostamaan virheettömyyteen ja laatuun – teemoja, jotka nousivat vahvasti esiin myöhempinä vuosina.

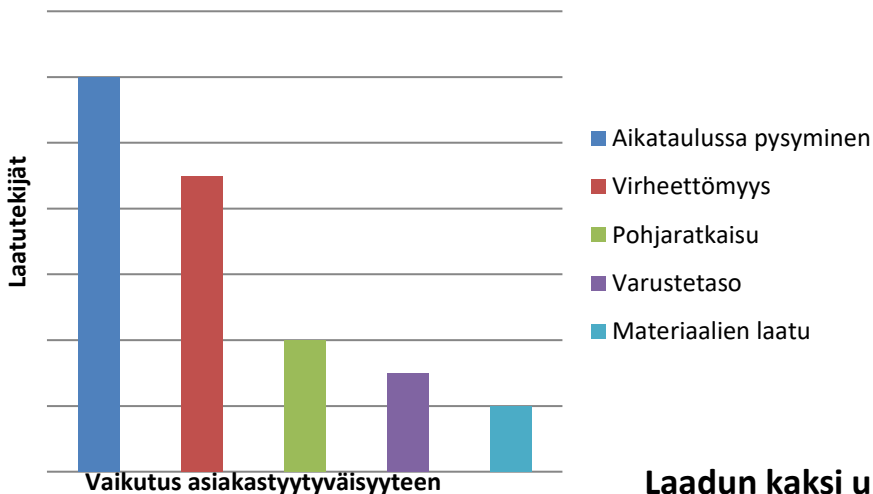
Viesti aikakauden asiakkailta oli myös, että yhteydenpitoa toivottiin lisää. Puolet vastaajista oli viimeisimmässä yhteydenpitotapahtumassa ottanut itse yhteyttä rakennusliikkeeseen, ja 11 % olisi toivonut tiiviimpää viestintää rakennusaikana, 21 % puolestaan muuton jälkeen. Tämä palautekanava loi pohjaa myöhemmille vuosille, jolloin parempi viestintä ja luovutusprosessin hallinta nousivat palvelulaadun kärjeksi.

Palvelulaadun huipputaso näkyy tuloksissa usein tavoin. Ostajat ovat kertoneet, että heitä on kuunneltu ja että yhteydenpito on sujuvaa myös avainten luovutuksen jälkeen, ja reklamaatiot on hoidettu nopeasti. Heidi Laitinen painotti jo pandemiavuosina, että aloitteellisuus ja määrätietoinen tiedonkulku ovat ratkaisevan tärkeitä korkean asiakastytyvyyden taustalla: "Mitä paremmin yritys on pitänyt asiakkaansa ajan tasalla hyödyntäen mahdollisia yhteydenpidon kanavia, sitä paremmin siihen luotetaan ja sitä tyytyväisempiä asiakkaita sillä on. Hyvä ja määrätietoinen tiedonkulku on lisännyt asiakkaiden tyytyväisyyttä". Onnistunut palvelu näkyy konkreettisesti: palveluindeksi nousi lähelle 85 pistettä, mikä on erittäin korkea tulos esimerkiksi eri toimialojen pohjoismaisessa vertailussa.

Laitisen mukaan asunnon luovutusprosessi on asiakkaan näkökulmasta ratkaiseva taitekohta. Kun rakennusliike pysyttelee sovitussa aikataulussa ja huolehtii siisteydestä, asiakastytyvyys hyötyy huomattavasti. "Asunnon luovuttaminen selvästi keskeneräisenä tai runsaasti myöhässä ovat suurimmat sudenkuopat. Tässä mielessä pohjaa luovutusprosessin onnistumiselle valetaan jo pitkään ennen avainten konkreettista siirtymistä asiakkaan käteen," Laitinen muistuttaa. Hän korostaa, että myös viivästystilanteissa tiedottaminen ja asiakaspalvelu voivat pelastaa paljon: "On erittäin tärkeää pitää asiakas tietoisena mahdollisista muutoksista". Näiden havaintojen pohjalta moni yhtiö on kehittänyt luovutus- ja jälkipalveluprosessejaan, mikä näkyy sekä palvelun parantumisena että asiakasuskollisuuden vahvistumisena.

Tuotelaatu – siis esimerkiksi pohjaratkaisujen toimivuus, materiaalien laatu ja asunnon virheettömyys – on sekin noussut varovaisen kehityksen kautta uudelle tasolle. Johdonmukaisimmin ovat viime vuosina nousseet arviot koskien virheettömyyttä sekä aikataulussa pysymistä, joista jälkimmäisen kohdalla mitataan jo historiallisen korkeat pisteet, 93.3. "Tuotelaadun merkitys asiakastytyvyydelle on nousussa, joten rakennusliikkeet ovat onnistuneet kriittisissä kohdin", muistuttaa Laitinen.

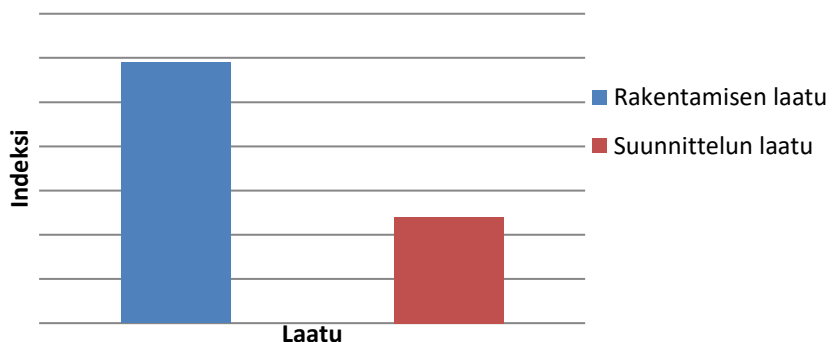
Mistä tuotelaatu syntyy – tekijöiden merkitys



Mutta mikä uudisasunto-rakentamisessa lopulta ratkaisee kokemuksen tuotelaadusta? Kaikki tekijät eivät ole yhtä merkittäviä. Aikataulussa pysyminen ja virheettömyys nousevat selvästi keskeisimmiksi tekijöiksi. Asiakastytyvyys rakentuukin ennen kaikkea toimituksen onnistumisesta kokonaisuutena, ei pelkästään suunnittelusta tai varustelusta.

Tulokset osoittavat, että toimialan vahvuus on erityisesti rakentamisen laadussa, joka ylittää selvästi suunnittelun laadun tason. Tämä kertoo siitä, että asiakkaan kokemus syntyy vahvasti toteutuksen onnistumisesta – mutta samalla suunnittelussa on vielä kehityspotentiaalia.

Laadun kaksi ulottuvuutta – toimialataso 2025



Uusien kotien ostajat ovat olleet hintatietoisia, mikä näkyi vastaajien kommenteissa. **Rahalle saatavan vastineen** kokemusta mittaava indeksi on kuitenkin noussut tasaisesti jo useita vuosia, ollen nyt jo noin 82 pistettä. Tämä kertoo, että asiakkaat eivät katso vain hintaa; he arvioivat kokonaispakettia – materiaalien laatua, työnjälkeä, tiedottamista, energiatehokkuutta ja huoltopalveluita. Alan trendit, kuten edulliset rahoituskannustimet ja eri ratkaisujen tarjoama kustannustehokkuus, ovat helpottaneet kohtuuhintaisten ratkaisujen tuomista markkinoille.

Vuoden 2024 tiedotteessa kiinnitimme huomiota siihen, että asunnon ostajien valintakriteereissä tapahtui selkeitä muutoksia: kuluttajien hintatietoisuus kasvoi ja vastuullisuuden tai ympäristöystävällisyyden paino hieman heikkeni. Kustannustekijät arvioitiin jälleen hivenen aiempaa tärkeämmiksi tekijöiksi, mikä kertoo talouden epävarmuudesta. Trendi ei kuitenkaan poista sitä, että laatu, palvelu ja vähäisemmässä määrin myös vastuullisuus vaikuttavat edelleen vahvasti kokemukseen. Asunnon sijainti ja pohjaratkaisun toimivuus ovat säilyneet kaikkein tärkeimmiksi arvioituina kriteereinä muutosten keskelläkin.

”Kasvava hintatietoisuus lisää painetta tuottaa entistä enemmän vastinetta. Kun hintatietoisuus sekä rahalle saatavan vastineen arviot nousevat yhtä aikaa, voidaan sanoa nousevien odotusten tulleen enenevässä määrin täytetyksi. Tätä taustaa vasten ei ole yllättävää, että asiakastytytys nousee.”

Kestävyys nousee arvoonsa

Vuosina 2022–24 **EPSI kestävyysindeksi** pysyi melko tasaisena, noin 69–70 pisteessä. Vuoden 2025 tutkimuksessa tapahtui kuitenkin merkittävä muutos: kestävyysindeksi nousi kertaheitolla 76:een. Taustalla vaikuttavat sekä tiukentuvat energiatehokkuusvaatimukset että kuluttajien kasvava ympäristötietoisuus. Yritykset, jotka ovat pystyneet kertomaan hiilijalanjäljestään, käyttäneet matalapäästöisiä materiaaleja ja kertoneet työstään uskottavasti, ovat saaneet asiakkailta kiitosta. Kestävyysmielikuva on yhdistelmä taloudellisen- ympäristöllisen, ja sosiaalisen vastuun ulottuvuuksia. Kestävyys ei olekaan enää vain lisäarvo, vaan teemalle herkille asiakkaille se on osa peruslaatua. Kestävyysindeksi on noussut korkeisiin lukemiin kaikilla vertailluilla toimijoilla, mutta parhaat arviot asiakkailtaan sai **Peab**, jonka indeksiksi mitattiin jopa 84.

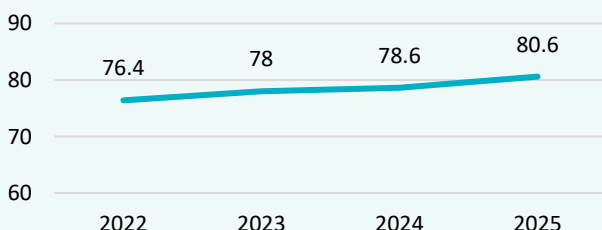


Mitä tulokset kertovat uskollisuudesta?

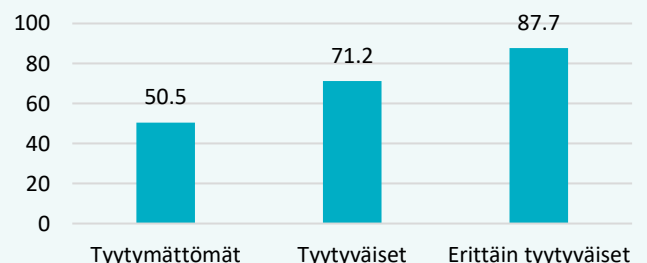
Kokonaisasiakasuskollisuuden nousu vuonna 2025 on vahva signaali siitä, että asiakkaat palaavat saman toimijan asiakkaiksi ja suosittelevat yritystä muille. Uskollisuus syntyy erityisesti niissä tilanteissa, joissa ostaja kokee saavansa laadukkaan ja vastuullisen tuotteen, saumattoman palvelun sekä reilun hinnan. Kun tuotelaadun ja kestävyysmerkit kasvaa, myös uskollisuus vahvistuu. Palvelun ja hinnan merkitys kokonaisarviossa on hieman pienentynyt, mikä kertoo niiden vakiintuneen hyvälle tasolle – erottuvuutta haetaan nyt muualta.

Tämän vuoden tulokset osoittavat, että asiakkaat palkitsevat laadun, vastuullisuuden ja avoimuuden. Tyytyväisyys luo uskollisuutta. Niinpä yritykset, jotka panostavat näihin osa alueisiin, eivät ainoastaan nouse tyytyväisyyslistojen kärkeen, vaan rakentavat myös vahvan ja kestävä suhteen asiakkaisiin.

Asiakasuskollisuus



Asiakasuskollisuus



EPSI RATINGISTA

EPSI Rating on voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.

EPSI Rating perustettiin EU-tutkimushankkeena Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989, ja organisaatio on toteuttanut Suomessa kansallisia laatuindeksejä mittaavia toimialatutkimuksia vuodesta 1999 asti.

Organisaation toiminta keskittyy Pohjoismaihin, mutta tutkimuksia tehdään myös esimerkiksi Iso-Britanniassa ja Hollannissa. Suomessa EPSI Rating mittaa Suomessa asiakaskokemusta poikkeuksellisen laajasti eri toimialoilla aina rakentamisesta, energiasta ja vesihuollosta pankki- ja vakuutuspalveluihin, vähittäiskauppaan, terveyspalveluihin, matkailuun, teleoperaattoreihin ja digitaalisiin palveluihin. Yhteistyötä tehdään myös useiden muiden eri toimijoiden kanssa niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

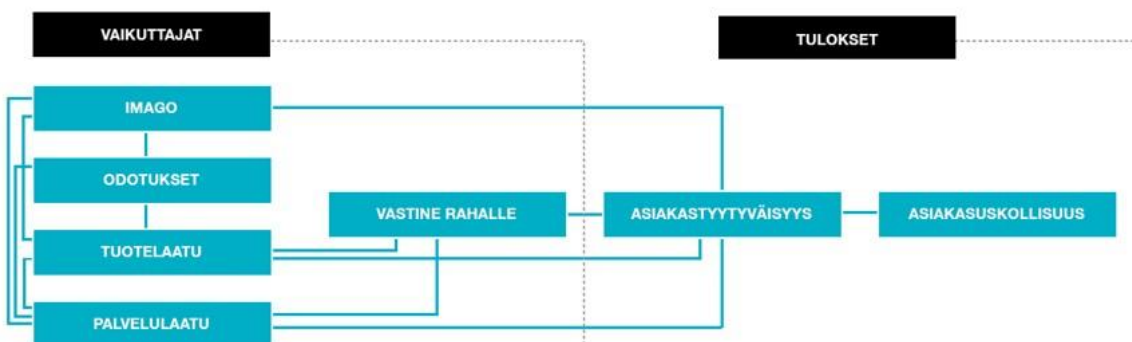
Lue lisää kotisivuiltamme!

<https://www.epsi-finland.org/>

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI-menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia. Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä.

Alla oleva kaavio kuvaa niitä alueita, joihin EPSI-menetelmä perustuu.



TUTKIMUKSESTA

EPSI Data Collection Services haastatteli Uudisasuntorakentaminen 2025 -tutkimukseen Suomessa asuvia yli 18-vuotiaita yksityisasiakkaita, jotka olivat vastaanottaneet ostamansa uudisasunnon vuoden 2025 aikana. Yhteensä haastateltiin 266 kuluttajaa. Haastattelut tehtiin 27.1.-15.3.2026. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0–60 on tyytymätön, 60–75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain välillä n. 70–90%.

Lisätietoja tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

› Heidi.laitinen@epsi-finland.org

› +358 50 40 68 796