

RAPORTTI 2.9.2020

LAHDEN KESKUSTAN KAUPAN VISIO & LIISU 2030 YRITYSVAIKUTUSTEN ARVIOINTI



SISÄLTÖ

1. TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET
2. KAUPAN TRENDIT
3. KAUPAN KYSYNTÄ
4. KAUPAN TARJONTA
5. KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA
6. LAHDEN KAUPALLISEN KESKUSTAN VISIO
7. LIISU 2030 YRITYSVAIKUTUSTEN ARVIOINTI
8. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

1

TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

SELVITYKSEN TAVOITTEET JA LAATIMINEN

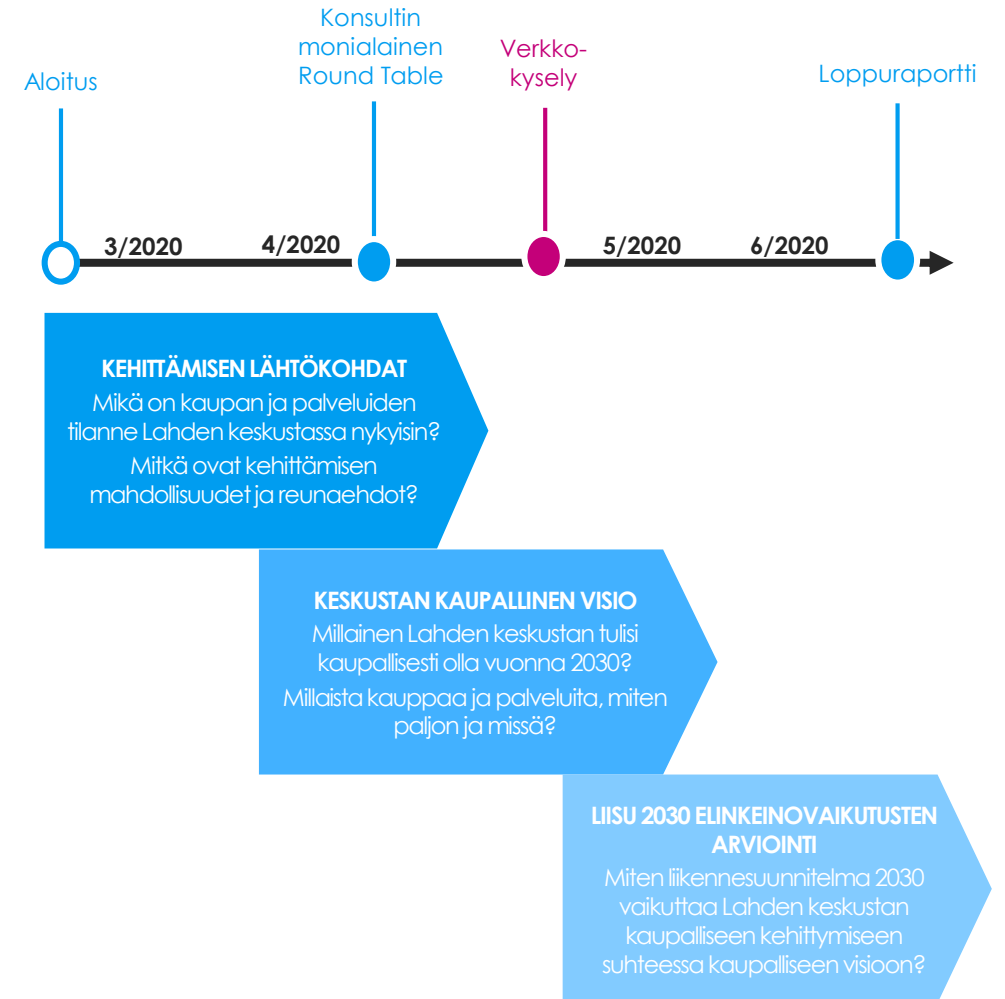
Lahden keskusta on tärkeä ja elinvoimainen maakuntakeskus. Keskustan kehittämiseksi on viime vuosina laadittu useita suunnitelmia erityisesti liikenne- ja pysäköintiratkaisujen kehittämiseksi. Näiden lisäksi keskustaan ollaan laatimassa kokonaisvaltaista maankäytön visiota.

Tämän työn tavoitteena on toteuttaa Lahden keskustaa koskeva kaupallinen selvitys ja visio vuoteen 2030. Visioon perustuen laaditaan yritysvaikutusten arviointi Liikennesuunnitelma 2030:een (LIISU 2030) liittyen. Päähuomiona ovat vaikutukset kaupallisen vision toteutumiseen.

Työssä on selvitetty kehittämisen lähtökohdat kaupan toimintaympäristötrendien sekä Lahden kaupallisen kysynnän ja tarjonnan perusteella. Työssä on lisäksi toteutettu yritys-kysely karttapohjaisella Maptionnaire-alustalla.

Kehittämisisio on laadittu Lahden kaupungin toimeksiannosta Ramboll Finland Oy:ssä monialaisena prosessina. Työ toteutettiin aikavälillä maaliskuu – kesäkuu 2020. Työtä ohjasi Lahden kaupungin ohjausryhmä, johon kuuluivat Riitta Niskanen, Miikka Venäläinen, Johanna Sääkniemi, Anna Huttunen, Pipsa Wirtanen (LahtiCity) sekä Anne Karvinen-Jussilainen.

Rambollilta työhön osallistui kaupan ja palveluiden, palvelumuotoilun, kaupunkikehityksen, arkkitehtuurin, liikenteen ja maankäytön asiantuntijoita. Työstä vastasi projektipäällikkö Eero Salminen ja työhön osallistuivat Inna Ampuja, Kimmo Koski, Petri Saarelainen, Kari Hillo, Niina Ahlfors ja Aino Ropponen.



TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

LAHDEN KAUPUNGIN STRATEGIA

Lahden strategian mukainen asukasmäärän kasvu tiivistyvään yhdyskuntarakenteeseen luo edellytykset keskustan tiivistämiselle, uusille liikkumis- ja liikenneratkaisuille sekä keskustan elävöittämis-toimenpiteille. Tavoitteena on, että autoliikenteen määrän vähentyessä jalankulun turvallisuus ja kaupunkiympäristön viihtyisyys ydinkeskustassa parantuvat.

Viihtyisyyttä ja hyvinvointia edistävällä keskustan kehittämistavoitteella on suora yhteys elinvoimaan ja vetovoimaan. Kävelypainotteisen alueen ja viihtyisän kävely-ympäristön laajentaminen antaa mahdollisuuden keskustan kaupalliselle kehittymiselle ja laajentumiselle.

Oheisesta kaupungin strategiadokumentista on osoitettu ne kohdat, joiden kanssa keskustan elävöittämisellä ja yritysten toimintaedellytysten parantamisella on rajapintaa. Strategian mukaisesti myös kaupunkitilassa tulisi pyrkiä tekemään rohkeita kokeiluja, viihtyisyyden kasvattamiseen tähtääviä toimenpiteitä sekä järjestämään keskustaan asiakasvirtoja tuovia uusia tapahtumia. Kaupan elinvoimaisuutta keskustassa ei voi ajatella yksilotteisesti, vaan se liittyy kaikkeen mitä kaupunkiympäristössä tapahtuu ja miten sitä koetaan; saavutettavuuteen, esteettömyyteen, tapahtumiin, kaupunkitilan miellyttävyyteen jne. Tätä on Lahden kaupungin toimesta havainnollistettu seuraavan sivun viitekuvauksaaviossa koskien keskustavisiota 2030:aa.

A. ELINVOIMA

A. ELINVOIMAN MUUTOS 2022

Lahti tarjoaa kansainvälisesti kiinnostavan toimintaympäristön äyökkäiden ja kestävien ratkaisujen kehittämiseen ja liiketoimintaan.

A1. Kasvamme yrittäjätasavälisenä opiskelu-kaupunkina ja luomme vetovoimaisen ja hyvinvointia lisäävän työ- ja elinympäristön.

A2. Lisäämme työllisyyttä ennako-luulottomalla yhteistyöllä.

A3. Luomme uusia työpaikkoja tarjoamalla kaupungin kehitysalustaksi yrityksille. Lisäämme alueen yhteistyötä innovaatio-toiminnan kärkiteemoissa (ympäristö, muotoilu, digitalisaatio ja liikunta).

A4. Kasvatamme keskustan elinvoimaa ja lisäämme asuinalueiden viihtyisyyttä. Edistämme kestävän kehityksen mukaista yhdyskuntarakennetta ja liikkumista.

A5. Vahvistamme Lahden liikunta-, kulttuuri- ja tapahtumatarjontaa.

A6. Haemme kasvua vesiosaamisesta ja kestävästä matkailusta. Vaalimme puhtaita vesistöjä ja luonnon monimuotoisuutta.

Elinvoiman strategiset tavoitteet

1. Lahti on 125 000 asukkaan kaupunki vuonna 2022 ja 150 000 asukkaan kaupunki vuonna 2030. (A1)
2. Jatko-opiskelupaikkojen houkuttelevuus ja määrä kasvavat. (A1)
3. Toisen asteen koulutuksen suorittaneiden osuus kasvaa. (A1)
4. Työllisyysaste nousee vuoden 2008 tasolle vuoteen 2022 mennessä ja on yli 75 % vuonna 2030. (A2)
5. Uusien yritysten määrä kasvaa. (A1, A3, A4, A6)
6. Yrittäjien tyytyväisyys kunnan elinkeinopoliittikkaan kasvaa. (A1, A2, A3, A4)
7. Keskustan elinvoimaisuus kasvaa mitatusti. (A4)
8. Yhdyskuntarakenne kehittyy kestävästi. (A4)
9. Lahden asukaskohtaiset khk-päästöt ovat -80 % vuoden 1990 tasosta vuoteen 2025 mennessä. (A1, A3, A4)
10. Tapahtumien määrä kasvaa 3 % vuosittain. (A5)
11. Lähiluonnon virkistyskäyttämömahdollisuudet kasvavat. Luonnon-suojelualueiden osuus kokonaispinta-alasta kasvaa. (A6)

ARVOT: Avoimesti, vastuullisesti, yhdessä

VISIO 2030

Lahti – rohkea ympäristökaupunki

"Kansainvälinen yliopistokaupunki ratkaisee tulevaisuuden haasteita. Lahdessa teemme rohkeita valintoja sujuvan arjen, hyvinvoinnin ja yrittämisen edistämiseksi."

B. UUDISTUMINEN

B. UUDISTUMISEN MUUTOS 2022

Lahti on moderni, innostava ja palveleva kaupunki. Kaupunki tunnetaan uudistuvasta ja kokeilevasta toiminnastaan.

B1. Kehitämme palveluiden asiakaslähtöisyyttä, saavutettavuutta ja esteettömyyttä.

B2. Kehitämme toimintaamme joustavasti kokeilemalla.

B3. Uudistamme kaupunkikonsernin toimintatapoja ja rakenteita.

B4. Kehitämme kaupungin palveluasennetta ja toimintakulttuuria Suomen yritystasavälisimmäksi.

Uudistumisen strategiset tavoitteet

1. Asukkaiden tyytyväisyys kuntapalveluihin kasvaa. (B1)
2. Kaupungin tilatehokkuus kasvaa. (B1)
3. Toteutetut ja arvioidut strategioita toteuttavat kokeilut. (B2)
4. Kaupungin tulorahoitus vuonna 2022 riittää kattamaan nettoinvestoinnit.(B3)
5. Yrittäjien tyytyväisyys kunnan viestintään ja tiedottamiseen kasvaa. (B4)

C. YHTEISÖLLISYYS

C. YHTEISÖLLISYYDEN MUUTOS 2022

Lahti on lapsiystävällinen hyvinvointikaupunki.

C1. Edistämme teoillamme lasten ja nuorten hyvää arkea.

C2. Teemme kaupungistamme tasa-arvoisen, suvaitsevaisen ja turvallisen. Kaikilla asukkailla on mahdollisuus osallistua yhteisön kehittämiseen.

C3. Tuemme kaupunkilaisten terveyttä ja hyvinvointia yhdessä 3. ja 4. sektorin toimijoiden ja yritysten kanssa.

C4. Kehitämme henkilöstön palveluosaamista, työssä oppimisen edellytyksiä ja työhyvinvointia.

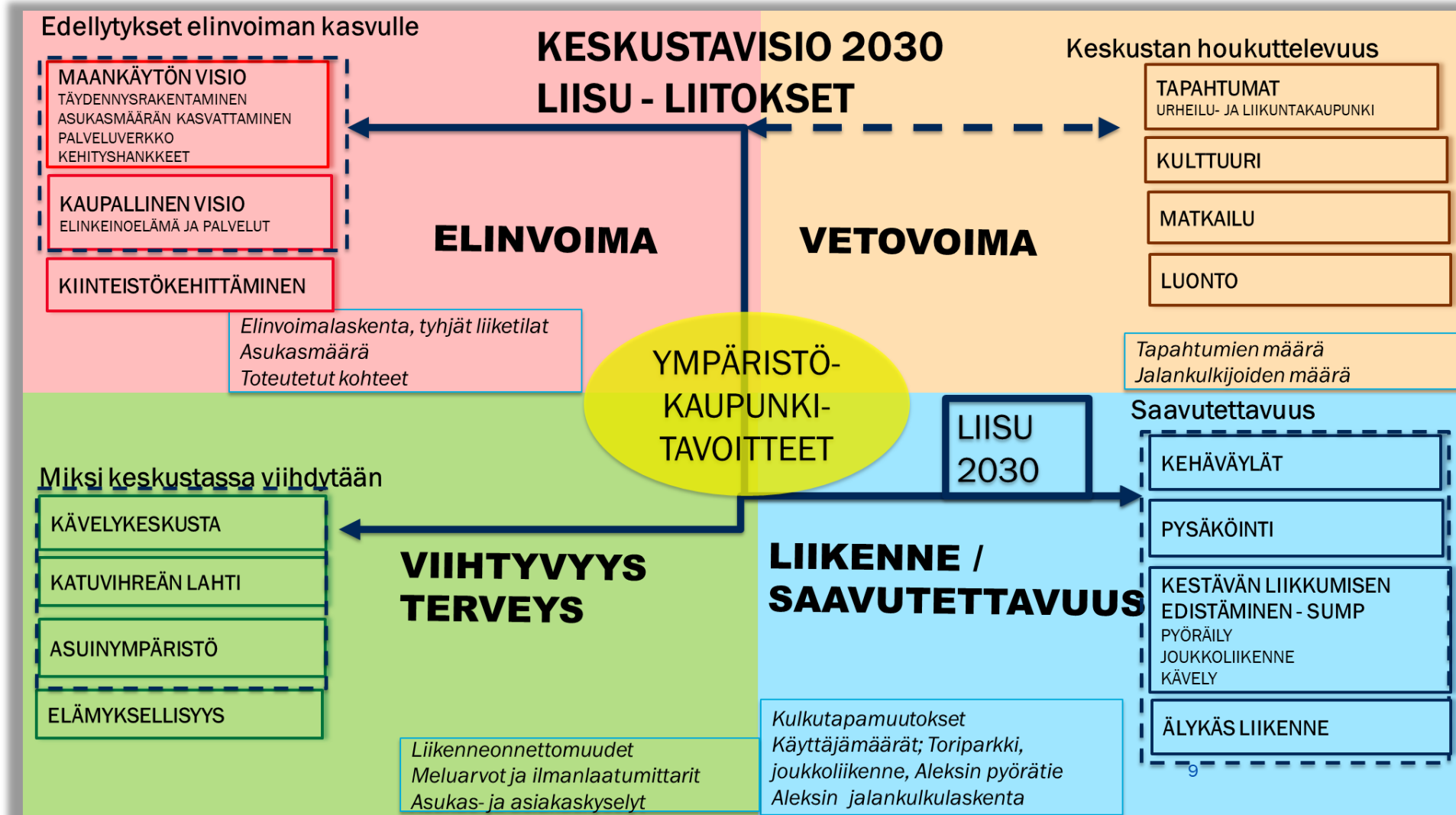
Yhteisöllisyyden strategiset tavoitteet

1. Lapsivaikutuksia arvioidaan laajasti. (C1)
2. Yksinäisyyden kokemus vähenee. (C1, C2, C3)
3. Eri väestöryhmät ovat entistä terveempiä. (C1, C3)
4. Aktiivisesti osallistuvien asukkaiden määrä kasvaa. (C3)
5. Koettu turvallisuus lisääntyy. (C2, C3)
6. Kaupungin henkilöstön työtyytyväisyys lisääntyy. (C4)
7. Työnantajamaine kehittyy myönteisesti. (C4)
8. Lasten osallisuutta lisätään kaupungin palvelujen suunnittelussa ja kehittämisessä sekä kaupungin kaikissa lapsia koskeissa toiminnoissa. (C1, C2, C3)
9. Varhaiskasvatuksen piirissä olevien yli 3-vuotiaiden lasten määrä nousee merkittävästi. (C1, C2)

LAHTI

TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

KESKUSTAVISIO 2030



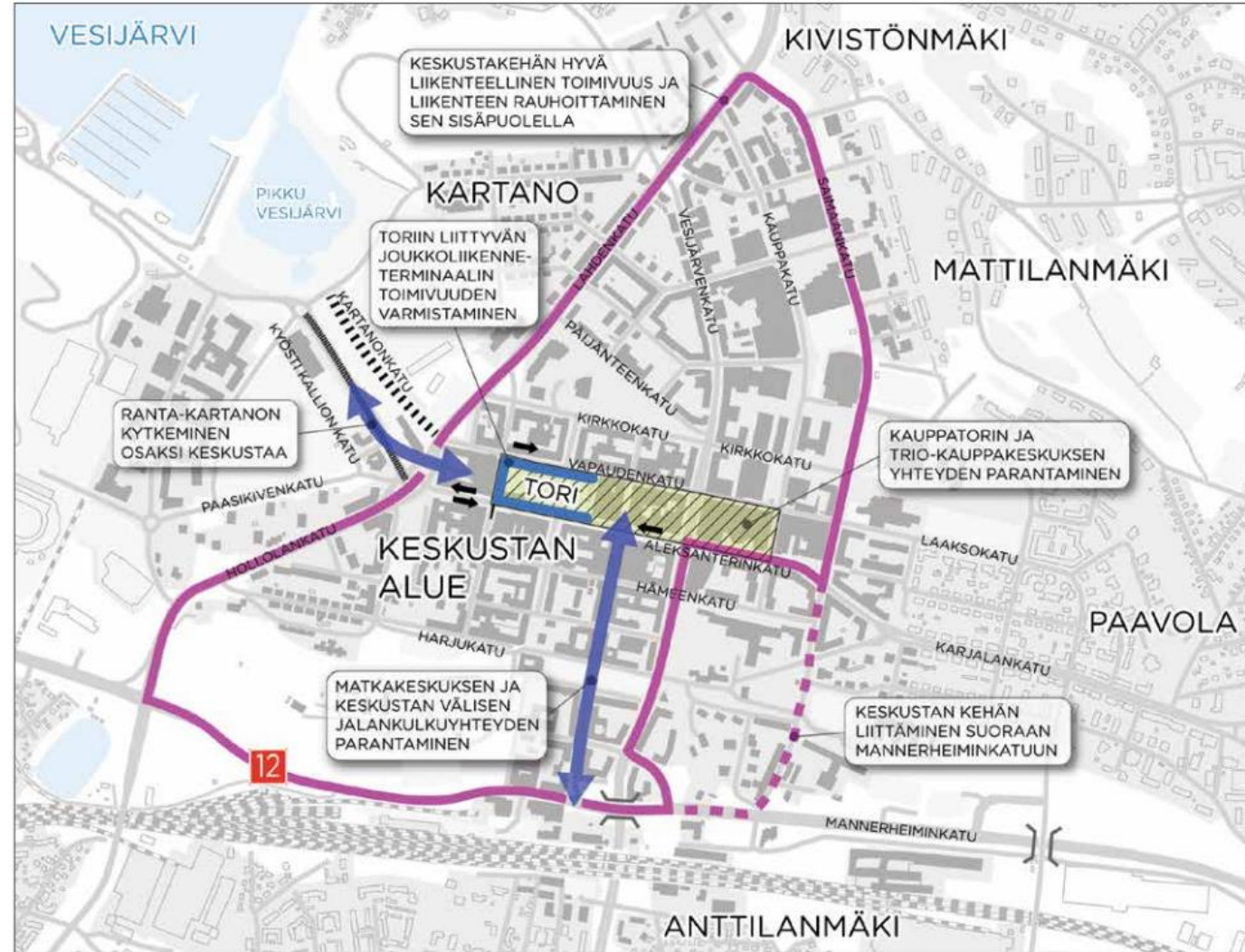
TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

LAHDEN KESKUSTAN YLEISSUUNNITELMA

Lahden keskustan kehittämistoimenpiteiden taustalla on vuonna 2015 laadittu Lahden keskustan yleissuunnitelma. Oheisella kartalla on esitelty yleissuunnitelman tärkeimmät tavoitteet. Osa tavoitteista on muuttunut jatkosuunnittelun myötä.

Kaupallisesti keskeisiä teemoja yleissuunnitelmassa ovat kauppatorin ja kauppakeskus Trion yhteyden parantaminen, keskustan ja Matkakeskuksen välisen akselin kehittäminen sekä Ranta-Kartanon alueen kytkeminen osaksi keskustaa.

Kaiken taustalla on keskustan kokonaisvaltainen liikenneratkaistu, jonka myötä ydinkeskustan katuja pystyttäisiin rauhoittamaan autoliikenteeltä ja synnyttämään kävelypainotteista kaupunkitilaa; autoliikenne ohjattaisiin keskustan välittömään läheisyyteen, ns. keskustan kehälle, josta olisi hyvä opastus läheisiin parkkilaitoksiin.



Kuva 1.5: Yleissuunnitelman tärkeimmät tavoitteet.

TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

LIIKENNESUUNNITELMA 2030 (LIISU2030)

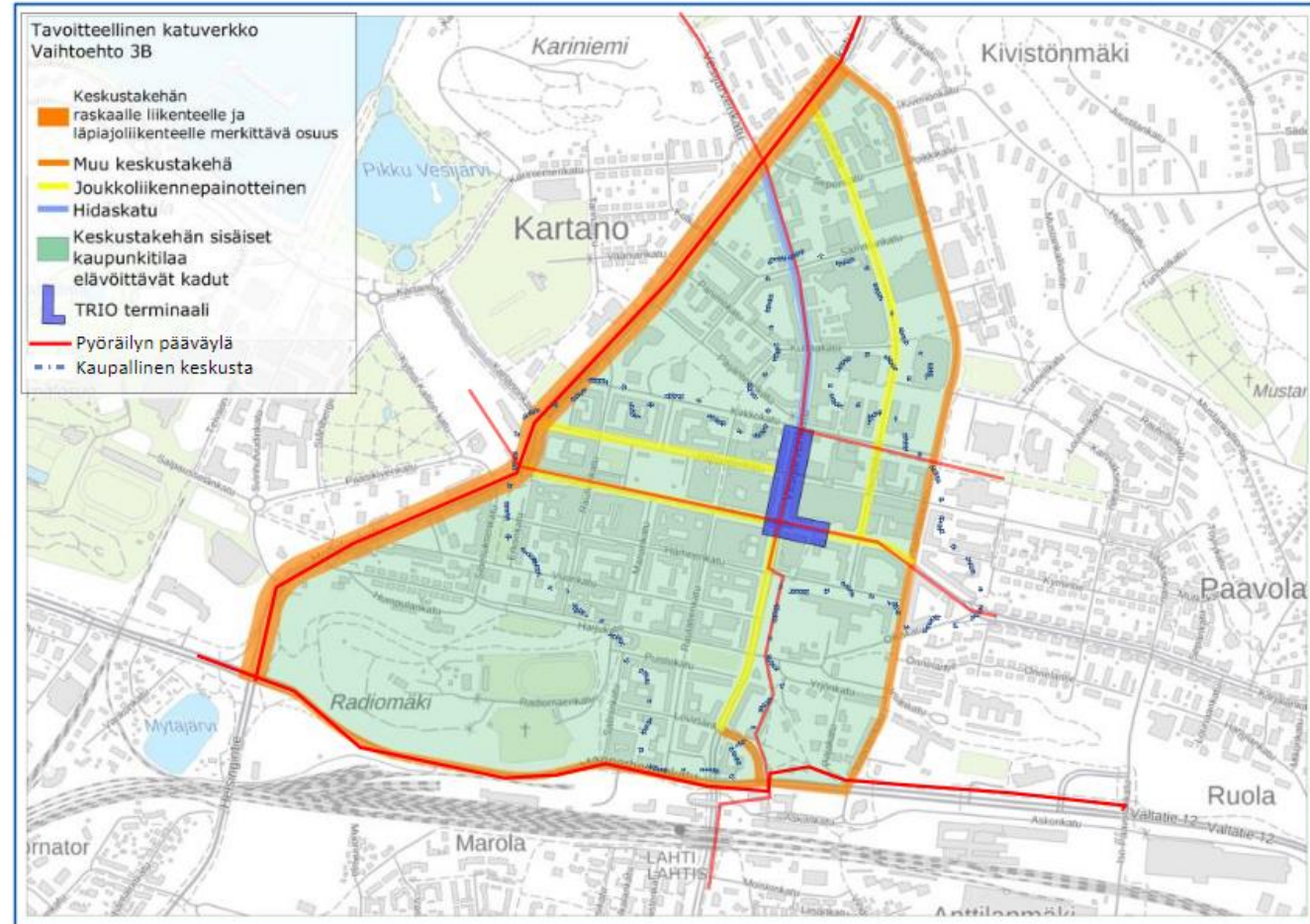
Autoliikenteen kapasiteetista on ydinkeskustassa jossain määrin tingittävä, jotta kestävien kulkutapojen asemaa saadaan alueella kohennettua nykyisestä.

Pyrkimyksenä ei ole sulkea keskustaa autoilta. Keskustan saavutettavuus myös autoliikenteelle pidetään toimivana sujuvalla keskustakehällä ja selkeällä pysäköinnin opastuksella.

Autoliikenteen toimivuus on huomioitu. **Tärkeimpinä suunnittelukriteereinä on pidetty keskustan viihtyisyyttä ja elinvoimaisuutta, ympäristö- ja terveysvaikutuksia sekä kestävä liikkuamisen mahdollisuuksien helpottamista.**

Keskustakehä sisältää toiminnallisesti kaksi luokkaa. Lahdenkatu - Hollolankatu on osoitettu merkittäväksi läpiajo- ja raskaanliikenteen reitiksi, jolle kyseiset liikennevirrat pyritään ohjaamaan. Muu keskustakehä palvelee kohdistetummin keskustassa asiointiin liittyvää liikennettä, joka opastetaan laadukkaasti asiointia palveleviin pysäköintikohteisiin.

Joukkoliikenteen sujuvuutta Trion suuntautuvilla reiteillä varmistetaan liikennevaloetuksin, autoliikenteen rauhoittamisella Trion ympäristössä sekä joukkoliikennettä suosivilla kaistajärjestelyillä. Aleksanterinkatu muutetaan vahvasti kestävä liikkuamisen kaupunkitilaksi, jolla bussien liikennöinti on sallittu ja läpikulkevaa autoliikennettä pyritään ohjaamaan muualle. Muilla kehän sisäisillä kaduilla pyritään elinvoimaisuuteen ja viihtyisyyteen painottaen käveltävyyttä.



TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

KYSELY ELINKEINOTOIMIJOILLE

Huhti-toukokuussa 2020 toteutettiin kysely keskustan kaupan ja liikeilojen kehittämisestä. Kyselyyn vastasi yhteensä 26 keskustan toimijaa, pääasiassa julkisia toimijoita, keskustan ulkopuolisia yrittäjiä sekä yhdistysten ja organisaatioiden edustajia. Kyselyssä pyydettiin kuvailemaan kaupallisesta näkökulmasta Lahden keskustan nykytilannetta, tunnistamaan keskeisiä kehityskohteita ja visioimaan tulevaisuutta sanallisesti ja karttamerkinnöin. Kyselyn tulokset on esitetty kokonaisuudessaan tämän raportin liitteenä. Kyselyn tulokset ovat toimineet kaupallisen keskustan vision ja vaikutusten arvioinnin aineistona.

Nykyisin kaupallisena keskustana tunnistettuun alueeseen verrattuna kehittämisen alueena korostuvat ennen kaikkea kaupallisen ydinkeskustan laajentuminen torista länteen, ydinkeskustan ja matkakeskuksen välisen osuuden kehittäminen, sekä Paavolan market-alueen nykyistä parempi kytkeminen keskustaan.

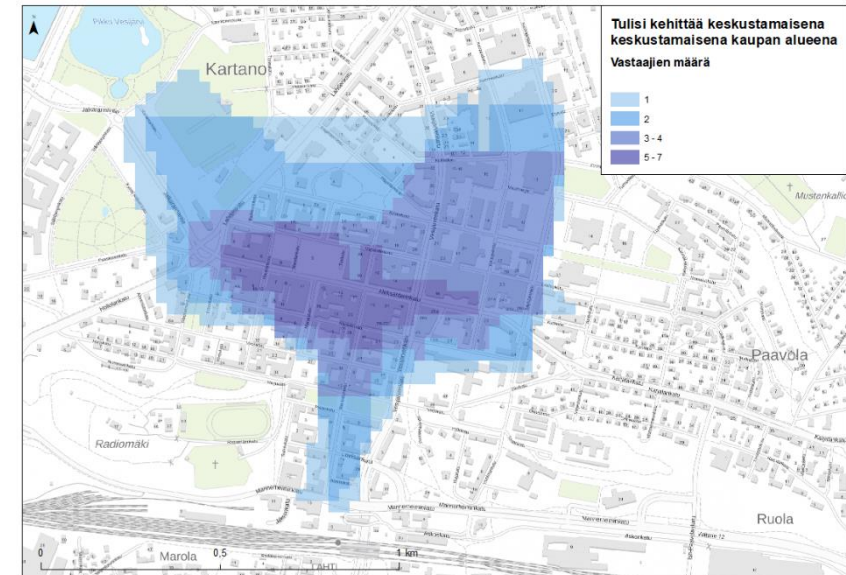
Erityisinä kehittämiskohteina korostuivat hajallaan sijaitsevien kaupallisten alueiden yhtenäistäminen, kauppatorin viihtyisyyden ja monipuolisuuden lisääminen, liikeilojen ja kaupunkiympäristön laatutason lisääminen, keskustan saavutettavuus eri suunnista ja eri kulkumuodoilla, jalankulkalueiden laajentaminen kaupallisia reittejä palvelevaksi, tapahtumatarjonnan lisääminen, Vesijärvenkadun autoliikenteen rauhoittaminen sekä Trion ja Lanun aukion ilmeen kohentaminen.

Lahden korostettavina erityispiirteinä nousivat esiin suuri ja eläväinen kauppatori, ainutlaatuisen kivijalkaliikkeiden (esim. Rautatienkatu) korostaminen kaupunkikivallisin ja markkinoinnillisin keinoin, sekä erinomaisen ravintolatarjonnan ja monipuolisen tuote- ja palveluvalikoiman ylläpito.

Vastaajat tunnistivat tärkeimmiksi tulevaisuuden trendeiksi keskustojen korostumisen ajanviettopaikkoina, kaupan ja palveluiden hybridikonseptit, sekä saavutettavuuden kaikilla kulkumuodoilla. Myös etätöiden ja digitalisaation tuomat muutokset korostuivat avovastauksissa. Vastaajat näkivät tärkeänä vastata trendeihin proaktiivisesti eri toimijoiden yhteistyöllä.



Minkälainen Lahden kaupallinen keskusta voisi/tulisi olla tulevaisuudessa?



Mitä alueita tulisi kehittää keskustamaisena kaupan alueena?

TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

KIINTEISTÖNOMISTAJIEN NÄKÖKULMA (2016)

Vuonna 2016 Lahden keskustan kiinteistönomistajille laaditussa haastattelututkimuksessa selvitettiin kiinteistönomistajien kantoja ja näkökulmia keskustan kehittämiseen ja tulevaisuuteen.

Kaupankäynnin kehittyminen on vastaajien näkemysten mukaan ollut keskustassa heikolla mallilla jo pidemmän aikaa. Keskusta-alueen ulkopuolelle kaavoitetut marketit ja ostoskeskukset ovat nousseet suurimmiksi kilpailijoiksi ja pärjäävät tällä hetkellä keskustan kivijalkakauppaa paremmin; erikoisliikkeet ja vähittäiskauppa pakenevat kaupakeskuksiin Launeelle, Karistoon ja Holmaan.

Keskustassa on rakennettu ja saneerattu paljon ja osittain myös siitä syystä asiakkaat ovat kaikonneet koska työmaat ovat olleet pitkään kesken. Kaavoituksen ja työmaiden lisäksi Lahden korkea työttömyys, ostovoiman aleneminen ja nettikauppa nähdään suurimpina syinä keskustan hankalaan tilanteeseen.

Se on osittain johtanut myös siihen, että kiinteistöjen arvonnousu keskustan alueella on pysähtynyt ja niistä saatavien vuokratuottojen arvot ovat tippuneet.

Keskustan kaupankäynnissä tuntuu vastaajien näkemysten mukaan olevan tapahtumassa myös jonkinasteinen arvosuoritus. Palveluita halutaan käyttää aiempaa enemmän ja ostokäyttäytyminen on painottumassa materiaalista immateriaan. Tavaraa ei haluta enää nurkkiin siinä mittakaavassa kuin aiemmin.

Vaikka tyhjää liiketilaa onkin tällä hetkellä paljon, eivät kivijalkaliikkeet tule häviämään kokonaan, vallalla on palvelupainotteisuus. Kiinteistöjen arvonekitys ja tuotto-odotukset tulevat jäämään ainakin toistaiseksi tällä hetkellä vallitsevalle tasolle.

Vastaajien näkemysten mukaan tarvitaan välittömiä toimenpiteitä, joilla keskustasta kadonneita asiakkaita ja yrittäjiä saadaan houkutelua takaisin. Tähän tarvitaan kaikkien yhteispanosta, sekä kiinteistönomistajien ja yrittäjien että kaupungin. Jotenkin pitäisi saada käyntiin tilanne, joka ruokkii itse itseään. Haasteeksi nousee potentiaalisten yrittäjien löytäminen: mistä keskustan alueelle löytyy kauppiaita, joilla on halua ja uskallusta kehittää omia palveluita.

Lahden keskusta-alueen kaupan tulevaisuuden ennustaminen on vastaajien näkemysten mukaan tällä hetkellä haastavaa. Monessa erikoisliikkeessä vaikuttavat samat asiat sijainnista riippumatta; pitäisi olla paljon valinnanvaraa, isot tilat ja varastot. Näitä on hankalaa toteuttaa (täyteen rakennetulla) keskustan alueella. Siten vastaajien näkemysten mukaan on myös vaikea lähteä arvailemaan millaiseksi keskustan kaupankäynti kehittyi seuraavan kymmenen vuoden aikana.

Rautatienkadulla on paljon pieniä liikehuoneita, joissa on korkea vastike. Tällä hetkellä niistä saatu vuokra on pienempi kuin hoitokulut ja ne ovat miinusmerkkisiä omistajilleen. Asia ei tule todennäköisesti korjaantumaan vuosiin. Esimerkiksi taloyhtiöissä on vaikeaa saada läpi päätöstä, että liikehuoneistojen vastikekerrointa ruvettaisiin muuttamaan koska se korottaisi asukkaiden vastiketta. Se on kuitenkin kiinteistönomistajien näkemyksen mukaan ainoa asia, jolla asia pystyttäisiin korjaamaan.

Vaikka Ranta-Kartanon alueen uskotaan tuovan tullessaan keskustan alueelle lisää ihmisiä, sen ei uskota merkittävällä tavalla vaikuttavan keskustan liiketoimintaan ja sen rakenteeseen. Vastaajien näkemysten mukaan Aleksanterinkadun alkupää saattaa osittain herätä uudelleen eloon ja siihen syntyä liiketoimintaa. Alue on sen

verran ydinkeskustassa, että se on kävelymatkan päässä nykyisistä keskustan liikkeistä ja palveluista.

Vastaajien kertoman perusteella vaikuttaa siltä, että kiinteistönomistajat eivät jaa kovin systemaattisesti keskenään tietoa omista suunnitelmistaan ja hankkeistaan. Säännöllisempää keskustelua käydään ja suunnitelmia vaihdetaan lähinnä naapurikiinteistöjen kanssa ja joskus harvemmin isompien projektien yhteydessä myös muiden kiinteistönomistajien kesken. Kiinteistöjä koskevat kehittämistoimet ja investoinnit ajoitetaan pääsääntöisesti kunkin kiinteistön oman tarpeen mukaan, joten ei ole kovin tavanomaista laatia ja toteuttaa yhteisiä suunnitelmia.

” Se olisi ikään kuin täysin posketon asetelma, että väkimäärä kasvaisi keskustassa ja ne sitten lähtisivät jonnekin muualle täältä ostoksille. On tavallaan väistämätöntä, että kun väkimäärä kasvaa niin palveluita ja kaupankäyntiä tulee olemaan ja niiden laatu paranee. Tähän on pakko uskoa.”

” Lahden keskustaeheytyksen kautta saa tietoa ja kysytty, mikä on positiivista. Omia salaisuuksia ei laajasti kerrota toisille, naapuri-kiinteistön kanssa tietysti keskustellaan, mutta kovin avoimesti ei kerrota muille.”

Lähde: LUT 2016, Lahden keskusta – kiinteistönomistajien ajatuksia ja näkemyksiä

TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

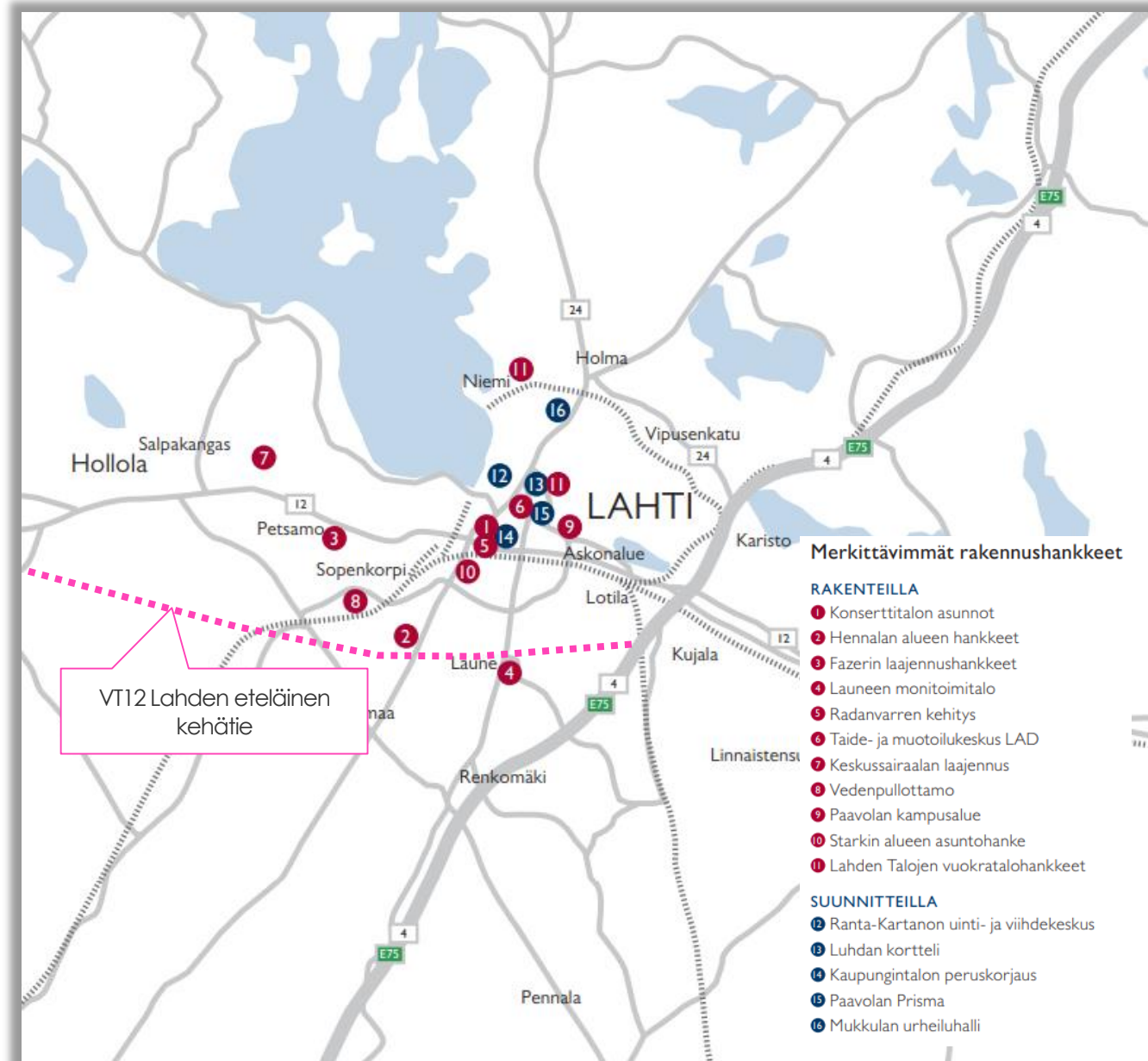
KESKUSTAN KEHITTÄMISHANKKEET

Lahden keskustassa ja sen tuntumassa on käynnissä ja vireillä useita kiinteistökehityshankkeita. Oheisella kartalla on osoitettu keskeisimmät hankkeet (Lähde: Catella Oy).

Liiketilojen osalta keskeisimmät hankkeet liittyvät Paavolan alueen Prismaan sekä hotelli- ja oheispalvelurakentamiseen. Hotelleja on Ranta-Kartanon kylpylähotellin lisäksi suunnitteilla Paavolaan ja Matkakeskuksen länsipuolelle eri tahojen hankkeissa. Näiden lisäksi Sokoksen kolmannen kerroksen hotellilaajennus on edelleen suunnitelmassa.

Venesataman laajennuksen lisäksi satama-alueelle on kaavailtu esimerkiksi kelluvaa uima-allasta ja saunaa.

Lahden keskustaan merkittävästi vaikuttava hanke on myös Lahden eteläinen kehätie, joka vähentää liikennepainetta keskusta-alueelta.



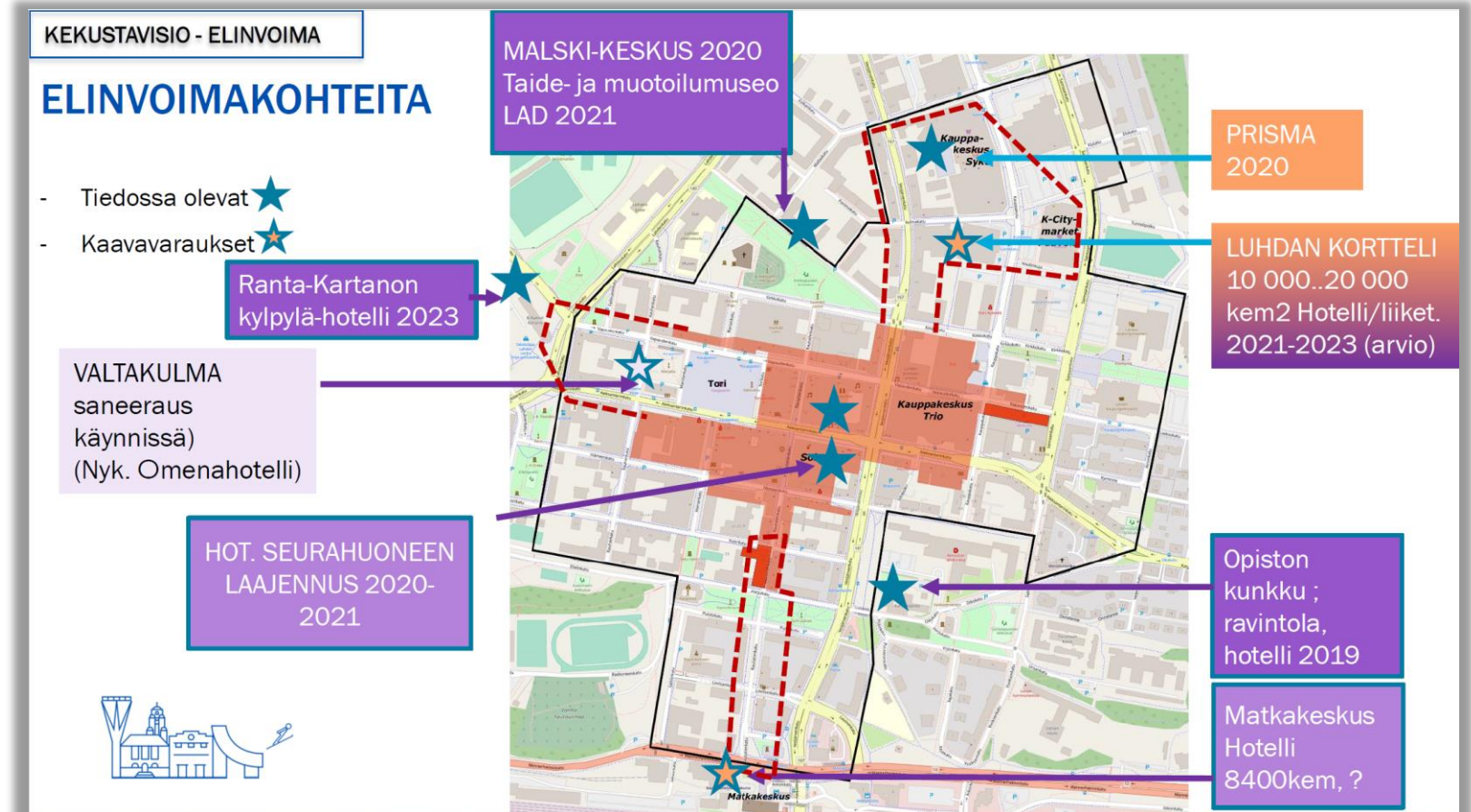
Lähde: Catella Oy, Markkinakatsaus, kevät 2020

TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

KESKUSTAN KEHITTÄMISHANKKEET

Kartalla on Lahden kaupungin tietojen perusteella osoitettu tarkemmin hankkeiden sijoittumista keskusta-alueella.

Paavolaan, entisiin kauppakeskus Sykkeen tiloihin on valmistumassa Prisma-hypermarket pienemmällä keskustakonseptilla (n. 6 500 m²). Lisäksi Paavolan alueella merkittävä kehittämishanke on Luhdan kortteli, jossa suunnitteilla on hotelli sekä liikeytilaa yhteensä 20 000 k-m².



TYÖN TAUSTA JA TAVOITTEET

KESKUSTAN KEHITTÄMISHANKKEET



PAAVOLAN ALUEEN KEHITYMINEN

Paavolan alue kehittyy voimakkaasti lähivuosina. Paavolan itäistä osaa kehitetään Paavolan kampuksena, jonne sijoittuu peruskoulu, lukio, Wellamo-opisto ja päiväkotit. Kauppakadun varrella sijaitseva tyhjillään olevan entisen Anttilan kiinteistön tilalle on alustavasti suunniteltu Luhdan kortteleita (20 000 kem), kahta tornitaloa joihin sijoittuisi liiketoimintaa, asumista ja mahdollisesti hotelli. Kauppakeskus Sykkeeseen on sijoittumassa S-marketin tilalle Prisma.



RANTA-KARTANON ALUE

Ranta-Kartano yhdistää keskustan Vesijärven ranta-alueeseen. Aiemmin pysäköintikenttänä toimineelle alueelle suunnitellaan asuntokortteleita sekä hotellin ja vesiliikuntakeskuksen kokonaisuutta. Alueen läpi rakennetaan jalankulkijoille ja pyöräilijöille viihtyisän vihreä puistoväylä. Ranta-Kartanon suunnittelussa tavoitteena on toteuttaa alueella omaleimaista, energiatehokasta ja ekologista keskustarakentamista.



RADANVARREN KEHITTÄMINEN

Radanvarren suunnittelutavoitteena on kaupunkikuvallisesti korkeatasoinen sekä resurssitehokas älykkään teknologian edelläkävijäalue. Matkakeskuksen länsipuolen kaavassa on vanhan postin ja tullin kiinteistöjen kohdalle osoitettu hotelli-, liike- ja asuntoiloja. Kaava sallii 10-kerroksisen hotellin rakentamisen (8400 kem) ja katutasoon 1 700 kem päivittäistavarakaupan.

Kuva: Arkkitehtitoimisto Havas Rosberg Oy



MALSKI-KESKUS

MALSKI on Lahden keskustaan vuoden 2020 aikana vaihteittain avautuva kaupunkilaisten, yritysten ja kulttuurin keskus. Malskin kantavat voimat ovat uutta luovat yritykset, Taide-, juliste- ja muotoilumuseo LAD, tapahtumasali Sammio, cowork yhteisö, ravintola, kahvila-paahtimo, valokuvaus- ja äänistudio ja panimopubi. Museo avataan syksyllä 2021. Keskus sijoittuu vanhaan Mallasjuoman kiinteistöön.

Kuva: Valokuvastudio JenniMaria

2

KAUPAN TRENDIT

KAUPAN TRENDIT

MIKÄ ON KAUPAN JA KAUPUNKIKESKUSTOJEN TULEVAISUUS?

Suomen kaupoista voi kadota 40 prosenttia kymmenessä vuodessa, ennustaa Kaupan liitto

5.8.2019 11:37 | päivitetty 5.8.2019 13:16 KAUPPA KANSANTALOUS



KUVA: FRIEDEMANN VOGEL

Seuraavien kymmenen vuoden aikana kaupan alan yritysraikenteessa ja yritysten määrässä tapahtuu suuria muutoksia, jotka heijastuvat myös työllisyyteen, Kaupan liitto ennustaa.

We can't rely on shops to revive our town centres. They need a new magnet

Simon Jenkins



High street shops cannot survive the death blow of online retail. But there are ways to make town centres come alive again



▲ Illustration: Nate Kitch

Lähteet: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/dec/12/shops-town-centre-high-street-online-retail>
<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/suomen-kaupoista-voi-kadota-40-prosenttia-kymmenessa-vuodessa-ennustaa-kaupan-liitto/c7b5fb3b-7646-4bdb-aa3b-49878d303732>

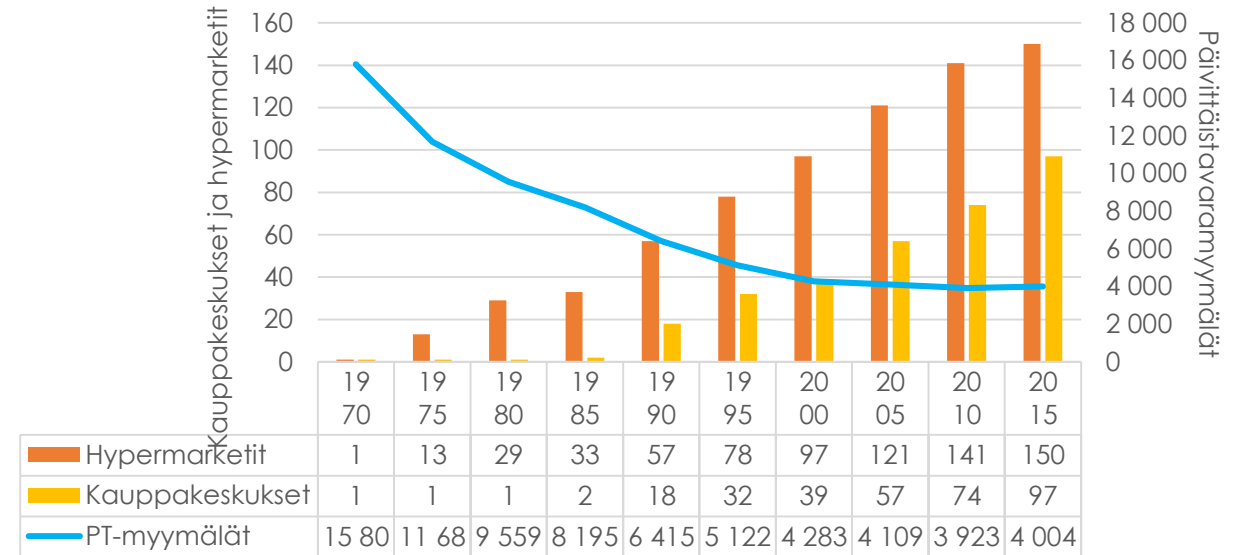
KAUPAN TRENDIT

KAUPPOJEN LUKUMÄÄRÄ JA LIIKEVAIHTO

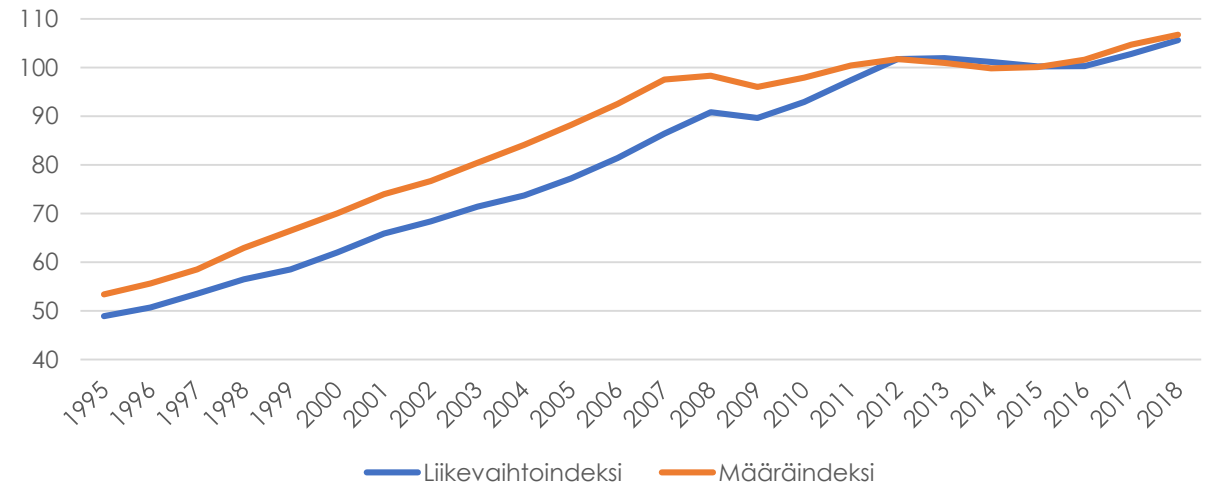
Vähittäiskaupan rakenne on keskittynyt ja ketjuuntunut voimakkaasti. Suuryksiköiden määrä (kauppakeskukset, hypermarketit) on kasvanut ja vastaavasti pienempien myymälöiden määrä on laskenut. Erityisesti 2010-luvulla trendi on kuitenkin tasoittunut ja eräänlaisena vastatrendinä on havaittavissa erityisesti hyvän pt-valikoiman supermarket-kokoluokan myymälöiden merkityksen kasvu sekä toisaalta hiljaisena signaalina pienempien paikallisten lähipalveluiden paluu kaupunkien katukuvaan (esim. pienemmät liha- ja kalaliikkeet sekä leipomot).

Kauppa on ollut laajemminkin voimakkaassa rakennemuutoksissa vuodesta 2008 lähtien. Rakennemuutoksen käynnisti kansainvälinen taantuma, minkä jälkeen rakennemuutosta ovat jatkaneet teknologinen kehitys (verkkokauppa) sekä kulutuskäyttäytymisen muutos. Vähittäiskaupan liikevaihtoindeksi on kasvanut 2008-2018 yhteensä vain noin 7 %, kun tätä aikaisemmin keskimääräinen vuosikasvu oli lähes 3-4 %.

Kauppojen lukumäärän kehitys 1970-2015



Vähittäiskaupan liikevaihdon ja määrän kehitys Suomessa 1995-2018 (indeksi 100 = vuosi 2015)



KAUPAN TRENDIT

VERKKOKAUPAN KEHITYS JA PALVELUJEN DIGITALISAATIO



Suomalaiset ostivat 2018 koti- ja ulkomaisista verkkokaupoista yhteensä 2,9 mrd euron edestä vähittäiskaupan tuotteita. Vuonna 2018 noin 47 % suomalaisista oli ostanut jotain netistä viimeisen 3 kuukauden aikana. 35-44 vuotiaista nettiostoksia oli tehnyt kolme neljästä.



Verkkokaupan myynti kasvoi vuonna 2017-18 noin 6 % ja ennustettu kasvu vuodelle 2019 on 8 %. Verkkokaupan kasvu on selkeästi nopeampaa kuin vähittäiskaupan keskimäärin.

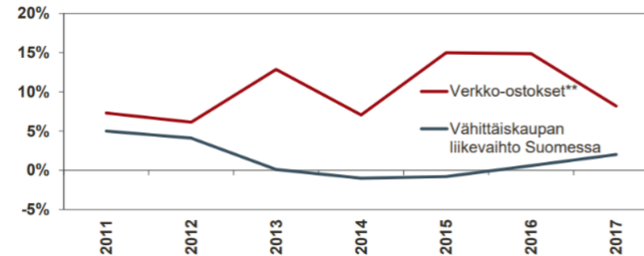


Nettikauppa ja nettikaupan jakelu synnyttää uusia tarpeita liikkumiselle ja toimituksille (esim. drone-jakelu, pakettiautomaatit, palvelueteiset, kylmäsäilytys → tarve innovatiivisille last-mile -ratkaisuille ja smart-teknologian hyödyntämiselle)



Päivittäistavarakaupassa verkkokaupan osuus markkinasta 0,4 %, mutta myynti voimakkaassa kasvussa. Päivittäistavarakaupassa digitalisaatio mahdollistaa myös mm. kaupat ilman henkilökuntaa sekä esim. robottijakelun.

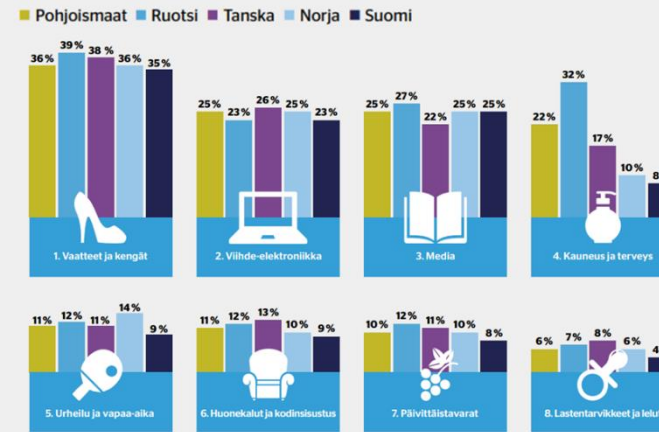
Kuluttajien digitaalisesti ostamien vähittäiskaupan tuotteiden arvon vuosimuutokset*, %



Lähteet: ASML, TNS Gallup, Kaupan liitto: Verkkokauppatilasto 2010-2015.
Kaupan liitto: Digitaalinen Kauppa 2016 – Kuluttajien tekemät verkko-ostokset koti- ja ulkomailta.
Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtotilasto.

Tuoteryhmät, joita pohjoismaalaiset ostavat verkosta (kuukausittainen keskiarvo, tammijoulukuun)

Millaisia fyysisiä tuotteita olet ostanut verkosta viimeisten 30 päivän aikana? (yhteensä)
Tutkimusjoukko: tuotteita verkosta viimeisten 30 päivän aikana ostaneet



Lähde: Kaupan liitto, Statista, Postnord 2019

KAUPAN TRENDIT

KULUTUSKÄYTTÄYTYMISEN MUUTOS

Viime vuosina nousut tavaroiden kuluttamiseen liittyvä kuluttajavastaisuus

Jakamistalous on tapa jakaa, lainata tai vuokrata tavaroita omistamisen sijaan. Jakamistalouden taustalla olevia tekijöitä mm:

- Digitalisoituminen ja mobiiliapplikaatiot
- Kaupungistuminen ja kaupunkikulttuuri
- Materiaalisen elintason nousu
- Toimeentulon pirstaloituminen, freelance-toiminta
- Uudet sosiaalisuuden muodot

Jakamistaloudella vaikutuksia esim.:

- liikenteessä ja liikkumisessa ([Uber](#), [Kyyti](#), [yhteiskäyttöautot](#)),
- ravitsemuspalveluissa ([Wolt](#), [Foodora](#), [ravintolapäivä](#)),
- asumisessa ja tilankäytössä ([AirBnB](#), [Lomarengas](#))
- palveluissa ([siivouspalvelut](#), [asiantuntijapalvelut](#))



76%
of American shopping
journeys now begin online.

IRI, Consumer Connect Survey January 2018

67%
of global ecommerce brands
that received funding of
over \$6 million opened
a physical store within
the last 36 months.

Hero 2017

83%
of shoppers feel
stores are important as they
allow people to see, touch
and feel a product.

Mindshare 2017

78%
of shoppers globally
say an enjoyable in-store
atmosphere is a key factor
in their decision to choose
in-store over ecommerce.

Mood Media 2019

KAUPAN TRENDIT

KYSYNTÄTEKIJÖIDEN MUUTOKSET, PIRSTALOITUVA KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMINEN



Kulutuskohteet muuttuvat yksilöllisemmiksi ja "suuri massa" kutistuu



Kulutusmahdollisuudet ja -kohteet ovat monikertaistuneet: Kaupan kanssa kulutuksesta kilpailevat erityisesti ravintolat, viihde ja matkailu. Tämän seurauksena kaupan kulutuksen suhteellinen osuus vähenee. Tämä näkyy jo nyt kauppakeskuksissa, joissa on tarjolla enemmän palveluita, ravintoloita ja viihdettä kaupan rinnalla.



Ihmiset alkavat väsyä tavaroihin:

Tavaralta vaaditaan enemmän kuin ennen, jotta se merkitsee jotain. Tavaraa ei osteta pelkästään ostamisen ilosta ja mm. "saatan tarvita tuota joskus" -ostaminen on vähentynyt.



Kuluttajien eriytyminen jatkuu edelleen ja tuloerot kasvavat. Ääripäät

kaukana: intohimoiset harrastajat vs. "kansa, joka katsoo televisiota". Kuluttajilla on myös aiempaa enemmän vapaa-aikaa: harrastuksiin panostaminen ja kuluttaminen. Harrastuksissa korostuu nettikauppa, josta löytyy erikoistuneempia tuotteita.



Suomessa ikä on tärkein kulutuskäyttäytymistä selittävä tekijä,

seuraavana tulo- ja koulutustaso, yleistään: 60+ asioivat hypermarketeissa, nuoret trendsetterit eivät. Korkeasti koulutetuilla korostuu kulutuksessa mm. vastuullisuus, luomu ja lähiruoka. Korkeasti koulutetut ja hyvätuloiset asioivat mieluummin kaupunkien keskustoissa ja niissä sijaitsevissa kaupoissa. Hyvän tulotason, mutta alhaisen koulutuksen omaavat sitä vastoin suuntaavat enemmän kauppakeskuksiin.



Aikaa arvostetaan, kauppa ja kauppakeskukset kilpailevat asiakkaan ajasta:

Joko asiakkaan täytyy selviytyä vähemmällä ajalla eli asioinnin täytyy olla sujuvaa (erityisesti pt, tilaa vievä kauppa) tai asioinnin täytyy olla niin miellyttävää, että asiakas haluaa viettää aikaa myymälässä/kauppakeskuksessa/muussa ostosympäristössä. Kaksi ristiriitaista näkemystä shoppailun tulevaisuudesta: 1) Kuluttajat viettävät edelleen aikaa shoppaillen ja haluavat altistua heräteostoksille 2) Ajankäytön tehokkuusvaatimus kasvaa, shoppailu korvautuu kiinnostavammilla toiminnoilla, ostokset tehdään siinä sivussa



Lähteet: Kaupan alan asiantuntijahaastattelut 2013-2014, Ramboll Finland Oy, sekä Terhi-Anna Wilska, Erikoiskaupan tulevaisuuskuva selvitetty TEKES-hankkeessa (JYU, UTU, UTA): [https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/42660/978-951-39-5516-8%20\(2\).pdf?sequence=1](https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/42660/978-951-39-5516-8%20(2).pdf?sequence=1)

KAUPAN TRENDIT

KAUPPAKESKUSTEN JA KIVIJALKAKAUPPOJEN TULEVAISUUS



Internetin vuoksi kuluttajien **vaatimukset myös fyysisiä myymälöitä kohtaan ovat kasvaneet**. Kun myymälään tullaan paikan päälle, myymälämiljöötä odotetaan entistä enemmän, ns. elämyksellisyys.



Kivijalkakaupat muuttuvat enemmän hybrideiksi:

Vähittäiskaupan ja palveluiden sekoittuminen, myymälöihin liittyvät oheisjutut kasvussa (esim. kahvilat, ajanviettopalvelut, Shop-in-shop-konseptit, outletit, popup-myymälät). Myymälässä pitää olla jotain, mitä nettikauppa ei tarjoa, Esim. tuotteet heti mukaan. Erityisesti ruokakaupassa logistiikka ei toimi vielä kunnolla ja suorat kotiinkuljetukset liian kalliita. Halvempaa noutaa tuotteet kotimatalla noutopisteestä.



Toiminnan tehostaminen ja liiketilojen pienentäminen:

Nettikaupan vaikutukset (osa valikoimasta netissä) ja toiminnan tehostaminen yleisesti, tasapainoilu riittävän myymälävalikoiman ja liiketilatehokkuuden välillä. Suomessa kaupat ovat tyypillisesti suurempia kuin muualla maailmassa.



Kauppakeskusten uudistumistarve jatkossa tiheä ja kauppakeskusten koko pienentynee: Suuria kauppakeskuksia vielä rakenteilla, mutta liiketilojen tehokkuusvaatimukset pienentävät liiketiloja jatkossa.



Pinta-alasta entistä suurempi osa palveluita, viihdettä ja ravintoloita:

Myös julkisia palveluita ja liikuntapalveluita. Ravintoloissa trendinä korkeatasoiset ravintolat, food court -alueita ei enää juuri tehdä. Kauneus- ja hyvinvointipalvelut lisääntyvät, beauty bars kasvava trendi. Myös viihde- ja elämyssektori valtaa tilaa kauppakeskuksista, mutta tämä toimii parhaiten kaupunkien keskustoissa sijaitsevista kohteista. Vähittäiskauppa kohtaan enemmän kilpailua muilta aloilta ja esim. ravintoloiden liikevaihto kasvaa nopeammin kuin vähittäiskaupan.



Kaupan liitto: Lähes puolet kaupoista uhkaa kadota vuoteen 2030 mennessä

Kaupan liitto varoittaa ostoskeskusten muuttumisesta ulkomaisten ketjujen jakehukanaksi.



Kauppakeskus Jumbon arvioissa vuonna 1999 ritti asiakkaita. (OIVA OIVA JÄRVENPÄÄ)



Trends in the shift of floor-space use in shopping centers:



DECREASING
Toys
Sporting Goods
Books
Electronics



STABLE
Fashion
Footwear
Food



INCREASING
Furnishings
Drugstore/Perfumery
Jewellery/Watches
/Optics



INCREASING RAPIDLY
Gastronomy
Entertainment
and Leisure
Services of all kinds
Vacancy

WALMART REIMAGINED

Welcome to the future vision of the Walmart experience. It's the Walmart experience you've come to expect and so much more. It's Green Spaces, Food, Beverage & Entertainment all in one location.



Lähde: Kaupan alan asiantuntijahaastattelut, Ramboll Finland Oy

KAUPAN TRENDIT

YHTEENVETO: MUUTOSTRENDIT PESTE-KEHIKOSSA

Poliittiset ja lainsäädännölliset	Ekonomiset	Sosiaaliset	Teknologiset	Ekologiset
<ul style="list-style-type: none"> Maankäyttö- ja rakennuslain muutokset kaupan sijainninhjausta koskien Toimialojen ja toimintojen sekoittuminen korostuva ilmiö, haaste kaavoitukselle Aukiolo- ja alkoholilainsäädännön vaikutukset pienempien markettien ja lähipalveluiden toimintaedellytyksiin; sääntelyn vapautuminen vienyt kilpailuedun Julkisen palveluverkon keskittyminen vaikuttaa myös kaupan sijaintipäätöksiin, yksityisten ja julkisten palveluiden synergiahyödyt korostuvat ja niiden väliset rajat hämärtyvät 	<ul style="list-style-type: none"> Asukasmäärän kehitys ja kasvava ostovoima houkuttelee myös kaupan investointeja Kaupan ja palveluiden tilojen tehokkuusvaatimukset kasvavat; esim. Hypermarkettien supistuminen käyttötavaraosastojen kustannuksella Tilojen monikäyttöisyyden ja joustavuuden tarve kasvaa; tilojen hybridikäyttö sekä erilaisten toimintojen sekoittuminen Pop up- ja start up -toiminta edellyttää lyhyempiä ja joustavampia vuokrasopimuksia Halutaan entistä pienempiä myymälätiloja keskeisemmillä sijainneilla, esim. tilaa vievän kaupan express/city -konseptit) Liikepaikkoina korostuvat keskustat, olemassa olevat kaupan alueet sekä liikenteen (erit. raideliikenne) asemat ja solmukohdat 	<ul style="list-style-type: none"> Väestön ikääntyminen, tarve kaupan saavutettavuudelle, saatavuudelle ja esteettömyydelle (-2030 vuoteen) Pirstoutuva kulutuskäyttäytyminen sekä ihmisten muuttuvat kulutustottumukset ja arvot; massakulutuksen loppu ja kulutuksen siirtyminen entistä enemmän palveluihin Vapaa-ajan arvostus kasvaa; nousevia esim. ravintola- ja viihdepalvelut, liikunta, elämyksellisyys Mahanmuutto synnyttää uusia palvelutarpeita ja -mahdollisuuksia Paikallisuuden korostuminen imagotekijänä, esim. lähiruoka, paikallistuotanto, urbaani elintarviketuotanto Kaupan sosiaalinen vastuu ja vastuunkanto kasvavat → kaupasta ja palveluista osa yhteisöä Julkisen tilan merkitys kasvaa kohtaamispaikkana myös kaupallisissa ympäristöissä Kuluttajien välinen kauppa lisääntyy, jakamistalouden merkitys kasvaa 	<ul style="list-style-type: none"> Digitaalisuus, verkkokauppa ja monikanavaisuus muuttavat kaupan toimintalogiikkaa; monipuoliset osto- ja noutomahdollisuudet Tarve verkkokaupan nouto- ja varastopisteille; päivittäistavarakaupan "dark store" –yksiköt, joissa ainoastaan tuotteiden keräily ja lähetys Uudet kuljetustavat ja jakelukanavat, esim. drone-logistiikka ja erilaiset click&collect –palvelut yleistyvät Kotiinkuljetettavat palvelut ja tuotteet lisäävät tarvetta esim. Palveluteisille sekä noutopisteille 3D-printtauksen tuomat mahdollisuudet; varaosien printtaaminen kotona / keskitetyissä palvelupisteissä Virtuaalikulutuksen lisääntyminen Show room -konseptien lisääntyminen; tuotteiden fyysinen / virtuaalinen kokeilu ja tuotteiden kuljetus kotiin 	<ul style="list-style-type: none"> Ympäristövaatimukset kiristyvät: energiankäyttö ja resurssitehokkuus keskiöön, kiertotalouden huomioiminen myös kaupan toiminnassa Ekologinen jalanjälki tulee yhä laajemmin näkyviin kaupan toiminnassa (kiinteistö, tuotanto- ja kuljetusketju ja asiointit) Kaupan saavutettavuuden turvaaminen keskeistä asiointimatkatuotoksen hillitsemisessä; erityisesti lähisaavutettavuus kävelen ja pyörällä sekä kaupan palveluiden korostuminen joukkoliikenteen asema- ja solmukohdissa

KAUPAN TRENDIT

YHTEENVETO: MUUTOSTRENDIT TEEMOITTAIN

Kaupan monikanavaisuus

Uudentyyppiset konseptit, joissa yhdistyvät verkkokauppa ja fyysinen myymälä sekä tuotteiden kokeilu testiympäristössä. Showroom-konseptit.



Elämys- ja vapaa-ajankonseptit kauppakeskuksissa ja myymälätiloissa



Digitaalisuus ostopäätöksissä ja myymäläympäristössä

Virtuaaliset kauppapaikat, showroomit, suunnittelustudiot, Click&Collect, IoT, virtuaalielämä ja –kulutus, ostosten kotikuljetus, palveluteiset.



Keskustojen muuttuva rooli

Keskustat kehittyvät ennen kaikkea vapaa-aikaan, viihtymiseen, kaupunkikulttuuriin ja kohtaamisiin keskittyneinä paikkoina. Rooli logistisena tavaroiden vaihtopaikkana pienenee. Tilojen ja ympäristöjen tilapäiskäyttö ja pop up-konseptit kasvavat.

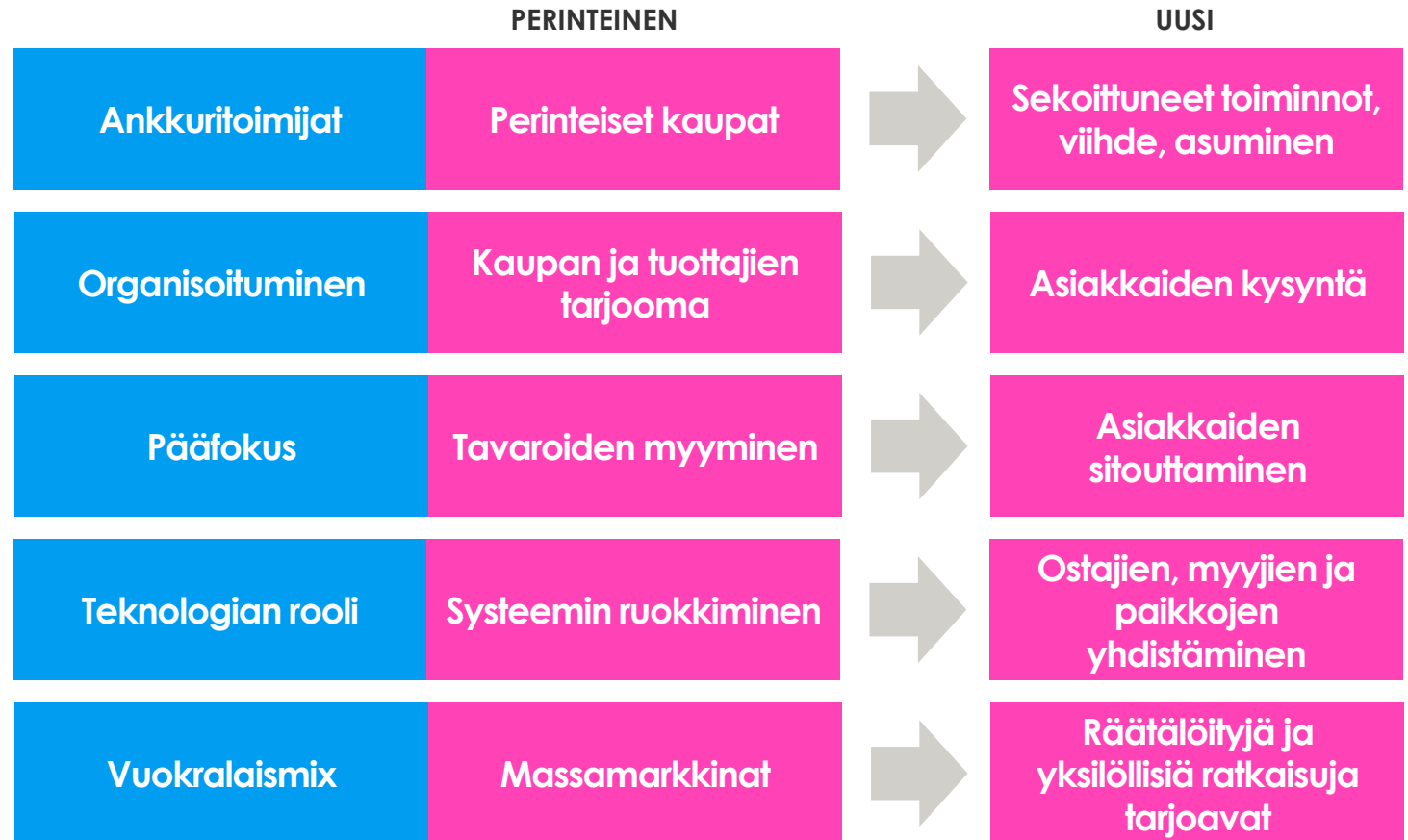


KAUPAN TRENDIT

YHTEENVETO: VAIKUTUKSET LAHDEN KESKUSTAN KAUPPAAN

- Kaupan ja palveluiden näkökulmasta ensiarvoisen tärkeää on houkutella asiakasvirtoja – kohtaamisten, kokemusten ja elämysten synnyttäminen on tärkeää niin keskustaympäristöissä kuin kauppakeskuksissakin.
- Kauppa siirtyy entistä enemmän verkkoon, minkä seurauksena fyysinen tilantarve ei tule kasvamaan, vaan ennemminkin päinvastoin → kauppa siirtyy tehokkaampiin tiloihin ja tavarat toimitetaan varastoista (monikanavaisuus). Keskustassa tulee olla tarjolla muuntojoustavia, moderneja tiloja, joiden kautta ketjut saavat vahvaa brändinäkyvyyttä.
- Ravintola ja kahvilatarjonta sekä henkilökohtaiset palvelut kasvattavat osuuttaan. Tulevaisuudessa myös entistä enemmän viihde- ja elämyspalveluita.
- Konseptit ja trendit muuttuvat nopeasti, minkä vuoksi tilojen muuntojoustavuus on erittäin keskeisessä roolissa.
- Kaupallisten kiinteistöjen kehittämisestä tulee entistä asiakas- ja käyttäjälähtöisempää.

Muutoksia kaupan kiinteistöjen käytössä ja toiminnassa:



3

KAUPAN KYSYNTÄ



Kuva: Lassi Häkkinen / Lahden kaupunki

KAUPAN KYSYNTÄ

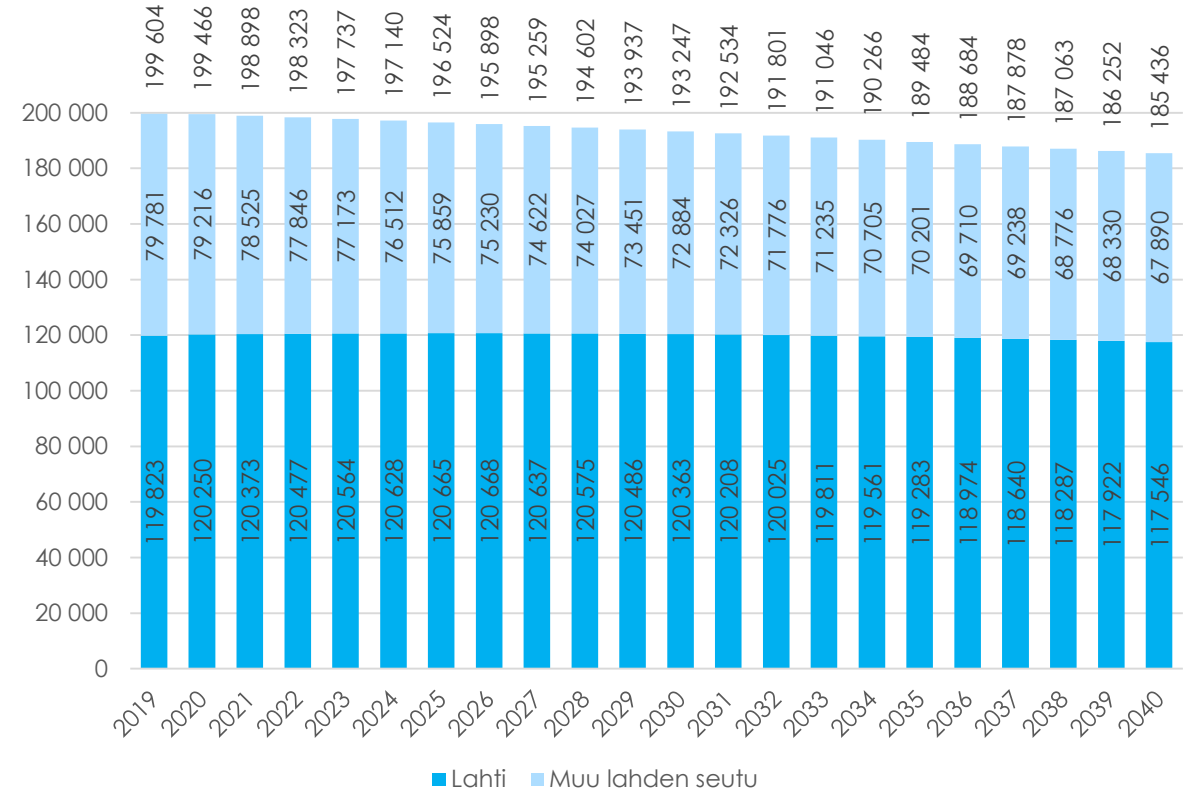
VÄESTÖNKEHITYS

Vähittäiskaupan ja palveluiden kehittymisen näkökulmasta ylivoimaisesti tärkein lisäkysyntää synnyttävä tekijä on väestönkasvu ja sen synnyttämä ostovoima.

Tilastokeskuksen 2019 julkistaman väestöennusteen mukaan Lahdessa väestömäärä tulisi vuoteen 2040 mennessä hieman laskemaan nykyisestä 119 800 henkilöstä. Väestömäärä olisi ennusteen mukaan vuonna 2040 117 550, joten väestömäärä vähenisi noin 2 270 henkilöllä (-1,9 %). Muualla Lahden seudulla väestömäärän väheneminen olisi nopeampaa, peräti noin 11 900 henkilöä (-14,9 %) vuoteen 2040 mennessä. Koko Lahden seudun väestömäärä pienenesi näin ollen nykyisestä 199 600 henkilöstä 185 400 henkilöä (-14 200 hlö / -7,1 %).

Lahden keskustaan on viime vuosina rakennettu lisää asuntoja ja keskustan asukasluku on 2000-luvulla kasvanut. Keskustassa (laaja) on nyt noin 19 260 asukasta. Lahden keskustan tavoite-ennusteen mukaisesti väestömäärä tulisi kasvamaan vuoteen 2030 mennessä 22 550 henkilöön (+17,1 %).

Tilastokeskuksen väestöennuste 2019-2040



Huom: Tilastokeskuksen väestöennuste perustuu olemassa olevan väestörakenteen lisäksi syntyvyyden, kuolleisuuden ja muuttoliikkeen trendeihin. Väestökehitykseen voidaan kuitenkin vaikuttaa omilla toimenpiteillä.

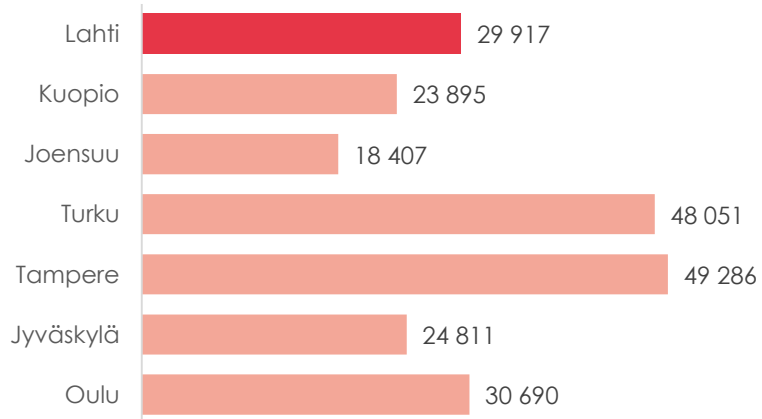
KAUPAN KYSYNTÄ VÄESTÖN SIJOITTUMINEN

Oheisella kartalla on havainnollistettu väestön sijoittumista 250 metrin tilastoruuduissa vuoden 2018 lopulla. Lisäksi kartalla on esitetty 2 kilometrin vyöhyke keskustasta (Trio-tori).

Lahden keskustassa (2 km vyöhyke) asuu yhteensä noin 30 000 asukasta. Väestö on painottunut erityisesti ruutukaava-alueelle, rautatien pohjoispuolelle, etelä-pohjoinen ja itä-länsi –suuntaisen akselien myötäisesti.

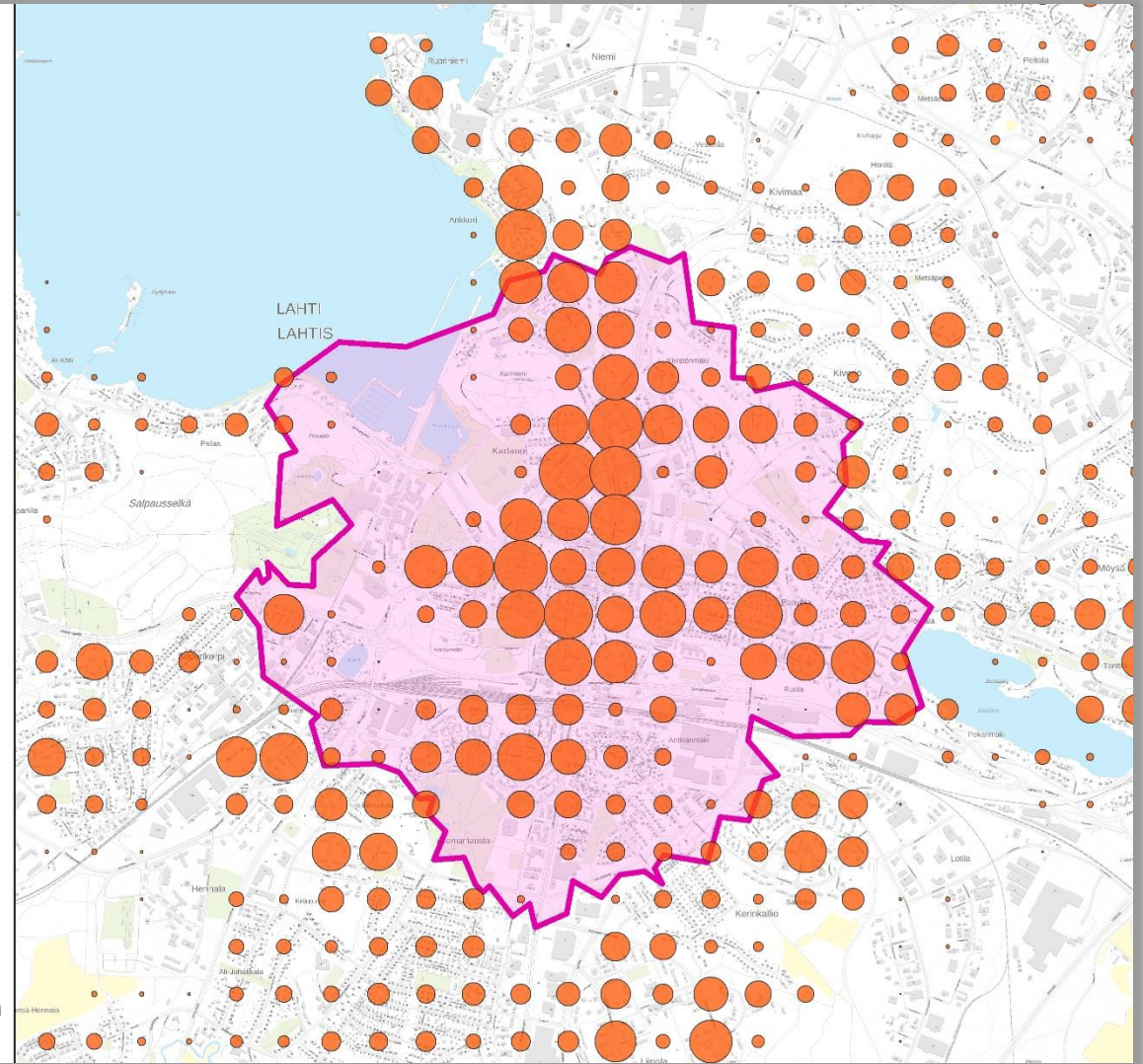
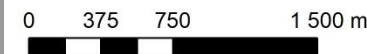
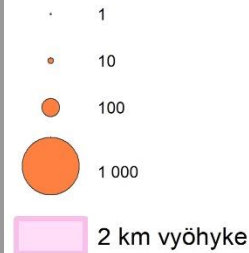
Verrattuna muutamiin muihin suurempiin yliopistokaupunkeihin Suomessa, Lahden väestömäärä ja keskustan tiiveys on kohtalainen. Lahdessa on yhtä paljon asukkaita 2 kilometrin vyöhykkeellä kuin Oulussa.

Väestö 2018 keskustoissa



■ Lahti ■ Kuopio ■ Joensuu ■ Turku
■ Tampere ■ Jyväskylä ■ Oulu

Väestö 31.12.2018
250 m ruuduissa



KAUPAN KYSYNTÄ

KESKUSTAN VÄESTÖRAKENNE

Keskustan kaupallisia palveluita hyödyntävät erityisesti sillä asuvat, joille keskusta on arjen asiointipaikka. Tämän vuoksi onkin erittäin tärkeää tietää, minkälaisia ihmisiä keskustassa asuu.

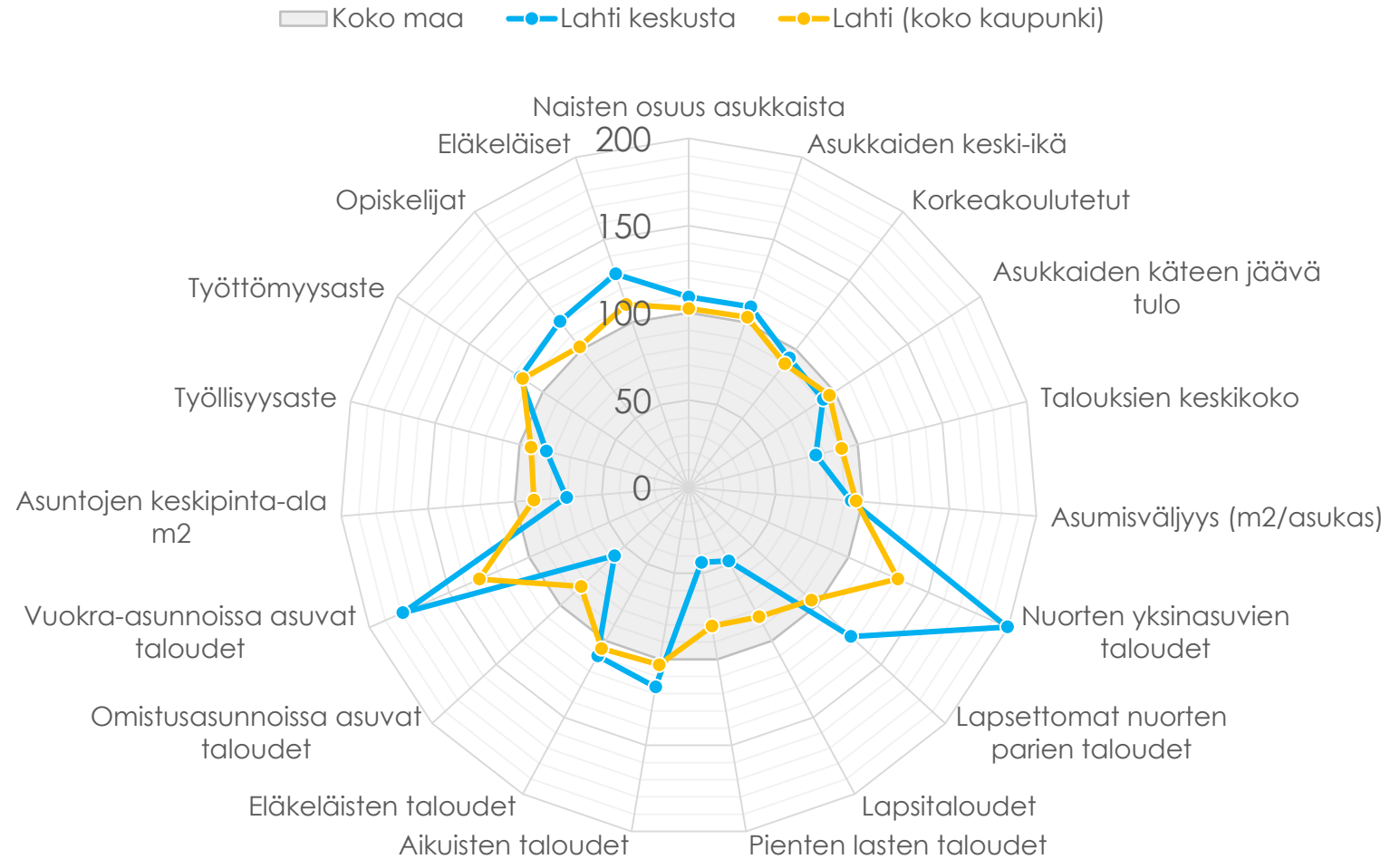
Oheisessa kaaviossa esitetään Lahden keskustan ydinvaikutusalueen (2 km vyöhyke) väestö- ja talousrakennetta suhteessa kaupunkiin keskimäärin sekä koko maahan. Tulokset on indeksoitu suhteessa koko maan keskimääriin arvoihin (indeksi = 100). Mikäli indeksiluku on yli 100, niin kyseisen teeman osuus on suurempi tai vahvemmin edustettuna kuin koko maassa keskimäärin ja vastaavasti indeksiluvun ollessa alle 100 edustus on pienempi.

Lahden keskusta-alueella korostuu nuorten yksinasuvien sekä lapsettomien pariskuntien ja aikuistalouksien osuus. Keskustassa asuvien keski-ikä on korkeampi kuin Kuopiossa keskimäärin. Alueella on suhteessa paljon opiskelijoita ja eläkeläisiä.

Talouksien keskikoko on pienempi kuin Lahdessa tai koko maassa keskimäärin ja samoin asuntojen pinta-ala on pienempi. Lahdessa ja erityisesti keskustassa asutaan koko maata selkeästi useammin vuokralla.

Keskusta-alueella asuu erittäin vähän lapsitalouksia ja erityisen vähän pienten lasten (alle 7 v. lapsia) talouksia.

Väestödemografia 2018



KAUPAN KYSYNTÄ

KESKUSTAN ASUKKAIDEN IKÄRAKENNE

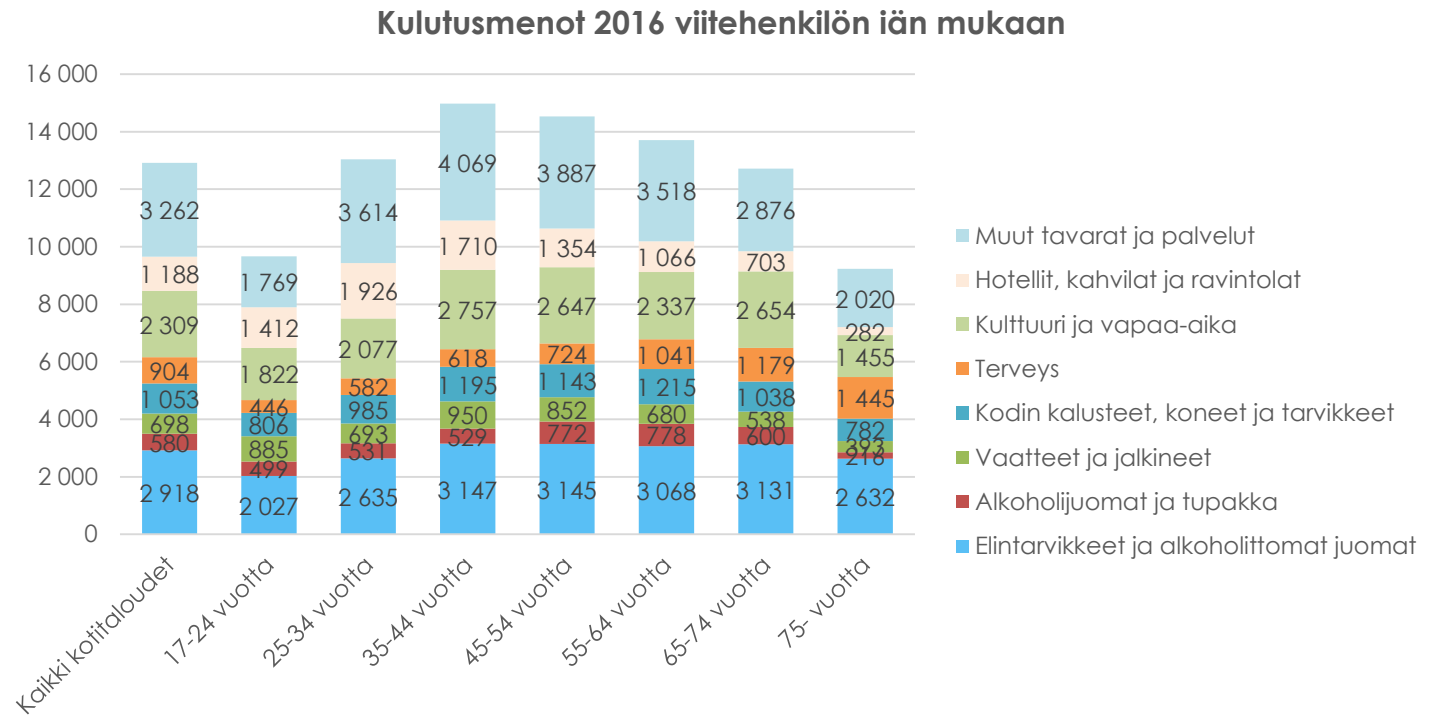
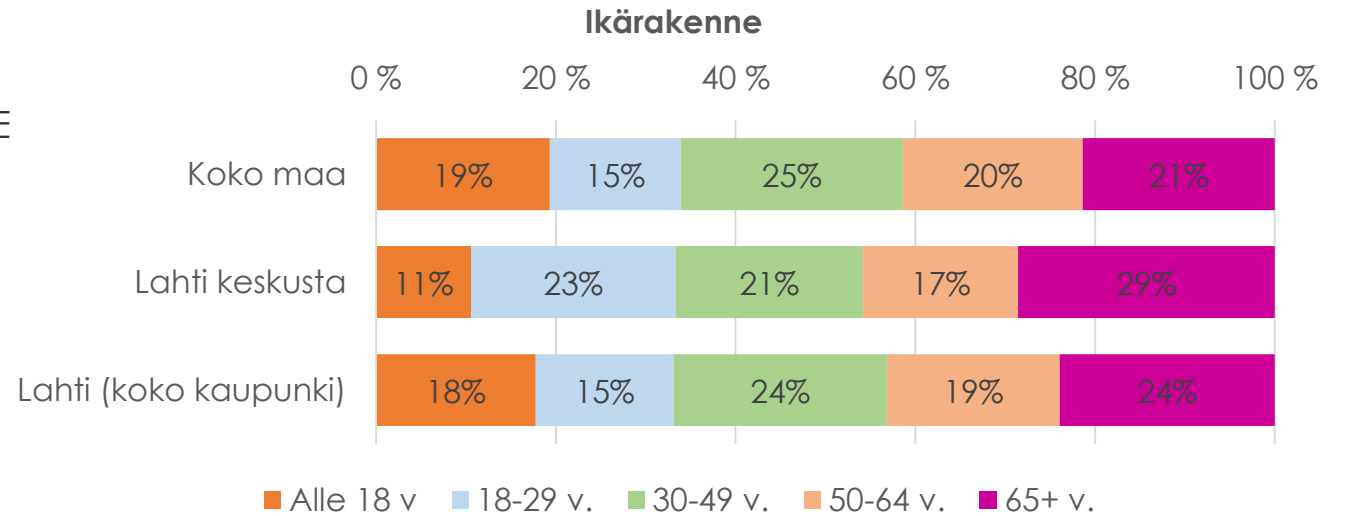
Oheisessa kaaviossa esitetään väestön ikärakennetta koko maassa, Lahdessa ja Lahden keskusta-alueella. Tiedot perustuvat Tilastokeskuksen Ruututietokantaan 2019 ja kuvaavat väestörakennetta vuoden 2018 lopulla.

Lahden keskustassa asuu suhteessa erittäin vähän alle 18-vuotiaita (11 % asukkaista), mikä on selkeästi vähemmän kuin koko maassa tai Lahdessa keskimäärin (18-19 %).

Keskustassa asuu paljon nuoria aikuisia (18-29 -vuotiaita) johtuen alueen opiskelijaväestöstä. Ikäluokan osuus keskusta-alueen asukkaista on lähes neljännes.

Myös eläkeikäisten (yli 64-vuotiaat) osuus on keskustassa muuta Lahtea ja koko maata suurempi. Keskustassa asuvista 29 % on yli 64-vuotiaita, kun vastaava osuus on Lahdessa 24 % ja koko maassa 21 %.

Tilastokeskuksen vuoden 2016 kulutustutkimuksen perusteella tavaroihin ja palveluihin kuluttavat eniten 35-44 -vuotiaat. Kulutus pysyy melko suurena aina 74-vuotiaisiin saakka. Kulutuksen kohteissa on eri ikäryhmien välisiä eroja; erityisesti iän myötä terveyteen liittyvät menot kasvavat ja toisaalta esim. tavarastosten määrä pienenee.



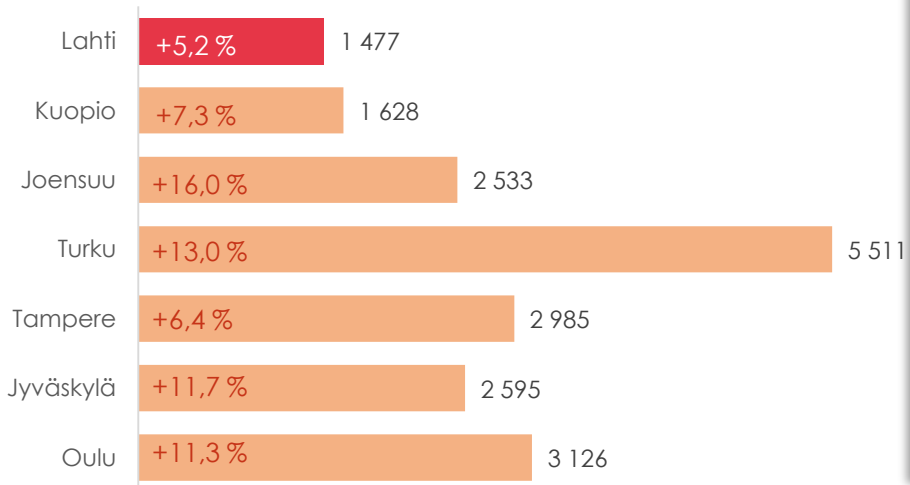
KAUPAN KYSYNTÄ VÄESTÖNMUUTOKSET

Kartalla on havainnollistettu väestömäärän muutoksia 250 metrin tilastoruuduissa vuosina 2010-2018. Pallon punainen väri kuvaa väestön kasvua ja koko esittää väestönkasvun määrää. Sininen väri puolestaan esittää väestömäärän vähentymistä.

Kartalta voidaan tunnistaa väestönkasvun alueina erityisesti ydinkeskustan länsiosa, radanvarsi sekä Hennala.

Lahden keskusta-alueella (2 km vyöhyke) väestö on kasvanut yhteensä noin 1 500 asukkaalla (+5,2%).

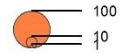
Väestönmuutokset 2010-2018 keskustoissa



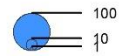
■ Lahti ■ Kuopio ■ Joensuu ■ Turku ■ Tampere ■ Jyväskylä ■ Oulu

Väestönmuutos 2010-18 250 m ruuduissa

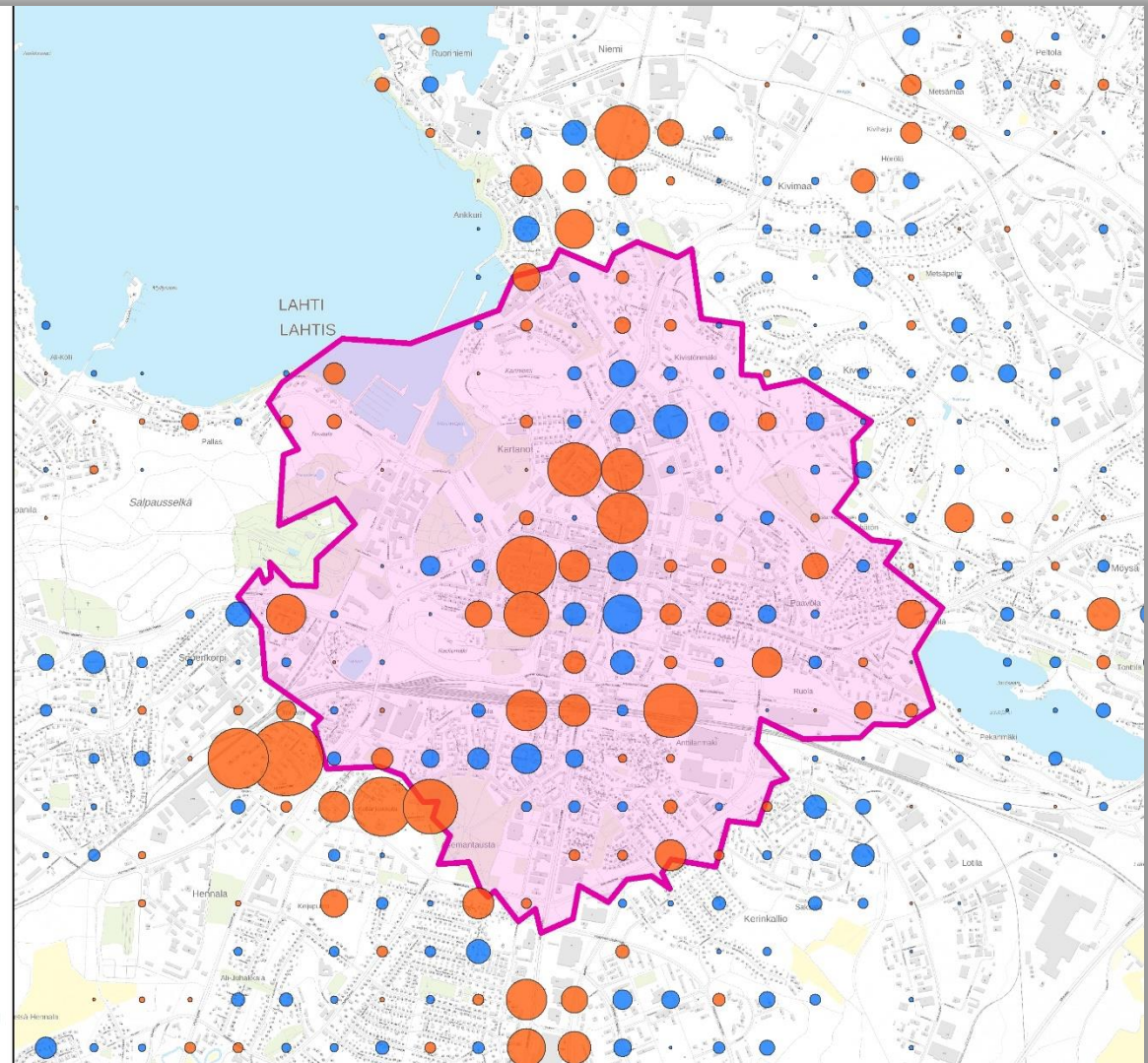
Väestö kasvanut



Väestö vähentynyt



2 km vyöhyke



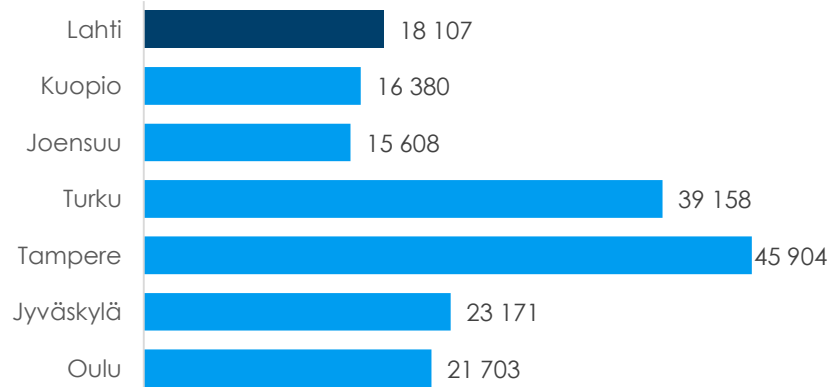
KAUPAN KYSYNTÄ TYÖPAIKAT

Työpaikat luovat kaupalle kysyntää, ja erityisen tärkeässä asemassa työpaikat ovat keskustan lounaskysynnän osalta.

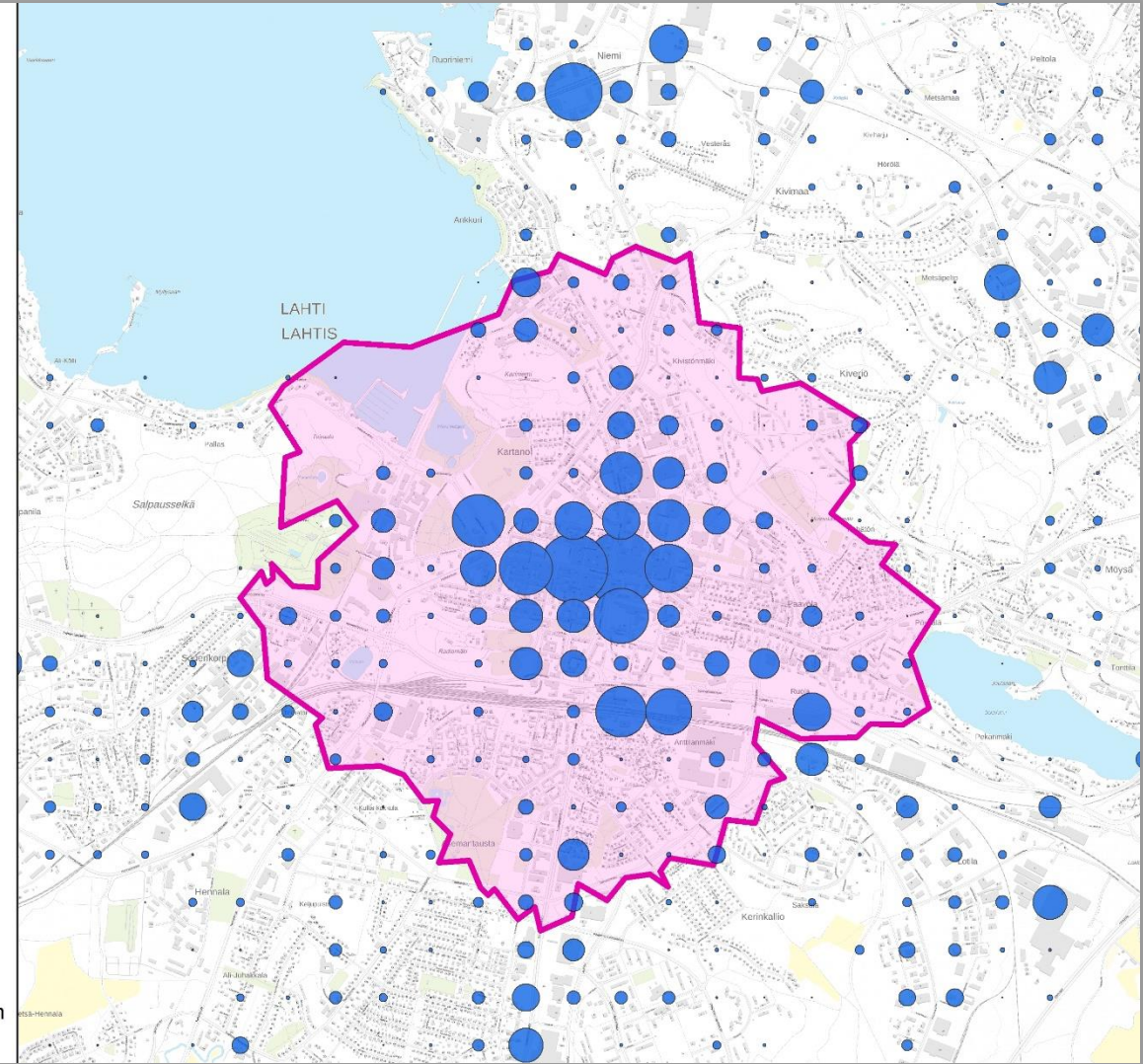
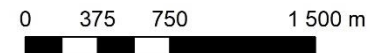
Oheisella kartalla on havainnollistettu työpaikkojen sijoittumista 250 metrin tilastoruuduissa vuoden 2017 lopulla. Esitetyllä 2 km:n saavutettavuusvyöhykkeellä työpaikkoja on yhteensä 18 100 kappaletta ja ne sijaitsevat hyvin keskitetysti ydinkeskustan ympäristössä. Muita keskeisiä työpaikka-alueita kartalla ovat esim. asemanseudun/Askon alue.

Verrokkikaupunkeihin nähden keskustassa sijaitsee työpaikkoja huomattavasti vähemmän kuin Jyväskylässä, Oulussa, Turussa tai Tampereella ja työpaikkamäärä on samalla tasolla Kuopion ja Joensuun kanssa.

Työpaikat 2017



Työpaikat 31.12.2017 250 m ruuduissa



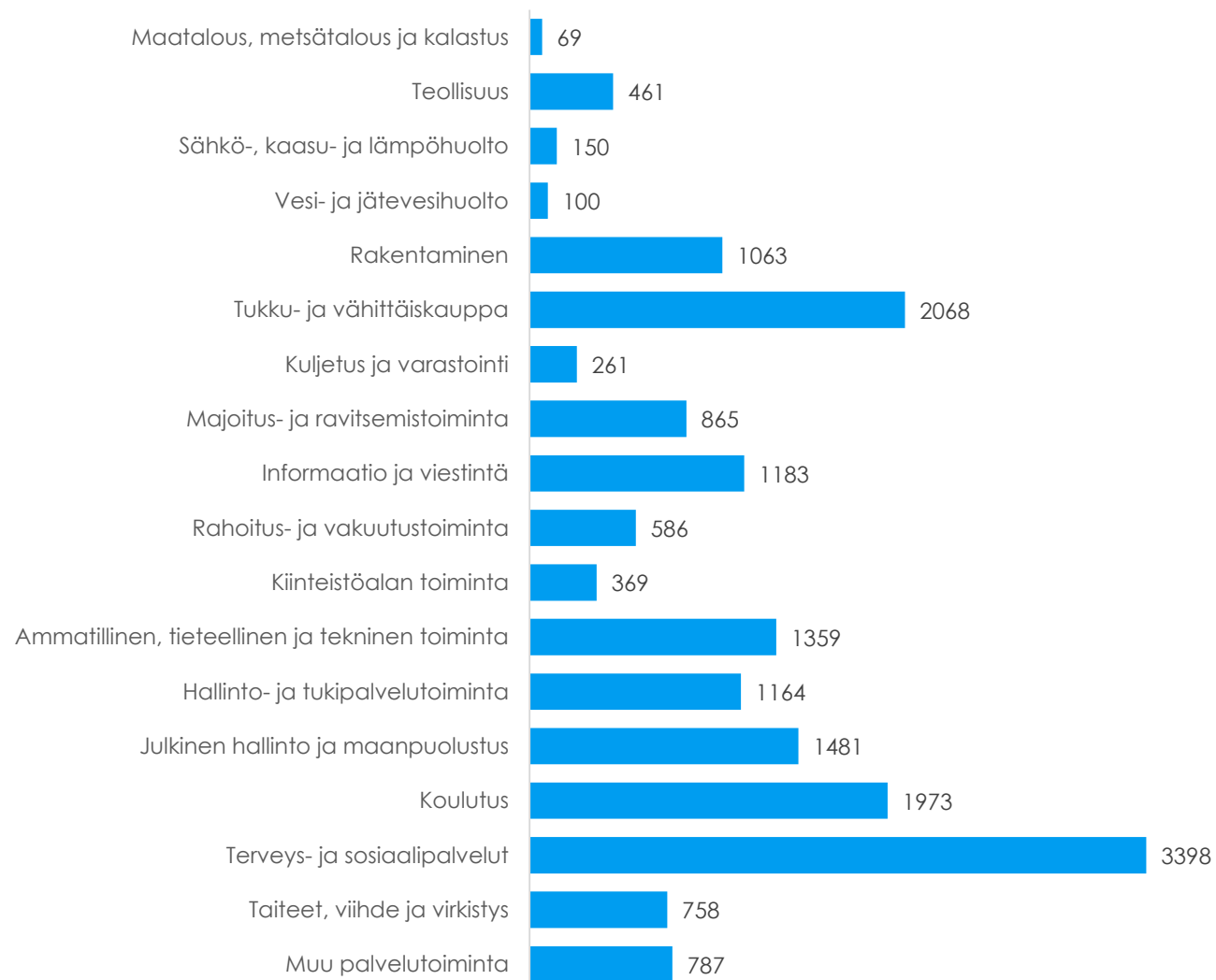
KAUPAN KYSYNTÄ

TYÖPAIKKARAKENNE

Oheisessa kaaviossa on esitetty keskustasta 2 kilometrin säteellä sijaitsevien työpaikkojen toimialajakaumaa vuoden 2017 lopussa.

Lahden keskustan alueella sijaitsee yhteensä noin 18 100 työpaikkaa. Suurimpia sektoreita ovat terveys- ja sosiaalipalvelut (18,8 %), tukku- ja vähittäiskauppa (11,4 %) sekä koulutus (10,9 %).

Työpaikat 2km vyöhykkeellä 2017



KAUPAN KYSYNTÄ

SEKOTTUNEISUUS JA KOKONAISVOLYYMI

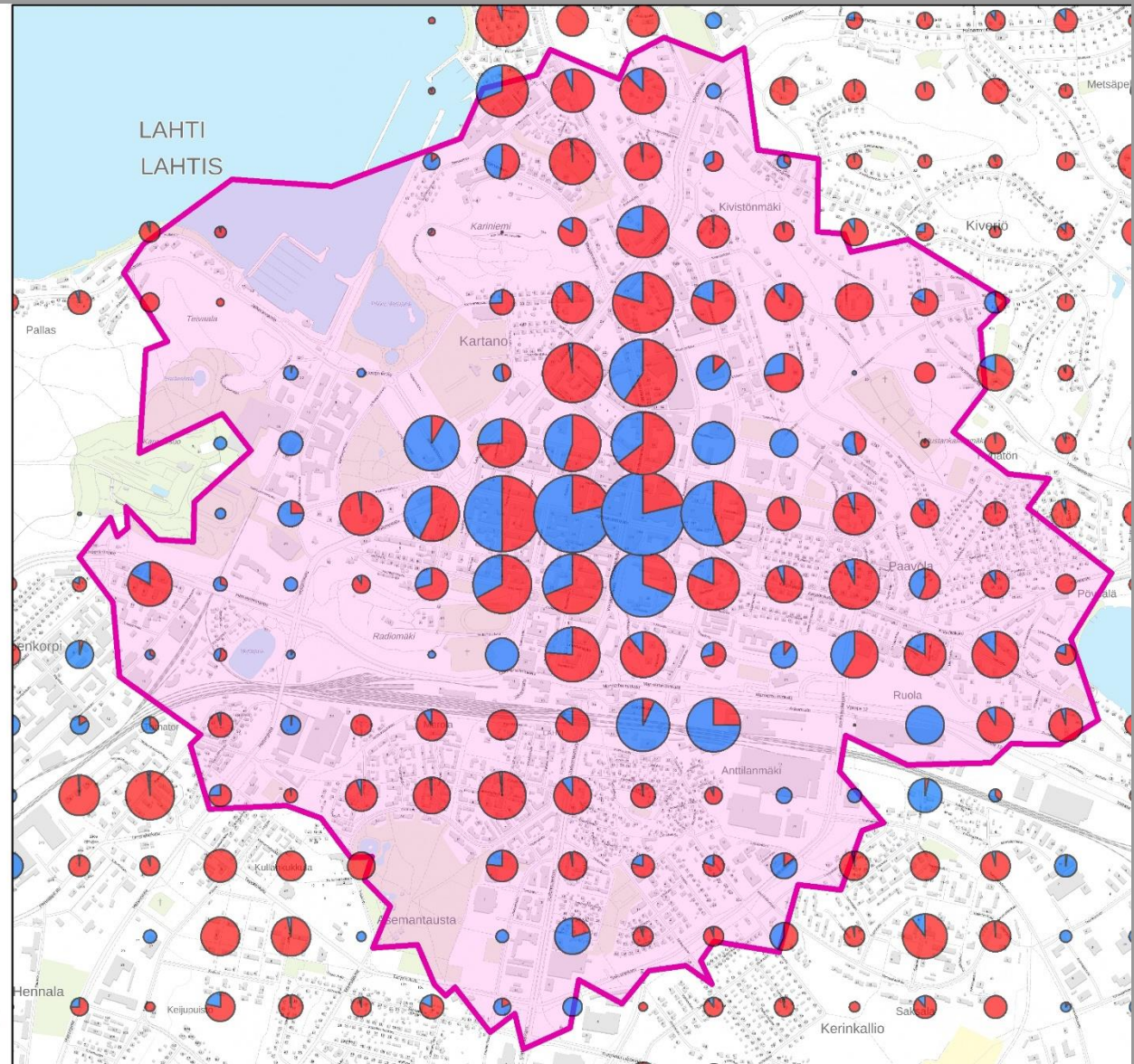
Elävä kaupunkikeskusta on toimintoiltaan sekoittunut. Mikäli keskustassa sijaitsee vain työpaikkoja, saattaa se hiljentyä huomattavastikin työaika- ja väestörakenne takaa kysyntää esim. keskustan monille palveluille sekä tuo kysyntää lähemmäksi vähittäiskaupan toimintoja.

Oheisella kartalla diagrammin koko kuvaa väestön ja työpaikkojen yhteismäärää ja sektorin sininen väri työpaikkojen osuutta ja punainen puolestaan asukkaita. Kartalta voidaan havaita, että keskusta painottuu erityisesti työpaikkojen sijaintina; varsin useassa 250 m ruudussa työpaikkojen osuus on selkeästi väestöstä suurempi. Aivan ydinkeskustan ulkopuolelle mentäessä (pl. Asemansetu ja Paavola) väestön osuus on puolestaan työpaikkamäärää suurempi.

Sekottuneisuus Väestö ja työpaikat 250 m ruuduissa



0 250 500 1 000 m



KAUPAN KYSYNTÄ

OSTOVOIMA JA TILANTARVE

Ostovoima- ja tilantarvelaskelman perusteella voidaan arvioida kaupan tulevaa mitoitusta. Ostovoima kuvaa alueen asukkaiden (nykyiset ja tulevat) kulutustottumuksiin perustuvaa vähittäiskaupan ostovoimaa. Ostovoiman perusteella johdetaan keskimääräisiin toimialakohtaisiin myyntitehoihin perustuen vähittäiskaupan laskennallinen tilantarve.

Oheisessa kaaviokuvassa on esitetty ostovoima- ja tilantarvelaskelman perusteet sekä havainnollistettu päivittäistavarakaupan laskennallisen tilantarpeen kasvua kuvitteellisen 10 000 uuden asukkaan esimerkin avulla. Esimerkissä ei ole huomioitu asukkaiden kulutuksen kasvua, vaan esimerkin avulla kuvataan, kuinka paljon laskennallisesti uutta päivittäistavarakaupan pinta-alaa laskennallisesti uudet asukkaat tarvitsisivat.

Esimerkin mukaisesti 10 000 uutta asukasta tarvitsisi laskennallisesti noin yhden hypermarketin pt-osaston verran uutta päivittäistavarakaupan alaa.

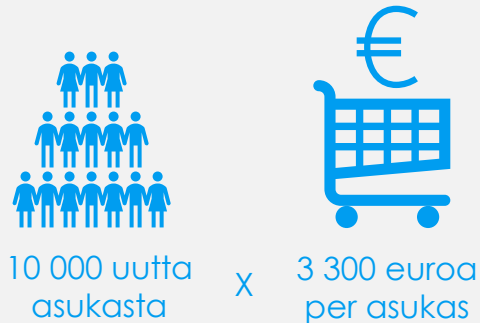
Seuraavalla sivulla esitetään ostovoima- ja tilantarvelaskelmat perustuen väestöennusteisiin sekä arvioituun kulutuksen kasvuun.

OSTOVOIMA- JA TILANTARVELASKELMAN PERUSTEET

OSTOVOIMA

Asukkaiden määrä kerrotaan keskimääräisellä vähittäiskaupaan käytettävällä keskimääräisellä rahasummalla €/vuosi.

ESIM. Kuinka paljon 10 000 uutta asukasta synnyttäisi päivittäistavarakaupan ostovoimaa:



➔ **Uusien asukkaiden ostovoima = 33 milj. €**

TILANTARVE

Asukkaiden ostovoima jaetaan keskimääräisellä toimialoittaisella myyntiteholla (ts. kuinka paljon vähittäiskauppa myy per neliö)

ESIM. Lahdessa päivittäistavarakaupan keskimääräinen myyntiteho on arviolta 7 700 € / myynti-m²



33 milj. € / 7 700 €/m²

➔ **Uusien asukkaiden tilantarve = 4 300 myynti-m² eli ~5 600 k-m²**

KAUPAN KYSYNTÄ

OSTOVOIMA JA TILANTARVE

Seuraavissa laskelmissa on arvioitu vähittäiskaupan ostovoimaa ja tilantarvetta Lahdessa ja Lahden seudulla. Toimialoina on huomioitu ainoastaan keskustaan soveltuvat toimialat (pt, muu et ja palvelut). Lahden keskustan väestömäärän kasvu 2018-2030 on tavoitekasvun mukainen, muualla muutos noudattelee Tilastokeskuksen väestöennustetta.

Päivittäistavarakaupan kulutuksen arvioidaan kasvavan noin 0,5 % /vuosi, erikoiskaupan 1 % / vuosi ja ravintolapalveluiden 2 % / vuosi.

Ostovoima- ja tilantarvelaskelma kertoo vain alueen asukkaiden ja arvioidun kasvun (väestönkasvu, kulutuksenkasvu) synnyttämän potentiaalin. Ostovoiman kasvu voi toteutua myymälätilana muualla, tai ostovoima voi siirtyä enenevässä määrin verkkoon, jolloin tarve fyysiselle liiketilalle pienenee.

Oheisen laskelman perusteella väestömäärän kasvu synnyttäisi laskennallista tilantarpeen kasvua vuoteen 2030 mennessä koko markkina-alueella noin 41 500 k-m², josta Lahden keskustan osuus olisi 13 000 k-m². Huomioitavaa on kuitenkin se, että Lahden keskustaan virtaa ostovoimaa myös muualta, joten todellinen laskennallinen tarve on tätä suurempi. Lahden keskustassa tulee varautua kaupan liiketilan hienoiseen kasvuun, minkä tulee kuitenkin keskittyä tukemaan olemassa olevaa tiivistä keskustaa ja sen kehittämisakselleita.



€

Ostovoiman muutos, milj. €

	Päivittäistavarakauppa		
	2018-25	2025-30	2018-2030
Lahden keskusta	9,1	5,3	14,4
Muu Lahti	7,9	4,1	12,0
Lahti yhteensä	17,0	9,4	26,4
Muu Lahden seutu	-4,1	-3,9	-8,0
Lahden seutu yhteensä	12,9	5,5	18,4

	Keskustahakuinen erikoistavarakauppa		
	2018-25	2025-30	2018-2030
Lahden keskusta	10,9	7,0	17,9
Muu Lahti	18,5	12,3	30,8
Lahti yhteensä	29,5	19,3	48,8
Muu Lahden seutu	4,8	2,5	7,2
Lahden seutu yhteensä	34,3	21,8	56,0

	Ravintolat ja kahvilat		
	2018-25	2025-30	2018-2030
Lahden keskusta	5,0	3,6	8,6
Muu Lahti	13,0	9,8	22,8
Lahti yhteensä	18,0	13,4	31,4
Muu Lahden seutu	7,0	5,1	12,1
Lahden seutu yhteensä	25,0	18,5	43,5

	Yhteensä		
	2018-25	2025-30	2018-2030
Lahden keskusta	25,0	15,9	41,0
Muu Lahti	39,4	26,2	65,6
Lahti yhteensä	64,4	42,1	106,6
Muu Lahden seutu	7,8	3,6	11,4
Lahden seutu yhteensä	72,2	45,8	118,0

m²

Laskennallinen pinta-alantarpeen muutos, k-m²

	Päivittäistavarakauppa		
	2018-25	2025-30	2018-2030
Lahden keskusta	1 540	890	2 430
Muu Lahti	1 328	695	2 023
Lahti yhteensä	2 868	1 585	4 453
Muu Lahden seutu	-686	-657	-1 343
Lahden seutu yhteensä	2 182	928	3 110

	Keskustahakuinen erikoistavarakauppa		
	2018-25	2025-30	2018-2030
Lahden keskusta	4 742	3 036	7 778
Muu Lahti	8 028	5 336	13 364
Lahti yhteensä	12 770	8 372	21 142
Muu Lahden seutu	2 074	1 065	3 139
Lahden seutu yhteensä	14 843	9 437	24 281

	Ravintolat ja kahvilat		
	2018-25	2025-30	2018-2030
Lahden keskusta	1 616	1 184	2 800
Muu Lahti	4 226	3 184	7 410
Lahti yhteensä	5 842	4 368	10 210
Muu Lahden seutu	2 288	1 647	3 936
Lahden seutu yhteensä	8 130	6 015	14 145

	Yhteensä		
	2018-25	2025-30	2018-2030
Lahden keskusta	7 898	5 110	13 008
Muu Lahti	13 581	9 215	22 796
Lahti yhteensä	21 480	14 325	35 805
Muu Lahden seutu	3 676	2 056	5 731
Lahden seutu yhteensä	25 155	16 381	41 536

KAUPAN KYSYNTÄ

OSTOVOIMA JA TILANTARVE, EPÄVARMUUSTEKIJÄT

Vähittäiskaupan laskennalliseen tilantarpeeseen ja sen arviointiin kohdistuu useita epävarmuustekijöitä johtuen esimerkiksi muuttuvasta kulutuskäyttäytymisestä, verkkokaupan kasvusta sekä mm. korona-epidemiasta.

Laskelmissa oletetaan tyypillisesti kulutuksen kasvavan vuosi vuodelta, jolloin korkoa korolle –ilmiön kautta ostovoiman ja tilantarpeen kasvu saattaa pitkällä aikajänteellä kasvaa suureksikin, vaikka alueella ei olisi väestönkasvua.

Kaavoituksessa on hyvä huomioida ja varautua kaupan kasvuun sekä uusien konseptien kehittymiseen. Samalla tulee kuitenkin tunnistaa, että vähittäiskaupan tilantarpeen kasvu ei välttämättä ole odotetun kaltaista. Oheisessa taulukossa on vertailtu edellisen sivun kasvuoletuksilla tehtyjä laskelmia tilanteeseen, jossa kulutuksen ei arvioida kasvavan lainkaan; tällöin ainoa kasvua synnyttävä tekijä on uusien asukkaiden tuoma ostovoima.

Taulukosta voidaan huomata, että vaikutukset laskennalliseen pinta-alantarpeen kasvuun ovat merkittävät; kun kulutuksen kasvulla arvioituna koko Lahden seudulle tarvittaisiin lisää vähittäiskaupan kerrosalaa noin 41 500 m² vuoteen 2030 mennessä, tilantarve pieneneekin lähes 14 000 k-m² ilman kulutuksen kasvua.

Lahden keskustan osalta laskennallinen väestönkasvu synnyttää kuitenkin toisessakin vaihtoehdossa yli 6 500 k-m² uutta tilantarvetta, kuitenkin noin puolet siitä mitä kulutuksen kasvulla arvioituna.

Uutta kauppaa tarvitaan kuitenkin tulevaisuudessakin alueilla, joissa on odotettavissa väestönkasvua. Lähikaupat ja –palvelut ovat olennainen osa mahdollistamassa asukkaiden sujuvan arjen toteutumista.



Laskennallinen pinta-alantarpeen muutos 2018-2030, vertailu kulutuksen kasvulla ja ilman

	Päivittäistavarakauppa	
	Kulutuksen kasvu	Ei kulutuksen kasvua
Lahden keskusta	2 430	1 652
Muu Lahti	2 023	-1 350
Lahti yhteensä	4 453	302
Muu Lahden seutu	-1 343	-3 857
Lahden seutu yhteensä	3 110	-3 555

	Keskustahakuinen erikoistavarakauppa	
	Kulutuksen kasvu	Ei kulutuksen kasvua
Lahden keskusta	7 778	3 953
Muu Lahti	13 364	-3 230
Lahti yhteensä	21 142	722
Muu Lahden seutu	3 139	-9 226
Lahden seutu yhteensä	24 281	-8 503

	Ravintolat ja kahvilat	
	Kulutuksen kasvu	Ei kulutuksen kasvua
Lahden keskusta	2 800	919
Muu Lahti	7 410	-751
Lahti yhteensä	10 210	168
Muu Lahden seutu	3 936	-2 145
Lahden seutu yhteensä	14 145	-1 977

	Yhteensä	
	Kulutuksen kasvu	Ei kulutuksen kasvua
Lahden keskusta	13 008	6 524
Muu Lahti	22 796	-5 332
Lahti yhteensä	35 805	1 192
Muu Lahden seutu	5 731	-15 227
Lahden seutu yhteensä	41 536	-14 035

KAUPAN KYSYNTÄ

TIIVISTELMÄ JA JOHTOPÄÄTÖKSET

- Lahden keskusta on varsin tiivis ja sekoittunut, mikä synnyttää kaupalle tärkeää lähiostovoimaa ja ympärivuorokautista kysyntää. Keskustan täydennysrakentaminen on keskeistä kaupan toimintaedellytysten turvaamiseksi.
- Keskustaan tulee houkutella monipuolisesti erilaisia asiakasryhmiä. Asukkaina alueella korostuvat erityisesti nuoret yksinasuvat ja lapsettomat parit sekä eläkeläiset. Lapsiperheiden houkuttelu keskusta-asujiksi on haaste, mutta siihen tulee tulevaisuudessa entistä vahvemmin pyrkiä.
- Laskennalliseen ostovoima- ja filantarvetarkasteluun pohjautuen Lahden keskustaan tarvitaan vuoteen 2030 mennessä maltillisesti lisää liiketilaa. Kaupan trendit sekä kulutuskäyttäytyminen tarkoittavat ennen kaikkea sitä, että liiketilan määrän kasvattamisen sijaan sitä tulisi pyrkiä määrätietoisesti ohjaamaan ydinkeskustaan sekä määritellyille kasvuakseleille. Uudet hankkeet Ranta-Kartanossa ja Paavolan alueella (mm. Syke ja Luhdan kortteli) tuovat markkinaa lisää liiketiloja, minkä lisäksi tulee huomioida näiden alueiden kytkemisestä keskustaan.



4

KAUPAN TARJONTA

KAUPAN TARJONTA

VÄHITTÄISKAUPAN LIIKEVAIHTO

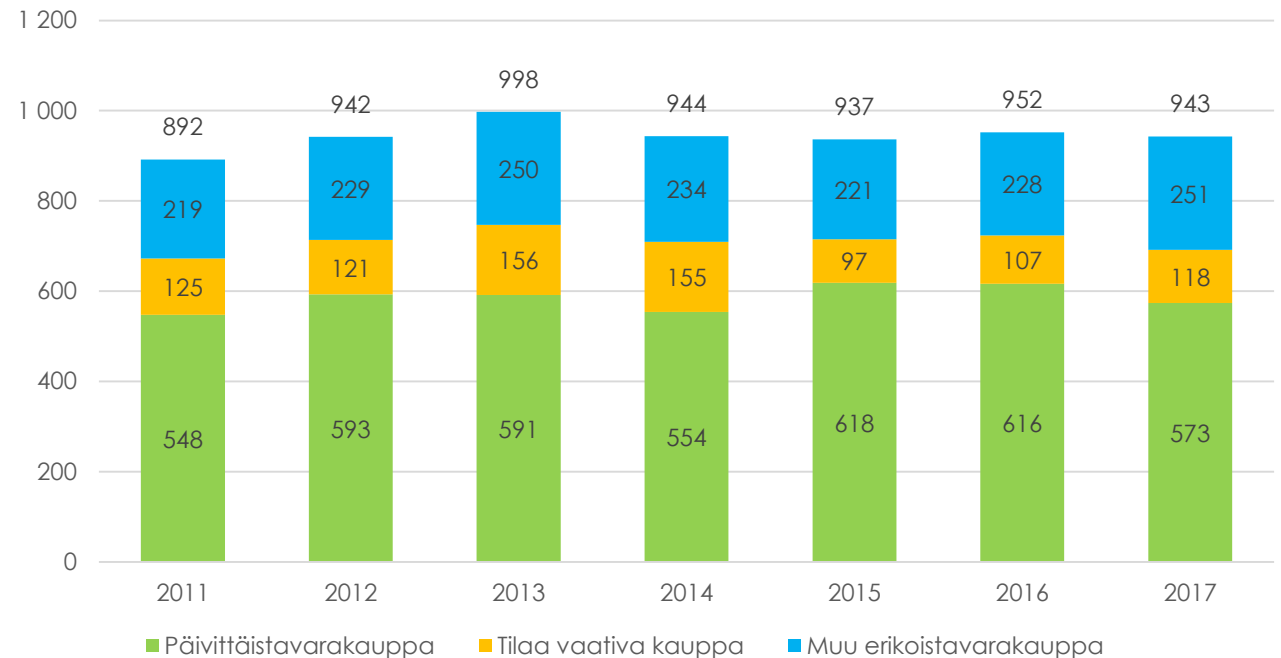
Vähittäiskaupan (päivittäis- ja erikoistavarakauppa) liikevaihtoa on tarkasteltu Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisterin kuntakohtaisten tietojen perusteella.

Lahdessa liikevaihto oli vuonna 2017 yhteensä 943 miljoonaa euroa. Koko vähittäiskaupan liikevaihto on kasvanut vuodesta 2011 noin 51 milj. eurolla (+5,7 %).

Vähittäiskaupan liikevaihdosta suurin osa (573 milj. €) toteutui päivittäistavarakaupan ja tavaratalojen toimialalla. Kasvua on ollut yhteensä vuodesta 2011 noin 35 milj. € (+4,6 %).

Erityisesti kasvua on tapahtunut muun (keskustahakuisen) erikoiskaupan toimialalla, jossa liikevaihto on noussut noin 32 milj. € (+14,6 %). Tilaa vaativassa erikoiskaupassa liikevaihto on jonkin verran laskenut.

Vähittäiskaupan liikevaihto, milj. € (Lahti)



KAUPAN TARJONTA

LIKEVAIHTO, €/ASUKAS 2017

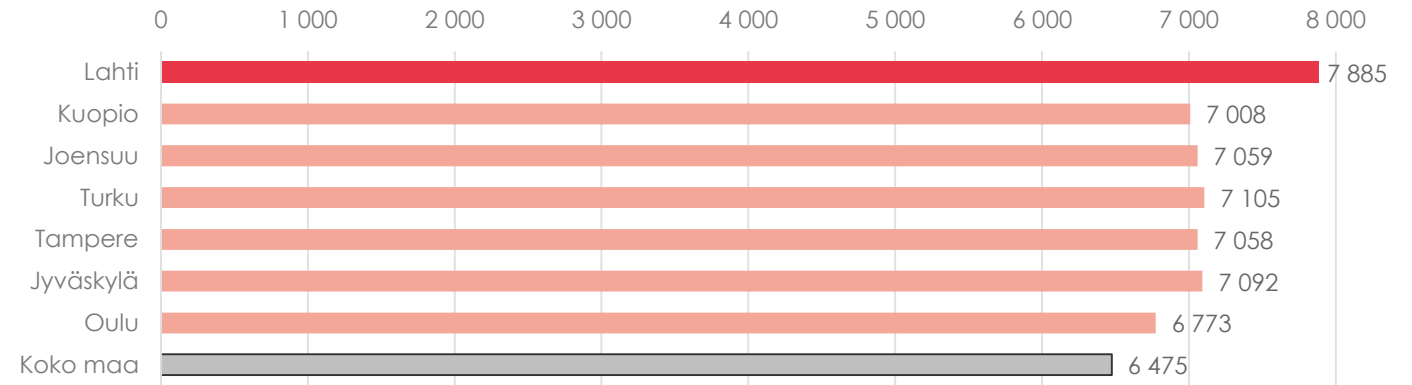
Asukaslukuun suhteutettu liikevaihto kertoo alueen kaupallisesta vetovoimasta ja tarjonnan laajuudesta. Mikäli liikevaihto on koko maan tasoa korkeammalla, virtaa kaupunkiin tyypillisesti vähittäiskaupan ostovoimaa. Useiden suurempien kaupunkien naapurikunnissa sijaitsee keskustan ulkopuolisia kauppakeskuksia, jotka vetävät puoleensa asiointeja koko kaupunkiseudulta.

Lahdessa vähittäiskaupan asukasmäärään suhteutettu liikevaihto oli vähittäiskaupassa vuonna 2017 yhteensä lähes 7 900 €/asukas, mikä on lähes 22 % enemmän kuin koko maassa keskimäärin ja myös selkeästi enemmän kuin tietyissä valituissa maakuntakeskuksissa.

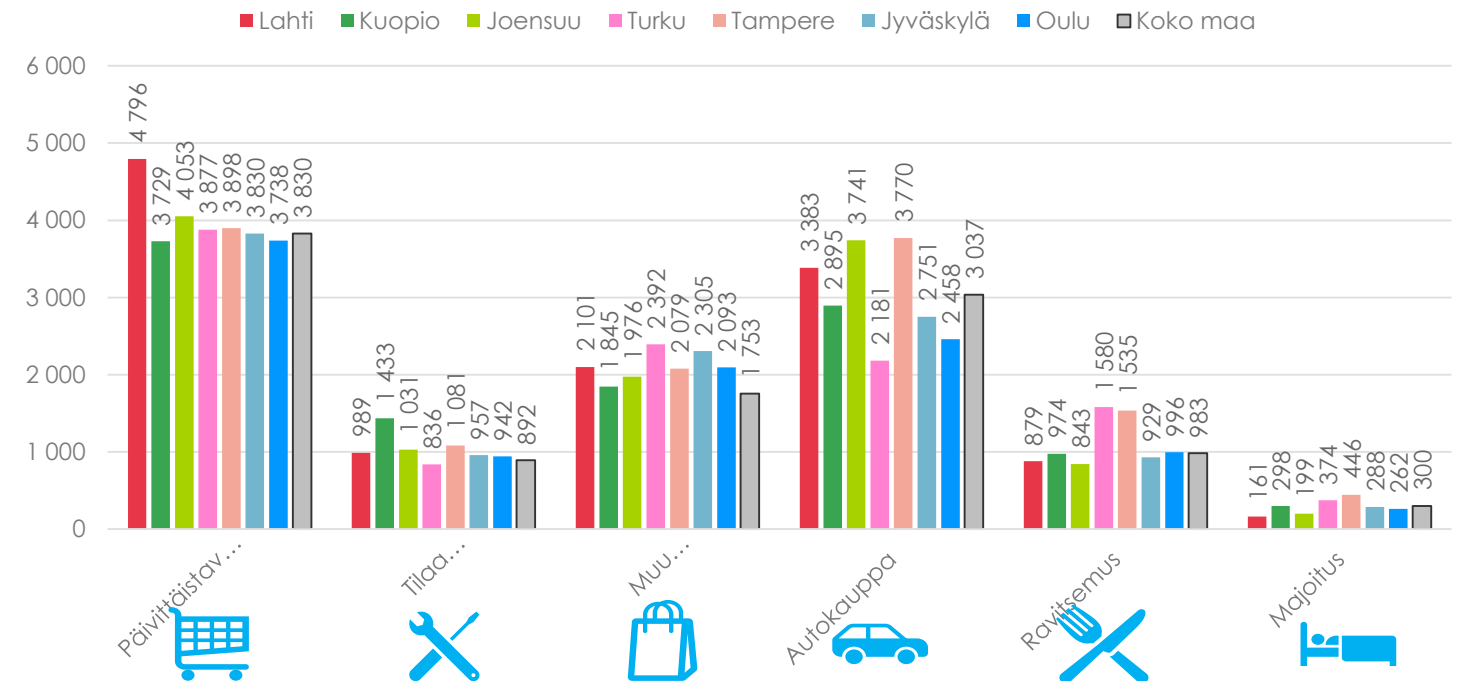
Lahden kaupallinen tarjonta on vahva kaikilla toimialoilla. Merkittävin piikki on päivittäistavarakaupan ja tavaratalojen toimialalla, jossa Lahden asukaslukuun suhteutettu liikevaihto oli lähes 4 800 €, kun se koko maassa oli lähes 1 000 € vähemmän. Myös erikoiskaupan toimialoilla (tilaa vaativa ja keskustahakuinen) sekä autokaupan toimialoilla Lahden asukaslukuun suhteutettu liikevaihto oli koko maan tasoa korkeampi.

Ravitsemuksen ja majoitustoiminnan toimialoilla Lahdessa liikevaihto puolestaan on jäänyt koko maan tason alapuolelle.

Vähittäiskaupan liikevaihto 2017, €/asukas



Liikevaihto 2017, €/asukas



KAUPAN TARJONTA

KAUPAN ALUEET LAHDESSA

Lahti on Päijät-Hämeen maakunnan kaupallinen keskus, jossa sijaitsee keskustan lisäksi useita kaupan keskittymiä. Oheisella kartalla on havainnollistettu Tilastokeskuksen Ruututietokannan työpaikkojen (G: Tukku- ja vähittäiskauppa) perusteella Lahden kaupunkialueella.

Lahdessa sijaitsee vuonna 2014 tehdyn kartoituksen perusteella yhteensä liikealaa noin 710 000 k-m², josta Lahden keskustassa (ml. Paavola) sijaitsee lähes 300 000 k-m².

Keskusta

Lahden keskusta on merkittävä erikoistavarakaupan ja kaupallisten palveluiden keskittymä. Keskustassa sijaitsee monipuolisesti erilaisia kaupan palveluita erityisesti toria ympäröivissä kortteleissa sekä Trion kauppakeskuksessa, mutta laajemmin myös katutason kivijalkaliiketeiloissa. Keskustan kaupallista rakennetta on kuvattu tarkemmin seuraavilla sivuilla.

Paavola

Paavolan alueella keskustan pohjoispuolella sijaitsee mm. K-Citymarket, tavarataloja sekä erikoiskauppaa. Alueelle on valmistumassa Prisma-hypermarket entisen kauppakeskus Syken tiloihin.

Karisto (Karisma)

Vuonna 2011 perustetussa kauppakeskus Karismassa (noin 33 000 k-m²) sijaitsee K-Citymarket ja Tokmanni. Vuonna 2019 Karismassa kävi 2,9 milj. vierailijaa ja keskuksen myynti oli 92,4 milj. €.

Holma

Holman kaupallinen keskus on yhteensä noin 21 000 k-m². Alueen keskeisin toimija on Prisma, minkä lisäksi alueella sijaitsee tilaa vaativaa kauppaa ja liikenneasema.

Uudenmaankadun varsi

Alueella on vähittäiskauppaa yhteensä noin 65 000 k-m². Profiililtaan alue on erityisesti tiva- ja autokauppaan painottuva. Alueella sijaitsee huonekalu- ja sisustuskauppaan painottunut kauppakeskus Valo (yht. n. 15 000 m²).

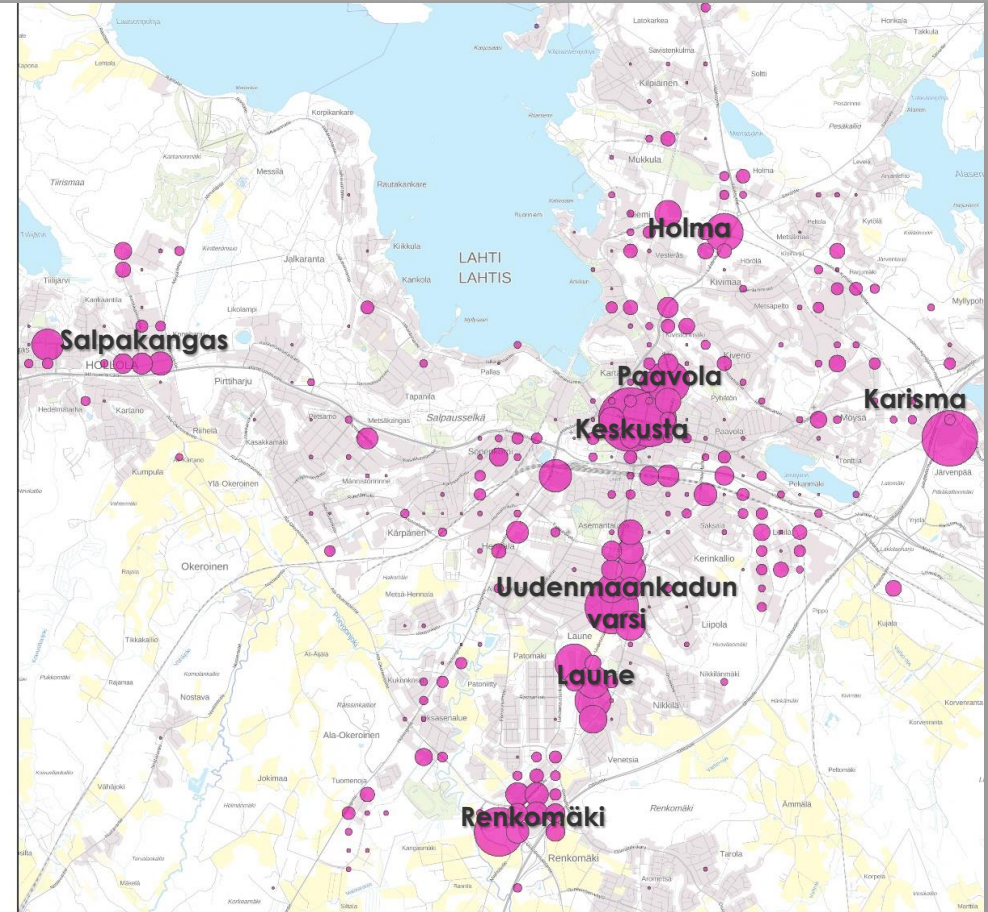
Laune

Launeen alueella sijaitsee noin 75 000 k-m² vähittäiskauppaa. Keskeisimpinä toimijoina K-Citymarket ja Prisma, minkä lisäksi huomattava määrä tiva- ja autokauppaa.

Renkomäki

Renkomäki on Lahden eteläisin kaupallinen keskittymä, jossa sijaitsee lähes 100 000 k-m² vähittäiskauppaa. Ankkuritoimijoina ovat mm. Kärkkäisen tavaratalo, Leo's Lekland, ABC sekä Bauhaus.

Kaupan työpaikat 2017 250 m ruuduissa



KAUPAN TARJONTA

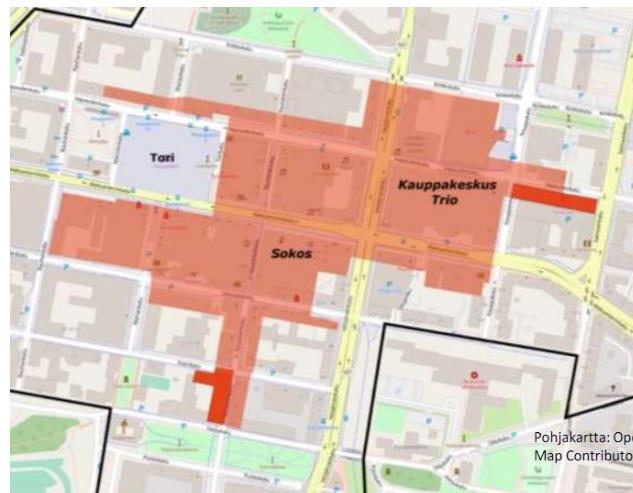
KESKUSTAN KAUPALLINEN RAKENNE

Oheisella kartalla on esitetty Lahden keskustan kaupallinen rakenne Elävät Kaupunkikeskustat Ry:n elinvoimakartoituksen (1/2020) perusteella. Ydinkeskustan "kuumat korttelit" keskittyvät muutaman korttelin alueelle Trion ja torin välillä sekä välittömästi näiden eteläpuolelle; erityisesti Rautatienkadulla, Vapaudenkadulla ja Vesijärvenkadulla on nähtävissä myös vahvaa kivijalkaliikkeiden keskittymää.

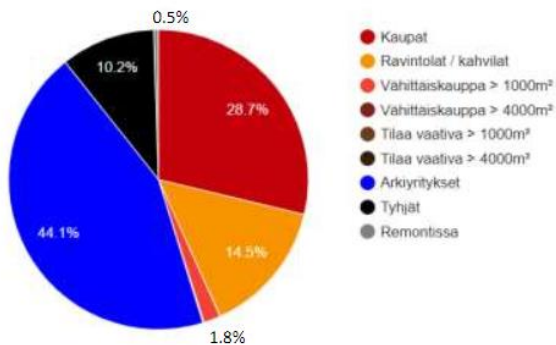
. Kartoituksen perusteella alueen liiketilarakenne on seuraavanlainen:

- Kaupat: 234 kpl
- Ravintola: 118 kpl
- Vähittäiskauppa > 1000m²: 15 kpl
- Vähittäiskauppa > 4000m²: 1 kpl
- Arkipäivä: 359 kpl
- Tyhjä: 83 kpl
- Remontti: 4 kpl
- **Yhteensä: 814 kpl**

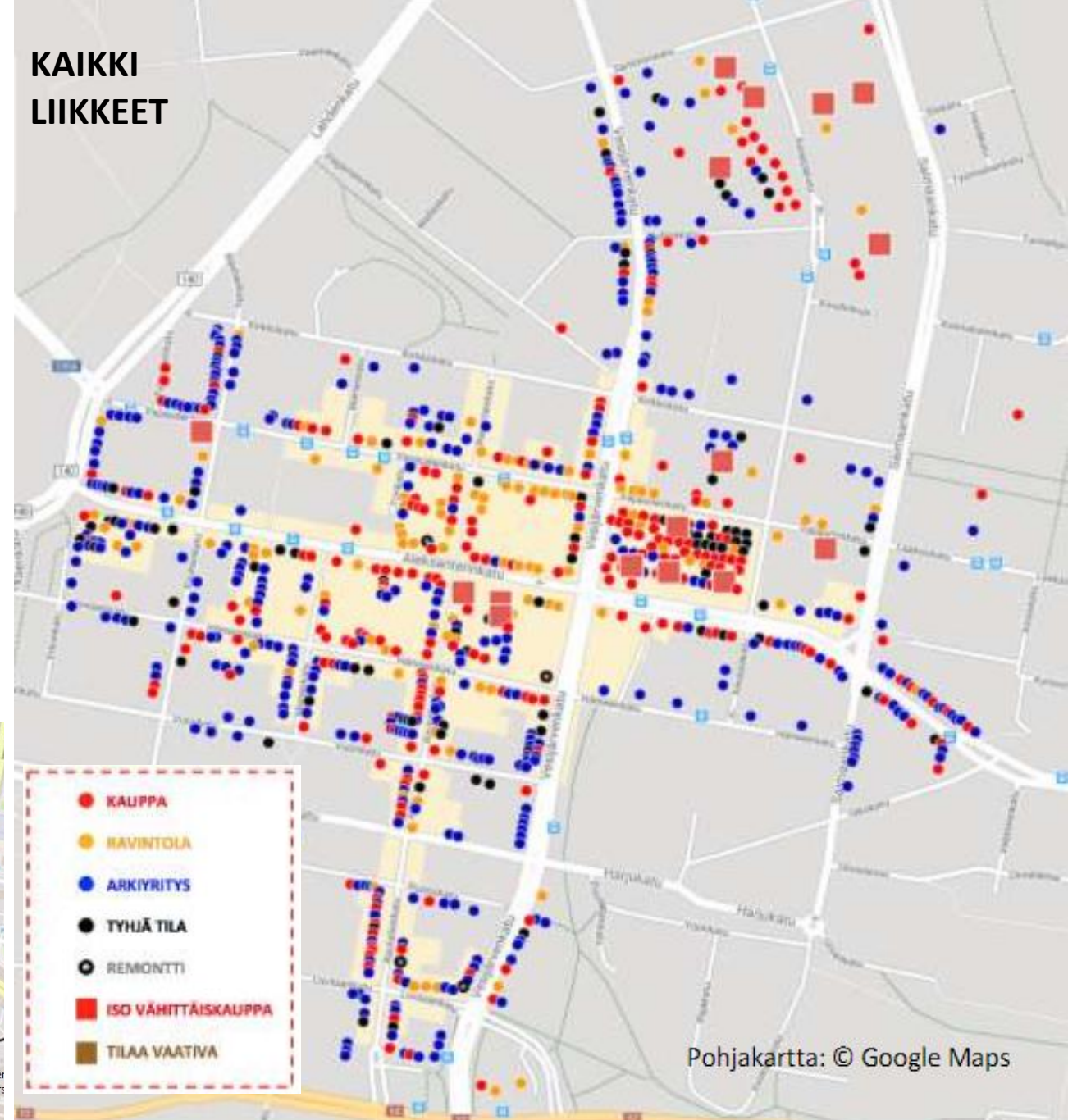
Ns. kuumat korttelit



Liiketilojen osuudet



KAIKKI LIIKKEET



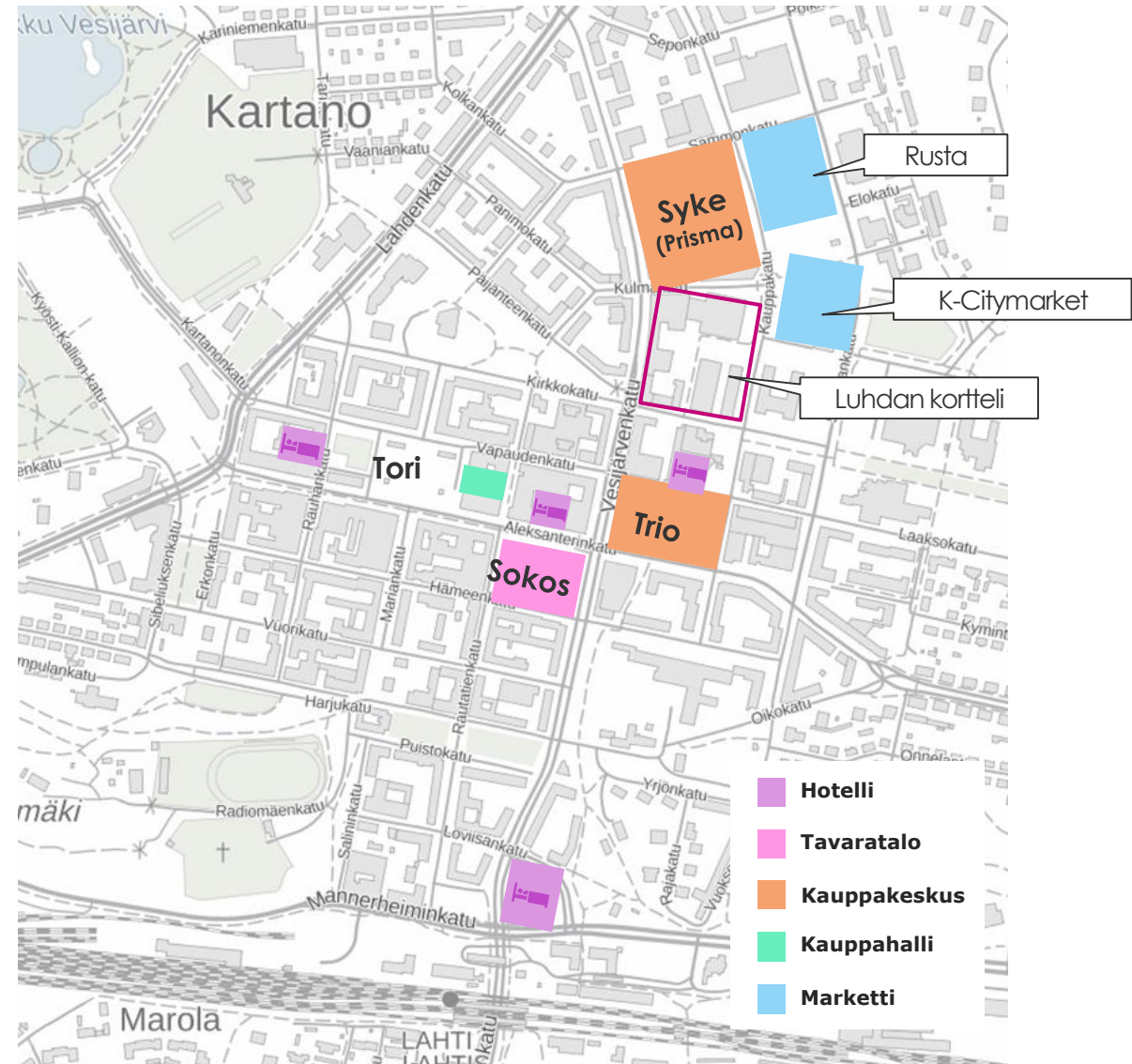
KAUPAN TARJONTA

ANKKURITOIMINNOT

Oheisella kartalla on kuvattu Lahden keskustan kaupallisesti merkittävimmät kiinteistöt ja ankkuritoiminnot.

Keskustan kaupallisesti kuumimmat korttelit sijaitsevat Trio-tori-akselilla, Aleksanterinkadun varrella. Tämä on keskustan tärkeimpiä kaupallisia vyöhykkeitä.

Keskustan pohjoispuolella sijaitseva Paavolan alue on myös kehittymässä niin täydennysrakentamisen kuin kaupallisten hankkeidenkin myötä. Paavolassa sijaitsee nykyisin mm. K-Citymarket ja Hong Kong -tavaratalo, minkä lisäksi alueelle on kauppakeskus Sykkeen tiloihin avautumassa Prisma vuoden 2020 aikana.



KAUPAN TARJONTA

KAUPPAKESKUS TRIO

Aleksanterinkadulla sijaitseva kauppakeskus Trio on Lahden keskustan ankkuritoimintoja ja tärkeä asiointikohde. Trion palvelutarjonta koostuu muodin ja muun erikoiskaupan liikkeistä, kahviloista, ravintoloista sekä erilaisista palveluista (Lahden Palvelutori, pankkipalvelut, hotelli).

Rakentamisvuosi: 1977, 1987/ 1992/2007/2010

Autopaikat: 880

Omistaja: Citycon Finland Oy, Päijät-Hämeen Osuuspankki

Kauppakeskusjohto: Citycon Finland Oy

Ankkuritoimijat: Hotelli Scandic, H&M, K-Supermarket Trio, Tokmanni, Kekäle, Lindex, Lahden Palvelutori.

Vuonna 2019 n. 4,9 milj. kävijää, myynti 48,8 milj. €

Vuokrattavat liiketilat: 27 100 m²

Toimistot: 9 700 m²

Muut vuokrattavat tilat ja aputilat: 9 200 m²

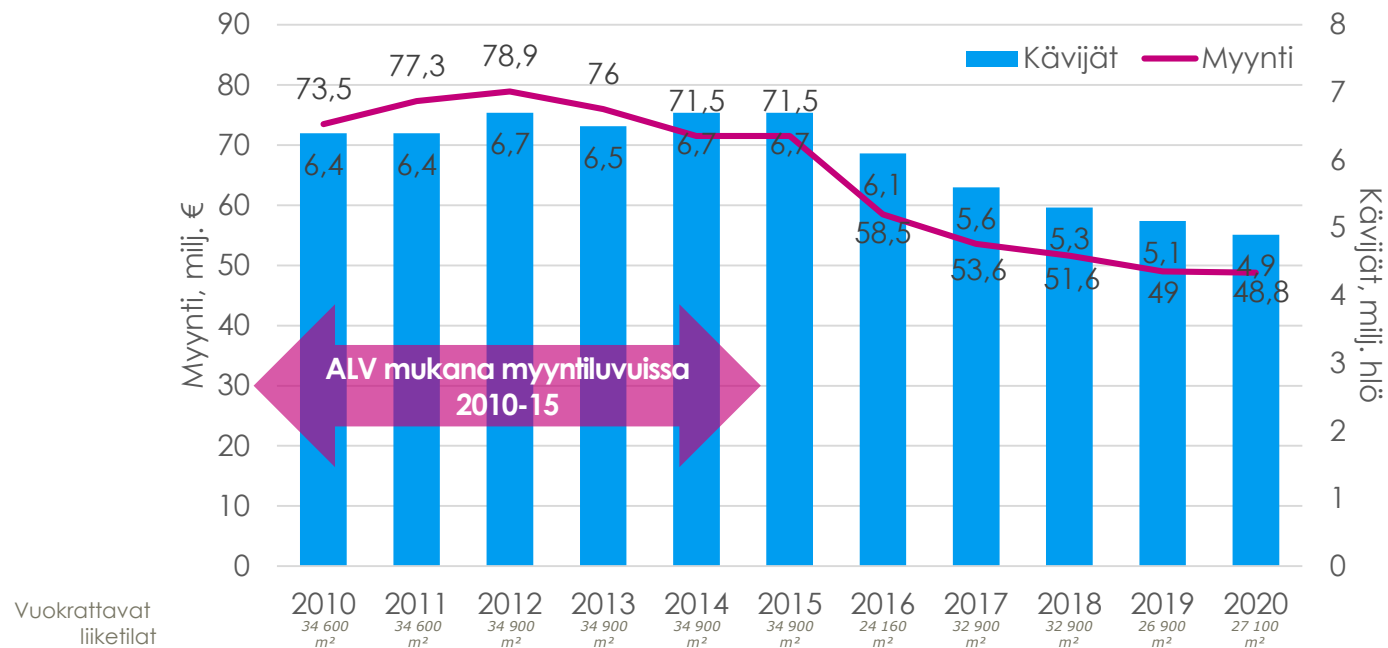
Yhteensä 46 000 m²

Oheisessa kaaviossa on havainnollistettu kauppakeskuksen myynnin ja kävijämäärien kehitystä vuosien 2010-2020 kauppakeskustietojen perusteella. Tiedot ovat pääsääntöisesti vuotta aikaisemmalta ajankohdalta. Tarkasteluajanjaksolla kauppakeskuksen kävijämäärä on laskenut 6,4 milj. kävijästä 4,9 milj. kävijään (-23,4 %). Myynti on ollut hienoisessa laskussa; huomioitavaa on se, että tarkasteluajanjaksolla on tapahtunut myynnin ilmoitustavassa muutos, ennen 2016 myynnissä oli mukana alv. Vuosina 2016-2020 (todellinen ajankohta 2015-2019) myynti on pienentynyt lähes 10 milj. € (-16,6 %)

Tarkasteluajanjaksolla kauppakeskuksen vuokrattava pinta-ala (NLA) on pienentynyt 34 600 m²:sta 27 100 m²:een (-21,7 %).

Lähde: Suomen kauppakeskusyhdistys, Kauppakeskukset 2010-2020 -julkaisut

Kauppakeskus Trio, kävijät ja myynti 2010-2020



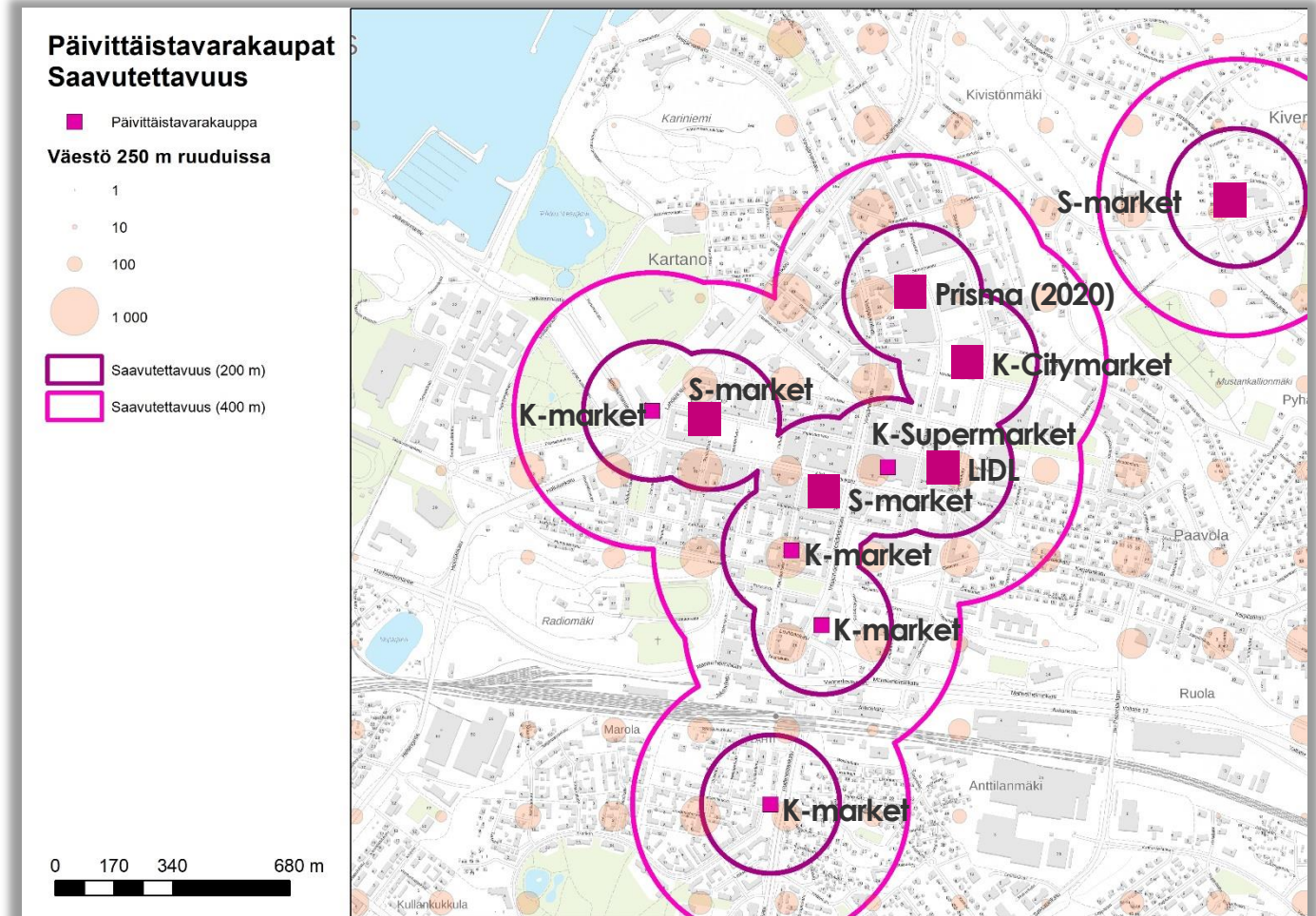
Toimialajako / Business mix	kpl / units	m ² / sq m
Muoti ja asusteet / Fashion and accessories	29,2 %	7 900
Kauneuden ja terveyden tuotteet / Health and beauty goods	3,3 %	900
Sisustamisen ja kodin tarvikkeet / Furnishing, home decor and supplies	3 %	800
Vapaa-aika / Leisure	9,2 %	2 500
Päivittäistavarat / Grocery	7,6 %	2 050
Tavaratalot / Department stores	3,9 %	1 050
Muut liikkeet / Other stores	24 %	6 500
Kahvilat ja ravintolat / Cafes and restaurants	4,4 %	1 200
Kauneus- ja hyvinvointipalvelut / Beauty and wellness services	4,1 %	1 100
Viihde- ja vapaa-ajan palvelut / Leisure and entertainment services		
Kaupalliset palvelut / Commercial services	3,7 %	1 000
Palvelut ilman liikevaihtoa / Services without turnover	7,8 %	2 100
Vuokrattavat liiketilat yhteensä / Net leasable area (NLA)		27 100

KAUPAN TARJONTA PÄIVITTÄISTAVARA

Oheisella kartalla on kuvattu päivittäistavarakauppojen sijoittumista Lahden keskustan alueella. Lisäksi kartalla on esitetty saavutettavuusvyöhykkeet 200 ja 400 metriä (linnutie) sekä haalealla väestön määrä 250 metrin ruuduissa.

Kartalta voidaan havaita, että Lahden keskustassa on varsin kattavat päivittäistavarakaupan palvelut. Verrattuna muihin vastaavankokoisiin kaupunkeihin, keskustassa on varsin useita hyper- ja supermarket-kokoluokan myymälöitä. Lahden keskustan asukkailla on näin ollen erittäin hyvät päivittäistavarakaupan lähipalvelut kävelyetäisyydellä.

Keskustan ulkopuolella myymälöitä on varsin vähän; esimerkiksi keskustan pohjois- ja itäpuolelle ei ole väestömäärästä huolimatta syntynyt edes pienempiä lähikauppoja. Keväällä 2020 uutisoitiin Trion K-Supermarketin lakkautuksesta.



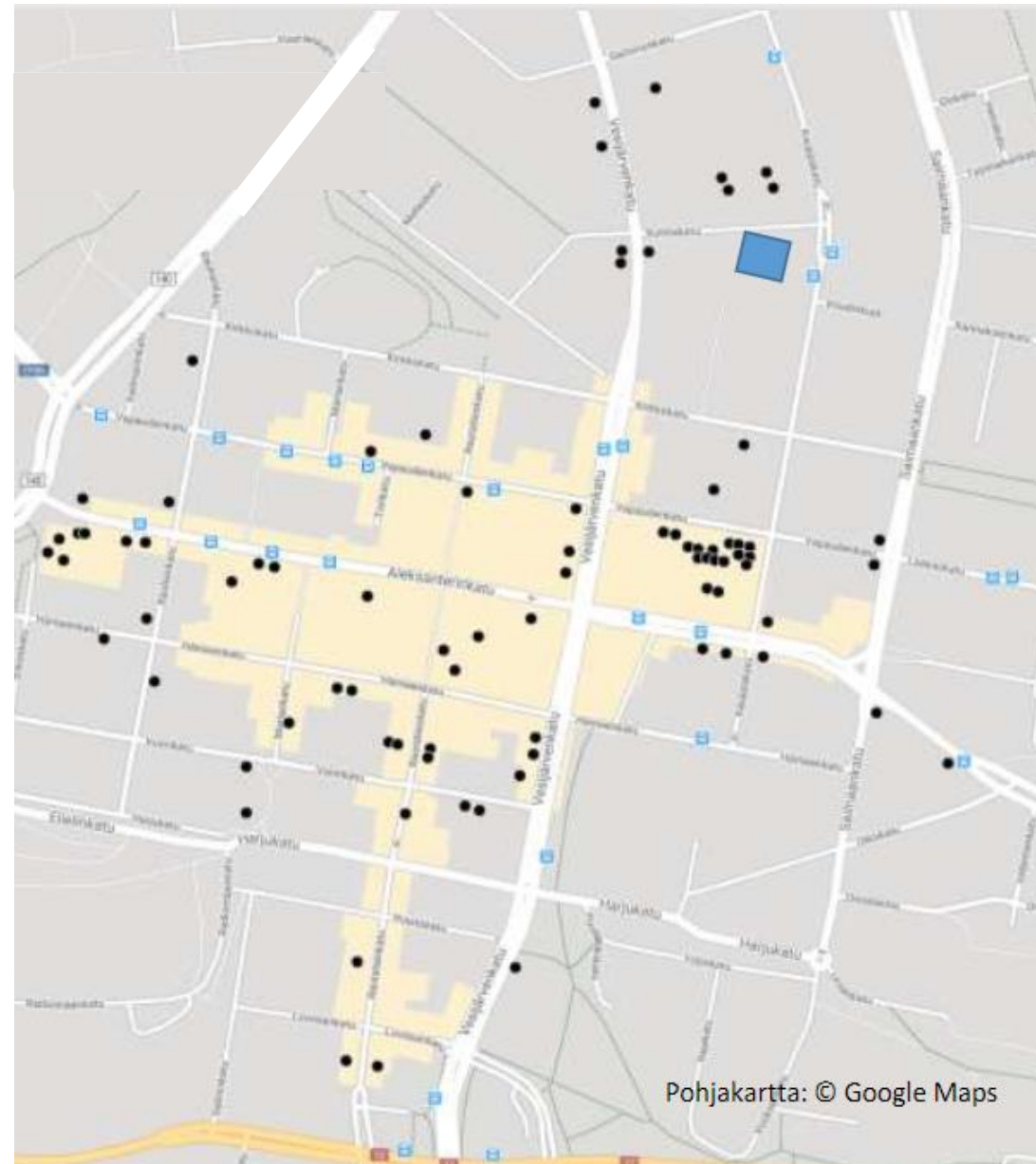
KAUPAN TARJONTA

MUUTOKSET TILOJEN KÄYTÖSSÄ

Oheinen kartta kuvaa tyhjiä, vapaana olevia liiketiloja keskustan rajausalueella päivityshetkellä. Tyhjiillään olevia liiketiloja on suhteellisen paljon (83 kpl). Tyhjiä liiketiloja on erityisesti Triossa, Aleksanterinkadun länsipäässä sekä Paavolan alueella pohjoisessa.

Viime vuosina muutokset toimialojen pääluokissa ovat melko pieniä; pientä vähennystä on tapahtunut muoti -ja asusteet -pääluokassa. Lisäystä on tapahtunut eniten kauneus- ja hyvinvointipalvelut ja toimistot ym. -pääluokissa

TOIMIALAT PÄÄLUOKITTAIN	H1/2019	H1/2020
Muoti ja asusteet	65	62
Kauneuden ja terveyden tuotteet	24	26
Sisustaminen ja kodin tarvikkeet	32	34
Vapaa-aika	36	36
Päivittäistavarat	24	24
Tavaratalot, Hypermarket	2	2
Muut liikkeet	10	10
KAUPPA YHTEENSÄ	193	194
Kahvilat ja ravintolat	124	124
Kauneus- ja hyvinvointipalvelut	179	185
Viihde- ja vapaa-ajan palvelut	14	16
Kaupalliset palvelut (muut)	135	136
Palvelut ilman liikevaihtoa	26	27
Hotellit	5	5
Toimistot ym.	34	40
PALVELUT YHTEENSÄ	517	533
Remontti/kausiluonteinen	5	4
Tyhjä	96	83
KAIKKI YHTEENSÄ	811	814



Lähde: AllIn-elinvoimalaskenta, H1/2020

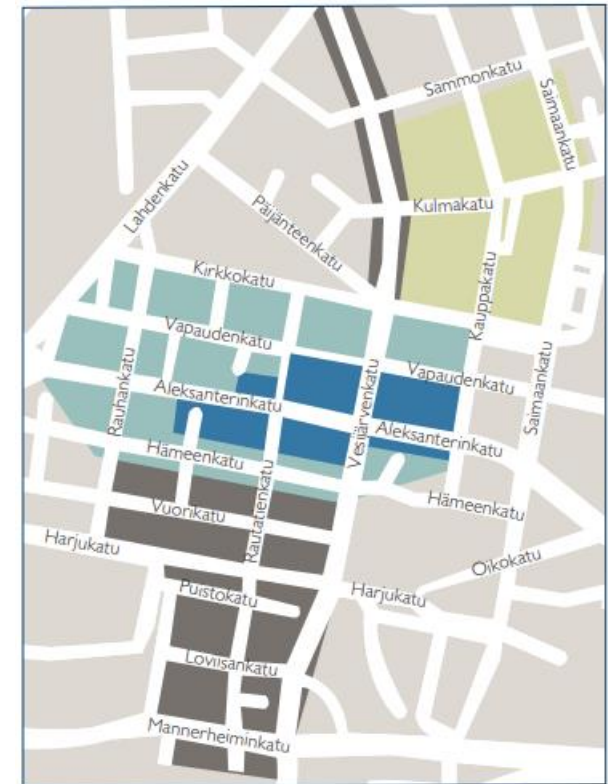
KAUPAN TARJONTA

LAHDEN LIIKETILAMARKKINAT 2020

Catella Oy:n markkinakatsauksen perusteella Lahdessa on vapaata liike-tilaa noin 24 000 m² ja toimistotilaa 26 000 m². Liiketilojen vajaakäyttöaste on 3,2 %, mikä on verrattuna muihin suomalaisiin kaupunkeihin melko pieni.

Lahden ydinkeskusta-alue rajautuu liike- ja toimitilamarkkinoiden näkökulmasta hyvin voimakkaasti Trion ja torin väliselle alueelle, Aleksanterinkadun ympäristöön. Tällä alueella liiketilojen vuokrataso on 20-50 €/m²/kk. Prime-vuokra on katsauksen mukaan 45 €/m²/kk, mikä on vertailukaupunkeja selkeästi matalampi.

Ydinalueen ulkopuolella vuokrataso pienenee huomattavasti; ydinkehällä liiketilojen vuokra on noin 9-15 €/m²/kk ja Hämeenkadun ja aseman välisellä alueella 7-12 €/m²/kk.



Keskusta

€/m²/kk

Liiketilat	20–50
Toimistotilat (vanha)	12–14
Toimistotilat (uusi/saneerattu)	16–20
Liiketilat	7–12
Toimistotilat	8–9
Liiketilat	7–12
Liiketilat	9–15

Lähde: Catella Oy, Markkinakatsaus, kevät 2020

	Helsinki (PKS)	Tampere	Turku	Oulu	Lahti	Jyväskylä	Vaasa
LIIKETILAT (Q4 2019)							
Tilakanta (m ²):	3 830 000	1 120 000	960 000	720 000	770 000	930 000	530 000
Vajaakäyttöaste (%):	2,9 →	6,5 →	4,7 →	3,8 →	3,2 →	3,3 →	2,9 →
Prime-tuottovaade (%):	4,4 →	6,75 →	6,75 →	7,25 →	7,75 →	7,5 →	8,0 →
Prime-vuokra (€/m ² /kk):	155 →	70 →	70 →	70 →	45 →	50 →	55 →

Vajaakäyttöasteet, prime-tuottovaatimukset ja -vuokrat

	Liiketilat	Toimistotilat	Tuotanto/logistiikka
Vapaat tilat, m ²	24 000	26 000	43 000
Vajaakäyttöaste, %	3,2	8,9	2,3
Tuottovaatimus, %	7,75	7,75	9,75
Vuokrat, €/m ² /kk	45	18,5	6

KAUPAN TARJONTA

TIIVISTELMÄ JA JOHTOPÄÄTÖKSET

- Lahden kaupallinen tarjonta verrattuna muihin suomalaisiin kaupunkeihin on erittäin hyvällä tasolla, minkä lisäksi liikeilojen vajaakäyttöaste on pysynyt suhteellisen matalalla tasolla.
- Päivittäistavarakaupan saavutettavuus on keskustassa erittäin hyvä – myös suuremmat marketit ovat kävellen saavutettavissa.
- Keskustan ulkopuoliset kaupan alueet ovat vahvistuneet, mikä asettaa haasteen keskustan kaupalliselle elinvoimaisuudelle; keskustan tuleekin löytää kaupallinen roolinsa ja vahvistaa keskustalle omaleimaisia kaupan toimintoja.
- Keskustan vahvat ankkuritoimijat (Trio, Sokos) ovat joutuneet pienentämään kaupallisia toimintojaan – keskustan kaupallisen elinvoimaisuuden näkökulmasta on tärkeää, että ankkuritoiminnot ovat vetovoimaisia ja tarjonnaltaan monipuolisia myös tulevaisuudessa.



5

KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

MISTÄ KAUPALLINEN VETOVOIMAISUUS KOOSTUU?

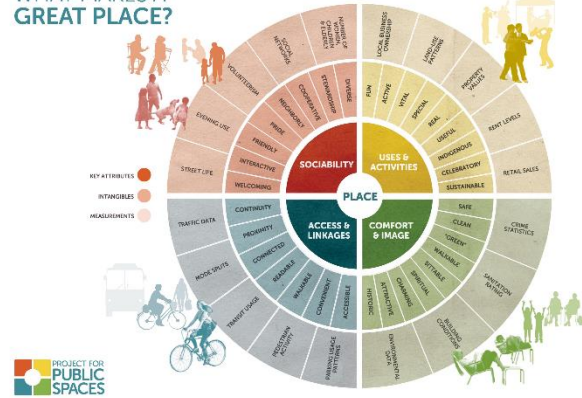
Keskustan kaupallinen vetovoimaisuus on monen tekijän summa, mutta ennen kaikkea se syntyy asiakkaiden kokemusten kautta – miten keskusta pystyy vastaamaan asiakkaan tarpeisiin, odotuksiin, toiveisiin ja mieltymyksiin. Kaupalliseen vetovoimaisuuteen voidaan vaikuttaa niin myymälätilojen sisällä kuin niiden ulkopuolellakin, kaupunkitilassa.

Seuraavilla sivuilla on tarkemmin kuvattu erilaisia tarkastelukehikoita ja -tapoja keskustaympäristöön ja sen kaupalliseen vetovoimaisuuteen liittyen.

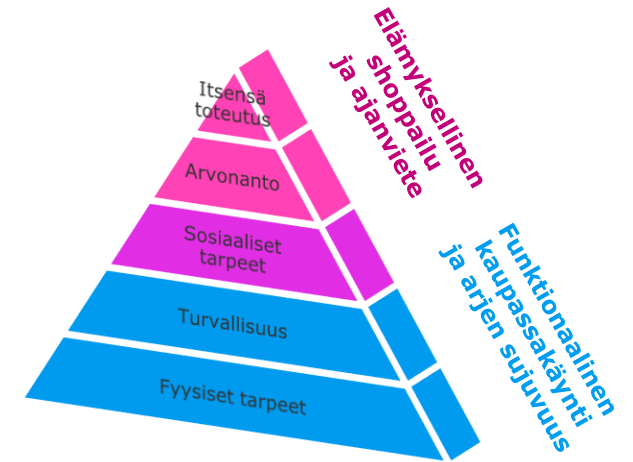


KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA TYÖN TARKASTELUKEHIKKO

WHAT MAKES A GREAT PLACE?



	Quality of the physical environment	
	Poor	Good
Necessary activities	●	●
Optional activities	●	●●●
"Resultant" activities (social activities)	●	●



Placemaking

Project for Public Spaces -organisaation kehittämässä Placemaking-teoriassa alueen vetovoimaisuutta tarkastellaan on neljänä osa-alueena: yhteisöllisyys, toiminta ja käyttö, viihtyisyys ja mukavuus sekä saavutettavuus ja esteettömyys. Placemakingin ideana on tarkastella fyysisen kaupunkitilan lisäksi myös paikkojen sosiaalisia ja kulttuurisia ulottuvuuksia, jotka yhdessä muodostavat paikan identiteetin.

<https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>

Elinvoimaisen ympäristön laatukriteerit

Jan Gehlin mukaan kaupunkiympäristö muodostaa yhdessä ihmisen käytöksen sekä tarpeiden kanssa käsityskokonaisuuden, mikä vaikuttaa paikan luonteeseen ja käyttäjien käsitykseen siitä. Ympäristön viihtyisyyteen vaikuttaa mm. "elinvoimaisen kaupunkiympäristön 12 laatukriteeriä". Pakolliset toiminnot, kuten ruokakaupassa käynti, tapahtuvat ympäristöstä huolimatta. Vapaaehtoiset toiminnot, kuten kahvilassa käynti, tapahtuvat mieltyttävässä ympäristössä. Seuraustoiminnot, kuten yhteisöllisyys, syntyvät kahden ensimmäisen toiminnon yhteissummana.

Maslow'n tarvehierarkia

Käyttäjätarpeiden määrittelyssä hyödynnetään Maslow'n tarvehierarkiaa, jonka mukaan ihmisillä on viidenlaisia tarpeita, jotka muodostavat hierarkisen tason. Alemman tason tarve täytyy olla täytetty ennen kuin voidaan siirtyä seuraavalle tasolle. Hierarkia on kuitenkin joustava; ihmisen toiminnan nähdään usein motivoituneen monesta tarpeesta käsin. Keskustojen osalta keskeistä on, että käyttäjien reitit määrittyvät kolmion alimpien tasojen mukaisesti: käyttäjät hakeutuvat palveluiden pariin erityisesti perustarpeiden vuoksi, mutta voivat käynnin aikana kiinnostua myös elämyksellisten toimintojen pariin, ja tässä keskustat voivat erottua ostoskeskuksista.

KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

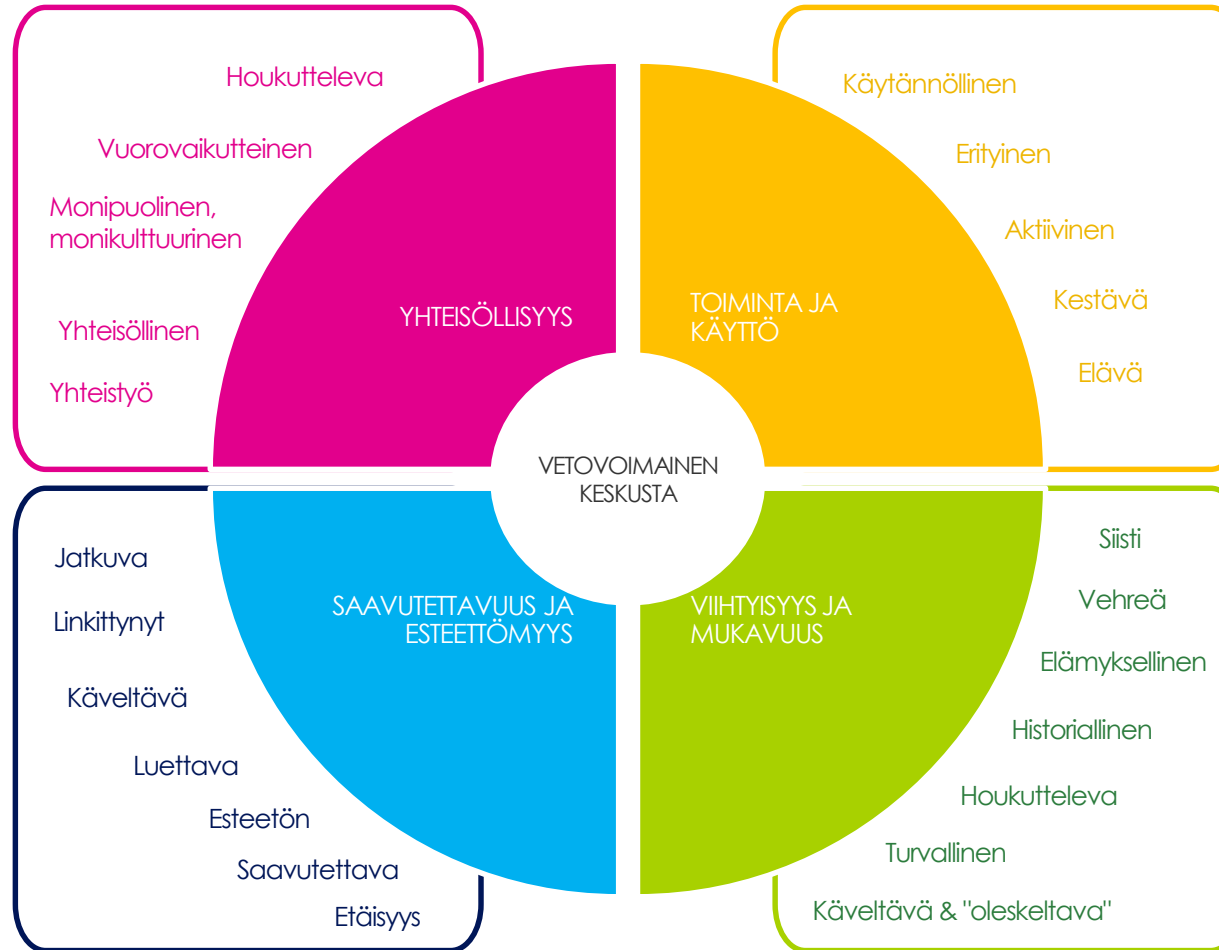
PLACEMAKING (PROJECT FOR PUBLIC SPACES)

Mittarit:

- Naisten, lasten ja ikääntyneiden määrä kaupunkitilassa
- Ilta-aikainen käyttö
- Vapaaehtois-toiminta
- Sosiaaliset verkostot
- Kaupunkielämä

Mittarit:

- Liikennedata
- Kulutapajakauma
- Jalankulkijoiden määrä
- Pysäköintiratkaisut



Mittarit:

- Yritysten paikallistomistus
- Maankäytön tavat
- Kiinteistöjen arvo
- Vuokrataso
- Vähittäiskauppa

Mittarit:

- Rikostilastot
- Siisteystaso
- Rakennusten kunto
- Ympäristödata

KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

ELINVOIMAISEN KAUPUNKIYMPÄRISTÖN 12 LAATUKRITEERIÄ (JAN GEHL)

NAUTINNOLLISUUS

Mittakaava

“Human scale”: Aistit, käyttäytyminen, liikkuminen, mittasuhteet

Mahdollisuus nauttia ilmastosta

aurinko / varjo, lämpö / viileys, tuulenvire / ilmastointi

Esteettisyys & positiiviset aistikokemukset

Näkymät, näköalat, blue & green, suunnitteluratkaisujen laadukkuus, mielenkiintoiset yksityiskohdat

MUKAVUUS

Käveltävyys

Katutilan soveltavuus ja pintojen laadukkuus, katukuvan mielenkiintoisuus, esteettömyys

Oleskelu

Reuna-alueiden mielenkiintoisuus, määritellyt paikat oleskelulle, jäämiseen kannustaminen

Istuminen

Istumisvyöhykkeet, ensi- ja toissijaiset istumismahdollisuudet, penkit levähtämiseen

Näkeminen

Näkemäetäisyydet, näkymien esteettömyys ja mielenkiintoisuus, valaistus

Kuuleminen & juttelu

Melutason mataluus, penkkien asettelu

Leikki ja tapahtumat

Fyysisiin toimintoihin, leikkiin, tapahtumiin ja rentoutumiseen vuorokauden ja vuoden ympäri kutsuvat tilat

SUOJAUVUUS

Liikenne ja onnettomuudet

Suoja liikenne- ja muilta onnettomuuksilta, pelko liikenteestä

Rikokset ja väkivalta

Turvallisuuden tunne: katutilan eläväisyys, valvonta, päällekkäiset toiminnot

Epämiellyttävät aistituntemukset

Tuuli, sateet, kylmyys, kuumuus, saasteet, melu, pöly

KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

MASLOW'N TARVEHIERARKIA

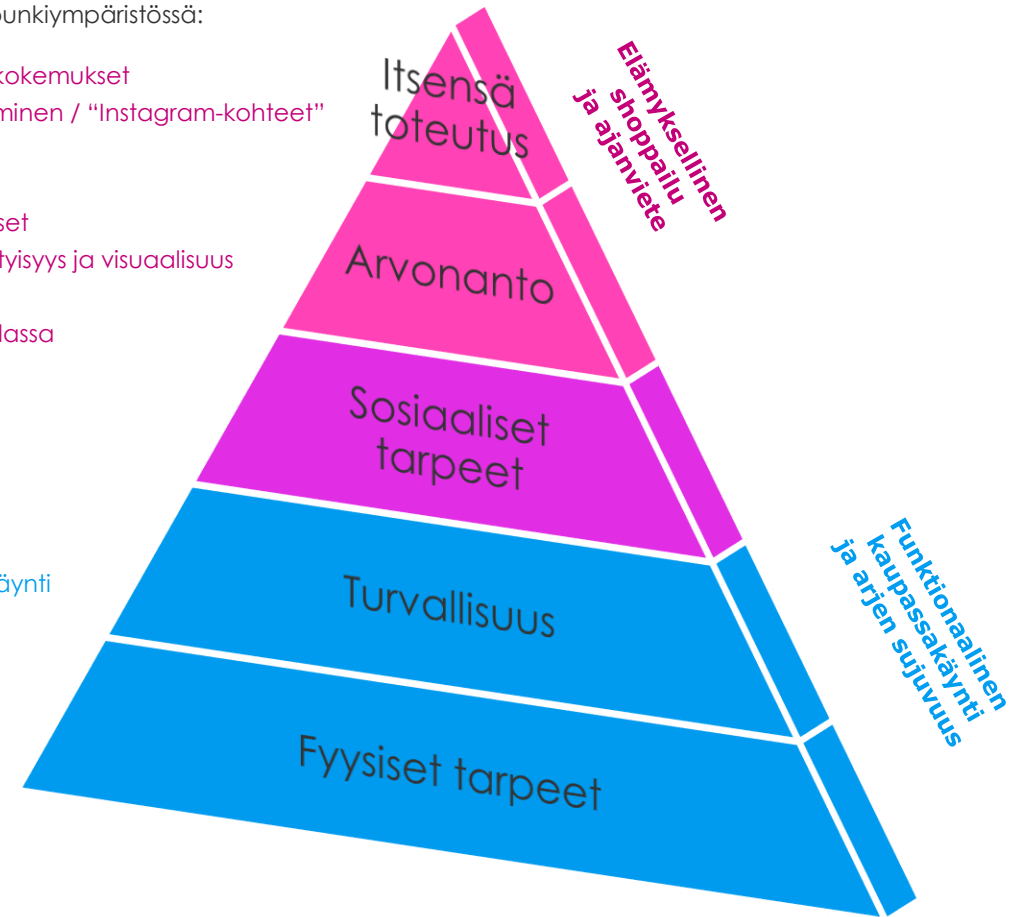
Ohessa on esitetty Maslow'n tarvehierarkia, joka on tuotu kaupalliseen ja kaupunkiympäristölliseen viitekehykseen.

Kaupunkikeskustan kaupan tulee tarjonnallaan vastata ennen kaikkea keskustassa asuvien ja siellä asioivien fyysisiin tarpeisiin. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi tarjonnaltaan monipuolisia päivittäistavara-kauppoja riittävän lähellä (alle 600 m) kotia tai työpaikkaa. Lisäksi arjessa tarvitaan myös muita palveluita (esim. ravintolat ja kahvilat, parturi-kampaamot, pankit, terveydenhoito) mielellään kävelyetäisyydellä.

Perustarpeiden tyydyttämisellä keskusta ei kuitenkaan vielä luo itselleen kilpailuetua ja vetovoimaa, vaan ne syntyvät siirryttäessä tarvehierarkiassa korkeampiin tasoihin. Näistä sosiaaliin tarpeisiin, arvonantoon ja itsensä toteutukseen vastaavat kaupunkiympäristölliset ja kaupalliset kokonaisuudet synnyttävät omaleimaisia, uniikkeja ja elämyksellisiä kokemuksia, minkä seurauksena keskustaan halutaan tulla yhä uudestaan. Nämä voivat syntyä esim. kaupunkikulttuurista ja –ympäristöstä, tapahtumista, kampanjoista, kohtaamisista sekä paikallisuudesta.

Esimerkkejä soveltamisesta kaupunkiympäristössä:

- Ainutlaatuiset elämykset ja kokemukset
- Sosiaalisen median päivittäminen / "Instagram-kohteet"
- Kulttuuri
- Tapahtumat
- Kohtaamispaikat, kohtaamiset
- Rakennetun ympäristön viihtyisyys ja visuaalisuus
- Historian näkyminen tilassa
- Ravintolaelämykset ja kahvilassa istuminen
- Rannat ja viherympäristöt
- Elämyksellinen shoppailu
- Muistojen muodostaminen
- Sosiaaliset kohtaamiset
- Hengailu/oleskelupaikat
- Arjen ostokset ja kaupassakäynti
- Arkea helpottavat palvelut
- Syöminen / juominen
- Saavutettavuus
- Liikkuminen
- Esteettömyys
- Opastus
- Istuminen / lepääminen
- Turvallisuus
- Suoja, lämpö



KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

PAIKKOJEN VERKOSTON KEHITTÄMINEN



Etäisyys koetaan fyysisen välimatkan sekä psyykkisten, matka-aikaa hidastavien tai kulkemista haittaavien tekijöiden summana. Kaupallisessa keskustassa tämän kokonaisetäisyyden minimoiminen on ensiarvoisen tärkeää; palveluiden tulee sijaita tiiviisti toistensa läheisyydessä, jolloin niiden väliset matkat ovat lyhyitä ja kaupat koetaan helposti saavutettaviksi.



Vähittäiskaupan kannalta kriittisen etäisyyden on todettu olevan vain noin 10–25 metriä. Tämä tarkoittaa sitä, että kauppojen välisen matkan ollessa yli 25 metriä muodostuu jo selvä este hakeutua seuraavaan, kaukaiseksi koettuun kohteeseen ja jatkaa näin kulkemista kaupunkirakenteessa. Kriittinen etäisyys ylittyy Suomessa useasti jo pelkästään kadun ylityksellä.



Epäviihtyisä kaupunkiympäristö ja erilaiset fyysiset esteet lisäävät myös etäisyyden tunnetta. Erityisen suuri merkitys tällä seikalla on, kun mietitään tietyn alueen soveltumista liiketoiminnalliseen käyttöön sekä sitä, mikä merkitys kokonaisetäisyyksillä on ihmisten ostokäyttäytymiseen ja mahdollisuuksiin hakeutua alueella sijaitsevien kaupallisten palveluiden. Kadulla oleva liian pitkä suljettu näyteikkunasarja tai passiivinen seinätila voi lisätä suurestikin tunne-etäisyyttä ja estää hakeutumisen edessäpäin oleviin liikkeisiin tai kohteisiin.



Palveluiden sijoittuminen vertikaalisesti useaan kerrokseen pidentää etäisyyden tunnetta moninkertaisesti verrattuna etäisyyden muutoksiin horisontaalisella tasolla: yhden kerroksen nouseminen vastaa psyykkisesti jopa yli 100 metrin etäisyyttä katutasolla.



Suuret tyhjät aukiot ja torit rajoittavat kulkemista kaupunkirakenteessa. Kun aukiolla tai torilla on elämää, ihmisiä ja torimyyjiä, etäisyyden tuntua ei pääse syntymään, mutta aukion ollessa tyhjä tai pysäköityjen autojen täyttämä koetaan sen ylittäminen liian pitkänä matkana.

220 m

Jalankulkijan reagointia ympäristöönsä tutkittaessa on havaittu hänen mielenkiintonsa lakkaavan kauniissakin ympäristössä noin 220 metrin jälkeen. Samalla on kiinnitetty huomiota siihen, että useissa orgaanisesti kasvaneissa kaupungeissa jalankulkijan taipaleeseen on, vaistomaisesti tai tarkoituksella, järjestetty katkos paikan muodossa sellaisten välimatkojen päähän toisistaan, että ympäristön viehättävyys kasvaa uudestaan. Tällöin paikan tarkoituksena on auttaa kulkijaa toipumaan kuljetun matkan rasisuksista ja nostaa seuraavan matkaosuuden viehättävyys huippuunsa houkuttellen näin suuntaamaan eteenpäin.



Paikat voivat tuottaa esteettisiä, maisemaan tai kaupunkikuvaan liittyviä kokemuksia, jolloin kyseessä ovat usein puistot, rannat, aukiot, torit tai kadut ja niissä olevat kiintopisteet sekä kaikki talojen välinen tila, suunniteltu tai suunnittelematon, joka on julkista ulkotilaa. Paikkoihin voidaan liittää myös sosiaalisia kokemuksia, jolloin kyseessä ovat useasti alueet, joissa syntyy paljon ihmisten välisiä kohtaamisia. Esteettisten ja sosiaalisten elämysten lisäksi paikat voivat tarjota toiminnallisia, psyykkisiä, fyysisiä ja kulttuurisia kaupunkikokemuksia.



Paikkojen järjestelmälle on tunnusomaista se piirre, että paikkojen välinen etäisyys on keskimäärin noin 200–220 metriä, mutta erityisen laadukkaasti rakentuneissa kaupungeissa etäisyys on vieläkin lyhyempi. Inhimillisesti rakentuneissa kaupungeissa paikat toimivat jalankulkijoiden tukikohtina ja niiden sijoittuminen kaupunkirakenteeseen luo sopusointua ja rytmiä. Tällöin tuloksena on korkealaatuinen ja virikkeitä tarjoava kaupunki, jossa jalankulkija löytää uusia suunnistumahdollisuuksia ja kokee vaihtelua ennen väsymistään.

KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

PAIKKOJEN VERKOSTON KEHITTÄMINEN

Oheisella kartalla on esitetty Lahden keskustan paikkojen verkostoa sekä toisaalta kokemusta heikentäviä alueita. Kaupallisesti tärkeää on, että keskusta luo mielenkiintoisen ympäristön erilaisine kiintopisteineen (solmut) sekä näitä yhdistävine mielenkiintoisine reitteineen (linkit).

1. Nykyisellään jäsentymätön alue, jota tuleva Ranta-Kartano tulee selkiyttämään – matka satamaan tuntuu pitkältä
2. Uusi taide- ja julistemuseo, Malskin toimintakeskus luo destinaation Rautatienkadun toiseen päähän – estevaikutuksena puisto ja mäki välissä, viimeinen "etappi" Vapaudenkadulta pohjoiseen heikko.
3. Estevaikutus kävelijöille: Trion ylikulkusilta yhdistettynä pysäköintihallin sisäänkäyntiin erottaa kulttuurivyöhykkeen toiminnallisesti ydinkeskustasta. Toinen katkos reitillä on Paavolan ostosalueen sijainti erillisenä ydinkeskustasta – pitkältä tuntuva etappi mittakaavan ja virikkeettömyyden seurauksena
4. Passiiviset julkisivut, parkkikenttiä, autovaltaista, pitkiä kortteleita kävelijälle.
5. Hiljentynyt putiikkikatu, jonka varrella tyhjiä liiketiloja ja paljon kadunvarsipysäköintiä
6. Jäsentymätön, ei-intuitiivinen etappi matkalla ydinkeskustaan Matkakeskuksesta – käyntikortti ja vierailijan ensimmäinen kosketus Lahteen. Mannerheiminkadun ylitys.



Puistot ja aukiot



Kulttuuri- ja viihdekohteet



Majoitus



Matkakeskus



Kauppatori



Keskussairaala



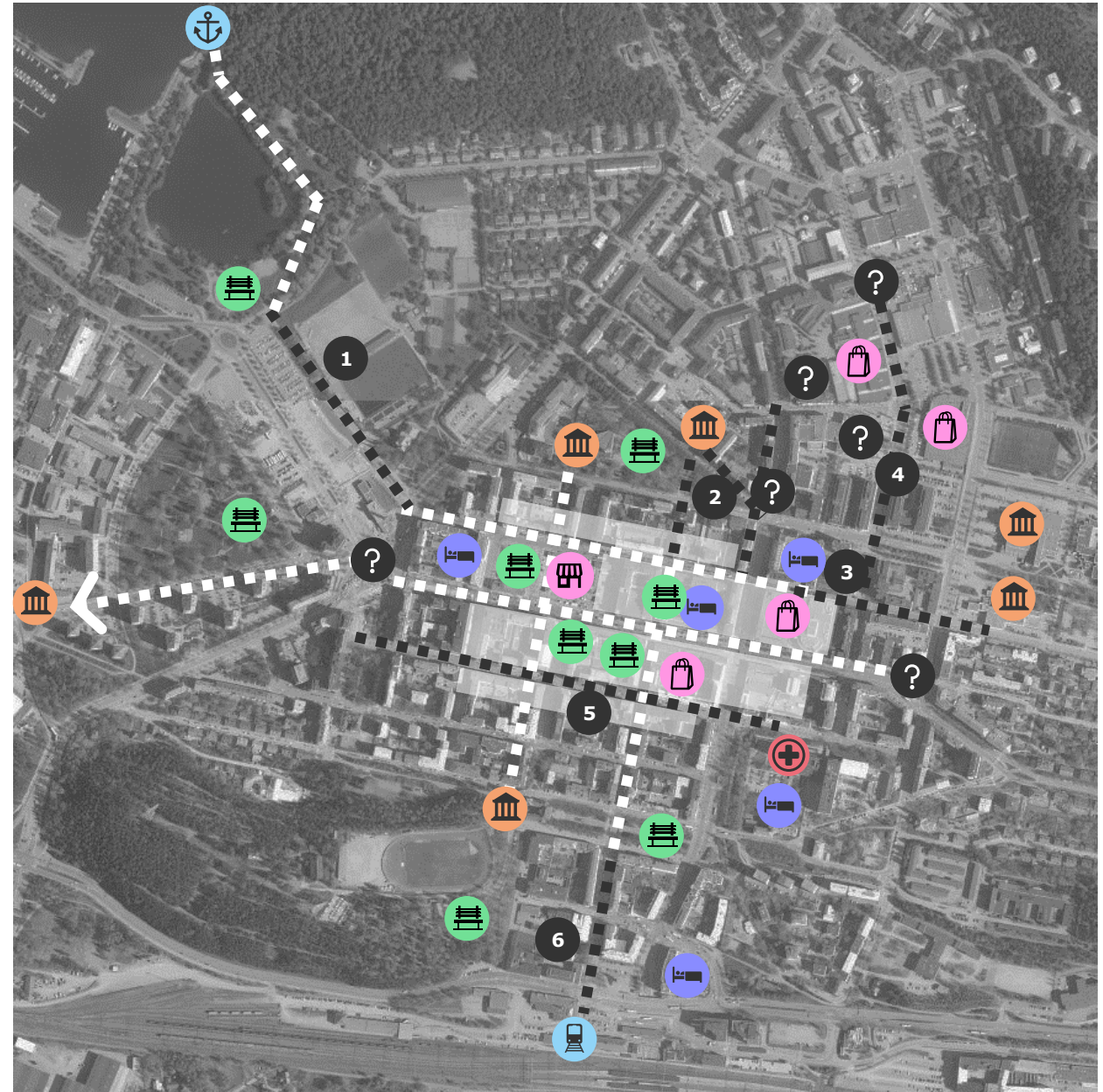
Katkos paikkojen verkostossa



Matkustajasatama



Tavaratalot ja marketit



KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

KATUTASON KIINTEISTÖJEN KEHITTÄMISPERIAATTEITA



Liikejulkisivujen tulee erottua muusta rakennuskannasta, jotta kuluttaja löytää kaupalliset palvelut ja näkee, mihin ne rajautuvat. Esim. Ikkunoiden ja sisääntulon korostaminen (palkkirakenteet, väriraidat, eriväriset pinnat, erilaiset materiaalit, erilaiset ikkunankarmit), arkadit sadesuojina ja hellesään viilentäjinä, liiketilan ja brändin näkyminen kadulle, riittävästi valoa, valaistus ilta-aikaan ikkunashoppailun mahdollistamiseksi aukioloaikojen ulkopuolella



Kaupallisen toiminnan näkyminen ja avoimuus herättää mielenkiinnon. Näyteikkunoista välittyvä tekeminen ja ostoympäristön näkyminen kadulle houkuttelee lähestymään. Esim. teippausten käyttäminen hillitysti näkyvyyden säilyttämiseksi ulkoa sisälle ja toisin päin (esim. ravintoloiden ikkunapaikat)



Herätteellisyys jo katutilassa ja julkisivussa lisää ostamista. Esim. tuotteiden esille laitto houkuttimeksi katutilaan, avoimet ovet ja aistikokemukset kadulle asti (musiikki, tuoksut), näyteikkunan avautuminen jalkakäytävälle, mahdollisuus pysähtyä liikkeen edustalle (penkit, pienet kahvilapalvelut)



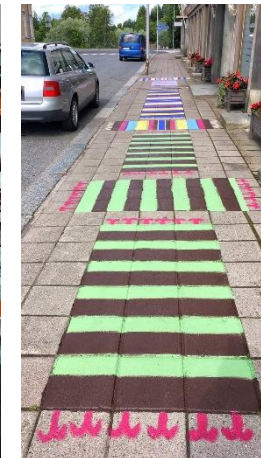
Mukava miljöö houkuttelee asiakasta viipymään ostoksilla pidempään. Esim. Pysähdyspaikat asiakkaille (mm. lapsiperheet ja ikäihmiset) kuten terassit, pöytäryhmät, parklet (parkkipaikan muuttaminen terassiksi), kausi-ikkunat, kulun helppous (katukivetysten korkeus, riittävän leveät väylät ohittamiselle), tilaa pop up-toiminnalle (kojut, esiintyjät)



Tilojen rakentaminen monimuotoisiksi sisältä ja ulkoa todennäköisesti nostaa jälleenvuokrausastetta. Esim. ulos levittäytymisen mahdollisuus, kuten terassit, koristeet, A-standit, esillepano ja parkletit.



Ilmeeton ja rapistunut tila houkuttelee vandalismia ja laskee kaupallista vetovoimaa. Tällöin kannattaa kehittää tyhjiä ja epämääräisiä pintoja tai nostattaa ilmettä kiinnittämällä huomio toisaalle muilla huomioelementeillä. Näiden elementtien tulee tukea alueen identiteettiä, imagoa ja kulkijan elämystä. Esim. murallit, mainonta, kuvitukset kadussa, pyöräparkit, penkit, istutukset, betoniporsaat



KAUPALLISESTI VETOVOIMAINEN KESKUSTA

YHTEENVETO: LAHDEN KESKUSTAN KAUPALLINEN SWOT

Vahvuudet

- Vahva maakuntakeskus
- Tiivis kaupunkirakenne
- Lahden keskustan täydennysrakentaminen ja väestönkasvu
- Vahva kaupallinen imago ja tarjonta; ostovoiman virtauksen kohde, kivijalkakaupan määrä keskustassa
- Hyvät päivittäistavarakaupan lähipalvelut keskusta-alueella
- Keskusta tunnustetaan vapaa-ajan ja viihtymisen paikkana; monipuolinen ravintola- ja viihdetarjonta
- Suuret keskustan kehittämishankkeet toteutettu (esim. toriparkki)
- Saavutettavuus eri kulkumuodoilla
- Kävelykeskusta ja -kadut, katuvihreä
- Urheilu- ja tapahtumakaupungin imago, vahva paikallisbrändi
- Keskustan kehittämisen tahtotila ja tavoitteet

Mahdollisuudet

- Verkkokauppa ja kaupan monikanavaisuus luo mahdollisuuksia uusille palvelukonsepteille myös kivijalassa
- Toimijoiden (yrittäjät, kiinteistönomistajat, kaupunki) yhteistyön tiivistäminen, uudet yhteistyömallit
- Keskustan täydennysrakentaminen, mixed use -konseptit
- Co-working ja co-living -konseptit
- Ranta-Kartanon ja sataman alueen, Matkakeskuksen ja Paavolan alueen toiminnallinen kytkeminen keskustaan

Heikkoudet

- Trion kauppakeskuksen ja Sokoksen tavaratalon haasteet; joutuneet supistamaan kaupan tarjontaa
- Tyhjät liiketilat muodostavat katkoksia keskustan kaupalliseen rakenteeseen; tyhjiin liiketiloihin haastavaa löytää uusia toimijoita
- Joidenkin keskustan kaupallisten kiinteistöjen kunto
- Passiiviset julkisivut varsinkin keskustan ja Paavolan alueen välillä
- Keskustan rooli suhteessa vahvoihin kaupan alueisiin keskustan ulkopuolella

Uhat

- Väestön ikääntyminen ja markkina-alueen väestönkasvun pienentyminen; kokonaisostovoiman kehitys?
- Verkkokaupan kasvu, mikäli mahdollisuuksia ei osata hyödyntää
- Ei osata katsoa kokonaisuutta; kehitetään pelkästään omaa kiinteistöään tai toimintaansa näkemättä miten se vaikuttaa keskustan kokonaiselävyyteen, ei jaeta tietoa
- Korona-pandemian vaikutukset keskustoihin ja kaupan toimialaan lyhyellä ja pitkällä aikajänteellä?

6

LAHDEN KAUPALLISEN KESKUSTAN VISIO

KESKUSTAN KAUPALLINEN VISIO

MIKSI LAHDEN KESKUSTAAN TULLAAN ASIOIMAAN VUONNA 2030?

Lahden keskustan kaupallista visiota mietittäessä, keskeinen kysymys on, **mitkä Lahden keskustaan tullaan asioimaan vuonna 2030** – mitkä ovat keskustan kilpailuvaltit ja toisaalta missä asioissa keskusta ei pärjää suhteessa ulkopuolisiin kaupan alueisiin tai vaikkapa verkkokauppaan?

Kaupallisesti keskustalla on monia merkityksiä ja nämä riippuvat aina tarkasteltavasta henkilöstä ja hänen tarpeistaan ja odotuksistaan.

Keskustaympäristöjen on erittäin haastava kilpailla keskustojen ulkopuolisten kaupallisten keskusten kanssa tavaravaihdannan logistisen sujuvuuden näkökulmasta; keskusta jää aina alakynteen, kun puhutaan autoliikenteen sujuvuudesta, pysäköinnin helppoudesta tai huoltoliikenteen järjestämisestä. Keskustoilla on kuitenkin tiettyjä vetovoimatekijöitä ja vahvuuksia, joita korostamalla keskustan roolia kaupallisessa verkostossa voidaan parantaa. Tällaisia ovat mm.

- Vahva lähiasutus; keskustassa ja sen ympärillä sijaitsee tiiviisti asukkaita, joille keskusta tarjoaa arjen asiointiympäristön ja luontaisen kulutuskohteen
- Kaupunkikulttuuri, -ympäristö ja historia luovat ainutlaatuisia kokemuksia, elämyksiä, virikkeitä ja yllätyksiä, joita on mahdotonta kopioida
- Monipuolinen palvelukokonaisuus, jossa kaupallisten palveluiden lisäksi alueella voi monipuolisesti kokea kulttuuri-, viihde-, tapahtuma ja ravintolapalveluita
- Ympäristöt, joissa sijaitsee myös ei-kaupallista tilaa
- Mielenkiintoinen ja erityislaatuinen paikallisryittäjien tarjonta



KESKUSTAN KAUPALLINEN VISIO

LAHDEN KESKUSTASSA ASIOIVIEN JA TOIMIVIEN TARPEITA

Oheiseen kuvioon on koottu Lahden keskustan keskeisten käyttäjäryhmien ominaisuuksia ja tarpeita. Esitystapa on suuntaa-antava.



Keskustan asukas

- Asuu ja asioi Lahden ydinkeskustassa tai sen tuntumassa; keskusta on lähiasiointipaikka
- Käyttää keskustan palveluja monipuolisesti, arjen päivittäistavaraostoksista suurempiin ostoksiin, ja ravintola-, viihde- ja hyvinvointipalveluihin
- Keskustassa paitsi asioidaan, myös vietetään vapaa-aikaa kaupunkielämää seuraten, perheen ja ystävien kanssa tavaten ja puistoissa rentoutuen
- Liikkuu pääasiallisesti kävellen tai pyöräillen
- *Odottaa Lahden keskustan tarjoavan sujuvaa arkea, hyviä ja monipuolisia lähipalveluita*



Keskustassa asioiva

- Asuu Lahden keskustan ulkopuolella muualla kaupungissa tai ympäryskunnissa
- Asioi säännöllisesti keskustassa mm. erikoiskaupan ja palvelujen houkuttelemana, painottuen erityisesti viikonloppuihin.
- Liikkuu pääasiallisesti henkilöautolla tai julkisella liikenteellä
- *Odottaa Lahden keskustalta jotain enemmän – palvelukokemusta, kaupunkikulttuuria, monipuolista tarjontaa sekä erilaisten tarpeiden yhdistämistä (kauppa + ravintola + viihde)*



Keskustassa vierailija

- Vieraillee Lahdessa ensimmäistä kertaa tai satunnaisesti, voi saapua muualta Suomesta tai ulkomailta
- Asioi Lahdessa joko vapaa-ajan matkalla tai työmatkalla, esim. Salpausselän kisojen, messujen, konferenssin tai kaupunkiloman merkeissä
- Liikkuu pääasiallisesti hyödyntäen kaikkia kulkumuotoja; kävellen, kaupunkipyörällä, taksilla, julkisella liikenteellä ja/tai henkilöautolla.
- *Odottaa Lahden keskustalta erityisesti elämyksellisyyttä, helppoutta, turvallisuutta sekä mukavia ravintola- ja kahvilapalveluita.*



Elinkeino- harjoittaja

- Toimii Lahden keskustan alueella elinkeinonharjoittajana
- Toimii omassa tai vuokratussa liikekiinteistössä, jossa asiakkaat ja mahdolliset tavarantoimittajat / yhteistyökumppanit vierailevat säännöllisesti.
- Mahdollisuus käyttää katutilaa toiminnassaan, esim. kadulle levittäytymiseen
- *Odottaa Lahden keskustalta, että se tarjoaa jatkuvia asiakasvirtoja, hyvää saavutettavuutta sekä sujuvia huolto- ja logistiikkayhteyksiä.*

LAHDEN KESKUSTAN KAUPALLINEN VISIO

KULMAKIVET JA LÄPILEIKKAAVAT TEEMAT



Paikallisuus ja identiteetti

Lahten keskusta on omaleimaisesti lahtelainen. Alueella näkyvät esimerkiksi urheiluperinne ja karjalaisuus.



Sujuva arki

Keskusta tarjoaa puitteet sujuvan arjen järjestämiselle; kaikki tärkeimmät palvelut ovat kävellen saavutettavissa.



Viihtyisä katutila

Keskustan katutila tarjoaa elämyksiä ja silmänruokaa. Eri alueiden omaleimaiset toiminnalliset profiilit näkyvät katutilassa. Viihtyisä katutila lisää asiakasviihtyisyyttä ja keskustan käyttöä.



Tapahtuma- ja kulttuurikaupunki

Lahti on aktiivinen ja ympärivuotinen tapahtumakaupunki, mikä tuo asiakasvirtoja keskustan palveluille.



Kestävyys

Kestävyys ja ilmastopäätökäupunkiperinne näkyy keskustassa tulevaisuudessakin. Kaupan näkökulmasta tämä tulee esiin esim. tarjonnassa ja konsepteissa, saavutettavuudessa sekä kiertotaloudessa.



Toimijoiden välinen yhteistyö

Vetovoimaisen kaupunkikeskustan toteutuminen edellyttää tiivistä yhteistyötä; yhteistä ideointia, hybridikonsepteja, tapahtumia ja esim. yhteishankintoja.

LAHDEN KESKUSTAN KAUPALLINEN VISIO

RAKENNUSPALIKAT OSA-ALUEITTAIN

- Tuttavien kohtaamispaikka
- "kaupunkilomafiilis"
- Riittävästi ei-kaupallista tilaa, jossa viettää aikaa
- Tilapäiskäytöt



KAUPUNKIELÄMÄ

SAAVUTETTAVUUS

- Keskustan saavutettavuus kaikilla kulkumuodoilla
- Hyvät pysäköintimahdollisuudet autoille ja pyörille, keskitetty autopysäköinti
- Keskustan miellyttävät ja turvalliset sisäiset yhteydet
- Kävely ja pyöräily näkyvät selkeästi katukuvassa



VISIO

KAUPALLISESTI
VETOVOIMAINEN
JA ELÄVÄINEN
LAHDEN KESKUSTA



TOIMINNOT

VIIHTYISYYS

- Paikalliset lahtelaiset kaupan konseptit
- Vahvat kaupalliset solmupisteet ja niiden väliset profiloitunut/brändätyt linkit
- Toiminnalliset aluebrändit
- Ympärivuotiset tapahtumat
- Aito ja aktiivinen karjalaisten tori
- Pop up -toiminta



- Saapujalle tulee olo että on astunut keskustaan
- Kiinnostavat etapit ja reitit
- Elävät julkisivut
- Liittyminen viheralueisiin
- Turvallisuus
- Rosoisuus

KAUPUNKIELÄMÄ



KESKUSTAN
ASUKAS

- Vapaa-ajan vietto yksin tai yhdessä (perhe, ystävät, muut kaupunkilaiset)
- Luontevat kohtaamispaikat, joissa altistuu sosiaalisille kohtaamisille
- Julkista, kaikille avointa kaupunkitilaa oleskeluun
- Asuntotarjontaa myös lapsiperheiden tarpeisiin



KESKUSTASSA
ASIOIVA

- Viikonlopun tapahtumat ja keskustaelämä houkuttelevat asioimaan keskustassa esim. kauppakeskusten sijaan
- Kaupunkilomatunnelma
- Työskentelymahdollisuuksia myös oman toimiston ulkopuolella



KESKUSTASSA
VIERAILIJA

- Kaupunkielämän elävöittämiä yhteyksiä ja teemakokonaisuuksia, jotka johdattavat keskustan erilaisten kaupallisten ja esim. kulttuurihistoriallisten kohteiden äärelle



ELINKEINON-
HARJOITTAJA

- Vetovoimaiset paikat ja tapahtumat, jotka houkuttelevat asiakasvirtoja
- Jalkautuminen asiakkaiden lähelle
- Infraa mahdollistamaan elämyksiä

TOIMINNOT



KESKUSTAN
ASUKAS

- Monipuolinen palvelu- ja tuotevalikoima, ei tarvetta lähteä keskustan ulkopuolelle arkena tai viikonloppuna
- Paikallisympäyden tukeminen paikallisilla tuotteilla ja ilmiöihin linkittyvillä tapahtumilla, tuotteilla ja palveluilla (ml. Lähiruoka)
- Eläväinen tori
- Tulevaisuuden palveluiden ja toimintojen kysynnässä korostuvat viihde- ja kulttuuritoiminnot, sekä kahvilat ja ravintolat



KESKUSTASSA
ASIOIVA

- Kiinnostavat vahvat kaupalliset konseptit
- Palvelujen sijainnin helppo hahmottaminen ja asiointien yhdistäminen alueiden selkeän profiloitumisen kautta
- Kivijalkakaupan tulee satsata palveluiden lisäksi verkkokauppaan, markkinointiin ja uudenlaisiin teknologisiin sovelluksiin.
- Yhteistyö, julkisen ja yksityisen palvelun limittyminen, vähemmän rajoitteita.



KESKUSTASSA
VIERAILIJA

- Uniikit paikalliset tuotteet ja palvelut (mm. karjalaisuus, rosoisuus, urheilu, kestävyys)
- Kiinnostavat teemakadut ja -alueet tutkittavaksi, sekä kaupungin brändin kärjet näkyviksi kaupunkitilaan (urheilu, muotoilu, kestävä kehitys), vetovoimaiset tapahtumat ja niiden ympärille syntyvät tuote- ja palvelukonseptit
- Monipuolinen valikoima majoitusta saatavilla erilaisiin tarpeisiin (vapaa-ajan matka, seminaarimatka)



ELINKEINON-
HARJOITAJA

- Ympärivuotisista tapahtumista ja toiminnoista uusia asiakasvirtoja ja mahdollisuuksia oman liiketoiminnan kehittämiseen (mm. Pop up -toiminta)
- Alueiden profiloitumisesta ja paikallisuudesta tukea ja sisältöjä kaupallisiin konsepteihin ja toimijoiden väliseen yhteistyöhön
- Verkkokauppaan liittyvien toimintojen mahdollistaminen, esim. showroomit, imaginary storet ja noutopisteet
- Toimistotilojen muuntojoustavuus, esim. etätöiden lisääntymiseen varautuminen. Myös toimistoja koskevien palvelukonseptien kehittyminen, mm. lounaspalvelut ja co-working -tilat
- Erityisesti katutaso laadukkaat liiketilat ja tyhjien liiketilöiden hyödyntäminen väliaikaisesti, palvelutarjonnan uusiutuminen

SAAVUTETTAVUUS



KESKUSTAN ASUKAS

- Sujuva ja miellyttävä kulkeminen kävellen ja pyöräillen koko keskustan alueella
- Hyvät pyöräpysäköintimahdollisuudet
- Mahdollisuus myös saattoliikenteelle, esim. kotiinkuljetukset ja suurempien ostosten kuljettaminen henkilö- tai pakettiautolla



KESKUSTASSA ASIOIVA

- Keskustaan on helppo saapua eri kulkumuodoilla
- Hyvät henkilöauton pysäköintimahdollisuudet kävelyetäisyydelle palvelukeskittymistä
- Laadukkaat bussipysäkit kävelyetäisyydelle palvelukeskittymistä
- Teema-alueiden sujuva ja kävelemään houkutteleva verkosto, ei tarvetta siirtyä henkilöautolla keskusta-alueen sisäisiä matkoja



KESKUSTASSA VIERAILIJA

- Sujuvat matkaketjut, esim. keskustan saavutettavuus Matkakeskukselta saapuessa
- Reittiverkosto, joka ohjaa kaupunkia vain hieman tai ei lainkaan tuntevaa palvelukeskittymien äärelle



ELINKEINON-HARJOITTAJA

- Asiakkaille ja yhteistyökumppaneille mahdollisimman sujuva saavutettavuus
- Mahdollisimman sujuvat tavarantoimitukset, huolto ja muu logistiikka (nouto- ja jakelupisteet, pienlogistiikan uudet kuljetusratkaisut)
- Pikapysäköinti (max. 30 min) säilytettävä soveltuvilla alueilla
- Liikumisväylien ja katutilaan laajentuvien toimintojen (esim. terassit) yhteensovitus

VIIHTYISYYS



KESKUSTAN ASUKAS

- Keskustassa on penkkejä joissa viivähtää ja puita luomassa varjoa oleskelulle myös aurinkoisina päivinä, ja kesäisin esimerkiksi terasseja ja puistoja oleskeluun
- Keskusta uudistuu toiminnallisesti säännöllisesti, katutilassa esim. testataan uusia ratkaisuja ja sinne tuodaan ympäristötaidetta
- Keskustassa on turvallista asua ja liikkua, siisteys
- Toimintoja myös lapsiperheille



KESKUSTASSA ASIOIVA

- Kiinteistöjen julkisivut ovat miellyttäviä ja liikkeiden tarjonta avautuu kadulle luomaan tunnelmaa ja tarjoutuu ohikulkijalle
- Liike- ja palvelutarjonta ei rajoitu katutasoon, vaan yläkerrasta löytyy lisää koettavaa



KESKUSTASSA VIERAILIJA

- Eläväinen keskusta luo vierailijalle tunteen, että on saapunut keskusta
- Keskustan arkkitehtuuri on kerroksellista ja keskustassa näkee Lahden upean kaupunkiakselin, jonka näkymiä korostetaan mm. valaisemalla
- Ympäristöpääkaupungin luonne näkyy myös katukuvassa, viihtyisiä vehreitä keitaita joissa voi oleskella tai esimerkiksi nauttia take-away -lounaan



ELINKEINON-HARJOITTAJA

- Mahdollisuus ottaa kaupunkitilaa käyttöön esim. tapahtumiin ja tuotteiden näytteille asettamiseen liiketilojen ulkopuolelle
- Uusia, toimintoja laajentavia hybriditoimintoja, kuten yhteistyötä taiteilijoiden kanssa tai esim. kahvilan ja kirjakaupan yhdistäminen
- Liiketilojen avautuminen katukuvaa luomaan mm. julkisivuun panostamalla

KESKUSTAN KAUPALLINEN VISIO

KAUPAN KASVUSUUNNAT

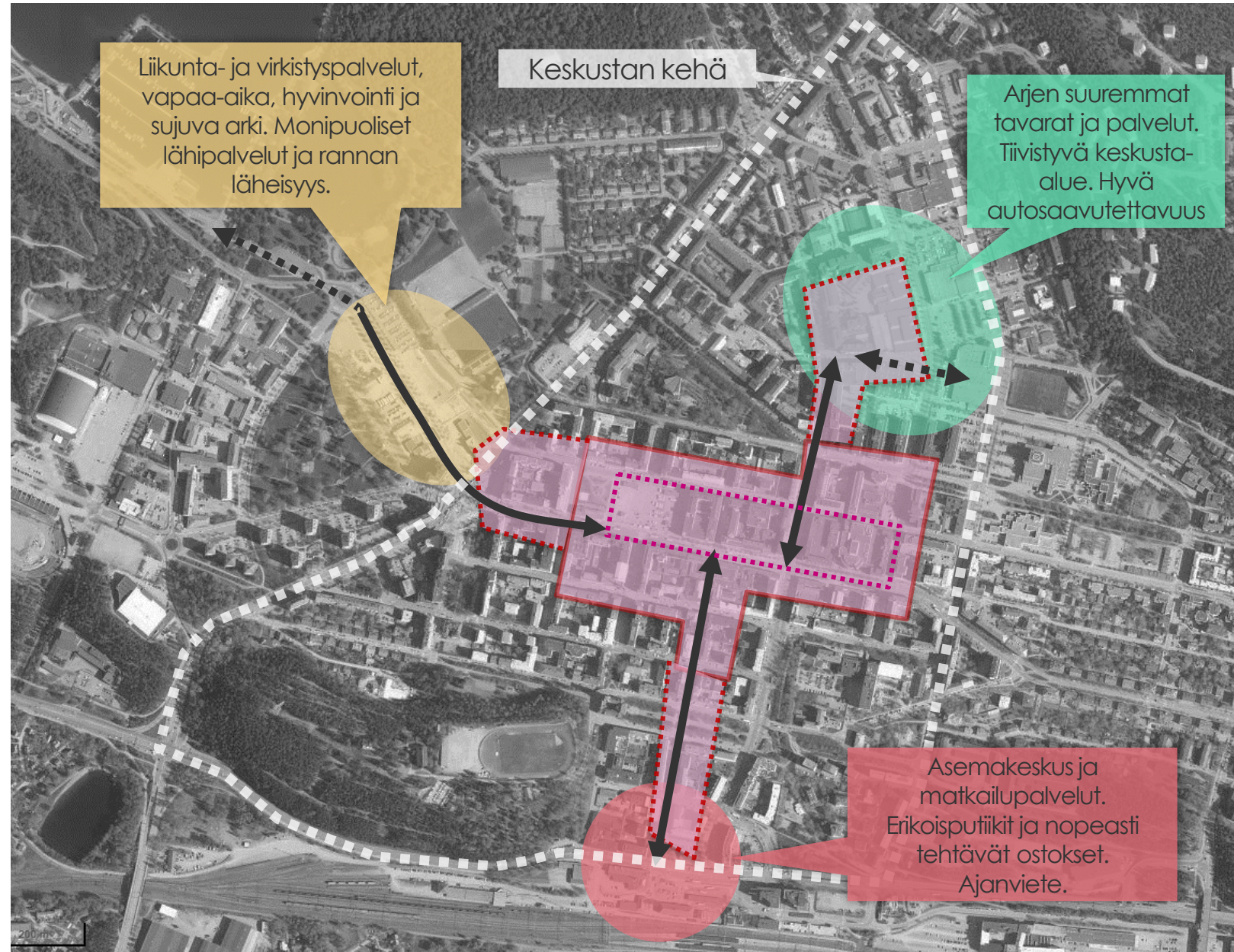
Lahden keskustan kaupallisena tavoitteena on laajeneminen ja tiivistyminen ydinkeskustan (Trio-tori – akseli) ympärillä sekä keskeisten kasvusuuntien mukaisesti. Kasvusuuntina on tunnistettu erityisesti Ranta-Kartanon kehittyvä alue, uudistuva Paavolan alue sekä Matkakeskus. Näitä kaikkia alueita ja niiden välisiä yhteyksiä tulee kehittää erilaisina, omiin luontaisiin vahvuksiin perustuvina kokonaisuuksina.

Uusille ja kehittyville alueille tulee muodostaa oma identiteetti ja peruste, miksi tänne alueelle tullaan viettämään aikaa. Tämän perusteella muotoutuu luonnollisesti myös kaupan ja palveluiden tarjonta.

Keskustan ja em. Alueiden välisiä yhteyksiä tulee kehittää mielenkiintoisina ja jatkuvina. Jokaiselle kadulle ei ole realistista toteuttaa jatkuvia kivijalkavyöhykkeitä, mutta tähän tulisi mahdollisuuksien mukaan pyrkiä vähintään aktiivisella 1. kerroksen käytöllä – passiivista tilaa tulee välttää. Reiteille tulisi mahdollisuuksien mukaan synnyttää hyvän kävely-ympäristön lisäksi oleskelun alueita.

Aikaisemmin esitetty laskennallinen liiketilan kasvu pystytään toteuttamaan hyvin kartalla esitetyillä alueilla. Erityisesti tulee kiinnittää huomiota uusien asukkaiden tarvitsemien lähipalveluiden syntymisen edellytyksiin. Tällaisia ovat mm. päivittäistavara-kaupat, ravintolat ja kahvilat sekä muut kaupalliset palvelut.

Akseleiden kehitymissuuntia on kuvattu tarkemmin seuraavilla sivuilla.



KESKUSTAN KAUPALLINEN VISIO

TEEMA-ALUEET

Kaupallisen vision laatimistyössä tunnistettiin 9 erilaista teema-aluetta keskustassa. Jokainen teema-alue on eri tavoin profiloitunut, perustuen alueen olemassa oleviin vahvuuksiin ja toisaalta tulevaisuuden potentiaaleihin. Suurin osa teema-alueista painottuu kaupallisiin toimintoihin, lisäksi tarkastellaan Ranta-Kartanon aluetta ja kulttuuriakselia osina paikkojen verkostoa.

Teema-alueittain tarkastellaan LIISU 2030 synnyttämiä mahdollisuuksia suuntaa-antavien esimerkkien avulla. Näiden mahdollisuuksien toteutuminen riippuu monesta tekijästä, kuten kaupan trendien kehittymisestä, sekä kaupungin ja alueiden toimijoiden tahtotilasta. Jokaista teema-aluetta on tarkasteltu erikseen seuraavilla sivuilla.

 Puistot ja aukiot

 Kulttuuri- ja viihdekohteet

 Majoitus

 Tavaratalot ja marketit

 Matkakeskus


 Kauppatori

 Keskussairaala

 Matkustajasatama

 Ostoskatu

 Ravintolakatu

 Torin ympäristö

 Moderni markettialue

 Virkistysakseli

 Urbaani tapahtumakatu

 Bulevardikatu

 Kulttuuriakseli

 Putiikkikatu



YHTEENVETO TEEMA-ALUEISTA

ALUEITTAISET KÄRJET

URBAANI TAPAHTUMA- JA TAIDEKATU

- Persoonallisia pieniä kivijalkaliikkeitä, paikallisuutta, "destinaatioita"
 - Alakulttuurista, urbaaneja tapahtumia
- Taide ja installaatiot, katutaide, oleskelu, portti uuteen museoon

TORIN YMPÄRISTÖ

- Suuri karjalaistori, perinteet yhdistyvät moderniin toteutukseen (markkinat, koirien yhtenäinen ilme, klassikot twistillä)
 - Leikkiä ja oleskelua
- Perinteisiä ja moderneja kivijalkaliikkeitä

PUTIIKKI- JA PAIKALLISKATU

- Lähipalvelut ja putiikit, persoonalliset kahvilat ja ravintolat
 - Katutilan haltuunotto

OSTOSKATU

- "Puunattu pääkatu", isompia komplekseja ja ketjuliikkeitä, ravintoloita, näyttäytymistä, kaupunkielämän seuraamista, katutilan korkea laatutaso
 - Yhtenäinen ilme, paikallisuutta ja muotoilua
- Tapahtumia jotka perustuvat kaupallisuuteen, esim. oivaltavaa sissimarkkinointia ja showroomeja

RAVINTOLA- JA VIHDEKESKITTYMÄ

- Tunnelmallinen ilta- ja yöelämän keskittymä, ravintoloita, pub crawl, viihde, elokuvateatteri
- Joukkoliikenteen hub, viihtyisää kaupunkiympäristöä myös bussin odottamiseen

GREEN STREET BULEVARDIKATU

- Viherympäristöt, laadukkaat jalkakäytävät ja pyörätiet
 - Oma design
- Ulos levittyvää kaupallista toimintaa

MODERNI MARKETIALUE

- Marketit uudella twistillä, viihtyisyys, julkisivu, kiertotalouskonseptit, noutopisteet
- Parannetaan katutilaa kävelijöille ja pyöräilijöille, lisää katupuita, laadukkaat bussipysäkit (joukkoliikennepainotteisuus)

VIRKISTYSAKSELI RANTAAN

- Kytös keskustan ja sataman välillä
- Houkutteleva reitti stadionille; reitillä on mahdollista mm. järjestää tapahtumia ja pop up -toimintaa.
 - Virkistys- ja liikunta, hyvinvointipalvelut

KULTTUURIAKSELI

- Keskustan kulttuurikohteet kokoava reitti teatterilta historialliselle museolle
 - Kulttuuritapahtumat ja -kurssit
 - Taide kaupunkitilassa
- Kulttuurielämyksiin liittyvät kahvila- ja ravintolapalvelut
- Kulttuurilinjat, teemoitellut design-pysäkit (bussi, pyörä)

URBAANI TAPAHTUMA- JA TAIDEKATU

RAUTATIENKATU

Rautatienkatu johdattaa läpi Lahden persoonallisen tunnelman, asemanseudun yöelämän keskittymästä ja nk. punaisilta lyhdyiltä kaupungintalon puistoon, näkymillään ja ainutlaatuisella putiikkitarjonnallaan lumoavan mäkiösuuden läpi Lanun keskustan sydämeen Lanunaukiolle, ja edelleen uutena yhteytenä Malskin modernin työn, kohtaamisten ja taiteen keskittymään. Rautatienkatu on vierailijalle käyntikortti Lahteen saavuttaessa, joka tuo esille paikallisen kaupunkikulttuurin erilaiset ulottuvuudet. **Rautatienkatua kehitetään kävelypainotteisena ja -katumaisena kaupunkielämän keskittymänä, jossa panostetaan paikalliseen tuotevalikoimaan, rouhean imagon esille tuomiseen tyyliä ja tapahtumaelämyksiin.**

LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Liikenteen rauhoittuminen nopeusrajoitusten alentumisen myötä mahdollistaa toimintojen levittäytymisen katutilaan sekä katuympäristön hyödyntämisen liiketoiminnassa. Katutilan poikkileikkaukselle tulisi tehdä toimenpiteitä, jotta ympäristö antaisi mahdollisuuksia kaupallisen elävyyden laajemmalle kehittämiselle (esim. jalkakäytävien leventäminen / jaettu katutila)

Rautatienkadulle voimassa olevan päätöksen mukaan kävelykatuosuus Vapaudenkatu-Hämeenkatu -välille, mikä lisää aktivointimahdollisuuksia – laajentaminen Harjukadulle?



TORIN YMPÄRISTÖ

KAUPPATORI – ALEKSANTERINKATU – VAPAUDENKATU - RAUHANKATU

Lahden kauppatori, "Lahen tori" on omaleimainen karjalaistori. Lähi tuotanto houkuttelee laadullaan ja esillepanollaan myyntipisteillä, jotka henkivät muotoilukaupungin tunnelmaa muoto- ja materiaalivalinnoilla. Suurikokoinen tori on jäsenetty erilaisiin toimintoihin, jotka parantavat kävijäkokemusta ihmisen kokoisella mittakaavalla. Torilla olevat oleskelupisteet mahdollistavat torilta ostettujen tuotteiden nauttimisen torimiljöössä, ja lisäksi tuovat uusia mahdollisuuksia pienten ja suurten tapahtumien järjestämiseen, myös kaupunkilaisten taholta. Toria reunustavissa kiinteistöissä toimii moderneja kivijalkaliikkeitä ja pop up –toimintaa. Torin ja kauppahallin välistä toiminnallista ja fyysistä kytköstä tulisi vahvistaa.

LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Pohjois-eteläsuuntaisen linja-autoliikenteen ja pysäkkien siirtyminen Trion ympäristöön vapauttaa tilaa muille toimintoille ja synnyttää viihtyisemmän sekä turvallisemman toriympäristö. Erityisesti muutos koskee Rauhankatua. Jatkossa tulee erityisesti huolehtia siitä, että asiakasvirrat johdatetaan sujuvasti torille Trion alueelta (opastus, sujuvuus, eri reittimahdollisuudet, turvallisuus). Aleksanterinkadulla suunnitelmien mukaisesti pohjoisreunalla jalankulkijoiden ja pyöräilijöiden erottelu selkeytyy, mikä parantaa Kauppatorin kytkeytymistä Trion alueeseen.

S-Marketin talon julkisivun ehostaminen ja kytkeminen toriympäristöön neljäntenä sivuna



Uudet ja modernit sekä perinteitä edustavat konseptikivijalkaliikkeet, yhtenäinen ilme

Toriparkki kokoaa keskustaan henkilöautolla saapuvat

PUTIIKIT

Vapaudenkatu

TORI

Suomen tyylikkään, aktiivinen aito karjalaistori; oma ilme, yhteensovitetut myyntitelttojen ilmeet

Suuren torin tilan jäsentäminen erilaisille toimintoille; myynti, oleskelu, food court, tapahtumat ja kausitoiminnot

Tuotteet: klassikot twistillä, esim. toripiirakat

Aleksanterinkatu

PUTIIKIT

Hakkapeliittapatsaan aukion elävöittäminen

OLESKELU

Tilan jäsentäminen ja toiminnallinen konsepti

Ei-kaupallisen oleskelun mahdollisuus

Terassikatua



Uudistunut kauppahalli



Uudet tapahtumat



Pop up-tilaa väliaikaisille toimintoille, konseptikokeiluille ja tapahtumille

Kuvanumeroiden mukaiset lähteet on esitetty raportin sivulla 91.

Leikkiä tuomaan lisää toiminnallisuutta torille ja alatorille, lapsiperheiden osuuden kasvattaminen käyttäjäryhmänä



Katsomorakenteen tapahtumiin ja muina aikoina oleskeluun ja esim. torin ruokatarjonnasta nauttimiseen



Lähi tuotanto



6)

5)

4)

3)

2)

1)

8)

PUTIIKKI- JA PAIKALLISKATU

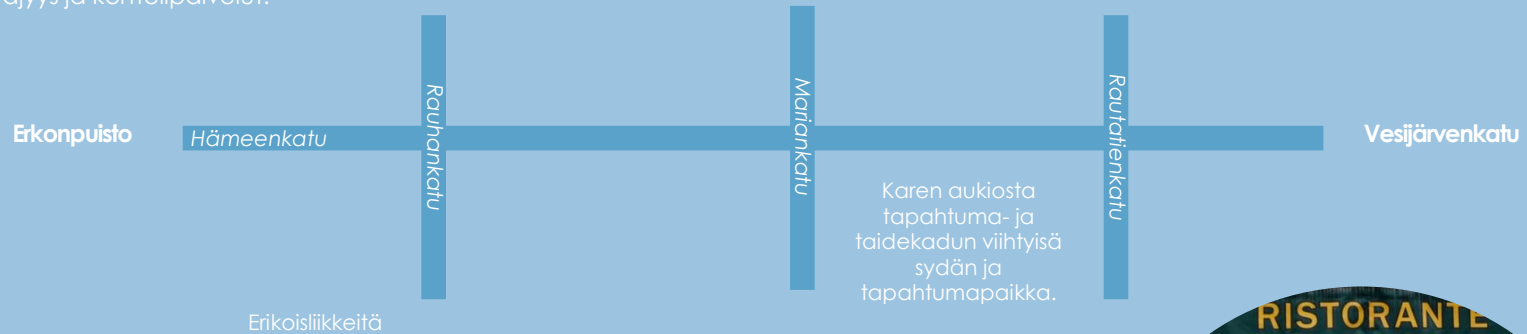
HÄMEENKATU

Hämeenkadun konseptia on kehitetty keväällä 2020 valmistuneessa opinnäytetyössä. Kehittämisprosessissa Hämeenkatu koetaan upeaksi, taiteelliseksi ja luovaksi alueeksi, mikä tunnetaan erilaisista ravintoloistaan, kahviloistaan ja kivijalkaliikkeistään. Hyvinvoinnin ja muodin asiantuntijat nauttivat Hämeenkadun liikkeiden tarjoamista ostosmahdollisuuksista. Kadulta löytyy ulko- ja sisätiloissa hyviä taukopaikkoja, mihin voi pistäytyä rentoutumaan ostoskierroksen lomassa.

Hämeenkadun profiilina on tuottaa lähipalveluita erityisesti alueen asukkaille ja alueella muuten vieraileville; alueella korostuu paikallisuus, paikallisyrittäjyys ja korttelipalvelut.

LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Pysäköintipaikkojen vähentämisen ja/tai uudelleenorganisoinnin myötä liike-tilat tulevat paremmin näkyviin ja niiden kaupallinen vetovoimaisuus voi kasvaa.



1)



2)



3)

Persoonallisia kahviloita



4)

Kuvanumeroiden mukaiset lähteet on esitetty raportin sivulla 91.

OSTOSKATU

ALEKSANTERINKATU

Aleksanterinkatu, "Aleksi" kokoa varrelleen pääkadun tapaan kauppakeskuksen, tavaratalon, torin ja ketjuliikkeitä, sekä kahvila- ja ravintolapalveluja. Aleksin asemaa pääkatuna vahvistetaan nostamalla liiketilajoja ja palveluja paremmin esille, brändäämällä Aleksi nykyistä voimakkaammin ja kauppaan liittyvillä tempauksilla. Pääkadun varrelle avautuvat kaupalliset poikkikadut houkuttelevat poikkeamaan myös persoonallisissa kivijalkaliikkeissä. Aleksin länsipään potentiaali voimistuu Ranta-Kartanon alueen myötä. **Aleksanterinkatu on eläväinen pääkatu, jonka vetovoima syntyy jatkuvasta uudistumisesta, vahvasta kadunvarren toimijoita yhdistävästä brändistä ja vilkkaan kaupunkielämän kokemisesta.**

LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Aleksanterinkadulla henkilöautoliikenne on tehtyjen toimenpiteiden ansiosta vähentynyt ja rauhoittunut, vaikka läpiajo onkin edelleen sallittua. Tämä on selkeästi kehittänyt Aleksanterinkadun viihtyisyyttä ja toiminnallisuutta.

Aleksilla jalankulkijan asemassa on edelleen parantamisen varaa; selkeämpi erottelu pohjoispuolella parantaa katutilaa sekä pyöräilijöiden että kävelijöiden näkökulmasta ja myös esim. toritoimintoihin pääsee paremmin kiinni.

POTENTIAALI

OSTOSKATU

Paasikiven aukio

Aleksanterinkatu

Rauhankatu

Kauppakatu

Ranta-Kartanon asukkaita ja muita kaupunkilaisia palveleva palvelukeskittymä



1)

Aleksin sisäänkäynti, pääkadun portti, "olet saapunut keskustaan"

Kävely- ja pyöräilypainotteista katutilaa, jota reunustavat katupuut, istutusaltaat ja toiminnot kuten terassit ja tapahtumat.



2)

Torikapitaalın pankkisalin hyödyntäminen esim. ravintolana



6)

Näkyvä katubrändi, joka nostaa liikkeet esille (teippaukset, julkisivut, tuotteita ja taidetta yhdistävät näytekkunat, jättikirjaimet, Instagram-houkuttimet, levittäytyminen kadulle), mahdollistaa yhteisiä kampanjoita ja tapahtumia



8)

Pääkadun laadun nostaminen mm. persoonallisilla kiveyksillä ja muilla materiaalivalinnoilla (ml. julkisivut). Shared Space-alue Sokoksen ja Seurahuoneen väliselle katualueelle.



4)



7)

Tavaratalokonseptin päivittäminen uusiin paikallisia tuotteita, kulttuuria, opiskelu- ja työtiloja, sekä tuoksu- ja äänimaisemia tarjoaviin konseptitavarataloihin (+ majoitus) vrt. vuoden 2020 innovatiivisimmaksi siteerattu <https://neighborhoodgoods.com/pages/about>



3)

Keskustalon liike- ja käytävätilat käyttöön, esim. katutilaan avautuvia kahviloita ja muita oleskeluun / näyttäytymiseen ja kaupunkielämän seuraamiseen soveltuvia tiloja, kesäisin "parkleteja". Tutkitaan mahdollisuuksia säältä suojatulle kulkemiselle esim. kiinteistön sisällä (Trio-keskustalo-kauppahalli-tori)



5)

Guerrilla Marketing: tapahtuma- ja pop up showroom –luonteiset markkinointikampanjat katukuvassa, esim. odotustiloja paikallisilla huonekaluilla, kiipeilyseiniä, labyrintteja, aikuisten leikkipuistoja ym.

Trion modernisointi, taidetta, valaistusta, vihreää, esim. viherseinä, viihdekeskus. – teatterin showroom / sivupiste

Kuvanumeroiden mukaiset lähteet on esitetty raportin sivulla 91.

RAVINTOLA- JA VIHDEKESKITTYMÄ

VAPAUDENKATU & VESIJÄRVENKATU 13-16

Vapaudenkadulla, "Vaparilla" sijaitsevat pubit, ravintolat ja viihdetoiminnot muodostavat yhdessä tunnelmallisen iltaelämän toisen painopisteen Lahden keskustassa. Vaparin sykkettä laajennetaan Vesijärvenkadun toiselle puolelle Trion sivustalle siistiäytäväksi reitiksi kohti kulttuurikeskittymää, ja Vesijärvenkadulle, josta kahden ajokaistan poistuminen vapauttaa lisätilaa terasseille ja katutilaan levittäytyville / avautuville ravintola- ja viihdetoiminnoille.

LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Vapaudenkatu on merkittävä ravintola- ja terassikatu; jatkossa pyöräteiden sijoittumisen ja elinkeinotoimintojen kadulle levittäytymisen yhteensovitus keskeistä erityisesti aurinkoisella pohjoisreunalla. Mahdollista tuoda pyöräreitti esim. ajoneuvoliikennettä vastaan.

Vesijärvenkadulla liikenteen rauhoittuminen merkittävästi – katutilan viihtyisyyden ja käytön suhteen suuria muutoksia. Mahdollistaa aktiivisemmän katutilan käytön myös liiketoiminnan näkökulmasta.

RAVINTOLAEELÄMYKSET

ILTAEELÄMÄ

Vanha linja- autoasema

Vapaudenkatu

Rautatiekatu

Kauppaikatu

Kahvilat (esim. Tryffdeli)

Ravintolat ja lounaspaikat (esim. Bistro Popot, Mamma Maria, vanha linja-autoasema)

Viihde, elokuvateatteri, kulttuuri- ja tapahtuma-akseli kaupunginteatterille asti

Toimintoja Ravintola Viraston ympärille



1)

Näköalaravintola Ranta-Kartanoon, täydentämään kaupunkia, joka on tunnettu korkeuseroistaan ja korkeista maamerkeistään



2)



3)

Pub crawl -konseptit, sporttipubit



4)

Ruokarekat ja ruokatapahtumat



5)

Käveltävyyden tukeminen kirkastamalla Trion ylikulkujen alle jäävää katutilaa ja huoltoyhteyksiä (valaistusratkaisut, huoltosisäänkäyntien järjestely)



6)

Joukkoliikenteen hub; bussin odottelijoita palvelevat katutilan kioskit ja kahvilat

Kuvanumeroiden mukaiset lähteet on esitetty raportin sivulla 91.

GREEN STREET BULEVARDIKATU

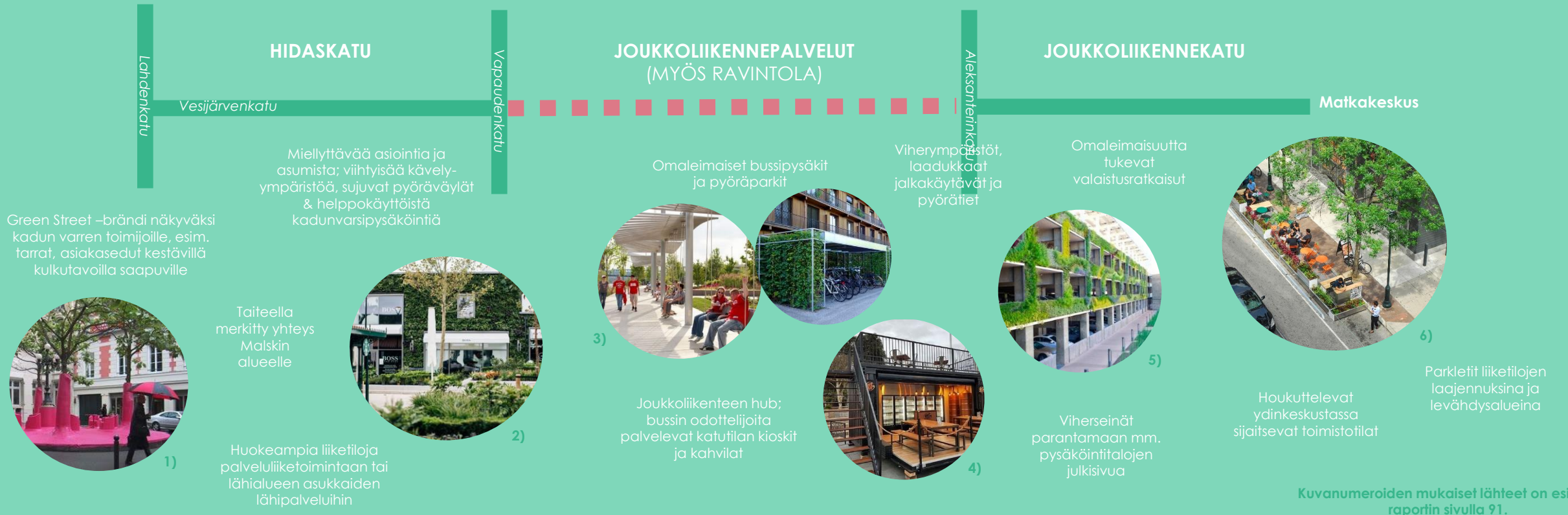
VESIJÄRVENKATU

Vesijärvenkadun uudet liikkumisjärjestelyt tuovat lisätilaa ja näkyvyyttä kadun varrella sijaitseville liikeiloille, mutta ennen kaikkea tilaa katuvihreälle. Vesijärvenkatua kehitetään Matkakeskukselta saapuvien näkökulmasta vaihtoehtoisena kävely-yhteytenä Rautatienkadulle, tarjoten urbaanin vilinän sijaan puistomaista bulevardia. Vesijärvenkadun varrelle sijoittuu palveluliiketoimintaa ja sen merkitys joukkoliikenteen hubina ja pyöräilyväylänä korostuvat kadun profiilissa. Kadun puurivi ja pollarivalaistus luo identiteettiä kadulle.

LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Vesijärvenkadun liikenne rauhoittuu merkittävästi osuus Trion terminaalista pohjoiseen kavennetaan 1+1-kaistaiseksi. Vesijärvenkatu toteutetaan Vapaudenkadun pohjoispuolella pienipiirteisenä / asiointipainotteisena hidaskatuna. Katutilan viihtyisyys kasvaa ja aluetta voidaan käyttää monipuolisesti erilaisiin toimintoihin.

Aleksanterinkadun eteläpuolella katua on tarpeen myös kaventaa kuitenkin niin, että sen rooli joukkoliikenne-painotteisena säilyy. Trion kohdalla autoliikenteen läpimahdollisuus säilyy ja kadun luonne vastaa nykyistä Aleksanterinkatua välillä Vesijärvenkatu –Rauhankatu. Trion eteen tarvitaan laadukkaat odotustilat. Lisäksi terminaalin läheisyyteen tarvitaan tila kaupunkipyörille ja pyörien liityntäpysäköintiin. Vesijärvenkatu on pyöräliikenteen pääreitti ja kaistat toteutetaan hyvällä leveydellä. Pyöräpysäköinnin (laadukkaan) mahdollistaminen



Kuvanumeroiden mukaiset lähteet on esitetty raportin sivulla 91.

MODERNI MARKETTIALUE

KAUPPAKATU

Kauppakadun automarketteihin perustuvaa arjen asiointikeskittymää päivitetään muuttuneisiin liikkumis- ja asiointitarpeisiin vastaavaksi. Katutilan viihtyisyyttä parannetaan, jotta alueella kävely, pyöräily ja joukkoliikenteen käyttö sujuvoituvat ja alue linkittyy nykyistä paremmin ydinkeskustaan. Nykyisten kiinteistöjen julkisivuja elävöitetään, katutilan kasvillisuutta lisätään ja perinteistä markettikonseptia uudistetaan. Alueen rakennetta tiivistetään jo olemassa olevien suunnitelmien pohjalta (mm. Luhdan kortteli ja Syke).

LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Kauppakadun rooli muutetaan selkeästi joukkoliikennepainotteiseksi, mikä näkyy Kauppakadulla ja muillakin joukkoliikennepainotteiseksi asfetoituilla kaduilla liikennevaloetuksin ja joukkoliikennettä suosivilla kaistajärjestelyillä, joihin myös ajoratapysäkit kuuluvat.

Market-alueelle on jatkossakin helppo päästä autolla kehäkadulta ja muualta keskusta-alueelta, mutta sen saavutettavuus muilla kulkumuodoilla kohenee selkeästi.



VIRKISTYSAKSELI RANTAAN

RANTAKARTANO

Uusi Ranta-Kartanon asuinalue linkittää kaupallisen keskustan Lahden matkustajasatamaan ja urheilustadionille. Alueen kehittyminen vahvistaa keskusta-satama -kytköstä sekä houkuttelee keskusta-alueen laajempaan käyttöön.

Ranta-Kartanon läpi kulkee vehreä puistomainen jalankulku- ja pyöräilyväylä keskustasta Pikku-Vesijärven puistoon. Akselille muodostuu myös houkutteleva reitti stadionille; reitillä on mahdollista mm. järjestää tapahtumia ja pop up -toimintaa. Alueen kaupallisessa profiilissa korostuu virkistys- ja liikunta; potentiaalisia palveluita ovat esim. pyöräliikkeet ja -vuokraamot, korjaamot, erikoistuneet urheiluväline- ja harrastuskaupat, sekä hyvinvointipalvelut.

LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Ranta-kartanon alue on helposti keskustan kehältä saavutettavissa.

Paasikivenaukiota parannettu ja kytkös keskustaan saatu parannettua. Estevaikutusta saatu lievennettyä. Keskustan kehän kasvavien liikennemäärien estevaikutus Ranta-kartano-Keskusta välillä; onko mahdollista lieventää esim. liikennevalo-ohjauksella yms.

Pikku-Vesijärven puisto

Kartanonkatu

Paasikiven aukio



1)



5)

Hyvinvointi- ja liikuntapalveluiden keskittymä

Virkistys ja viihtyminen, kytkeytyminen urheilutapahtumiin (tapahtumienaikainen aktivointi)



3)



2)

Liikunnan ja urheilun erikoisliikkeet; välineet, vuokraamot, korjaamot yms.



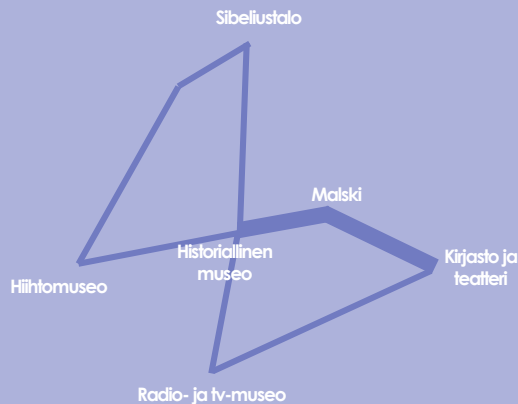
6)

Näköalaravintola/baari

KULTTUURIAKSELI

Saimaankadun itäpuolelle, kehän ulkopuolelle jäävä Kaupunginteatterin ja kirjaston muodostama kulttuurikonaisuus muodostaa kulttuuriakselin Taide- ja muotoilumuseo LAD:in kautta aina Historialliselle museolle saakka. Näiden kohteiden välistä yhteyttä tulisi tulevaisuudessa entisestään tiivistää niin fyysisesti kuin toiminnallisestikin.

Kulttuuriakselista on mahdollista kehittää viihtyisä, aktiivinen, kulttuuria katutilaan tuova ja helposti saavutettava kulttuuriyhteys, jonka taittaa mielellään vaikka kävelyretkenä. Reitin varrelle osuu useita kulttuuri kohteita, kaupunkiaukioita ja puistomiljöitä, jotka rytmittävät etappeina kävelykierrosta. Akselin myötä myös kirjaston ja teatterin korttelista on mahdollista kehittää sujuvasti saavutettava kulttuurikortteli, jossa elämää paitsi rakennusten sisällä, myös ulkotiloissa.



LIISU 2030 - YDINHUOMIOT:

Kehäkatujen Saimaankadun ja Lahdenkadun kasvavat liikennemäärät synnyttävät estevaikutusta ja haastavat kirjaston ja teatterin alueen sekä historiallisen museon alueen tiiviin kytkemisen keskustaan. Keskustan itä- ja länsipuolen keskitetyt pysäköintiratkaisut toisaalta tukevat alueiden saavutettavuutta; sujuvoittaen pysäköintiä kulttuuriakselin kummassakin päässä. Lisäksi kulttuuriakselin varrella sijaitsee myös joukkoliikennehub, joka tukee kulttuuriakselin saavutettavuutta.



7

LIISU 2030 YRITYSVAIKUTUSTEN ARVIOINTI



Kuva: Lassi Häkkinen / Lahden kaupunki

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

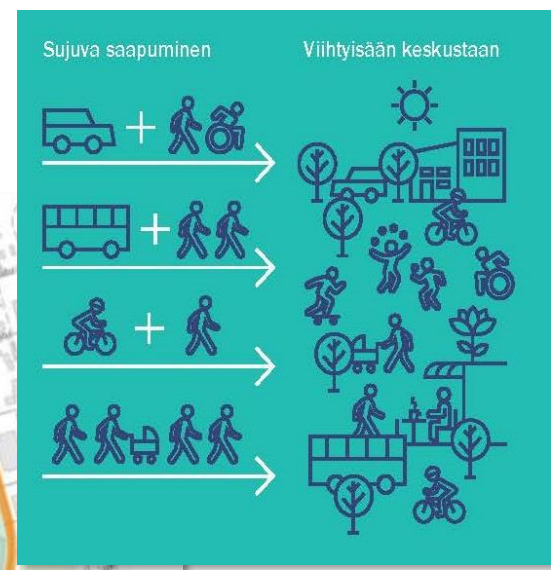
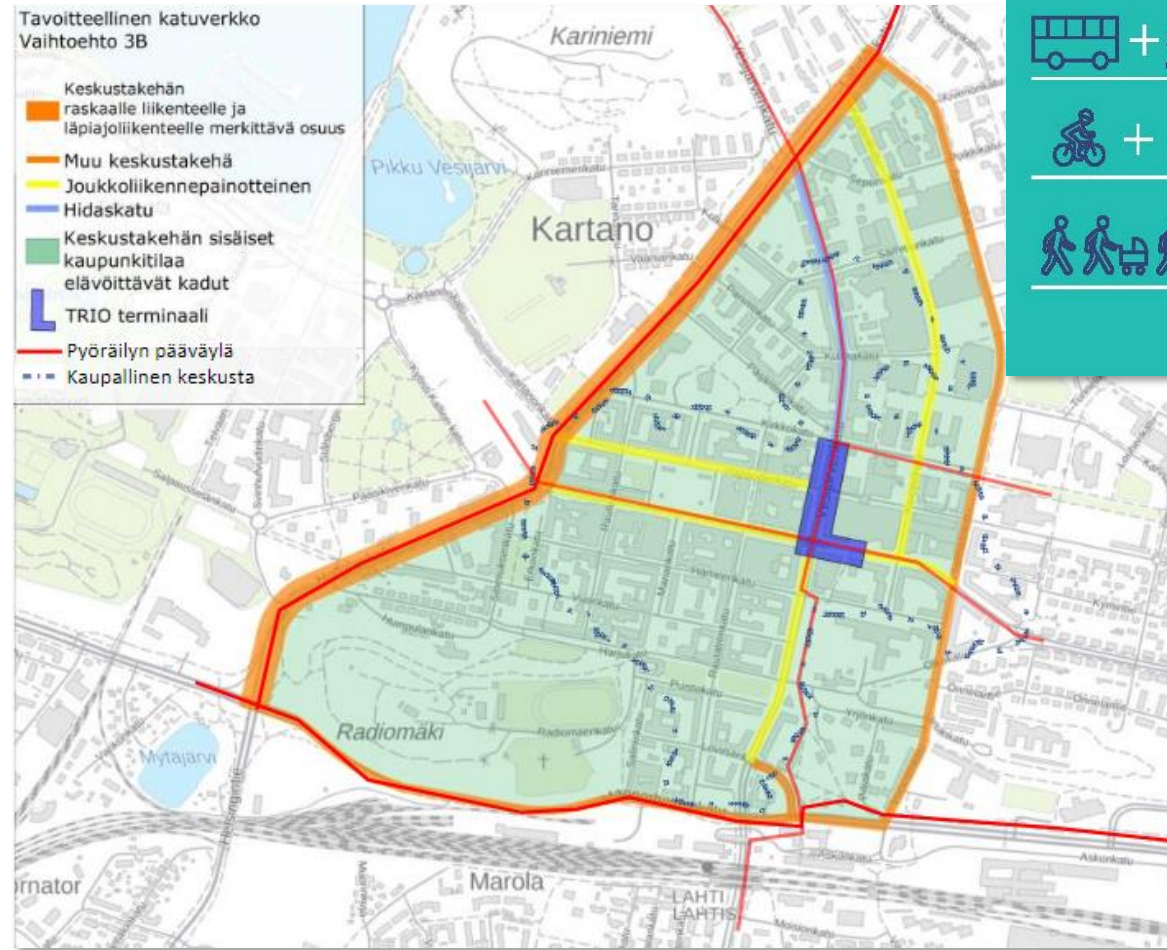
TAUSTAA

Lahden keskustan Liikennesuunnitelma 2030:n (LIISU 2030) yritysvaikutuksia arvioidaan keskusta-alueella ja erityisesti suhteessa vähittäiskauppaan ja palveluihin.

Liikennesuunnitelma mahdollistaa Lahden keskusta-alueella liikenteen ohjaamisen keskustan kehälle, mikä puolestaan vapauttaa katutilaa muulle toiminnalle, esimerkiksi vähittäiskaupalle ja palveluille sekä muille aktiviteeteille.

Liikennesuunnitelma mahdollistaa toteutuessaan useita positiivisia muutoksia Lahden keskustan kaupalliseen elävyyteen sekä mahdollistaa Lahden keskustalle paremman kilpailuasetelman suhteessa keskustan ulkopuolisiin kaupan keskittymiin – tämä kilpailuasetelman parannus syntyy erityisesti mahdollisuudesta nostaa esiin keskustan omia voimavara- ja identiteettitekijöitä sekä kaupunkikulttuuria. Tämä näkyy myös mahdollisuudessa brändätä eri katu ympäristöjä ja alueita kaupallisesti omaleimaisiksi kokonaisuuksiksi, joissa kaupallinen tarjonta, alueen liikkumisympäristö, visuaalinen ilme ja toiminnot täydentävät toisiaan.

Keskustan liikennesuunnitelma ohjaa autoliikennettä nykyistä voimakkaammin tietyille kaduille sekä keskitettyihin pysäköintilaitoksiin. Tämä selkeyttää Lahden keskustaan saapumista autolla, minkä lisäksi keskustan saavutettavuus myös muilla liikkumismuodoilla paranee.



Liikennesuunnitelmalla on suoria vaikutuksia erityisesti saavutettavuuteen liittyen, mutta välillisesti vaikutukset ulottuvat muihinkin teemoihin.

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

TAUSTAA

Taustana vaikutusten arvioinnille toimii edellä esitetty kaupallinen visio ja kehittämissuunnitelma, jonka toteutumisedellytyksiä arvioidaan suhteessa LIISU 2030:n synnyttämiin muutoksiin. Viitekehyksenä arvioinnille toimivat myös yleiset liiketoiminnan, erit. kaupan ja palveluiden, sijaintitekijöihin ja -kriteereihin vaikuttavat osa-alueet; minkälaisia vaikutuksia liikennesuunnitelmalla on Lahden keskustaan liikepaikkana nykyisten ja tulevien toimijoiden näkökulmasta?

VÄESTÖ	SAAVUTETTAVUUS	KILPAILU	KUSTANNUKSET
<ul style="list-style-type: none"> Väkiluku Väestömuutos Ikäjakauma Talouksien koko Tulotaso Ostovoima Työpaikat Työttömyysaste Kesä- ja loma-asukkaat Asutustiheys Asutuksen rakenne Kaavasunnitelmat Elämäntyyllitekijät Kulttuuriset ja etniset ryhmät Nykyinen ostokäyttäytyminen 	<ul style="list-style-type: none"> Jalankulkuvirrat Jalankulkureitit Julkinen liikenne Tieverkosto <ul style="list-style-type: none"> ajonopeudet ruuhkat liittymät tiesuunnitelmat Parkkipaikat Näkyvyys Saavutettavuus <ul style="list-style-type: none"> asiakkaat henkilökunta kuljetukset ja jakelu 	<ul style="list-style-type: none"> Olemassa olevat kilpailijat <ul style="list-style-type: none"> Suora ja epäsuora kilpailu Ankkurikaupat Kumulatiivinen vetovoima Täydentävyys Kilpailijoiden analysointi <ul style="list-style-type: none"> Liikevaihdon arvioiminen Yksiköt ja tuotteet Vaikutusalueet Myymlöiden ikä ja kunto Parkkipaikat jne. Saturaatioindeksi Kilpailupotentiaali 	<ul style="list-style-type: none"> Hankintahinta Vuokrausehdot Valmistelutyöt Rakentamismääräykset Rakentamiskustannukset Rakennuslupa Korot Uudistamistarpeet Ylläpitokustannukset Turvallisuustarpeet Henkilökunnan saatavuus ja palkkataso Jakelukustannukset Markkinointikustannukset Vaihtoehtois-kustannukset (vrt. muut liikepaikat)

Taulukossa on kuvattu keskeiset sijaintikriteerit neljään kokonaisuuteen jaettuna.
Lähde: Sijaintitekijöiden tarkistuslista: mukailen "Retail Marketing", Peter McGoldrick, 1990.

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

ESIMERKKEJÄ VAIKUTUKSISTA

Vaikutusten arvioinnin näkökulmasta keskeinen kysymys on keskustassa asioinnin syyt sekä liikkumismuodot. Lahden keskustan osalta ei ole olemassa tutkittua tietoa nykytilanteesta, mutta ohessa on tuotu esiin muutamia tutkimuksia Suomesta ja maailmalta.

Vuonna 2019 toteutetussa Helsingin keskustan asiointiselvityksessä (Ramboll) saatiin selville, että suurin osa Helsingin keskustaan suuntautuvista asiointimatkoista tehdään joukkoliikenteellä (n. 73-74 %). Joukkoliikenne tuo keskustan kokonaisliiknevaihdosta noin 60-71 % riippuen kauppa- ja palvelutyyppistä. Kävelen ja polkupyörällä keskustaan asioimaan tulevat tekevät vuositasolla paljon keskustaan suuntautuvia asiointimatkoja. Heidän keskilukuluksensa asiointimatkaa kohden on tyyppillisesti melko pieni. Kävelijät ja pyöräilijät tulevat tyyppillisesti kohtalaisen läheltä ja heille keskusta on ns. arjen asiointiympäristöä, minkä vuoksi vuositasolla yksittäinen kävelen tai pyörällä asiointimatkan sa tyyppillisesti tekevä kuluttaa keskustassa suhteellisen paljon. Kävelen ja pyörällä asiointimatkoja tekevät vastaavat Helsingin keskustan kokonaisuennustusta 14-29 % kauppa- ja palvelutyyppistä riippuen. Autolla keskustaan tyyppillisimmin asioimaan tulevien keskiostos on suurin. Autoilijat kuitenkin tekevät asiointimatkoja keskustaan suhteellisen harvoin. Autoilijoiden osuus Helsingin keskustan kaupan ja palveluiden liikevaihdosta on arviolta 8-18 % kauppa- ja palvelutyyppistä riippuen.

Turun kauppakorkeakoulun helmi-maaliskuun vaihteessa 2020 toteuttaman Asiointisyys, kulkutavat ja rahankäyttö -tutkimuksen mukaan yleisin syy tulla Turun keskustaan oli ostosmatka ja palvelujen käyttö. Yhteensä 25 % vastaajista oli tullut keskustaan syömään tai kahville, ystäviä tapaamaan tai muuten vaan ajankuluksi. Autoilijat toivat noin 43 % keskustan kokonaisliiknevaihdosta.

Pyöräilyn infrastruktuurin kehittämisen positiivisista vaikutuksista kaupunkiympäristöjen taloudelliseen elinvoimaan on useita viitteitä. On todennäköistä, että pyörällä liikkuvat suuntaavat useammin keskustamaisiin ympäristöihin ostosmatkoille, autoilijoiden suosiessa nk. automarketteja. Kävelijöiden ja pyöräilijöiden ostovoimaa ei siis tule aliarvioida. Pyöräilyinfra rakentaminen on myös kaupunkitaloudellisesti tarkasteltuna autoinfraa edullisempaa.

Useat USA:ssa, Uudessa-Seelannissa, Irlannissa ja Kanadassa tehdyt tutkimukset osoittavat, ettei kadunvarsipysäköinnin korvaaminen pyöräväylillä juurikaan vaikuta negatiivisesti paikalliseen liiketoimintaan, vaan voi joissakin tapauksissa jopa kasvattaa sitä. Pyöräilijät viettävät vähemmän aikaa ja usein käyttävät vähemmän rahaa ostomatkoina kuin autoilijat, eikä tavaroiden kuljettaminen suurissa määrin onnistu pyörällä yhtä tehokkaasti. Pyöräilijät kuitenkin tekevät keskimäärin enemmän ostomattoja, tuoden alueelle enemmän liikevaihtoa pidemmällä aikavälillä.

Portlandissa, Seattlessa, San Franciscossa, Memphisissä, Minneapolisissa ja Indianapolisissa tehdyn tutkimuksen mukaan pyöräväylien kehittäminen, myös autokaistoja tai -paikoitusta korvaamalla, lisäsi vähittäiskaupan sekä ravintolapalveluiden myyntiä.

Toronton Bloor Streetillä, jossa kadunvarsipysäköinti korvattiin pyöräteillä, niin kulutetun rahan määrä, liikkeiden asiakasmäärät, kuin ostomattojen tiheys kasvoivat. Kasvu näkyi ennen kaikkea pyörällä liikkuvien asiointikäyttäytymisessä, samaan aikaan kun viitteitä autoilevien asiakkaiden vähenemisestä ei ollut. Manhattanin 9th Avenuella laadukkaan pyörätien uudelleenrakentaminen vuonna 2008 kasvatti vähittäismyyntiä alueella 49 %, kun kaupunginosan laajuudella myynti kasvoi 3 %. Kööpenhaminassa vuonna 2013 tehdyn tutkimuksen mukaan pyöräilijöiden vuosikulutus oli hieman autoilijoiden kulutusta suurempaa, ja pyöräilijät ja kävelijät toivat 55 % supermarkettien ja katutason liikevaihdosta. Vuoden 2015 tutkimuksen mukaan jalankulkijat ja pyöräilijät tuovat Tanskan suurimpien kaupunkikeskustojen liikevaihdosta 50 %, ja pyöräilijät vierailevat liikkeissä autoilijoita useammin.

Huomioitavaa on myös, että pyöräpaikointi vie huomattavasti autopaikointista vähemmän tilaa, ja erityisesti autojen kulkiessa puolityhjinä, voidaan samaan tilaan paikoittaa huomattavasti enemmän pyörällä kuin autolla liikkuvia kuluttajia. Esimerkiksi Melbournessa kuuden pyöräparkin tunnissa tuoma liikevaihto on yli 97 dollaria, kun vastaavan tilan (13m²) viemän autoparkin tuoma liikevaihto on vain 27 dollaria. Lisäksi kevyen liikenteen vaatima vähäisempi tila mahdollistaa uniikkien kaupunkiympäristöjen kehittämisen autojen paikoitustilan tarjoamisen sijaan.

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

ESIMERKKEJÄ VAIKUTUKSISTA

Useat houkuttelevan brändin omaavat ja matkailijoiden suosiossa olevat kaupungit rauhoittaneet keskustojaan autoilulta, ml. Lontoon Oxford Circus Diagonal, Milanon historiallinen keskusta, Madridin keskustan parkkeerauskielto ei-asukkaille, Wienin shared space-alueet, sekä Dublin ja Pariisi. Ljubljanassa yli 10 hehtaarin kokoinen kävelykaupunki on mahdollistanut houkuttelevamman ympäristön kehittämisen lisäksi myös paremmat puitteet tapahtumatuotannolle keskustassa, hyödyntäen turismia ja paikallista liike-elämää.

Oslo keskustassa on tehty nopealla aikataululla muutoksia: autopaikoitusta on vähennetty, kävelyalueita laajennettu, pyöräteitä rakennettu ja julkisen liikenteen edellytyksiä parannettu. Lisäksi sähköpyörän hankkimiseen tarkoitettuja tukia on laajennettu. Samalla katuvihreää, leikkipaikkoja, julkisia käymälöitä ja penkkejä on lisätty. Alun perin autot keskustasta kokonaan kieltäviä suunnitelmia muutettiin liike-elämän toiveista asteittain eteneväksi, keskittyen ensin paikoituksen vähentämiseen. Muiden kaupunkien lailla Oslossakin muutokset vaikuttavat olleen positiivisia: kävelyalueet ovat yksi kaupungin suosituimmista alueista, ja jalankulkijoiden määrä on lisääntynyt 10 % vuosien 2018-2019 välillä. Kaupallisten palveluiden saavutettavuus saattaa jopa parantua oleellisten käyttäjäryhmien osalta, sillä joidenkin tutkimusten mukaan keskustan ostoskeskuksiin saavutaan jo nyt useimmiten ilman autoa. Liikkeenomistajien yhdistys aikoo yhdistää voimansa tekemällä jokaisesta uudesta kävelykadusta yhteistyössä menestystarinan mm. elävöittämällä liikkeenedustoja.

Paremmat pyöräily- ja jalankulkuolosuhteet voivat auttaa kehittämään keskustoista saavutettavampia, viihtyisämpiä, eläväisempiä sekä houkuttelevampia asiointiympäristöjä, ja näin nostaa kaupunkien brändin arvoa sekä houkuttaa asiakkaita, turisteja, osajia ja investointeja.

Lähteet:

<https://www.sciencedaily.com/releases/2020/04/200422151318.htm?fbclid=IwAR1adHXBmyhbx5BrRJIxSMV00BmYT27v0UY4l6p5c9X2BHqzYh2EsZTxWI>

https://www.citylab.com/solutions/2015/03/the-complete-business-case-for-converting-street-parking-into-bike-lanes/387595/?fbclid=IwAR2abOyBhlZtLViO22qklGQ3OGcCIATfRe7sjfn7pK5_hJ_98s8-RgS_zh4

<https://medium.com/sidewalk-talk/the-latest-evidence-that-bike-lanes-are-good-for-business-f3a99cda9b80>

https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/cycling-guidance/cycling_and_the_economy.pdf?fbclid=IwAR0E25U-5q_ygK3O80j5luL6LxKJeBPare3Y7O-1EPuQimaFvPEy4pB5zgw

<https://futureplaceleadership.com/wp-content/uploads/2017/05/Tallinn-High-Street-Case-studies-Future-Place-Leadership.pdf>

<https://www.fastcompany.com/90294948/what-happened-when-oslo-decided-to-make-its-downtown-basically-car-free>

<https://urbanistplatform.com/city-developments/f/car-free-city-centres-lessons-from-oslo>

<https://www.eltis.org/resources/case-studies/pedestrianisation-ljubljana-city-centre>

<https://www.hel.fi/static/liitteet/kaupunkiymparisto/julkaisut/julkaisut/julkaisu-22-19.pdf>

<https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files//askura-raportti.pdf>

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

ARVIOINNIN TEEMAT

Vaikutusten arviointiosuudessa tarkastellaan kaupallisen vision ja kehittymisen näkökulmasta LIISU 2030:ntä. Arvioitavina teemakokonaisuuksina ovat:

- Vaikutukset suhteessa Lahden strategiaan tavoitteisiin
- Vaikutukset keskustan asiakaskokemukseen
- Vaikutukset keskustan palveluiden saavutettavuuteen eri kulkumuodoilla
- Vaikutukset keskustan huolto- ja jakeluliikenteen järjestelyihin
- Vaikutukset keskustan ja sen eri alueiden kaupan ja palveluiden toimialarakenteeseen
- Vaikutukset keskustan liiketoiminnan elinvoimaisuuteen



VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

VAIKUTUKSET SUHTEESSA TAVOITTEISIIN

Kaupallinen visio toteuttaa yhdessä Liikennesuunnitelma 2030:n sekä keskustavision kanssa useita Lahden kaupungin strategisia tavoitteita sekä edesauttaa keskustan kehittämiselle asetettujen tavoitteiden toteutumista.

Liikennesuunnitelma mahdollistaa strategian mukaisen asukasmäärän kasvutavoitteen toteutumisen; keskustaympäristön viihtyisyyden ja turvallisuuden parantuminen muodostaa keskustasta entistä vetovoimaisemman asuinpaikan myös esim. lapsiperheiden näkökulmasta. **Asukasmäärän kasvu puolestaan kasvattaa keskustan palveluihin kohdistuvan lähiostovoiman määrää, mikä parantaa keskustassa sijaitsevien kaupan ja palveluiden toimintaedellytyksiä.**

Liikenteelliset muutokset ja keskustan katujen rauhoittuminen mahdollistaa myös monia muita toimenpiteitä, jotka ovat Lahden tavoitteiden mukaisia: viihtyisyyttä ja hyvinvointia edistävällä keskustan kehittämistavoitteella on suora yhteys elinvoimaan ja vetovoimaan. **Kävelypainotteisen alueen ja viihtyisän kävely-ympäristön laajentaminen antaa mahdollisuuden keskustan kaupalliselle kehitymiselle ja laajentumiselle.** Tämän lisäksi erilaiset keskustan kehittämishankkeet kehittävät Lahtea matkailukaupunkina.

Lahden strategian mukaisesti myös kaupunkitilassa tulisi pyrkiä tekemään rohkeita kokeiluja, viihtyisyyden kasvattamiseen tähtääviä toimenpiteitä sekä järjestämään keskustaan asiakasvirtoja tuovia uusia tapahtumia. Liikennejärjestelyjen muutokset antavat tilaa monille kaupunki- ja toimijalähtöisille kokeiluille esim. katutilassa pidettävät tapahtumat, katuosuuksien brändäys yms.

Keskeisimmät vaikutukset

- **Keskustan vetovoima asuinpaikkana kasvaa**
- **Kävely-ympäristön parantaminen mahdollistaa kaupallisen toiminnan laajentamisen katutilaan**
- **Liisu ja sen mahdollistamat kaupallisen keskustan kehittämistoimenpiteet edesauttavat strategisten tavoitteiden toteutumista**

Erityisesti huomioitavaa



- Liikennesuunnitelma ja kaupallinen visio luovat mahdollisuuksia Lahden keskustan viihtyisyyden ja kaupallisen vetovoiman kehittämiselle – on kuitenkin kaupungin ja yrittäjien aktiivisuudesta kiinni, voidaanko mahdollisuuksiin tarttua
- Liikenne- ja kaupunkiympäristön kehittymisen lisäksi tavoitteiden toteutumiseen voidaan kaupungin osalta vaikuttaa myös erilaisilla lupaprosesseilla; miten helppoa yritysten on toteuttaa toimenpiteitä liiketilansa edustalla tai järjestää yhteistapahtumia näille osoitetuilla alueilla.

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

VAIKUTUKSET KESKUSTAN ASIAKASKOKEMUKSEEN

Liikennesuunnitelma 2030:ssä liikennettä ohjataan voimakkaasti keskustan kehälle ja puolestaan pyritään rahoittamaan kehän sisäpuolelle jäävien katujen liikennettä. Autoliikenteeltä vapautuvalla tilalla mahdollistetaan laadukkaampi ympäristö kävelylle ja pyöräilylle, katuvihreälle, liiketoimintojen levittäytymiselle katutilaan yms.

Kävelypainotteiset kadut sekä jalankulun ja pyöräilyn nykyistä selkeämpi erottelu parantavat keskustan viihtyisyyttä, esteettömyyttä ja turvallisuutta, mikä puolestaan synnyttää paremman asiakaskokemuksen keskustaympäristöstä.

Kaupallisesti aktiivisempi katutila synnyttää elämyksiä ja viihtyisämpää asiointiympäristöä; kaupunkikulttuurin ja –elämän kokeminen vahvistuu kilpailutekijänä keskustan ulkopuolisiin kaupan alueisiin nähden. Tämä parantaa keskustan kilpailuasemaa erityisesti viihtymiseen ja elämyksiin liittyvien palveluiden sekä erikoistuneen kaupan (pienet erikoisliikkeet) osalta.

Keskusta tulee entistä houkuttelevammaksi asiointipaikaksi alueella asuville; arjen ympäristön lisäksi voidaan käyttää useammin muitakin viihde- ja elämyspalveluita.

Palveluiden keskittäminen on kaupan toiminnan kannalta tärkeää. Palvelukeskittämät vahvistavat

alueen vetovoimaa ja asiointivirtoja.

Liikennesuunnitelman ratkaisut tukevat tavoitetta, että Lahden keskustan kaupallista rakennetta kehitetään kasvuakselien suuntaisesti. Näiden keskeisten noodien (ydinkeskusta, Ranta-Kartano, Paavola ja Matkakeskus) sekä näitä yhdistävien linkkien kaupallinen jatkuvuus synnyttää kokemuksen tiivistä ja toimivasta Lahden keskustasta.

Keskitetty pysäköintiratkaisu sekä selkeä opastus helpottavat keskustaan autolla liikkumista. Tietyiltä katuosuuksilta vähenee liiketilojen edustalla sijaitsevia parkkipaikkoja, mikä saattaa synnyttää negatiivisia asiakaskokemuksia sellaisille, joille pysäköintipaikka liiketilan välittömässä läheisyydessä on primääri valintakriteeri.

Keskeisimmät vaikutukset:

- **Keskustaan saapuminen ja keskustassa liikkuminen helpottuvat, mikä parantaa asiakaskokemusta**
- **Liikkeiden mahdollisuus laajentaa toimintaa katutilaan lisää virikkeellisyyttä sekä keskustan tunnelmaa**
- **Tiiviit ja jatkuvat liiketilaympäristöt ja kaupan keskittyminen omiksi teema- ja brändialueiksi vahvistaa toimintaedellytyksiä**

Erityisesti huomioitavaa



- Keskustojen rooli on muuttumassa kaupan rakennemuutoksen sekä muuttuvan asiakaskäyttäytymisen myötä – keskustan tulee tarjota entistä enemmän paikkoja oleskelulle, viihtymiselle ja vapaa-ajanvietolle sekä tapahtumille.
- Monikanavaisuus muuttaa kivijalkakauppojen luonnetta entistä enemmän kohti hybridi- ja showroom-konsepteja: keskustassa saatetaan tulevaisuudessa nähdä entistä enemmän esim. näyttely- ja suunnittelutiloja, joihin yhdistyy esim. elämyspalveluita. Varsinaiset tuotteet toimitetaan kotiinkuljetuksella.
- Asiointikokemusta tulee kehittää monipuolisesti; mitä uniikkejakin palveluita voidaan tarjota keskustassa asioiville; esim. ostosten säilytysmahdollisuuksia, keskitettyjä kotiinkuljetuspalveluita yms.

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

VAIKUTUKSET SAAVUTETTAVUUTEEN ERI KULKUMUODOILLA

Liikennesuunnitelman mahdollistamat ratkaisut parantavat keskustan saavutettavuutta erityisesti pyörällä ja kävellen. Uudet pyörätie ja –kaistaratkaisut synnyttävät keskustaan miellyttävän pyöräily-ympäristön, mikä tukee myös kaupallisten palveluiden saavutettavuutta pyörällä. Kävellen vaikutukset kohdistuvat eritoten keskustan sisällä tapahtuvaan liikkumiseen, sen sujuvuuteen, miellyttävyyteen ja turvallisuuteen.

Joukkoliikenteen saavutettavuuden suhteen merkittävin muutos on Trion yhteyteen kehitettävällä vaihtopysäkki-alueella. Samalla vaihtopysäkkejä poistuu torin ympäriltä. Torin saavutettavuus heikkenee joukkoliikenteellä, mutta toisaalta samalla joukkoliikenteen käytön helppous ja keskustan kokonaissaavutettavuus paranee. Keskeistä on kehittää Trion ja torin välistä akselia sujuvan liikkumisen alueena, hyödyntäen mahdollisuuksien mukaan myös suoja- ja sisätiloja.

Autosaavutettavuuden näkökulmasta saavutettavuus ei ratkaisevasti parane, mutta ei myöskään huonone; ydinkeskustassa liikkuminen autolla hankaloituu, mutta keskustan kehä ja sieltä tapahtuva ajantasainen opastus pysäköintilaitoksiin parantaa keskustan ja sen yritysten saavutettavuutta autolla. Keskeisin negatiivinen vaikutus liittyy kadunvarsipaikkojen vähenemiseen; kadunvarsipysäköintipaikan poistuminen aivan liikkeen edustalta voi vaikeuttaa sellaista asiointia, jossa vaaditaan mm. painavien ostosten/tavaroiden

kantamista. Kadunvarsipaikkoja ei kuitenkaan nykyisen suunnitelman puitteissa merkittävästi poistu.

Pysäköinnin näkökulmasta on huomioitava keskitetyn ratkaisun vaikutuksia kaupan toimintaan keskustassa. Pysäköinti on palvelu, joka mahdollistaa ja edistää kaupallista toimintaa. Asiointiin liittyy läheisesti käsite saavutettavuus, jolla tarkoitetaan asiointietäisyyttä pysäköintipaikan ja asiointipaikan välillä. Asiointietäisyys koetaan eri ympäristöissä erilaiseksi. Matkan pituuden kokemiseen vaikuttavat esimerkiksi ympäristön laatu, erilaiset esteet, väenpaljous, ilmanala, kaupunkielämän läsnäolo ja turvallisuuden tunne. Hyväksytyt (100 % liikkujista) etäisyydet pysäköinnistä kauppaan ja palveluihin on huonossa kaupunkiympäristössä vain hieman yli 50 m. 50 % ihmisistä on valmis kulkemaan noin 100 m. Parannellussa, virikkeellisessä kaupunkiympäristössä hyväksytyt etäisyydet kasvavat peräti 125 metriin (100 % liikkujista) ja 50 % ihmisistä on valmis liikkumaan noin 200 metriä (Lähde: Asiointiympäristön vaikutus kävelyetäisyyden hyväksyttävyyteen lähde: O. Peperna, TU Wien 1982).

Liikennesuunnitelma mahdollistaa sellaisen kaupunkiympäristön kehittymisen, jossa liikkuminen keskustaympäristössä on miellyttävää ja näin ollen voidaan hyväksyä myös pidempiä kävelymatkoja palveluiden luo. Muutokset pysäköintiratkaisuissa saattavat kuitenkin tiettyjen toimialojen osalta synnyttää tarvetta siirtyä paremmin autolla saavutettaville sijainneille.

Erityisesti huomioitavaa



- Jokaiseen matkaan liittyy kävelyosuus, minkä vuoksi kävely-ympäristön kehittäminen on ensiarvoisen tärkeää näkökulmasta; tällöin huomioitava fyysisen saavutettavuuden (etäisyys) lisäksi myös koetun saavutettavuuden tekijät (miellyttävyys, turvallisuus, sujuvuus)
- Reaaliaikainen ja käyttäjälähtöinen opastus mahdollistaa keskustan ja sen eri osa-alueiden löydettävyyden kehittämisen.

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

VAIKUTUKSET SAAVUTETTAVUUTEEN ERI KULKUMUODOILLA

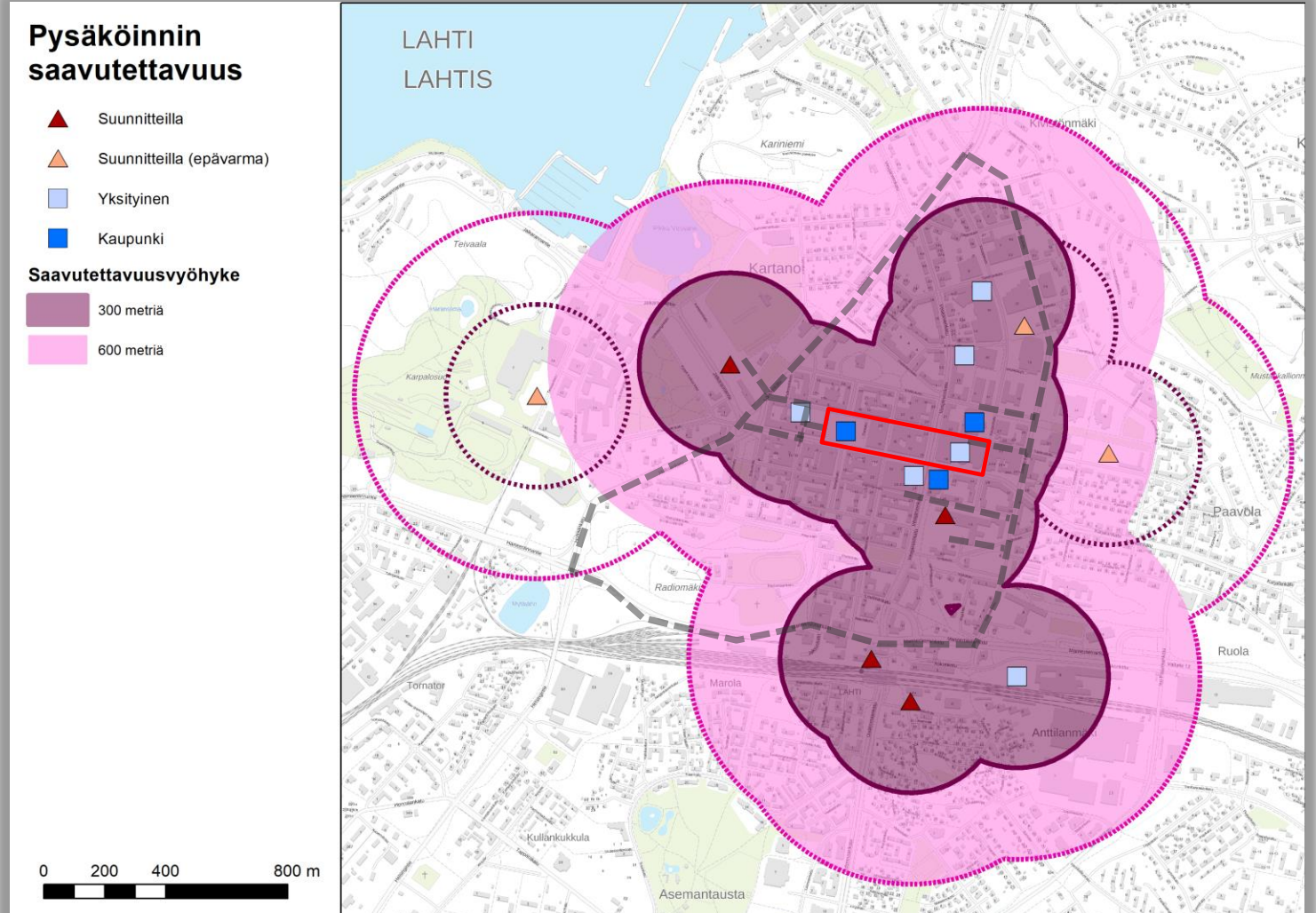
Lahden keskustan osalta pysäköinti siirtyy entistä enemmän pysäköintilaitoksiin ja maan alle. Oheisella kartalla on havainnollistettu pysäköinnin saavutettavuutta tavoitetilanteessa Lahden keskustassa. Kartalla on kuvattu keskustan kehä sekä keskeisimmät nykyiset ja tulevat pysäköintilaitokset.

Keskustan keskitetty pysäköinti on varsin helposti saavutettavissa ja opastettavissa kehältä. Pysäköintilaitosten sijainnillinen painopiste on keskustan itäpuolella.

Kaupallisesti keskeisin alue keskustassa on varsin hyvin saavutettavissa pysäköintilaitoksista; keskustassa lähes kaikkialta on lähimpään pysäköintilaitokseen alle 300 metriä. Merkittävin "aukko" pysäköintilaitosten verkostossa on keskustan ja rautatieaseman välillä, josta lähimpään pysäköintilaitokseen kertyy matkaa lähes 300 metriä.

Keskeisimmät vaikutukset:

- **Keskustan saavutettavuus kävelen ja pyörällä paranee – liikkuminen keskustassa kävelen helpottuu**
- **Joukkoliikenteellä saavutettavuus paranee ja selkeytyy, mutta huomioitava Torin ympäristön kytkeminen vahvemmin Trion kanssa**
- **Keskitetty pysäköintiratkaisu mahdollistaa pysäköinninohjauksen ja -informaation, mikä vähentää turhaa ajamista keskustassa**

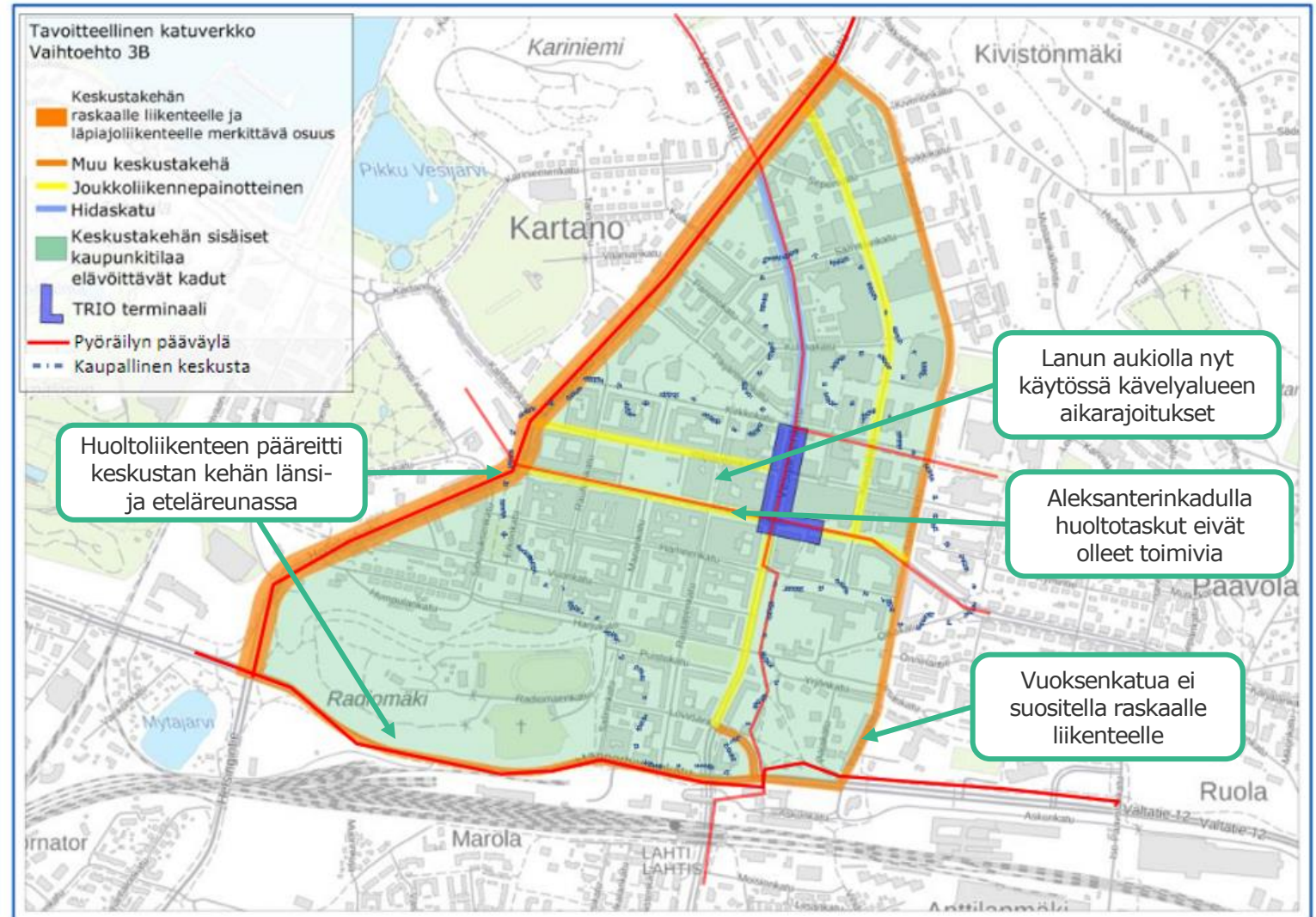


VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

VAIKUTUKSET HUOLTO- JA JAKELULIIKENTEEN JÄRJESTELYIHIN

Huoltoliikenteen periaatteet Lahden keskustassa ovat Liisun myötä:

- Huoltoliikenteen pääreitti kulkee keskustan kehän länsi- ja eteläreunassa. Pääväyliä ovat Lahdenkatu-Hollolankatu ja Mannerheiminkatu.
- Huoltoliikenne on sallittua kaikilla alueilla.
- Raskasta liikennettä, etenkin pintavaihtoehtoa, ei suositella Vuoksenkadulle. Raskaita ajoneuvoyhdistelmiä ei sallita keskustan kehän sisäpuolella ilman erityistä lupaa.
- Kävelyalueilla otetaan käyttöön aikarajoitukset huoltoliikenteelle kuten Lanun aukiolla nyt.
- Huoltotaskujen haasteena on Aleksanterinkadun kokeilun perusteella se, että muikin kuin huoltoliikenne käyttää niitä parkkeeraamiseen.



VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

VAIKUTUKSET HUOLTO- JA JAKELULIIKENTEEN JÄRJESTELYIHIN

Liikennesuunnitelma 2030:llä ei ole suoria vaikutuksia huolto- ja jakeluliikenteen järjestämiseen Lahden keskustassa. Alueella mahdollistetaan edelleenkin jakelu kaikilla kaduilla, eikä siihen liittyen ole ollut suunnitteilla rajoituksia. Yhdistelmäajoneuvoja ei kuitenkaan sallita keskustan sisällä.

Huoltoliikenne sekä taksien ajo keskustan kävely- ja kävelypainotteisilla alueilla toimii myös muutosten jälkeen. Huoltoliikenne rajoitetaan selkeämmin tiettyyn ajankohtaan, jotta se häiritsisi mahdollisimman vähän muuta ajoneuvoliikennettä ja oleskelua keskustassa.

Huolto- ja jakeluliikenne on liiketoiminnan näkökulmasta kriittinen toiminta, mutta samalla myös yksi keskeisesti keskustan asiointikokemukseen vaikuttava tekijä. Varsinkin kävelypainotteisilla kaduilla sekä jalkakäytävillä suuret ajoneuvot synnyttävät epäviihtyisyyttä sekä turvallisuuden tunnetta alueen käyttäjille. Huolto- ja jakeluliikenteellekin olisi näin ollen syytä kehittää yhteiset pelisäännöt varsinkin keskustan keskeisimmillä alueilla; miten huolto järjestetään, mitkä ovat näille osoitetut paikat jalkakäytävillä, minkä aikaan huoltoa ja jakelua voidaan tehdä yms.

Tulevaisuudessa jakeluliikenteen ja -järjestelyjen osalta tulee entistä vahvemmin huomioida myös

kuluttajille suoraan tapahtuva jakelu, jonka merkitys ja määrä lisääntyy jatkuvasti. Keskustan suunnittelussa tuleekin huomioida laaja-alaisesti esim. seuraavia näkökulmia:

- Erilaiset pakettiautomaatit ja jakelupisteet katutilassa sekä liiketiloissa, minkä lisäksi myös asuinkerrostalojen ns. palveluteiset tulevat lisääntymään. Huomioitava myös esim. päivittäistavarakaupan verkkokaupan synnyttämät tarpeet.
- Jakamistalouden palvelut yleistyvät, esim. erilaiset tavaroiden ja ruoan jakelupalvelut; tuotteiden noudolle tarvitaan selkeitä tiloja liiketilojen läheltä, jotta vältetään epäselviltä ja laittomilta ratkaisuilta.
- Jakelutavat ja muodot moninaistuvat; kaduilla tulee liikkumaan entistä monipuolisemmin jakelukulkuneuvoja autoista polkupyöriin ja muihin laitteisiin.

Keskeisimmät vaikutukset:

- **Raskaan huoltoliikenteen poistaminen ja mahdolliset aikarajoitukset vaikuttavat liikkeiden huollon järjestämiseen, mutta tämä koskee vain vähäistä määrää liikkeitä. Huomioitava erityisesti Trion ja suurimpien päivittäistavarakaupan liikkeiden huoltotarve.**

Erityisesti huomioitavaa



- Huolto- ja jakeluliikenteelle selkeät pelisäännöt ja ohjeet, jotta keskustan viihtyisyys ja turvallisuus voidaan taata
- Varaudutaan erilaisiin ja moninaistuviin jakeluliikenteen muotoihin tulevaisuudessa; vaatimuksia niin liikenneympäristölle, katutilan käytölle kuin asuinrakennustenkin suunnittelulle.

VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

VAIKUTUKSET KESKUSTAN LIIKETOIMINNAN ELINVOIMAISUUTEEN JA RAKENTEeseen

Keskustassa tapahtuvan liiketoiminnan näkökulmasta keskeisiä tarkastelunäkökuilma ovat keskustan kokonaissaavutettavuus, keskustaympäristön viihtyisyys ja turvallisuus, lähiostovoiman kehitys sekä liiketilojen tarjonta, kunto ja vuokrataso.

Liikennesuunnitelmalla pystytään suoraan vaikuttamaan keskustan saavutettavuuteen ja välillisesti muihin tekijöihin; miten liikennesuunnitelma mahdollistaa viihtyisemmän ja turvallisemman keskustaympäristön kehittymisen.

Liikenteen voimakkaampi ohjaaminen kehäkaduille ja keskustan rauhoittaminen parantaa keskustan asiakasviihtyisyyttä ja luo edellytykset liiketoiminnan kehittymiselle. Kaistojen poistumisen myötä jalkakäytävätilaa on mahdollista laajentaa ja ottaa kaupalliseen käyttöön soveltuvien osien, mikä varsinkin kesäisin luo houkuttelevampaa asiantympäristöä ja tuo kaupallista toimintaa paremmin näkyviin.

Keskustassa ei kuitenkaan esim. kielletä autolla ajoa miltään kadulta, joten kokonaissaavutettavuus pysyy hyvänä. Keskitetyt ratkaisut puolestaan helpottavat esim. reaaliaikaisen opastuksen ja ohjauksen järjestämistä.

Palveluiden sijoittuminen lähekkäin ja keskitetysti vahvistaa alueen vetovoimaa ja asiakasvirtoja.

Kaupun agglomeraatioedut (keskittymisedut) parantavat asiakaskokemusta; kaiken tarvittavan saa läheltä. Palveluita voidaan sijoittaa niin, että ne tukevat entistä enemmän toisiaan.

Kävelypainotteisuuden lisääminen voi muuttaa keskustan nykyistä liikekoostumusta. Paremmin kävelyyn tukeutuvat palvelut hakeutuvat näille alueille ja vastaavasti vahvasti autoliikenteeseen ja kadunvarsipysäköintiin perustuvat palvelut siirtyvät ulommas aivan ydinkeskustasta, varsinkin keskitettyjen pysäköintilaitosten läheisyyteen. Joidenkin toimintojen ja liikkeiden osalta edessä voi olla muutto tai liiketoiminnan lopettaminen; liikennesuunnitelma ei kuitenkaan nykyisessä muodossa synnytä sellaisia muutoksia keskustan eri alueiden saavutettavuuteen, että tämä olisi kovinkaan todennäköistä.

Keskustan kehäkadun ja muiden ratkaisuiden toteuttaminen voi rakentamisen aikana synnyttää haasteita keskustan saavutettavuudelle, millä voi olla negatiivisia vaikutuksia myös liiketoimintaan. Kehäkatu ei kuitenkaan kulje kaupallisten ydinalueiden läpi, joten vaikutukset kohdistuvat ennen kaikkea keskustan kokonaissaavutettavuuteen; hyvin suunnitelluilla tilapäisjärjestelyillä negatiivisia vaikutuksia voidaan kuitenkin lieventää.

Erityisesti huomioitavaa



- Liiketoiminnan ja yritysten elinvoimaisuuden näkökulmasta yhteistyö liiketoiminnan harjoittajien kesken sekä kaupungin ja yritysten välillä on ensiarvoisen tärkeää; yhteistyötä olisi mahdollista entisestään tiivistää ja fokusoida esim. alueittain.
- Keskustan elinvoiman näkökulmasta keskustarakenteen tiivistyminen ja täydentyminen on erittäin tärkeää; lähiostovoiman synnyttäminen on keskeisimpiä tekijöitä keskustan ja siellä harjoitettavan liiketoiminnan näkökulmasta.

8

YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Vähittäiskaupan ja palveluiden toimintaympäristö muuttuu kiihtyvällä vauhdilla. Toimialalla jylläävistä muutosvoimista merkittävimpiä ovat teknologian ja erityisesti verkkokaupan kasvu sekä muuttuva asiakaskäyttäytyminen tavaroiden kulutuksista enemmän palveluihin painottuen. Tämä asettaa haasteita myös keskustaympäristöjen kehittämiseksi; keskustojen vetovoimatekijöinä tulee kaupallisen tarjonnan lisäksi painottaa myös muita asiakaskokemukseen vaikuttavia teemoja kuten kaupunkiympäristön laatua, kiinnostavia tapahtumia, elämyksellisyyttä ja kokemuksellisuutta sekä keskustaympäristön synnyttämää mielenkiintoisuutta ja kerroksellisuutta.

Lahden keskusta on nykytilanteessa kaupallisesti suhteellisen vetovoimainen, mutta Lahdessakin keskustan ulkopuolisten kaupallisten keskustien synnyttämä kilpailuasetelma tarkoittaa sitä, että keskustan tulee pystyä uudistumaan ja vastaamaan entistä paremmin muuttuviin asiakastarpeisiin.

Liikennesuunnitelma 2030 on askel oikeaan suuntaan. Keskustaympäristöjen uudistamisessa on kansallisena ja kansainvälisenä trendinä liikenneympäristön rauhoittaminen ajoneuvoliikenteeltä sekä kävelyn ja pyöräilyn edellytysten parantaminen. Tällä on nähty olevan merkittäviä positiivisia vaikutuksia myös keskustoissa toimivien yritysten ja palveluiden toimintaedellytyksiin. Synnyttämällä mielenkiintoista, miellyttävää ja turvallista liikkumisympäristöä synnytetään toisaalta positiivisia

asiakaskokemuksia ja toisaalta myös yrityksille mahdollisuuksia esimerkiksi katutilan hyödyntämiseen liiketoiminnassaan sekä kaupallisen toiminnan paremmin näkyväksi tuomista.

Keskustan saavutettavuus kaikilla kulkumuodoilla on tärkeää, mutta on huomioitava se, että kaikki liikkijat ovat jossain vaiheessa kävelijöitä. Tällöin kaupallisesta näkökulmasta erityisesti kävely-ympäristön laadulla on erityinen merkitys. Hyvä ja laadukas ympäristö houkuttelee myös kävelemään pidempiä matkoja, jolloin luodaan edellytyksiä esimerkiksi keskitettyjen pysäköintiratkaisuiden toimivuudelle ja sille, että ne palvelevat hyvin myös keskustan liikkeitä, jotka sijaitsevat hieman kauempana pysäköinnistä.

Liikennesuunnitelma luo monipuoliset edellytykset keskustaympäristön kaupalliselle kehittämiseksi ja katutilan hyödyntämiselle. Tässä selvityksessä on esitetty erilaisia kehittämismahdollisuuksia, joiden avulla Lahden keskustan katu ympäristöjä voidaan paremmin profiloida ja brändätä synnyttäen näin vetovoimaisempaa ja houkuttelevampaa keskustaympäristöä. Lahden keskustan kaupallisen kehittämisen keskeisinä tavoitteina ovat toisaalta ydinkortteleiden (Trio-Kauppatori) tiivistäminen ja kehittäminen sekä toisaalta keskustan reuna-alueiden solmukohtien (Ranta-Kartano, Paavola ja Matkakeskus) kytkeminen osaksi kaupallisesti toimivaa keskustaa.

YHTEENVETO VAIKUTUKSISTA

	Kokonais-vaikutus	Positiiviset vaikutukset	Negatiiviset vaikutukset (huomioitava jatkosuunnittelussa)
Vaikutukset suhteessa Lahden strategisiin tavoitteisiin	++	<ul style="list-style-type: none"> Edesauttaa strategisten tavoitteiden toteutumista erityisesti keskustaympäristön viihtyisyyttä ja asukasmäärän kasvua koskien Vahvistaa Lahden brändiä ja statusta ympäristökaupunkina 	<ul style="list-style-type: none"> Ei merkittäviä negatiivisia vaikutuksia
Vaikutukset keskustan asiakaskokemukseen	+++	<ul style="list-style-type: none"> Parantaa turvallisuutta, asiointiviihtyisyyttä sekä elämyksellisyyttä Kaupallinen toiminta näkyy paremmin katutilassa synnyttäen herätteellisyyttä Visio houkuttelee käyttämään keskustaympäristöä laajemmin 	<ul style="list-style-type: none"> Katutilan osoittaminen nykyistä laajemmin kävelylle ja pyöräilylle vähentää kadunvarsipaikkoja liiketilojen edestä, millä voi olla autoille asiakkaille negatiivisia vaikutuksia Huomioitava mm. invapaikat yms. tarpeet lähellä liikkeitä
Vaikutukset keskustan palveluiden saavutettavuuteen eri kulkumuodoilla	+	<ul style="list-style-type: none"> Keskustan palveluiden saavutettavuus eri kulkumuodoilla, erityisesti kävellen ja pyörällä paranee Trion vaihtopysäkkialue parantaa Aleksanterinkadun ja Trion toimintaedellytyksiä. Keskitetty pysäköinti selkeyttää saavutettavuutta autolla; autopaikka on varmemmin ja helpommin löydettävissä 	<ul style="list-style-type: none"> Yksittäisten pysäköintipaikkojen poistuminen voi pidentää matkaa pysäköinnistä yksittäisiin liikkeisiin; kehän sisällä saa kuitenkin edelleen liikkua autolla ja alueella on myös kadunvarsipaikkoja jatkossakin.
Vaikutukset keskustan huolto- ja jakeliikenteen järjestelyihin	+/-	<ul style="list-style-type: none"> Ei merkittäviä negatiivisia vaikutuksia: keskustan liikkeiden huoltojärjestelyt pysyvät pääsääntöisesti ennallaan. Raskaamman huoltoliikenteen osalta voidaan joutua tekemään tiettyjä muutoksia ja aikataulurajoituksia. 	
Vaikutukset keskustan ja sen eri alueiden kaupan ja palveluiden toimialarakenteeseen	+	<ul style="list-style-type: none"> Keskustan kaupan tarjonta voi kehittyä synnyttäen toimintoiltaan ja brändiltään mielenkiintoisia katuosuuksia, joille sijoittuu tietyn toimialan tarjontaa 	<ul style="list-style-type: none"> Autoliikenteeseen ja lähipysäköintiin perustuvat liikkeet (raskaat kantamukset) saattavat joutua siirtymään keskustan sisällä tai keskustan ulkopuolelle; tällaisia ei kuitenkaan keskustassa ole merkittävässä määrin.
Vaikutukset keskustan liiketoiminnan elinvoimaisuuteen	++	<ul style="list-style-type: none"> Vahvistaa keskustan kaupallista asemaa ja mahdollistaa uudistumisen vastaten paremmin uusiin asiakastarpeisiin sekä kaupan ja palveluiden trendeihin Vahvistaa keskustan asemaa ja profiilia suhteessa keskustan ulkopuolisiin kaupan alueisiin 	<ul style="list-style-type: none"> Ei merkittäviä negatiivisia vaikutuksia. Tietyillä alueilla liiketoiminnan profiili saattaa nykyisestä muuttua ja painottua eri tavalla.

YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

MITÄ TARVITAAN VISIOON PÄÄSEMISEKSI?



Viihtyisää, herätteellistä, laadukasta ja turvallista kaupunkitilaa. Mahdollisuuksia oleskelulle.

Mahdollistetaan monipuolisesti erilaista toimintaa!



Saavutettavuutta kaikilla kulkumuodoilla sekä käveltävää, tiivistyvää ja sekoittunutta keskustarakennetta.

Turvataan lähistovoiman kasvu!



Houkuttelevaa ja elämyksellistä kaupallista tarjontaa sekä sitä tukevaa tapahtuma- ja kulttuuritarjontaa sekä julkisia palveluita.

Riittävästi yllätyksellisyyttä!



Tiivistyvää yhteistyötä toimijoiden, kiinteistönomistajien ja kaupungin välillä.

Innovatiivisia ratkaisuja ja konsepteja!

KUVALÄHTEET

URBAANI TAPAHTUMA- JA TAIDEKATU

- 1) <https://visitlah.fi/saapuminen-2>
- 2) Ramboll
- 3) <https://itsnothouitsme.com/2017/08/14/color-condition-discovery-green-arcade/>
- 4) Unsplash
- 5) <http://ravintolatorvi.fi/tapahtumat/linamukin-syönnin-mm-kisat-2019/>
- 6) <http://ravintolatorvi.fi>
- 7) https://fi.wikipedia.org/wiki/Lahden_kaupungintalo
- 8) <https://www.facebook.com/kaupunginaane/>
- 9) <https://shop.petitstlouis.fi/>
- 10) Ramboll
- 11) <https://shop.petitstlouis.fi/>
- 12) <https://www.archdaily.com/880155/flora-pavilion-design-school-of-nanjing-university-of-the-arts/59c4553bb22e38e281000084-flora-pavilion-design-school-of-nanjing-university-of-the-arts-photo>
- 13) <https://www.archdaily.com/928096/bridgellife-neighborhood-park-lab-d-plus-h/5dc805c13312fd38870000a2-bridgellife-neighborhood-park-lab-d-plus-h-photo>
- 14) Ramboll
- 15) <https://www.designboom.com/architecture/off-architecture-zghizaghi-garden-milia-shop-favara-italy-11-11-2016/>
- 16) <https://resources.made-in-china.com/article/product-industry-knowledge/fExQskCDmmHJ/The+Bourrasque+Light+Installation+%E2%80%93+A+S+warm+of+Light+Papers/>
- 17) <https://www.archdaily.com/780408/janet-echelman-suspends-net-sculpture-over-londons-oxford-circus/56991179e58ece02a5000004-janet-echelman-suspends-net-sculpture-over-londons-oxford-circus-photo>
- 18) <https://justinpluslauren.com/unusual-passages-outdoor-art-in-quebec-city/>
- 19) <https://www.robertharding.com/blog/2015/05/14/cannes/>
- 20) <https://www.lahli.fi/ajankohtaista/uutiset/malskille-uisi-omistaja-ja-ladin-vuokrasopimus-allekirjoitettu>

TORIN YMPÄRISTÖ

- 1) <https://www.arch2o.com/100architects-design-the-vibrant-red-planet-playground-in-shanghai/>
- 2) Ramboll
- 3) <https://www.contemporist.com/please-be-seated-london/>
- 4) <https://www.southernliving.com/travel/places-to-eat-now?slide=238aa84a-8c62-4eed-bc96-8c0449899160#238aa84a-8c62-4eed-bc96-8c0449899160>
- 5) Ramboll
- 6) https://k.sina.com.cn/article_5776829712_p158536d1002700wku.html?from=cui#p=1
- 7) <https://archello.com/project/link-the-city-to-nature>
- 8) <https://modernmixvancouver.com/2014/07/09/famcity-fresh-cart-new-open-air-urban-grocery-cart-launches-in-vancouver/>

PUIKKI- JA PAKALLISKATU

- 1) Unsplash
- 2) Unsplash
- 3) Ramboll
- 4) Unsplash

OSTOSKATU

- 1) Ramboll
- 2) <https://www.archdaily.com/783748/5-steps-to-creating-high-performance-communities/56e6bab9e58ecead89000010-5-steps-to-creating-high-performance-communities-photo>
- 3) <https://www.theinspiration.com/2014/09/ikea-climbing-wall-billboard-ubi-bene/>
- 4) <https://www.visitstockholm.com/guides/high-end-shopping-in-bibliotekstan/>
- 5) <https://www.flickr.com/photos/thearchitectureproject/17035118100/>
- 6) <https://www.intoarchitecture.co.uk/blog/our-favourite-bars-and-restaurants-around-the-world>
- 7) <https://www.creativebloq.com/advertising/supersized-type-stuns-swedish-public-91412978>
- 8) <https://superfuture.com/2020/01/new-shops/beijing-skp-s-mall-opening/>

RAVINTOLA- JA VIIHDEKSKITYMÄ

- 1) <https://www.myhelsinki.fi/fi/sy%C3%B6-ja-juo/baarit-ja-y%C3%B6el%C3%A4m%C3%A4/clarion-sky-room>
- 2) <https://i.pinimg.com/originals/a0/b9/01/a0b90124b8c3ee83f2ebd46d1b8c2011.jpg>
- 3) Unsplash / Eric Tompkins
- 4) Unsplash / Arturo Rey
- 5) <https://www.architecturaldigest.com/gallery/see-2016-finalists-for-european-prize-for-urban-public-space?crit.pic=camp.srh1lOpMfzC#1>
- 6) <http://sala7design.com.br/2018/02/parklets-espaco-de-lazer-urbano.html>

GREEN STREET BULEVARDIKATU

- 1) <https://www.flickr.com/photos/lynfabrikken/5061503357/in/photostream/>
- 2) <https://www.chapmantaylor.com/projects/ashford-designer-outlet-extension>
- 3) <https://worldlandscapearchitect.com/john-g-and-phyllis-w-smale-riverfront-park-a-catalyst-for-activities-and-entertainment/#.XusooWgzaUk>, <http://www.vogt-la.com/en/project/albsrieden-freilager-complex-zurich>
- 4) <https://i.pinimg.com/564x/e5/a1/1f/e5a11fdec69a26c85018714a8d0b138.jpg>
- 5) <https://inhabitat.com/lush-living-wall-breathes-life-into-an-otherwise-dull-parking-garage-in-california/>
- 6) <https://www.facebook.com/comunemilano/photos/a.161009570689697/1685490638241575>

MODERNI MARKETIALUE

- 1) (<https://www.walmartreimagined.com/>)
- 2) <http://landezine.com/index.php/2013/01/nse-kitakyushu-technology-center-by-platdesign/nse-kitakyushu-technology-center-by-platdesign-01/>
- 3) <https://i.pinimg.com/originals/e7/e6/51/e7e651a09237065de4b24e42a4ea9328.jpg>
- 4) https://brightside.me/creativity-design/21-examples-of-urban-design-we-want-to-see-in-every-city-609460/?utm_source=fb_brightside&utm_medium=fb_organic&utm_campaign=fb_gr_5mincrafts_kids
- 5) <https://news.cision.com/dk/unibail-hadamco-westfield/r/mall-of-scandinavia-a-new-dimension-in-shopping.c9714965>
- 6) <https://nextshark.com/fancy-mcdonalds-rotterdam/>

VIRKISTYSAKSELI RANTAAN

- 1) Unsplash
- 2) Unsplash
- 3) Unsplash
- 4) Unsplash
- 5) Unsplash
- 6) Unsplash

KULTTUURIKESKITYMÄ

- 1) Unsplash
- 2) Unsplash
- 3) Unsplash
- 4) Unsplash
- 5) Unsplash

Muissa raportin kuvissa lähde mainittu erikseen, tai Unsplash, tai Ramboll.

Bright ideas. Sustainable change.

