

Turun ratikkareitin kaupallisen potentiaalin arviointi ja pysäkkiympäristöjen kehittämissuositukset

Raportti 20.1.2026



SISÄLTÖ

1. Johdon yhteenveto
2. Työn tausta ja tavoitteet
3. Lähtökohdat kaupalliseen kehittämiseen Turun raitiotielinjauksen ympäristössä
4. Pysäkkiympäristöjen kaupallisen kehittämisen mahdollisuudet ja periaatteet
5. Pysäkkiympäristöjen profiilit Turussa
6. Yhteenveto ja johtopäätökset

Johdon yhteenveto

Työn tavoite, tarkastelut ja keskeiset havainnot

Työn tavoite ja lähtökohdat

- Työn tavoitteena on arvioida Turkuun suunnitellun raitiotien kaupallista potentiaalia sekä määrittää periaatteet, joilla pysäkkiympäristöjen kaupallista kehitystä voidaan ohjata hallitusti, realistisesti ja kaupunkikehitystä tukevalla tavalla. Tarkastelu kytkeytyy Turun kaupungin ja Turun Osuuskaupan innovaatiokumppanuuteen ja tukee raitiotien investointipäätöstä sekä maankäytön ja kaavoituksen ratkaisuja.
- Keskeinen lähtökohta on ymmärrys siitä, että raitiotie ei itsessään luo kaupallista menestystä, vaan toimii mahdollistajana: kaupallinen potentiaali realisoituu vain, jos maankäyttö, saavutettavuus, käyttäjävirrat ja ympäristön laatu tukevat toisiaan.

Tehdyt tarkastelut ja lähestymistapa

- Työssä on yhdistetty määrällinen analyysi ja laadullinen kaupunkikehityksen viitekehys:
 - Kaupan kehitystrendien ja kulutuskäyttäytymisen muutosanalyysi
 - Kansainväliset ja kotimaiset vertailut (Tampere, Bergen, Raide-Jokeri, Århus)
 - Väestö-, työpaikka- ja ostovoima-analyysit raitiotien vaikutusalueella
 - Pysäkkikohtainen tarkastelu (600 m saavutettavuusvyöhyke)
 - Käyttäjäprofiilit ja liikkumistottumukset kaupallisesta näkökulmasta

- Kaupunkitilan ja kaupallisen vetovoiman arviointi (placemaking, Gehl, Maslow)
- Lähestymistapa on ollut tarkoituksella kriittinen: kaikki pysäkit eivät ole kaupallisesti samanarvoisia eikä "one size fits all" -ratkaisu ole perusteltu.

Keskeiset havainnot

- Raitiotien vaikutusalueella väestö ja työpaikat kasvavat merkittävästi vuoteen 2035–2050, mikä luo vahvan mutta epätasaisesti jakautuvan kaupallisen pohjan.
- Suurin osa kaupallisesta kysynnästä kohdistuu edelleen päivittäistavarakauppaan ja arjen palveluihin; erikoiskaupan kasvu on rajallista ja valikoivaa.
- Kaupallinen potentiaali keskittyy pysäkeille, joilla yhdistyvät korkea jalankulkijavirta, tiivis maankäyttö ja hyvä kaupunkitilan laatu.
- Raitiotie ohjaa asiointivirtoja voimakkaasti: se vahvistaa olemassa olevia keskuksia enemmän kuin synnyttää uusia.
- Etäisyys ja koettu saavutettavuus ovat kriittisiä: kaupallinen hyöty realisoituu käytännössä vain 400–600 metrin vyöhykkeellä pysäkestä.

Johdon yhteenveto

Johtopäätökset

Raitiotie on kaupunkikehityksen väline, joka ei pelkää liikumiseen perustuen luo ympärilleen monipuolista kaupallista tarjontaa

- Kaupallinen potentiaali syntyy vain, jos raitiotie kytketään tietoisesti maankäyttöön, kaavoitukseen ja pysäkkiympäristöjen laatuun sekä käyttäjäkokemukseen

Pysäkkien kaupallinen rooli on eriytettävä

- Osa pysäkeistä toimii paikallisina arjen palvelukeskittyminä, osa keskustamaisina solmuina ja osa pääosin liikumisen infrastruktuurina ilman merkittävää kaupallista roolia. Kaikille pysäkeille ei tule eikä pidä tavoitella samaa kaupallista profiilia

Arjen palvelut ja palveluliiketoiminta ovat kehityksen selkäranka

- Päivittäistavarakauppa, kahvilat, ravintolat, terveys- ja hyvinvointipalvelut muodostavat kaupallisen perustan. Elämykselliset ja erikoistuneet konseptit toimivat vain rajatuilla, korkean potentiaalisen pysäkeillä

Kaupunkitilan laatu ratkaisee

- Jalankulkuympäristön viihtyisyys, turvallisuus, lyhyet etäisyydet ja aktiivinen katutaso ovat vähintään yhtä tärkeitä kuin asiakasmäärät. Huonosti toteutettu pysäkkiympäristö syö kaupallisen potentiaalisen nopeasti

Aikajänne on pitkä ja vaatii kärsivällisyyttä.

- Kansainvälisten ja kotimaisten esimerkkien perusteella kaupalliset vaikutukset realisoituvat täysimääräisesti vasta 5–10 vuoden kuluessa raitiotien käyttöönotosta.

Suosituksia päätöksenteolle ja jatkotoimille

- Raitiotien pysäkit kytketään selkeästi osaksi kaupungin palveluverkkosuunnittelua ja kaavoitusta
- Pysäkkikohtaiset kehittämissuunnitelmat ja realistiset kaupalliset tavoitteet määritellään osana pysäkkiympäristöjen liikenteellistä ja maankäytöllistä suunnittelua
- Erityisesti korkeimman potentiaalisen pysäkkien kaupunkitilan laatuun ja katutason aktivointiin panostetaan
- Rakentamisvaiheen vaikutukset yrityksiin ja varmista avoin vuoropuhelu toimijoiden kanssa varmistetaan
- Raitiotietä hyödynnetään myös kaupunkibrändin ja identiteetin vahvistajana, ei pelkää liikenneinvestointina

Selvitys on laadittu Ramboll Finland Oy:ssä loppuvuodesta 2025. Työn projektipäällikkönä on toiminut Eero Salminen. Työn toimeksiantojana on toiminut Turun Osuuskauppa (Janne Alho ja Anniina Savisalo) ja työn ohjauksessa on ollut mukana Signified Oy (Riitta Birkstedt). Selvitys on toteutettu osana Turun kaupungin ja Turun Osuuskaupan välistä innovaatiokumppanuutta.

Turun ratikkareitin pysäkit alueittain

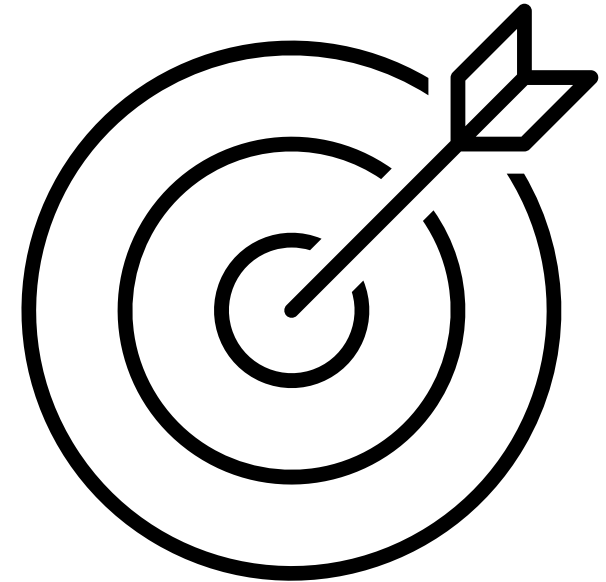
Pysäkki	Rooli	Pysäkki-nousut / vrk	Asutus 2035 (600 m)	Palvelutarjonta (nykyinen)	Muu potentiaali	Kaupallinen kehittämis-potentiaali	Huomiot
Satama	Matkailu-, tapahtuma- ja vapaa-ajan pysäkit	1 501	2 846	Kohtalainen	Laivamatkustajat, Linnassa kävijät, tulevaisuuden kulttuuri- ja tapahtumakhteet	Kohtalainen	Matkailu- ja kulttuuripalveluihin linkittyvät
Kolmen Katariinan Bulevardi	Asuinaluepysäkit	619	4 709	Heikko		Suuri	
Vaasantie	Asuinaluepysäkit	465	3 484	Heikko		Suuri	
Kirstinpuisto	Asuinaluepysäkit	715	8 468	Heikko		Suuri	
Rautatientori	Keskusta- ja solmupysäkit / Matkailu-, tapahtuma- ja vapaa-ajan pysäkit	1 823	9 879	Kohtalainen	Junamatkustajat (Logomo), Ratapihan elämyskeskus, vanhan rautatieaseman kaupallinen potentiaali	Kohtalainen	Linkittyminen Ratapihan elämyskeskukseen
Humalistonkatu	Keskusta- ja solmupysäkit	1 955	7 443	Laaja		Pieni	
Kauppatori / Eerikinkatu	Keskusta- ja solmupysäkit	4 425	4 163	Laaja (keskusta)		Kohtalainen	Olemassa olevan kaupallisen toiminnan kehittäminen tiiviissä kaupunkirakenteessa
Tuomiokirkontori	Keskusta- ja solmupysäkit / Matkailu-, tapahtuma- ja vapaa-ajan pysäkit	2 807	9 965	Laaja (tori, Aninkaistenkatu)	Kytkeytyminen vanhaan kaupunkiin, suurtoriin ja tuomiokirkkoon, historiallinen brändi	Kohtalainen	Vanhankaupungin palvelutarjonnan kehittäminen ja liittäminen, markkinoiden huomioiminen reiteissä
Hämeenkatu	Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit	1 655	5 456	Laaja (Hämeenkadun varsi)	Kytkeytyminen yliopistoon. Hämeenkadun olemassa oleva rakenne.	Kohtalainen	Olemassa olevan kaupallisen toiminnan kehittäminen tiiviissä kaupunkirakenteessa
Kiinamyllynkatu	Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit	1 049	3 047	Kohtalainen	Kytkeytyminen TYKS:iin ja yliopiston toimintoihin	Pieni	
Joukahaisenkatu	Keskusta- ja solmupysäkit	2 941	1 930	Laaja	Junamatkustajat	Kohtalainen	
Teollisuuskatu	Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit	1 597	1 483	Kohtalainen		Kohtalainen	
Karjakatu	Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit	1 597	3 093	Kohtalainen (Lidl)		Suuri	
Voimakatu	Kauppakeskus- ja asiointipysäkit	886	3 698	Laaja (Prisma)	Kytkeytyminen Prismaan sekä vapaa-ajantoimintoihin	Suuri	Kaavoitus pitkällä
Laukkavuori	Kauppakeskus- ja asiointipysäkit	156	3 421	Kohtalainen	Jaanintien ja Littoistentien liikennevirta, kytkeytyminen Prismaan	Kohtalainen	Ympäriillä puisto ja sähköasema, kehittäminen tilan puolesta haastavaa
Hurtтивуori	Asuinaluepysäkit	1 042	2 679	Heikko		Pieni	
Varissuo keskus	Kauppakeskus- ja asiointipysäkit	1 378	4 854	Laaja		Suuri	
Karvataskunkatu	Asuinaluepysäkit	386	393	Heikko		Pieni	
Suurpäänkatu	Asuinaluepysäkit	215	1 281	Heikko		Pieni	
Kraatarinkatu	Asuinaluepysäkit	469	3 281	Heikko		Kohtalainen	

SISÄLTÖ

- 1. Johdon yhteenveto**
- 2. Työn tausta ja tavoitteet**
- 3. Lähtökohdat kaupalliseen kehittämiseen Turun raitiotielinjauksen ympäristössä**
- 4. Pysäkkiympäristöjen kaupallisen kehittämisen mahdollisuudet ja periaatteet**
- 5. Pysäkkiympäristöjen profiilit Turussa**
- 6. Yhteenveto ja johtopäätökset**

Työn tavoitteet

- Turun kaupunki on käynnistänyt helmikuussa 2024 innovaatiokumppanuuden Turun Osuuskaupan kanssa tavoitteena selvittää Turkuun suunnitteilla olevan ratikkareitin kaupallinen potentiaali ja pysäkkiympäristöjen kaupallisen kehittämisen periaatteet.
- Innovaatiokumppanuuden näkökulmasta hakemuksessa on korostettu seuraavia teemoja:
 - Mitä kysymyksiä uusi raitiotie luo Turun kaupungille kaupallisten palveluiden näkökulmasta?
 - Miten voidaan parhaiten hyödyntää Turun Raitiotien ensimmäisen linjauksen luomat kaupallisten palveluiden mahdollisuudet?
 - Muita kysymyksiä: Millaisia tarpeita ja kysyntää Raitiotie luo pysäköiden lähialueille? Mitä tulisi kaupunkikehittämisessä ottaa huomioon eri pysäkeillä ja sen lähialueilla ja mitä se tarkoittaa esim. kaavoituksen kannalta?
 - Paljonko tilastollisesti kaupalliset palvelut voivat lisätä Raitiotien käyttöä, jos palvelut ovat sijoitettu optimaalisesti?
 - Miten kaupallisten palveluiden toimija lähestyy mahdollisuuksia, joita Raitiotie luo?
 - Millaisia erilaiset kaupallisia palveluita Raitiotie on luonut esim. Tampereella, Bergenissä, Raide-Jokerin alueella, Århusissa jne.
 - Paljonko Raitiotie kulkee ihmisiä ja millaisia kaupallisia palveluita se mahdollistaa eri pysäkeille? Toisaalta paljonko ihmisiä pitäisi kulkea, jotta palvelut mahdollistuisivat?
 - Miten kaupalliset palvelut tulee sijoittaa, jotta sen synergia Raitiotien kanssa on mahdollisimman optimaalinen?



Ratikkasuunnitelma

Turun kaupunginhallitus päätti 2.10.2023 siirtymisestä Satama–Varissuo-raitiotien toteutussuunnitteluun.

Kaupunginvaltuusto tekee lopullisen investointipäätöksen raitiotien toteutussuunnitelman, tarkentuvien vaikutusarvioiden sekä vahvistuneen kustannusarvion perusteella. Lisäksi aineistoihin sisällytetään superbussiselvityksen päivitys, josta kaupunginhallitus päätti 18.8.2025. Toteuttamispäätös joukkoliikenneratkaisusta tehdään kaupunginvaltuustossa viimeistään kesäkuussa 2026.

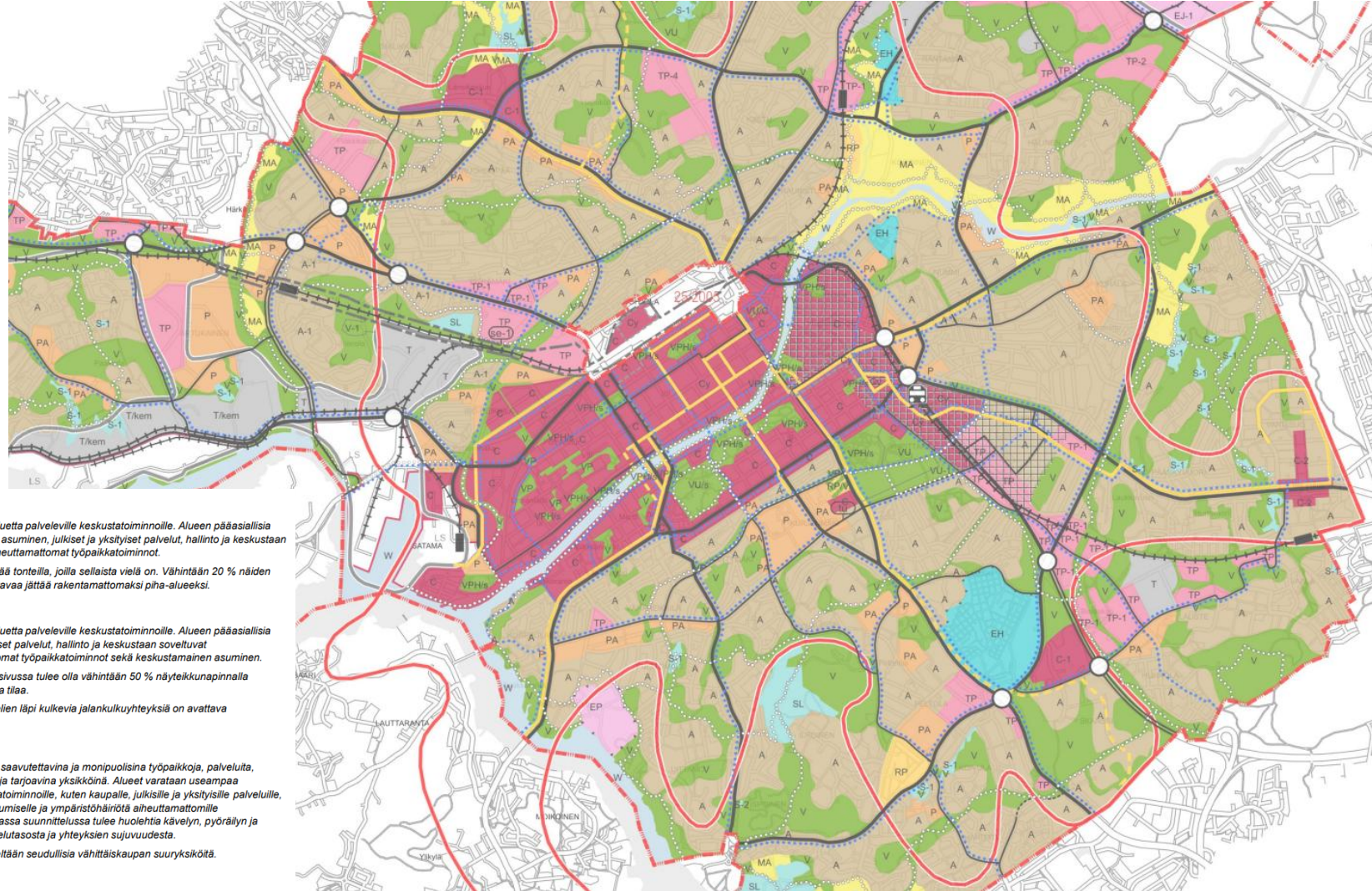
- Turun raitiotien toteutussuunnittelun ja mahdollisen rakentamisen toteuttaa Turun Raitiotieallianssi, johon kuuluvat Turun Raitiotie Oy, Turun kaupunki, NRC Group Finland Oy, GRK Suomi Oy, Ramboll Finland Oy ja Sweco Finland Oy. Turun Raitiotie Oy on Turun kaupungin omistama yhtiö, joka on tilaajana päävastuussa raitiotien toteutussuunnitelmavaiheesta.



Turun yleiskaava 2029

Raitiotien alustava linjaus on osoitettu Turun yleiskaava 2029:ssä.

Pääasiassa linjaus sijoittuu keskustatoimintojen C-alueille ja Kupittaa-Varissuo -välillä asumisen käyttötarkoituksialueille.



TP

Työpaikka-alue

Alue varataan monipuolisille työpaikkatoiminnoille. Alueella voi olla toimisto- ja palvelutyöpaikkoja, ympäristöhäiriötä aiheuttamatonta teollisuutta ja niihin liittyvää myymälätilaa sekä varastointia.

Alueen MA-alueeseen rajautuvalla reunalla tulee mahdollisuuksien mukaan istuttaa suoja puustoa maisemakuvan sopusointuisuuden turvaamiseksi.

TP-1

Työpaikka-alue

Alue varataan monipuolisille työpaikkatoiminnoille. Alueella voi olla toimisto- ja palvelutyöpaikkoja, ympäristöhäiriötä aiheuttamatonta teollisuutta ja niihin liittyvää myymälätilaa sekä varastointia. Alueelle saa sijoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä.

Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan kerrosalan enimmäismäärä: Itäharju–Biolaakso 86 000 k-m², Kärämäki 20 000 k-m², Manhattan 30 000 k-m².

Keskustahakuisen erikoistavarakaupan seudullisten suuryksiköiden toteuttaminen alueella edellyttää joukkoliikenteen ja kevyenliikenteen hyvää saavutettavuutta ja ympäristön laatua parantavaa kehittämistä.

Alueen MA-alueeseen rajautuvalla reunalla tulee mahdollisuuksien mukaan istuttaa suoja puustoa maisemakuvan sopusointuisuuden turvaamiseksi.

TP-2

Työpaikka-alue

Alue varataan monipuolisille työpaikkatoiminnoille. Alueella voi olla toimisto- ja palvelutyöpaikkoja, ympäristöhäiriötä aiheuttamatonta teollisuutta ja niihin liittyvää myymälätilaa sekä varastointia. Alueelle saa sijoittaa merkitykseltään paljon tilaa vaativan vähittäiskaupan suuryksiköitä.

Merkitykseltään seudullisen paljon tilaa vaativan vähittäiskaupan kerrosalan enimmäismäärä: Oniketo–Topinoja 50 000 k-m², Kuninkoja 12 000 k-m².

Alueen MA-alueeseen rajautuvalla reunalla tulee mahdollisuuksien mukaan istuttaa suoja puustoa maisemakuvan sopusointuisuuden turvaamiseksi.

Pomponrahkan Natura-alueen läheisyydessä sijaitsevan TP-2-alueen rakentaminen ei saa aiheuttaa heikentäviä muutoksia Natura-alueen suo- ja metsäalueiden vesitaloudessa.

TP-3

Työpaikka-alue

Alue varataan monipuolisille työpaikkatoiminnoille. Alueella voi olla toimisto- ja palvelutyöpaikkoja samoin kuin ympäristöhäiriötä aiheuttamatonta teollisuutta ja puutarhataloutta sekä niihin liittyvää myymälätilaa ja varastointia.

Alueen MA-alueeseen rajautuvalla reunalla tulee mahdollisuuksien mukaan istuttaa suoja puustoa maisemakuvan sopusointuisuuden turvaamiseksi.

TP-4

Työpaikka-alue

Alue varataan monipuolisille työpaikkatoiminnoille. Alueella voi olla toimisto- ja palvelutyöpaikkoja, ympäristöhäiriötä aiheuttamatonta teollisuutta ja niihin liittyvää myymälätilaa sekä varastointia. Alueelle saa sijoittaa merkitykseltään seudullisia paljon tilaa vaativan vähittäiskaupan suuryksiköitä. Alueelle saa rakentaa liikenteen hoidon ja yhdyskuntateknisen huollon kannalta tarpeellisia tiloja ja laitteita.

Merkitykseltään seudullisen paljon tilaa vaativan vähittäiskaupan kerrosalan enimmäismäärä: Rieskalähteentie 32 000 k-m².

Keskustatoimintojen alue

Alue varataan Turun kaupunkialuetta palveleville keskustatoiminnoille. Alueen pääasiallisia toimintoja ovat keskustamainen asuminen, julkiset ja yksityiset palvelut, hallinto ja keskustaan soveltuvat ympäristöhäiriötä aiheuttamattomat työpaikkatoiminnot.

Maanvaraista pihaa tulee säilyttää tonteilla, joilla sellaista vielä on. Vähintään 20 % näiden tonttien pinta-alasta on suositeltavaa jättää rakentamattomaksi pihajalkeeksi.

Ydinkeskusta – Tiedepuisto

Alue varataan Turun kaupunkialuetta palveleville keskustatoiminnoille. Alueen pääasiallisia toimintoja ovat julkiset ja yksityiset palvelut, hallinto ja keskustaan soveltuvat ympäristöhäiriötä aiheuttamattomat työpaikkatoiminnot sekä keskustamainen asuminen.

Kadunvarteen sijoituvassa julkisavustuksessa tulee olla vähintään 50 % näytekunapinnalla varustettua liiketilaa soveltuvaa tilaa.

Kauppatoria reunastavien korttelien läpi kulkevia jalankulkuyhteyksiä on avattava mahdollisuuksien mukaan.

Aluekeskus

Aluekeskuksia kehitetään hyvin saavutettavina ja monipuolisina työpaikkoja, palveluita, asumista ja vapaa-ajan toimintoja tarjoavina yksikköinä. Alueet varataan useampaa suuraluetta palveleville keskustatoiminnoille, kuten kaupalle, julkisille ja yksityisille palveluille, hallinnolle, keskustamaiselle asumiselle ja ympäristöhäiriötä aiheuttamattomille työpaikkatoiminnoille. Tarkemmassa suunnittelussa tulee huomioida kävelyn, pyöräilyn ja joukkoliikenteen korkeasta palvelutasosta ja yhteyksien sujuvuudesta.

Alueelle saa sijoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä.

Paikalliskeskus

Alue varataan ensisijaisesti suuralueen asukkaita palveleville keskustatoiminnoille, kuten kaupalle, julkisille ja yksityisille palveluille, hallinnolle, keskustamaiselle asumiselle sekä ympäristöhäiriötä aiheuttamattomille työpaikkatoiminnoille. Tarkemmassa suunnittelussa tulee huomioida kävelyn, pyöräilyn ja joukkoliikenteen korkeasta palvelutasosta ja yhteyksien sujuvuudesta.

Paikalliskeskusten palvelut ja toiminnot palvelevat pääosin lähialueen asutusta. Alueiden kaupalliset toiminnot eivät saa kasvaa seudullisesti merkittäviksi.

Teoriatausta ja benchmarkit

Raitiotien vaikutukset vähittäiskauppaan

Tiivistäminen ja saavutettavuus

- Vähittäiskauppa seuraa voimakkaasti asukkaita ja pienemmässä määrin myös yrityksiä. Suurimmat kaupan alan keskittymät sijaitsevat yleensä keskeisten logististen solmukohtien varrella, kuten asemanseuduilla ja moottoriteliittymien lähetyvillä. (Laakso & Loikkanen 2004). Raitiotieprojektit vaikuttavat lähialueen kaupallisiin palveluihin etenkin tiivistyvän asuin- ja työpaikkarakentamisen sekä yhteyksien parantamisen seurauksena (Liu & Bardaka 2025). Tiivistyvä aluerakenne lisää kaupallisten palveluiden kysyntää ja parempi saavutettavuus voi houkutella asiakkaita muilta alueilta.
- Raitiotien rakentamisen on todettu parantavan erityisesti erikoiskaupan, elintarvikealan ja majoitusalan yritysten toimintaedellytyksiä (Liu & Bardaka 2025). Kaupan alan kehityksen on havaittu olevan kontekstisidonnaista, eikä aseman rakentaminen automaattisesti takaa kaupan alan positiivista kehitystä (Schuez 2014). Vähittäiskaupan toimintaedellytysten on esimerkiksi todettu paranevan tilanteessa, jossa läheisyydessä sijaitsee palvelualueen yrityksiä. Vaikuttaakin siltä, että aseman ympäristöä tulisi kehittää monipuoliksi kaupan ja palvelualueen keskittymiksi, minkä lisäksi on kiinnitettävä huomioita viihtyisään ympäristöön ja sujuvaan liikkumiseen myös asema-alueiden ulkopuolella.
- Raitiotiehankkeiden negatiiviset vaikutukset näkyvät rakentamisen aikaisina häiriöinä sekä yritysten kohoavina kustannuksina. Etenkin

palvelualueen yritykset voivat kärsiä rakentamisvaiheen häiriöistä, kuten pysäköintipaikkojen karsimisesta, viihtyisyyden heikkenemisestä tai kulkuyhteyksien heikkenemisestä. Raitiotien rakentaminen nostaa lähes poikkeuksetta lähialueen kiinteistöjen vuokria mistä voi olla haittaa etenkin pienemmille yrityksille.

- Raideliikenteen rakentamisen positiiviset vaikutukset näkyvät selvimmin 5-10 vuotta rakentamisen jälkeen. Tiiviisti rakennettujen alueiden läheisyydessä kaupan alan positiiviset vaikutukset ovat harvaan rakennettuja alueita voimakkaammat.

Raitiotiehankkeiden vaikutuksia kaupallisiin palveluihin

Benchmark-kohteita

Tampere

Tampereella ratikka on jo selvästi ohjannut kaupallista kehitystä:

- Arjen lähipalvelut lisääntyneet: kahvilat, pienet marketit, kampaamot, hyvinvointipalvelut.
- Uudet hybridikorttelit: Ratikka on lisännyt investointihalukkuutta Taysin ja Hervannan alueilla: kivijalkaliiketilat täyttyneet selvästi aiempaa paremmin.
- Ratinan ja Tammelan vahvistuminen: palveluketjut (esim. kahvilat ja pienet erikoisliikkeet) hakeutuneet lähemmäs pysäkkejä.
- Työpaikka-alueiden uudelleenprofiloituminen (Hervanta–Keskusta): palveluvalikoima monipuolistunut, mm. lounasravintolat ja pikat palvelut.
- **Tampereella ratikka ei ole toistaiseksi synnyttänyt "isoja" uusia palvelukeskittymiä, vaan vahvistanut olemassa olevien alueiden kysyntää ja vauhdittanut täydennysrakentamista**

Bergen (Bybanen)

Bergenissä ratikka on ollut selkeä signaali pitkän aikavälin kasvulle:

- Uudet kauppakeskukset ja mixed-use -kohteet ratikkareitin varrella (mm. Lagunenin alueen laajennukset).
- Palvelunauha: kahvilat, pienet ruokakaupat ja terveys-/hyvinvointipalvelut asemanseutujen solmukohdissa.
- Asumisen tiivistyminen: kivijalkakysyntä kasvanut systemaattisesti.
- Opiskelijapalveluiden kasvu (reitti kulkee yliopistoalueiden läpi).
- Turismiin liittyvät palvelut laajentuneet, koska ratikka on osin brändi ja osa kaupunki-identiteettiä.

Raide-Jokeri (Helsingin seutu, käynnistynyt 2024)

Vaikutukset ovat vasta konkretisoitumassa, mutta kehityssuunta on jo näkyvä:

- Lähipalvelut ja kivijalkatoiminnot vahvistuvat erityisesti Itäkeskus–Oulunkylä–Leppävaara -akselilla.
- Asemanseutujen täydennysrakentaminen tuo uutta kaupallista pohjaa (esim. Maunula, Pakila, Huopalahti, Leppävaara).
- Palvelujen ketjuuntuminen: kahvilat, ravintolat, pienet marketit, kampaamot, terveys- ja hyvinvointipalvelut hakeutuvat intensiivisen jalankulkijavirran läheisyyteen.
- Liityntäliikenteen solmupisteet (mm. Oulunkylä ja Leppävaara) laajentavat jo valmiiksi vahvoja palvelukeskittymiä.

Århus (Letbanen)

Århusissa raitiotie on ollut osa laajempaa kaupunkikehityksen modernisointia:

- Joukkoliikenteen solmujen ympärille syntynyt kaupallinen kerrostuma, erityisesti yliopiston ja satama-alueiden suunnassa.
- Kulttuuri- ja tapahtumapalvelut vahvistuneet reitin varrella.
- Århus hyödyntää ratikkaa uuden kaupunkirakenteen markkinointina – kaupalliset palvelut seuraavat tiiviisti uusia asuinkortteleita.

Esimerkki toteutuneesta hankkeesta suomessa

Ratikan vaikutukset kaupan alaan Tampereella

- Tampereen raitiotien ensimmäisen vaiheen kaksi linjaa valmistuivat vuonna 2021. Raitiotietä laajennettiin vuonna 2025, jolloin liikennöinti Lentävänniemeen aloitettiin. Seuraavassa vaiheessa raitiotietä laajennetaan vuoteen 2028 mennessä kulkemaan Pirkkalaan ja Lempäälään. Pitkän aikavälin tavoitteena on luoda raitiotiestä merkittävä seudullisen liikenteen osa.
- Tampereen raitiotieprojekti on kokonaisvaltainen kaupunkikehittämisen väline, jonka tavoitteena on joukkoliikennettä kehittämällä tiivistää aluerakennetta, yhdistää alakeskuksia ja mahdollistaa uusien alueiden tukeutuminen joukkoliikenteeseen. Tampereen tapauksessa on kuitenkin huomioitava se, että raitiotie on ainoastaan osa kaupungin liikenteen kehittämistä. Tampereella on raitiotien lisäksi viime vuosina kehitetty myös lähijunaliikennettä, keskustan autopsyköintiä sekä pyöräteitä.
- Raitiotielinjat on yhdistetty Turtolan, Kalevan, Hämeenkadun, Koskikeskuksen, Ratinan ja Lielahden kauppakeskittyymiin. Lisäksi raitiovaunureitti yhdistää tärkeitä julkisia ja yksityisiä palveluita, kuten Tampereen yliopistollinen sairaala, Tampereen yliopisto, Kalevan ja Ratinan stadionit sekä useat perus- ja keskiasteen oppilaitokset. Raitiotien varrella aloitti sen valmistumisen aikoihin Kale-kauppakeskus. Pirkanmaan Osuuskaupan aloitteesta käynnistetty Kaleva-Hakametsä-paikalliskeskushanke peruttiin heikentyneen taloustilanteen vuoksi syksyllä 2025. Alueen kehittämistä jatketaan kuitenkin pienemmässä mittakaavassa yhteistyössä kaupungin ja Osuuskaupan (Yle 2025).
- Kaupunkirakenteen tiivistymistä seurataan väliraporteissa, joissa tavoitevuosina on 2016-2046. Tuoreimman, vuonna 2024 julkaistun raportin mukaan 70 % raitiotien vaiheen 1 lähialueen rakentamistavoitteesta (1 350 000 k-m²) oli saavutettu ja toteuma on ollut arvioitua nopeampaa (Newsec 2024). Myös raitiotien vaiheen 2 rakentaminen on ollut tavoitteeseen (890 000 k-m²) verrattuna arvioitua nopeampaa.
- Tampereen keskustan elinvoimaisuus on kaupankäynnin näkökulmasta pysynyt korkeammalla tasolla verrattuna suurimpaan osaan muita suomalaisia kaupunkeja (EKK 2025). Tampereen keskusta-alueen asukastiheys Suomen toiseksi korkein Helsingin jälkeen ja kaupallinen tiiviys Suomen toiseksi suurin. Raitiotien lisäksi keskustan elävyyttä on kehitetty lukuisilla muilla tavoilla. Keskustakehittämisen viimeaikaisiin projekteihin kuuluu Nokia Areena, Tammelan stadion, Ratinan kauppakeskus, keskustan uudet asuinkorttelit ja useat uudet hotellihankkeet.

Liikkumistottumusten muutokset raitiotiekäytävässä: Hervannan raitiotiehaaran tarkastelu

Iida Karjalainen on Diplomityössään (2024) tarkastellut Hervannan raitiotiehaaran käyttöä ja raitiotien vaikutuksia liikkumistottumuksiin (Lähde: <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/160644>). Ohessa on diplomityöstä keskeisiä havaintoja erityisesti asiointeihin liittyen.

Asiointiliikkumisen keskittyminen ja "Ratikkakäytävä-ilmio"

- Ratikka ei ainoastaan korvannut bussiliikennettä, vaan se muutti asiointiliikkumisen virtoja vahvistamalla tiettyjä kaupallisia solmukohtia. Tulokset osoittavat, että raideliikenne ohjaa ostovoimaa tehokkaasti suurten palvelukeskittymien äärelle.
- Keskustahakuinen asiointi kasvoi: 74 % kyselyyn vastanneista ilmoitti, että matkat Tampereen keskustaan ovat lisääntyneet ratikan myötä. Tämä viittaa siihen, että ratikka on laskenut kynnystä lähteä asioimaan ydinkeskustan palveluiden äärelle, mikä tukee keskustan elinvoimaa.
- Aluekeskusten vahvistuminen (Hervantakeskus): Matkustaminen Hervantakeskukseen (kauppakeskus Duo ja julkiset palvelut) lisääntyi noin puolella vastaajista. Hervantakeskuksen pysäkin nousijamäärät ovat moninkertaisia muihin Hervannan pysäkkeihin verrattuna, mikä viittaa siihen, että se kerää asiointiliikennettä myös ratikan varrella asuvilta (esim. Etelä-Hervanta, Hervantajärvi).
- Hypermarket-tason saavutettavuus (Turtola): Merkittävin yksittäinen havainto asiointiliikkumisesta on Turtolan kauppakeskuksen roolin muutos. Turtolan pysäkin matkustajamäärät kolminkertaistuivat vuoden 2019 tasoon verrattuna. Työssä todetaan todennäköiseksi, että hervantalaiset käyttävät ratikkaa aiempaa enemmän asioidakseen Turtolan palveluissa. Tämä osoittaa, että ratikka yhdistää tehokkaasti autottomat kotitaloudet automarket-tason palveluihin.

Vaikutukset kaupalliseen tarjontaan ja maankäyttöön

- Diplomityössä on esitettyä selkeää korrelaatio saavutettavuuden parantumisen ja maankäytön tiivistymisen välillä, mikä luo pohjaa kaupalliselle tarjonnalle.

- Uusien alueiden palveluriippuvuus: Hervantajärvellä on toistaiseksi vähän palveluita (yksi kauppa), mutta ratikka on mahdollistanut alueen nopean kasvun ja kytkenyt sen Hervannan palveluihin. Tämä luo mielenkiintoisen dynamiikan: ratikka voi hidastaa pienten lähipalveluiden syntymistä uudelle alueelle, koska pääsy suurempiin keskuksiin (Hervanta, Turtola, Keskusta) on tehty vaivattomaksi.
- Täydennysrakentaminen luo asiakaspohjaa: Ratikkakäytävän varrella, erityisesti Pohjois-Hervannassa ja Hervantakeskuksen ympärillä, on käynnissä merkittävä täydennysrakentaminen. Tämä tiivistäminen tuo lisää ostovoimaa suoraan pysäkkien, ja siten niiden yhteydessä olevien kaupallisten palveluiden, vaikutusalueelle.
- Tulevaisuuden potentiaali (Lentävänniemi): Vertailualueella Lentävänniemessä vanhan ostoskeskuksen tilalle suunnitellaan uusia liiketiloja ja asuinkerrostaloja ratikan päätepysäkin tuntumaan. Tämä ennakoii "Transit Oriented Development" (TOD) -mallin mukaista kehitystä, jossa kaupallinen tarjonta integroidaan suoraan joukkoliikenteen solmukohtaan.

Liikkumisen esteet ja "Viimeinen kilometri" kaupalle

- Kaupallisen tarjonnan hyödyntäminen on suoraan riippuvaista siitä, miten helppoa pysäkiltä on kulkea liikkeeseen.
- Kävelymatkan kipuraja: Työssä havaittiin, että tyytyväisyys laskee merkittävästi, jos kävelymatka pysäkillä ylittää 800 metriä. Kaupallisen tarjonnan sijoittumisessa tämä on kriittinen tekijä: liiketilojen on sijaittava ns. "kultaisella vyöhykkeellä" (<400-500m) pysäkestä, jotta ne hyötyvät ratikan tuomasta asiakasvirrasta.
- Ostosten kuljettaminen: Vaikka ratikka koetaan esteettömäksi, harrastusvälineiden ja tavaroiden kuljettaminen koettiin haastavaksi joillakin alueilla (esim. vertailualue Härmälänranta sai arvosanan 3,9). Hervannan ratikassa tavaroiden kuljetus koettiin helpommaksi (arvosana 5,8). Tämä on tärkeä signaali kaupalle: jos suurempien ostosten kuljettaminen koetaan vaikeaksi, autoliikenne säilyttää ylivallan asiointimatkoissa.

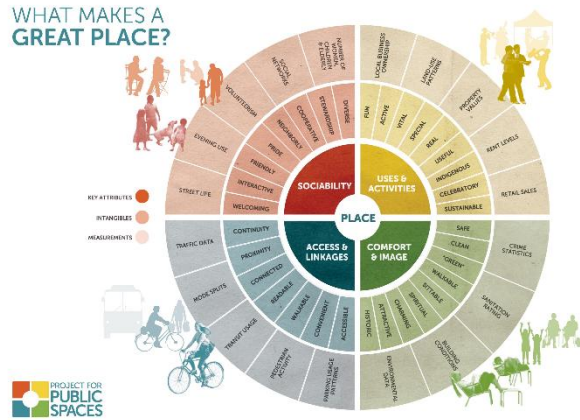
Raitiotien suunnittelun hyviä käytäntöjä kaupan alan näkökulmasta

- Tampereen raitiotien rakentamisvaiheen aikana jotkin reitin läheisyydessä sijaitsevat yritykset kokivat ongelmia toimintansa kanssa (Salminen 2020). Yrittäjät kokivat jääneensä ulkopuolisiksi suunnittelusta, eikä heidän tarpeitaan otettu huomioon. Ongelmia pyrittiin suunnittelun jatkuessa ratkaisemaan etenkin viestintää parantamalla. Muita tunnistettuja keinoja ongelmia olivat yrittäjien kanssa järjestettävät kuulemistilaisuudet, kyselyt, yhteismarkkinointi, monikanavainen viestintä sekä avoin vuoropuhelu yrittäjien ja kaupungin välillä.
- **Bergenin raitiotien tapauksessa kaupallisia vaikutuksia pyrittiin kehittämään kokonaisvaltaisella suunnittelulla, jossa laadukas, viihtyisä ja toimiva kaupunkiympäristö otettiin yhdeksi hankkeen päätavoitteista** (Karppi & Sankala 2017). Tätä pyrittiin toteuttamaan panostamalla pysäkkien houkuttelevuuteen ja toimivuuteen. Lisäksi ympäristöstä pyrittiin tekemään miellyttävä ja kävely-ystävällinen sekä palveluiltaan monipuolinen. Ympäristössä haluttiin kytkeä yhteen asutus ja palvelut, ja suunnittelun keskiössä oli arjen liikkumisen sujuvuus ja turvallisuus (Wsp ja Vantaan kaupunki 2022).
- **Raitiotiepysäkkejä voidaan hyvän saavutettavuuden ansiosta kehittää monipuolisiksi palvelukeskittymiksi, jotka palvelevat aseman lähiympäristöä laajempaa käyttäjäkuntaa.** Esimerkiksi Raide-Jokerin tapauksessa Oulunkylään kaavoitettiin 5000 m² lisää tilaa kivijalkaliikkeille ja 20 000 m² sosiaali- ja terveyskeskukselle (WSP & Vantaan kaupunki 2022).

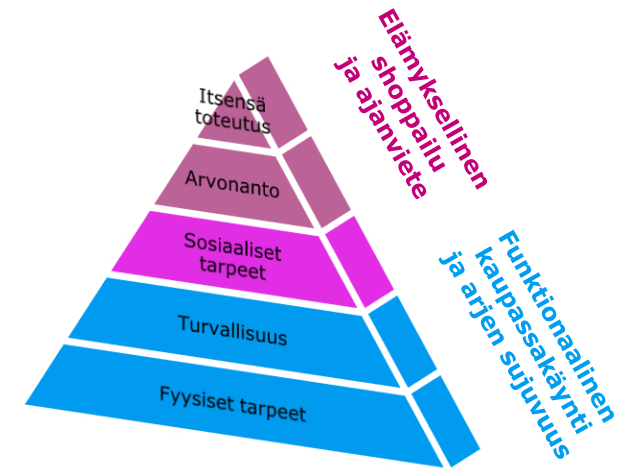
Mistä koostuu kaupallisesti toimiva ympäristö

Kaupallisesti vetovoimainen ympäristö

Tarkastelunäkökulmia



	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 miellyttävässä ympäristössä. Seuraustoiminnot, kuten yhteisöllisyys, syntyvät kahden ensimmäisen toiminnon yhteisummana.

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 ympäristö

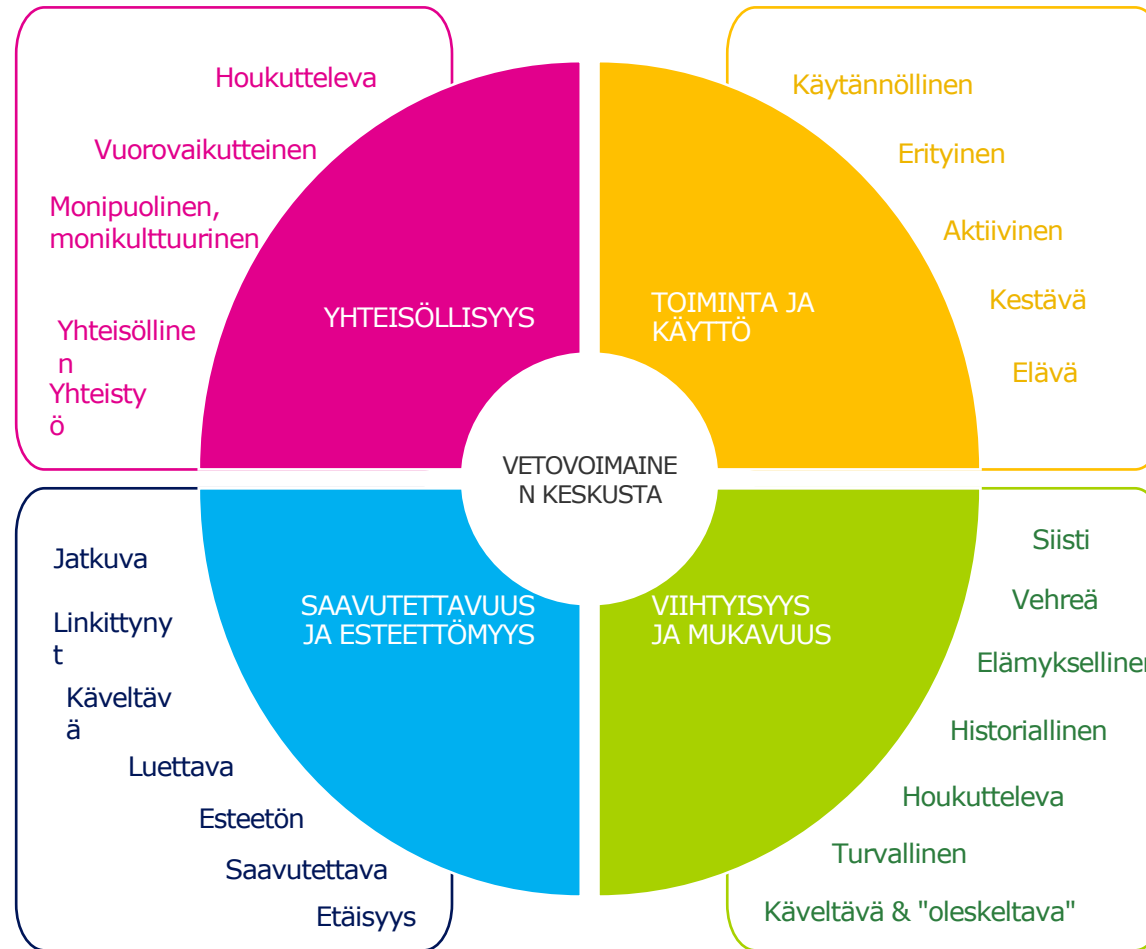
Placemaking (Project for Public Spaces)

Mittarit:

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

Mittarit:

- Liikennedata
- Kulutapajakauma
- Jalankulkijoiden määrä
- Pysäköintiratkaisut



Mittarit:

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

Mittarit:

- Rikostilastot
- Siisteystaso
- Rakennusten kunto
- Ympäristödata

Kaupallisesti vetovoimainen ympäristö

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 soveltuvuus 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 ympäristö

Maslow'n tarvehierarkia

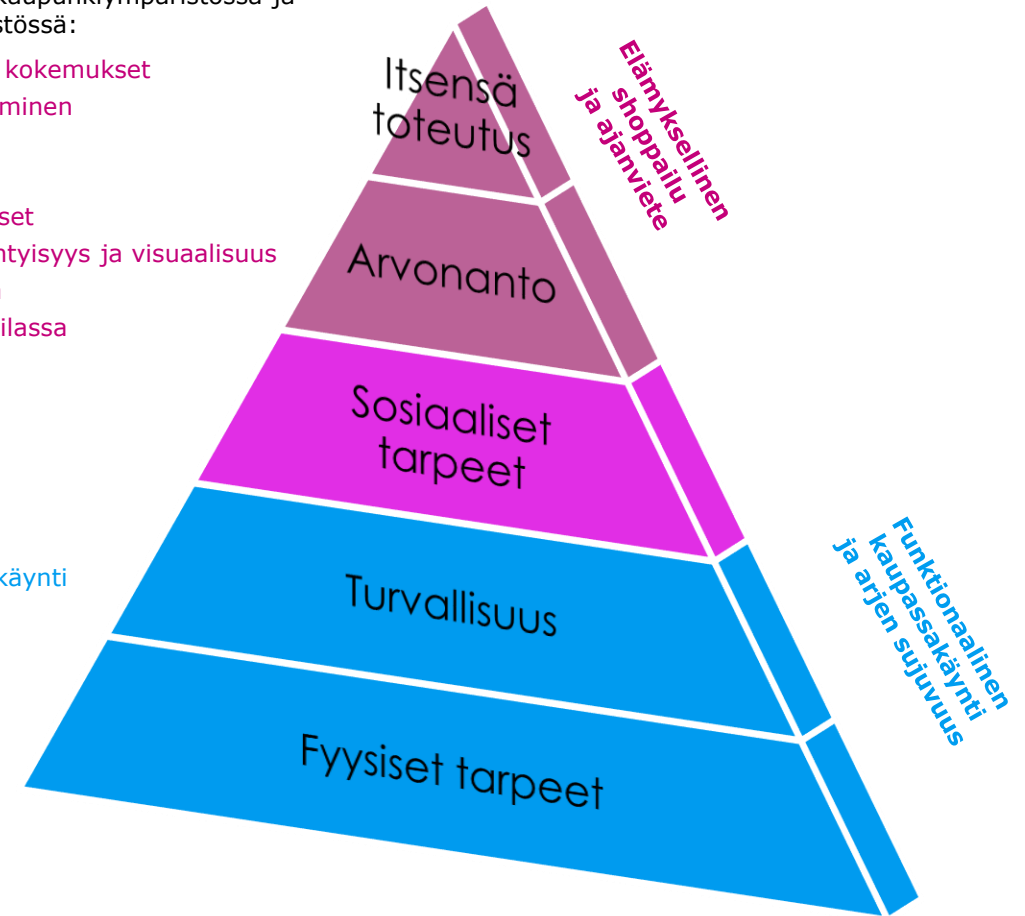
Ohessa on esitetty Maslow'n tarvehierarkia, joka on tuotu kaupalliseen ja kaupunkiympäristölliseen viitekehykseen liittyen ratikkaympäristöjen kaupalliseen kehittämiseen.

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 sosiaalisiin 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 ja esim. ratikkapysäkin ympäristössä:

- Ainutlaatuiset elämykset ja kokemukset
- Sosiaalisen median päivittäminen
- 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 ympäristö

Paikat ja kaupunkitilat



Etäisyys koetaan fyysisen välimatkan sekä psyykkisten, matka-aikaa hidastavien tai kulkemista haittaavien tekijöiden summana.

Kaupallisessa keskustassa tämän kokonaisuuden 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.



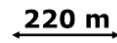
Epäviihtyisä kaupunkiympäristö ja erilaiset fyysiset esteet lisäävät myös etäisyyden tunnetta. Erityisen suuri merkitys tällä seikalla on, kun mietitään tietyn alueen soveltumista liiketoiminnalliseen käyttöön sekä sitä, mikä merkitys kokonaisuutensa on ihmisten ostokäyttäytymiseen ja mahdollisuuksiin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



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 rasituksista ja nostaa seuraavan matkaosuuden viehättävyys huippuunsa houkutellen 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 rakentuneessa kaupungissa paikat toimivat jalankulkijoiden tukikohtina ja niiden sijoittuminen kaupunkirakenteeseen luo sopusointua ja rytmiä. Tällöin tuloksena on korkealaatuinen ja virikkeitä tarjoava kaupunki, jossa jalankulkija löytää uusia suunnistusmahdollisuuksia ja kokee vaihtelua ennen väsymistään.

Kaupallisesti vetovoimainen ympäristö

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 sadesuojoina 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.



Ilmeetön 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. muralit, mainonta, kuvitukset kadussa, pyöräparkit, penkit, istutukset, betoniporsaat



Ratikkaympäristö Viitekehys

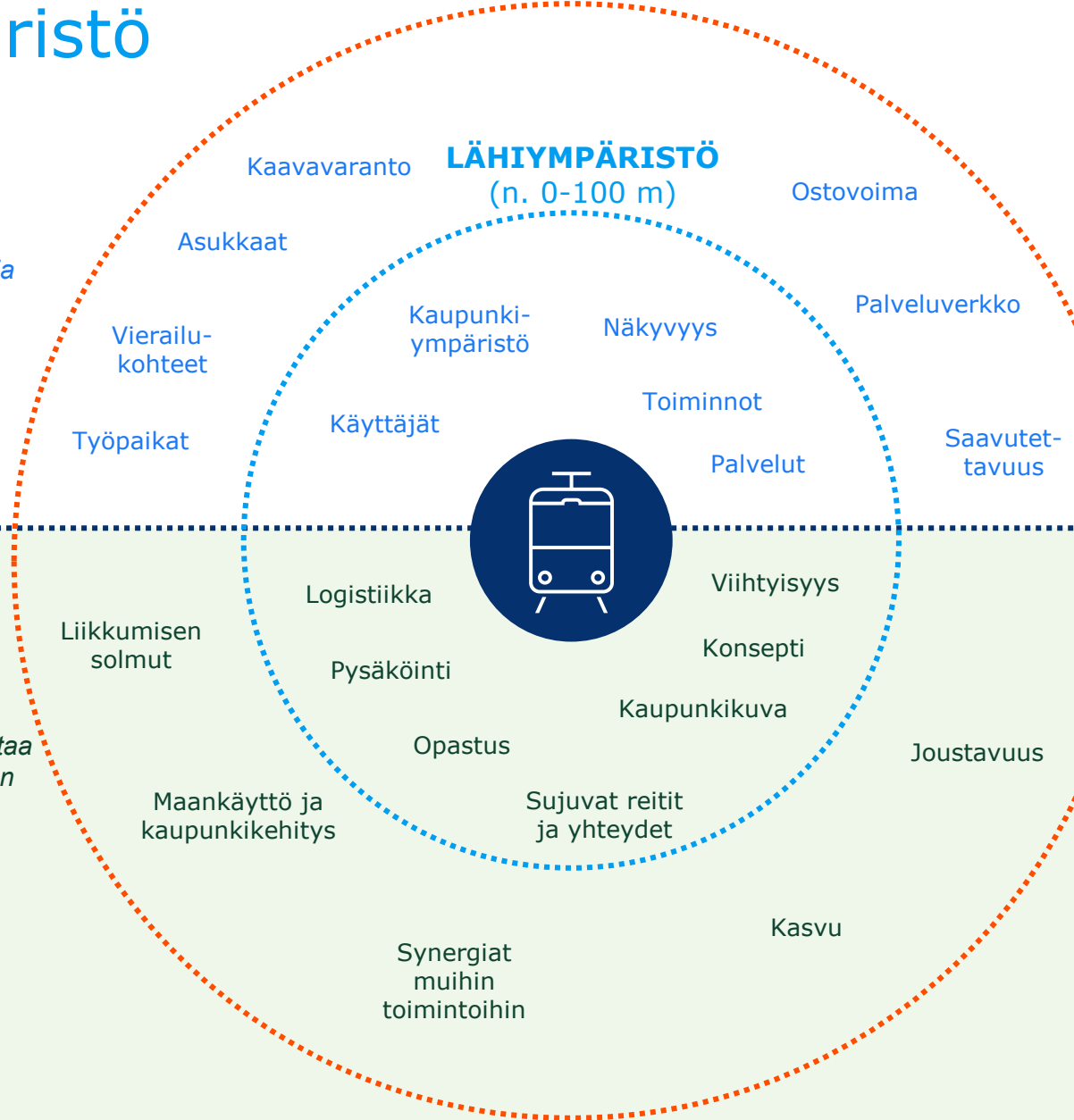
VAIKUTUSALUE
(n. 600 – 900 m pysäkistä)

Mitkä tekijät synnyttävät potentiaalia raitiotien ja pysäkkiympäristön kaupalliselle kehittämiselle?

POTENTIAALI-GENERAATTORIT

POTENTIAALIN MAHDOLLISTAJAT

Miten hyvän kaupunkikehityksen ja kaavoituksen kautta voidaan lunastaa ja mahdollistaa pysäkkiympäristöjen palvelurakenteen kehittyminen rakentaen samalla kestäväää ja asukkaiden sujuvaa arkea tukeva kaupunkiympäristö?

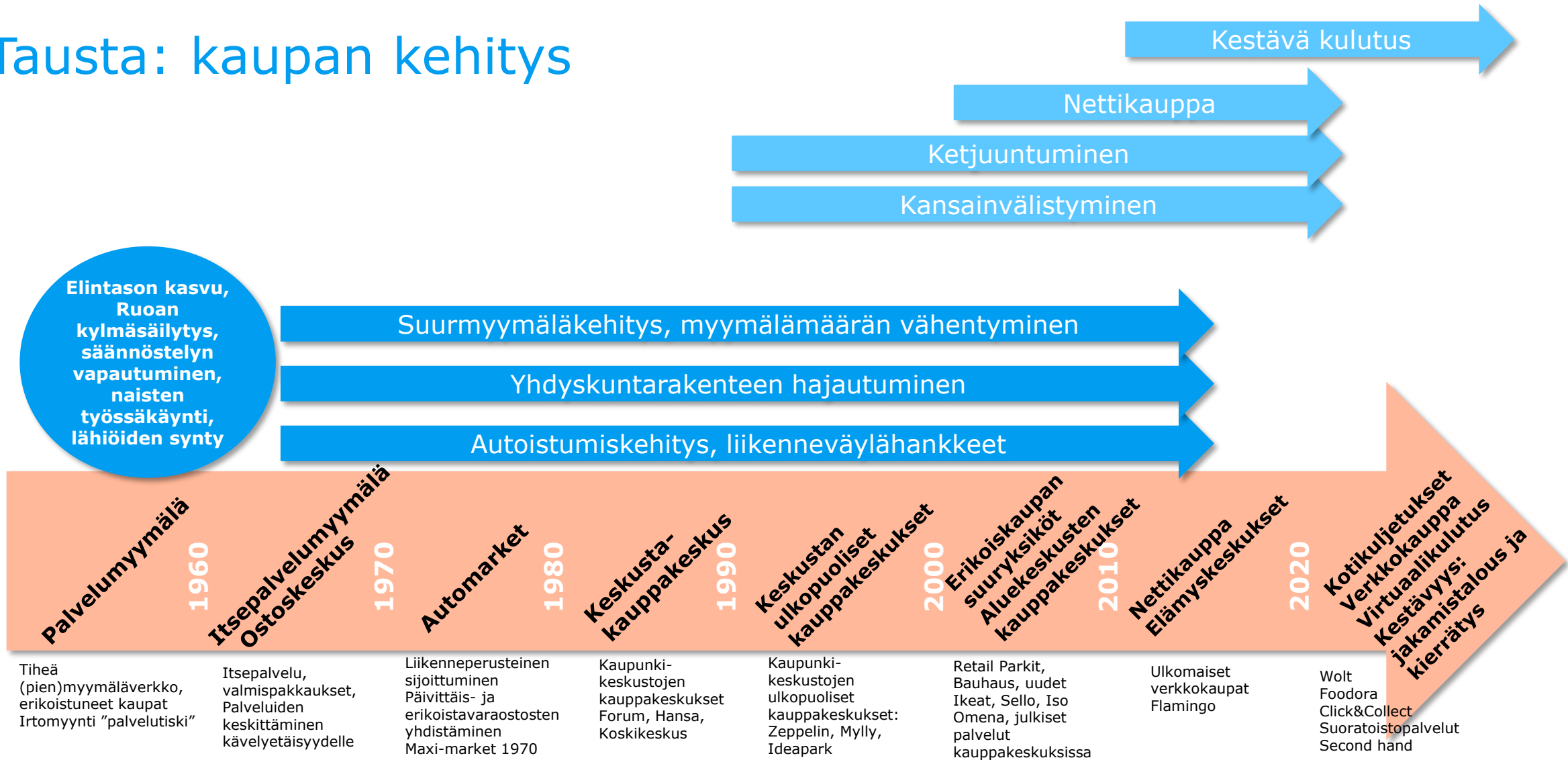


Sijaintitekijöiden tarkistuslista: mukailen "Retail Marketing", Peter McGoldrick, 1990.

Ostovoima	Alueelle kohdistuva ostovoima ja sen kehitys tulevaisuudessa. Vaikuttavia tekijöitä esim. <ul style="list-style-type: none"> • Väestö ja väestönkasvu, tiheys • Demografia, tulotaso, ostoskäyttäytyminen • Työpaikat ja työpaikkamäärän kasvu • Yhdyskuntarakenteen sekoittuneisuus • Ohikulkuliikenteen määrä • Kesäasukkaat • Matkailu
Saavutettavuus	Kohteen saavutettavuuteen (koettu ja fyysinen) sekä näkyvyyteen liittyvät tekijät asiakkaan, jakeliikenteen sekä henkilöstön näkökulmasta. vaikuttavia tekijöitä esim. <ul style="list-style-type: none"> • Tieverkosto ja liittymät • Ajonopeudet • Parkkipaikat • Jalankulku- ja pyöräverkosto, julkinen liikenne • Fyysiset etäisyydet suhteessa ostovoimaan • Liikkumisen sujuvuus • Kohteen näkyvyys suhteessa liikenne- ja liikkujavirtoihin • Logistiikan järjestämisen mahdollisuudet
Kilpailu	Alueella sijaitseva kilpaileva toiminta sekä mahdollinen synergia-/agglomeraatioetuja tuottava toiminta.
Kustannukset	Toiminnan kustannukset kyseisellä liikepaikalla. Huomioitavia tekijöitä mm. <ul style="list-style-type: none"> • Investointitarve ja hankintahinta, rakentamiskustannukset • Vuokrataso ja -ehdot • Rakentamismääräykset ja lupa-asiat • Markkinointikustannukset • Liikepaikan vaihtoehtokustannukset • Logistiikan järjestämisen kustannukset


Kauppan trendejä


Tausta: kaupan kehitys




Kaupan trendit: kysyntätekijöiden muutokset

 **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 pelkästä 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/muus sa 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 tulevaisuuskuvia 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: vaikutukset liiketiloihin



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



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 pienentyyne: 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 sijaitsevissa kohteissa. 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 ulkoisten ketjujen jakelukanavaksi.



Kauppakeskus Jumbon avajaisia vuonna 1999 ritti asiakkaita. (OIVA OUT JÄRVENTY)



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.

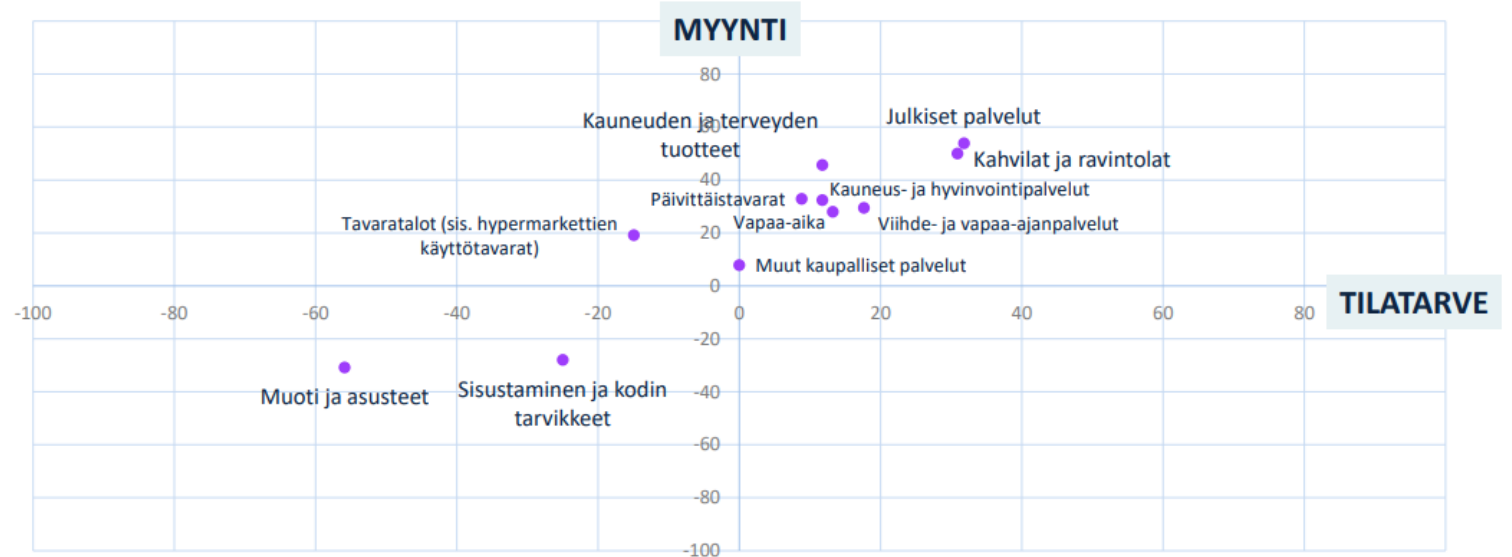


Lähde: Kaupan alan asiantuntijahaastattelut, Ramboll Finland Oy

Kaupan konseptien muutos

- Suomen Kauppakeskusyhdistyksen kauppakeskusbarometri 2022:n mukaan kaupallisissa ympäristöissä myynti ja tilantarve tulee kehittymään erityisesti palveluliiketoiminnassa (kahvilat ja ravintolat, kauneus ja terveys, viihde ja vapaa-aika) sekä julkisten palveluiden osalta.
- Erityisesti verkkokaupan kasvun seurauksena muoti ja asusteet sekä sisustaminen ja kodin tarvikkeet ovat myynnin ja tilantarpeen näkökulmasta suppeneva kokonaisuus

Miten myynti ja tilan tarve kehittyvät eri toimialoilla seuraavan vuoden aikana?



Trendit raitiotiekehityksen näkökulmasta

Trendit / toimintaympäristön muutos	Mitä tarkoittaa kaupallisille ympäristöille?	Vaikutus raitiotiepysäkkien kaupallisen potentiaalin arviointiin ja suunnitteluun
Arjen palveluiden lähikeskittyminen	Lähikaupan, arjen palveluiden ja pienimuotoisen kivijalan kysyntä kasvaa asuinalueilla ja joukkoliikenteen solmukohdissa.	Pysäkeistä voi muodostua paikallisia naapurustokeskittyymiä, joissa pieni mutta tiivis palvelutarjonta on elinvoimainen. Korostaa 400–600 m vaikutusalueen merkitystä pysäkin ympärillä.
Erikoiskaupan siirtyminen verkkoon	Fyysisen erikoiskaupan paino kevenee; jäljelle jäävät elämykselliset tai nopeaa saatavuutta mahdollistavat toimijat.	Pysäkkien ympärille ei kannata suunnitella "vanhan ajan ostoskeskittyymiä". Painotus ruoka, kahvila, palvelut, arjen tarpeet. Elämykselliset toiminnot vain korkeimman jalankulukupotentiaalin pysäkeille.
Ravintoloiden, kahviloiden ja palveluiden roolin kasvu	Kulutus siirtyy palveluihin ja ruokaan; viihtyminen korostuu.	Pysäkkeihin soveltuvat hyvin pienet kahvila- ja palvelukeskittymät, erityisesti vaihto- ja keskustapysäkkien yhteyteen. Tämä nostaa imagon ja brändin merkityksen suunnittelussa.
Vahvistuvat jalankulku- ja pyöräilyvyöhykkeet	Kaupunkikeskuksissa liikkumista rauhoitetaan ja tilaa annetaan jalankulkijalle.	Raitiotiepysäkkien kaupallinen potentiaali kasvaa, jos pysäkin viereinen ympäristö muuttuu jalankulkuystävälliseksi. Pysäkki itsessään ei riitä, vaan ratkaisevaa on liikkumisen sujuvuus ja houkuttelevuus.
Väestön ikääntyminen	Ikääntyneet hakevat saavutettavia palveluja, apteekkeja ja lähikauppoja.	Pysäkkien elinvoima kasvaa alueilla, joissa on vanhusväestön keskittyymiä. Tarvitaan esteettömyyttä, lyhyitä etäisyyksiä ja penkkejä, mikä parhaimmillaan nostaa terveys- ja arjen palveluiden toimijapotentiaalia.
Nuorten ja opiskelijoiden kulutusrakenteen muutos	Edulliset palvelut, kahvilat, take-away, joustavat aukioloajat korostuvat.	Kampuslinjauksissa pysäkeille soveltuvat edulliset, pienet ja nopean asiointin palvelut. Korostaa korkean volyymin mutta pienen ostoskorin logiikkaa.
Kaupunkimatkailun kasvu	Matkailijat liikkuvat joukkoliikenteellä ja kuluttavat paljon ravintola- ja kulttuuripalveluja.	Keskustan ja nähtävyyksiä palvelevien pysäkkien kaupallinen potentiaali kasvaa. Tarvitaan opasteita, informaatiota ja kielitukea. Matkailu tukee vain tiettyntyyppisiä pysäkkejä, ei kaikkia.
Töiden hajautuminen ja hybridimallit	Työmatkahuiput tasaantuvat, mutta arjen palveluiden käyttö lähellä kotia kasvaa.	Asuinaluepysäkkien potentiaali vahvistuu, erityisesti lounas-kahvila-päivittäistavara -kategoriassa. Keskustan pysäkeillä painottuu illan ja vapaa-ajan kulutus.
Kaupunginosien profilointi ja identiteettien korostuminen	Eri alueet rakentavat omia brändejään ja vetovoimatekijöitään.	Pysäkkiympäristöjen suunnittelussa alueprofiilin ymmärtäminen on ratkaisevaa: kulttuurinen alue → kulttuuripalvelut; urheilukeskittymä → urheiluun liittyvät palvelut. Ei "one size fits all" -mallia.
Kestävän liikkumisen politiikat	Autoilun tilaa vähennetään, joukkoliikenteen, pyöräilyn ja kävelyn roolia lisätään.	Raitiotiepysäkit voivat muodostua kaupallisiksi houkuttimiksi, joita tuetaan maankäytöllä. Korkea saavutettavuus = parempi toimijakysyntä. Korostaa maankäytön ohjauksen ja pysäkkisuunnittelun integroitua mallia.
Aukioloaikojen pidentyminen ja joustava asiointi	Kulutus ei ole enää klo 9–17 -painotteista.	Pysäkkien ympärille sopivat pienet ja matalan kynnyksen palvelut, jotka palvelevat laajoja aikajänteitä. Lisää potentiaalia vaihto- ja vapaa-ajan pysäkeillä.
Kokemuksellisuuden ja viihtyisyyden kasvu	Ihmiset viettävät aikaa viihtyisissä kaupunkitiloissa, ei määränpäissä.	Hyvin suunniteltu pysäkki- ja aukioalue voi luoda omaa asiakasvirtaa. Pysäkin ympäristöstä voi tulla "pieni kohtaamispaikka", joka kasvattaa kaupallista vetoa ilman isoja investointeja.

Päivittäistavarakaupan tyypit

- Päivittäistavarakaupparyhmään kuuluvia myymälöitä ovat hypermarketit ja tavaratalot, supermarketit, valintamyymälät, lähikaupat, kyläkaupat, kioskit ja elintarvikkeiden erikoiskaupat.
- Hypermarketeissa ja tavarataloissa päivittäistavaroiden myyntiosuus vaihtelee, mutta tyypillisesti ne nähdään luonnollisemmin osana päivittäistavarakauppaa kuin erikoistavarakauppaa.
- **Raitiotien näkökulmasta on huomioitava, että asioinneista ja ostovoimasta merkittävä osuus (>70 %) kohdistuu suurempiin, super- ja hypermarket –kokoluokan konsepteihin. Pysäkkiympäristöihin ja pysäkkien vaikutusalueelle tulisi pystyä siis toteuttamaan pienempien palveluiden lisäksi myös suurempia konsepteja, jolloin yhteensovittaminen kaupunkirakenteelliseen ja liikenteelliseen ympäristöön tulee ottaa erityistarkasteluun**

MYYMÄLÄTYYPPI	MYYNTIPINTA-ALA/MÄÄRITELMÄ	YHTEENSÄ 1.1.2024 (milj. €)	Markkinaosuus
Hypermarketit	Citymarket, Prisma ja Minimani	7 012	31 %
Tavaratalot	≥ 1 000 m ² (päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3)	436	2 %
Supermarketit, isot	≥ 1 000 m ² (päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3)	8 858	39 %
Supermarketit, pienet	400–999 m ²	2 758	12 %
Valintamyymälät, isot	200–399 m ²	2 136	9 %
Valintamyymälät, pienet	100–199 m ²	369	2 %
Pienmyymälät	< 100 m ²	143	1 %
Erikoismyymälät / kauppahallit / pt-verkkokauppatoimijat	(vain verkkomyyntiä harjoittavat)	321	1 %
Halpahintamyymälät, osa päivittäistavaravalikoimaa		633	3 %
Huoltoasemamyymälät, osa päivittäistavaravalikoimaa		129	1 %
Yhteensä		22 796	100 %

SISÄLTÖ

- 1. Johdon yhteenveto**
- 2. Työn tausta ja tavoitteet**
- 3. Lähtökohdat kaupalliseen kehittämiseen Turun raitiotielinjauksen ympäristössä**
- 4. Pysäkkiympäristöjen kaupallisen kehittämisen mahdollisuudet ja periaatteet**
- 5. Pysäkkiympäristöjen profiilit Turussa**
- 6. Yhteenveto ja johtopäätökset**

Väestö

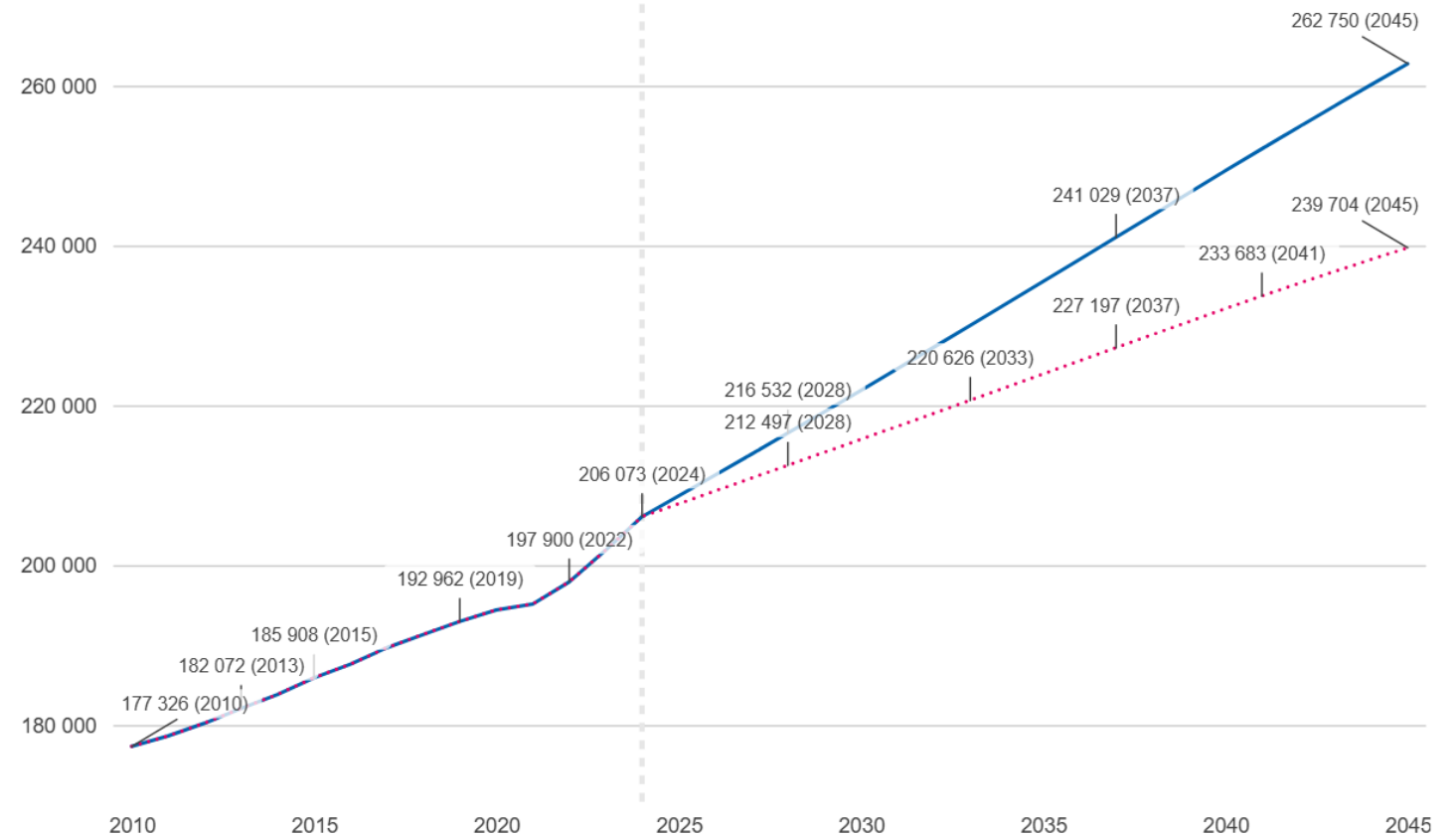
- Turussa oli vuoden 2024 lopulla yhteensä noin 206 100 asukasta
- Turussa laaditaan vuosittain väestöennuste. Vuonna 2025 väestöennuste projisoi väestön kehityksen vuoteen 2045. Perusarannusteen mukaisesti väestö kasvaisi peräti noin 263 000 asukkaaseen (+28 %).
- Perusuran ennuste perustuu oletukseen, että väestömäärä kehittyy tulevaisuudessa väestönkehityksen osatekijöissä keskimäärin samaan tahtiin, kuin kuuden viime vuoden aikana.
- Lähde: Turun kaupunki, Muutoksen tuulet – raportti (<https://www.turku.fi/tietoa-turusta/tilastot#anchor-turun-muutoksen-tuulet--raportti>)

Kaikki ikäryhmät

Koko Turku

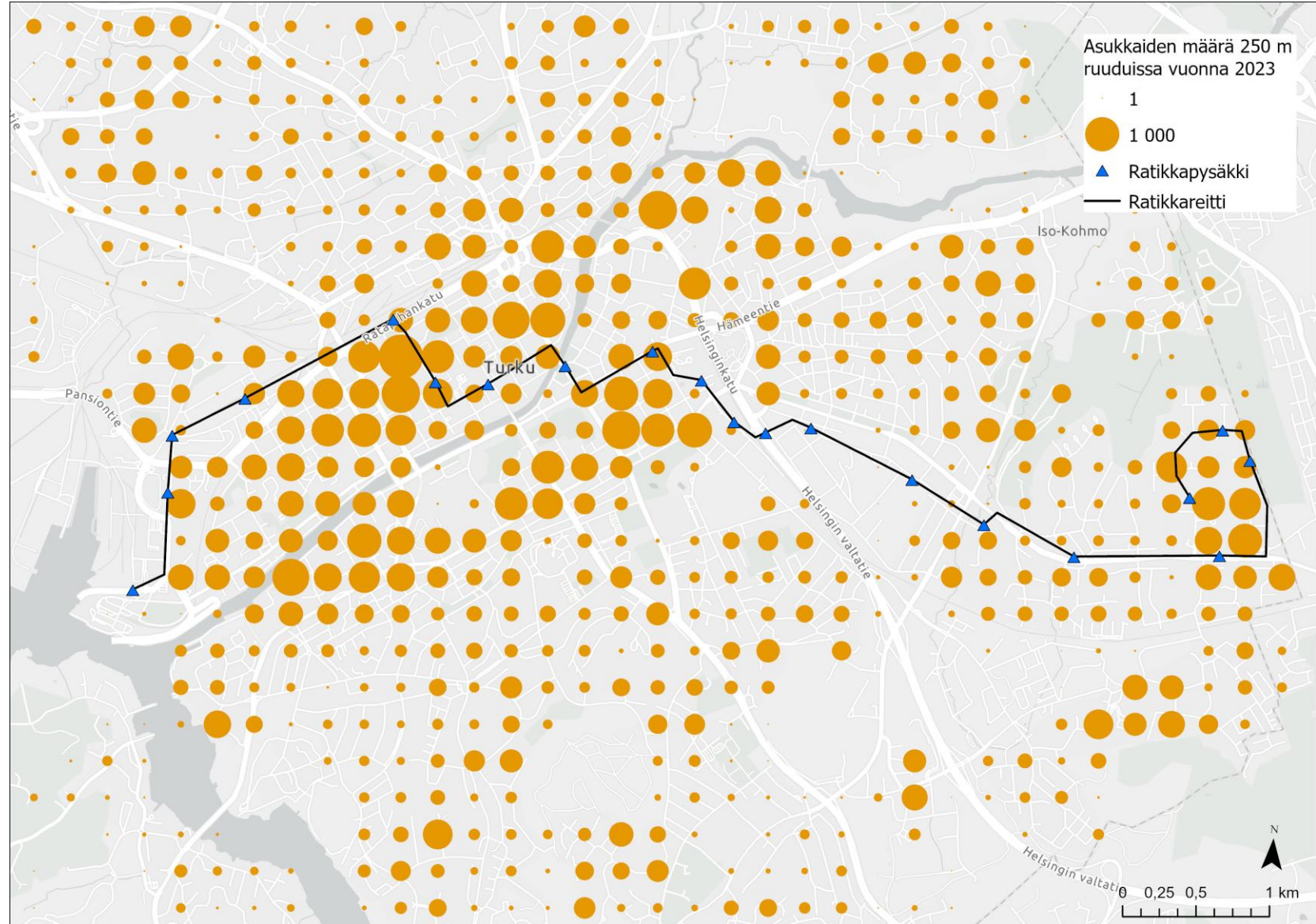


Tieto — Ennuste 2025 Skenaario: Hidastuva kasvu



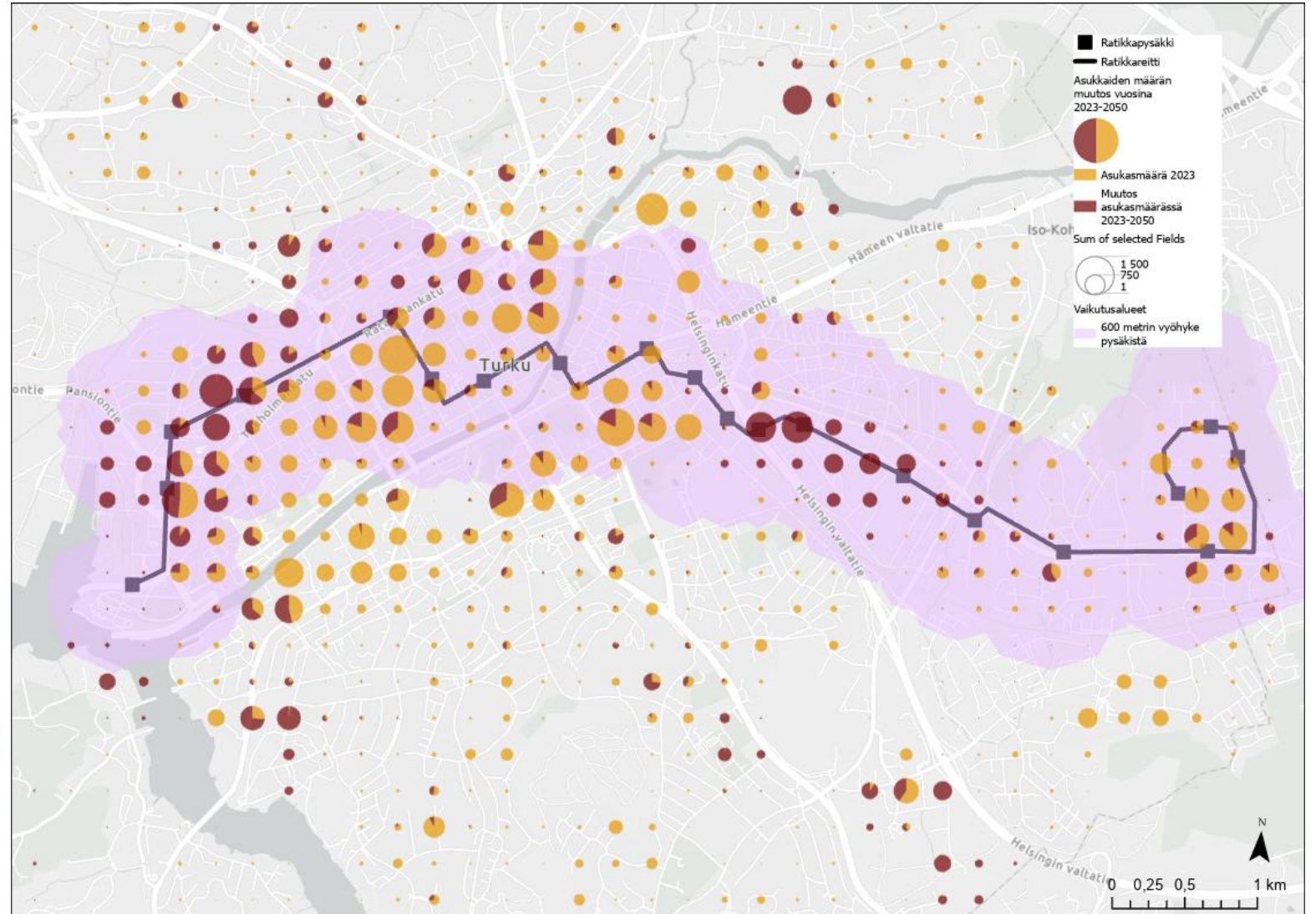
Väestö ratikkareitin varrella

- Kartalla on kuvattuna väestön sijoittuminen 250x250 metrin tilastoruutuihin vuoden 2023 lopulla
- Väestötiheydenä korostuvat erityisesti keskustassa Humalistonkadun ja Puistokadun välinen alue sekä Kupittaalla Uudenmaankatu-Hämeenkatu-Itäinen Pitkätie -vyöhykkeen sisään jäävä alue. Lisäksi raitiotielinjauksen itäinen päätepiste Varissuolla sijoittuu merkittävän asukastiheyden alueelle



Väestö ja väestöennuste 2023-2050

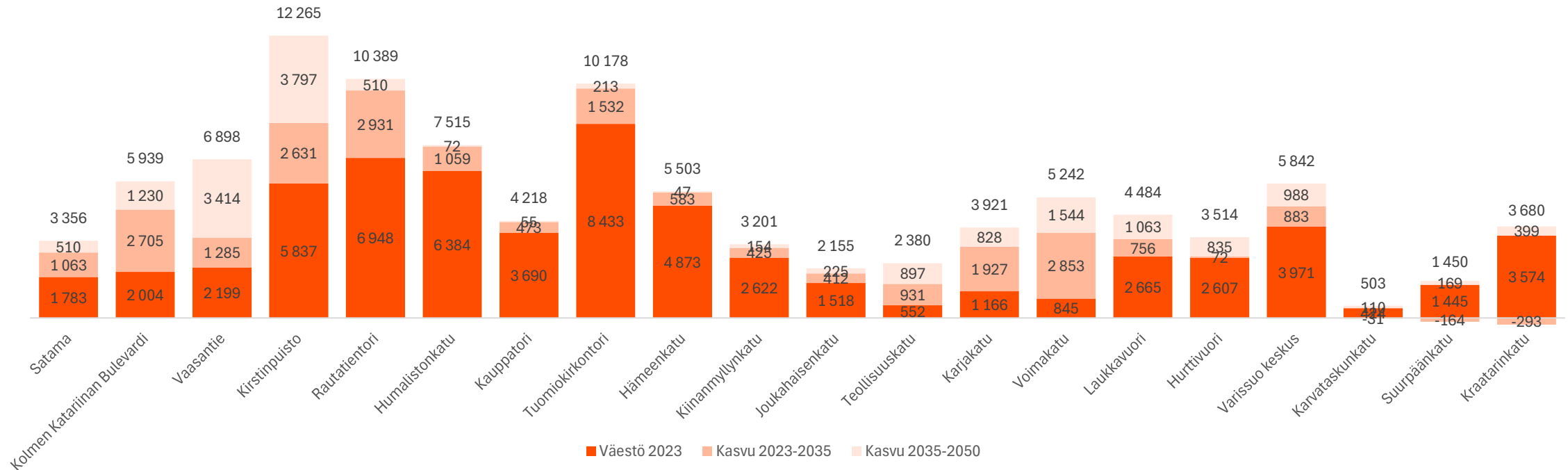
- Kartalla on kuvattuna 250 metrin ruuduissa väestömäärä 2023 ja väestönkasvu 2023-2050
- Kartalta voidaan nähdä väestönkasvun painottuminen vahvasti Turun linnan / sataman alueelta Kirstinpuistoon ulottuvalle alueelle sekä Itäharjulle



Ratikkapysäkkien ympäristön asukasmäärä 2023 ja väestönkasvu 2023-2035-2050

- Oheisessa kaaviossa on kuvattu ratikkapysäkkien lähivaikutusalueen (600 m säde kävellessä) väestömäärää vuonna 2023 sekä väestönmuutosta 2023-2035-2050. Säde on laskettu lähimmän pysäkin periaatteen mukaisesti (väestö 600 metrin säteeltä osoitettu lähimmälle pysäkille)
- Yhteensä raitiotien vaikutusalueella asuu vuonna 2023 noin 63 500 asukasta ja väestömäärän arvioidaan kasvavan vuoteen 2035 mennessä 85 700 asukkaaseen (+22 000 as.) ja vuoteen 2050 mennessä 102 600 asukkaaseen.

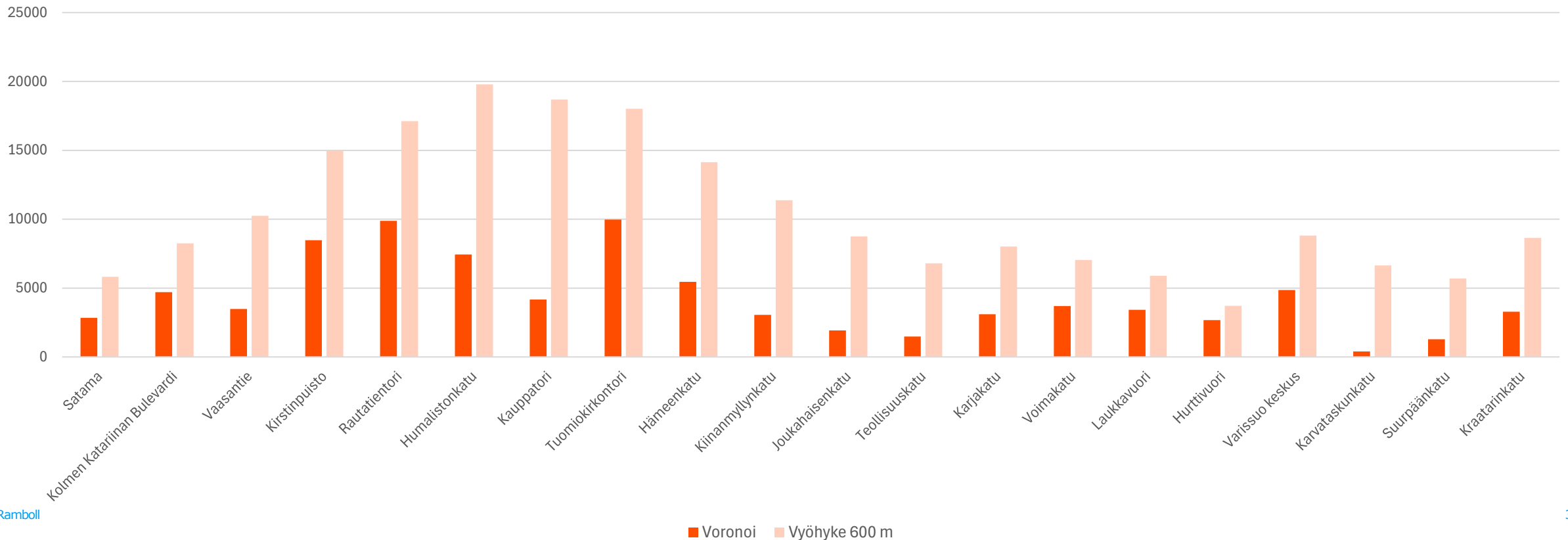
Väestö 2023 ja väestönkasvu 2023-2035-2050



Väestö ja väestönkasvu ratikkapysäkkien lähivaikutusalueella (voronoi ja saavutettavuus)

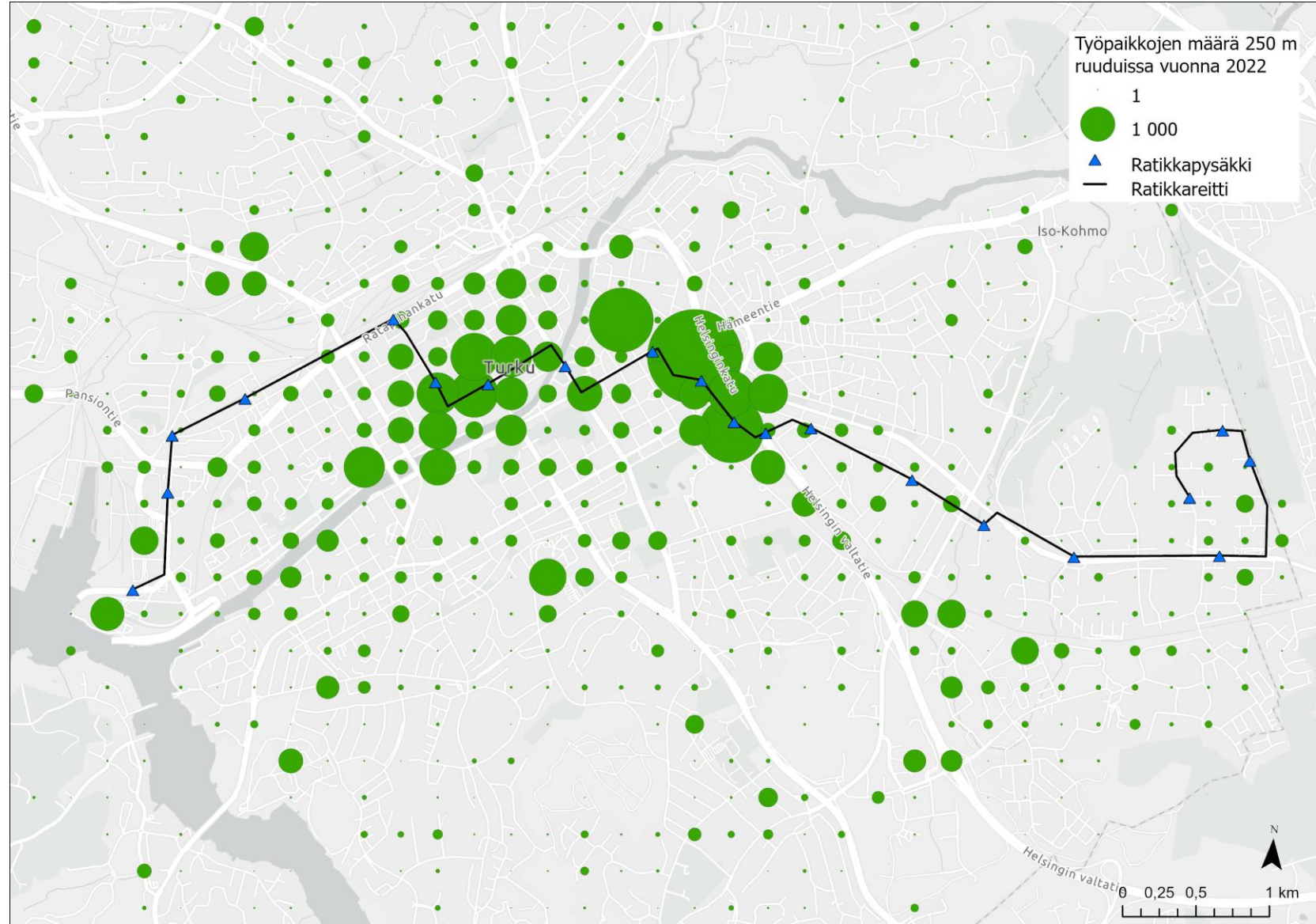
- Oheisessa kaaviossa on kuvattu ratikkapysäkkien lähivaikutusalueen (600 m säde kävellessä) väestömäärää vuonna 2035 sekä leikkurilla (lähin pysäkki) ja yhteensä (koko 600 m saavutettavuusvyöhyke, päällekkäiset vaikutusalueet)

Pysäkkien väestöpotentiaali 2035



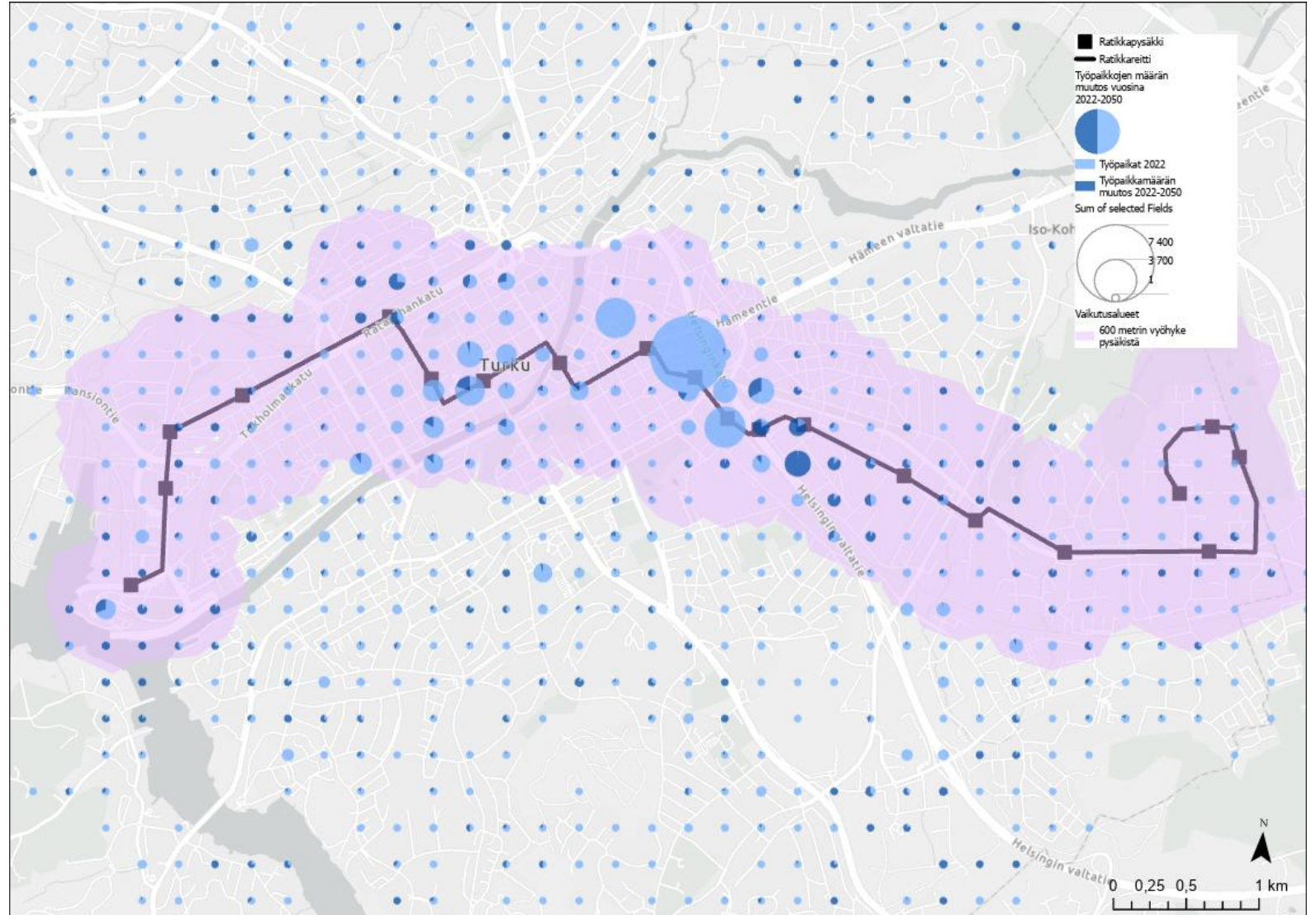
Työpaikat ratikkareitin varrella

- Kartalla on kuvattu työpaikkojen määrä 250x250 m tilastoruuduissa vuoden 2022 lopussa
- Työpaikat ovat keskittyneet keskustasta yliopistoalueen kautta Kupittaaalle sijoittuvalle vyöhykkeelle



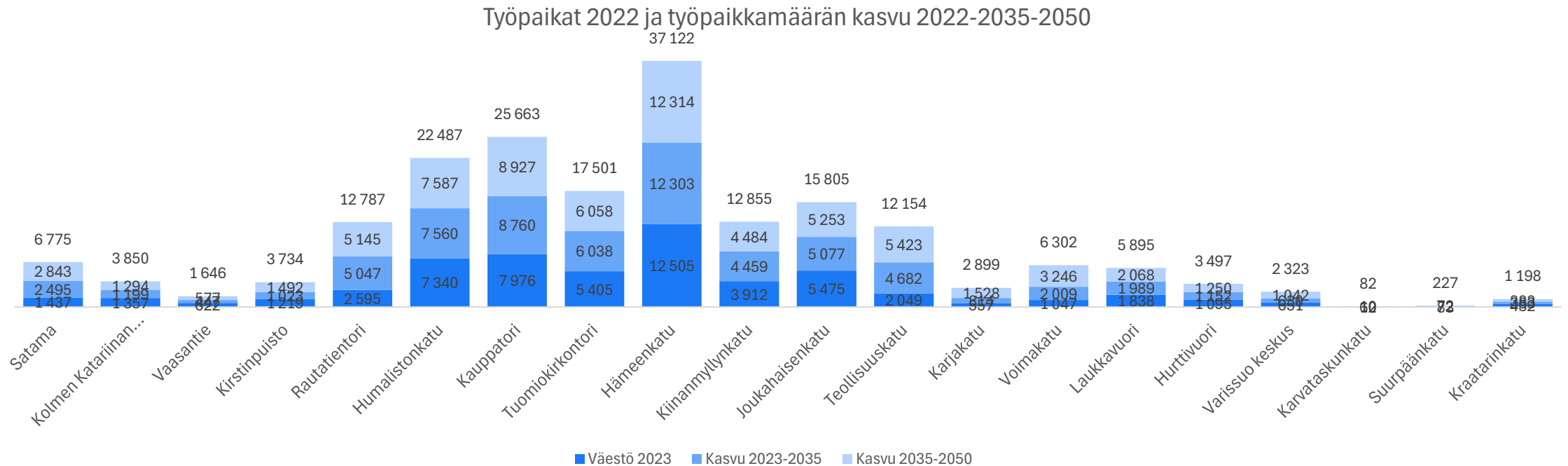
Työpaikkamäärä ja ennuste 2022-2050

- Kartalla on kuvattu työpaikkojen määrä 2022 sekä työpaikkamäärän kasvu vuoteen 2050
- Työpaikkatihentymänä korostuvat Kupittaaan alue ja keskusta
- Eniten työpaikkamäärän kasvua ennakoidaan sijoittuvan Kupittaaan kärjen ja Itäharjun luoteisosien alueelle



Ratikkapysäkkien ympäristön työpaikkamäärä 2022 ja kasvu 2022-2035-2050

- Oheisessa kaaviossa on kuvattu ratikkapysäkkien lähivaikutusalueen (600 m säde kävelen) työpaikkamäärää vuonna 2022 sekä muutosta 2022-2035-2050. Säde on laskettu lähimmän pysäkin periaatteen mukaisesti (työpaikat 600 metrin säteeltä osoitettu lähimmälle pysäkille)
- Yhteensä raitiotien vaikutusalueella asuu vuonna 2022 noin 57 700 työpaikkaa ja niiden määrän arvioidaan kasvavan vuoteen 2035 mennessä 66 000 ja vuoteen 2050 mennessä 71 000 työpaikkaan.



Alueprofiileja ja keskeisiä hankkeita ratikkalinjauksen ympäristössä

Kartalla on esitetty ratikkareitin ympäristön kaupunkirakenteelliset ja toiminnalliset profiilit suuntaa-antavasti pääkäytön ja -profiilin mukaisesti.


Ratikkareitin varren toiminnalliset profiilit muuttuvat alueittain, ja reitin varrelle sijoittuu niin asumisen, työnteon kuin vapaa-ajan, kulttuurin ja tieteen alueita



Kartalla on esitetty Turun keskeisen kaupunkialueen merkittävimmät kaupalliset keskittymät suhteessa raitiotielinjaukseen. Raitiotien ydinvaikutusalueelle kuuluvat keskusta, Itäharju ja Varissuo. Pinta-ala koskevat arviot perustuvat aikaisempiin kaupallisiin selvityksiin sekä arvioihin kaupallisen rakenteen muutoksista

Lähde: Ramboll, Realprojekti 2017, Datscha

Turun keskeisen kaupunkiseudun suurimmat kaupan keskittymät

-  **Keskustamainen sekoittunut kaupallinen ympäristö**
-  **Hypermarket-vetoinen kaupallinen ympäristö**
-  **Kauppakeskusvetoinen kaupallinen ympäristö**
-  **Tilaa vaativan kaupan ympäristö**

Mylly-Kuninkoja
>250 000 k-m²

Raisio
24 000 k-m²

Runosmäki
8 000 k-m²

Riekalähteentie
26 000 k-m²

Oriketo
43 000 k-m²

Länsikeskus
75 000 k-m²

Tampereentie
21 000 k-m²

Ravattula
21 000 k-m²

Pitkämäki
7 000 k-m²

Keskusta
>245 000 k-m²

Itäharju
41 000 k-m²

Keskustamainen sekoittunut kaupallinen ympäristö

Hypermarket-vetoinen kaupallinen ympäristö

Kauppakeskusvetoinen kaupallinen ympäristö

Tilaa vaativan kaupan ympäristö

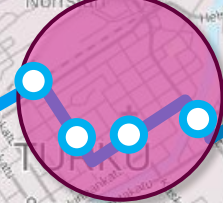
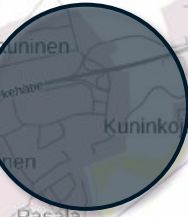
Kupittaa
18 000 k-m²

Skanssi-Biolaakso
75 000 k-m²

Varissuo
12 000 k-m²

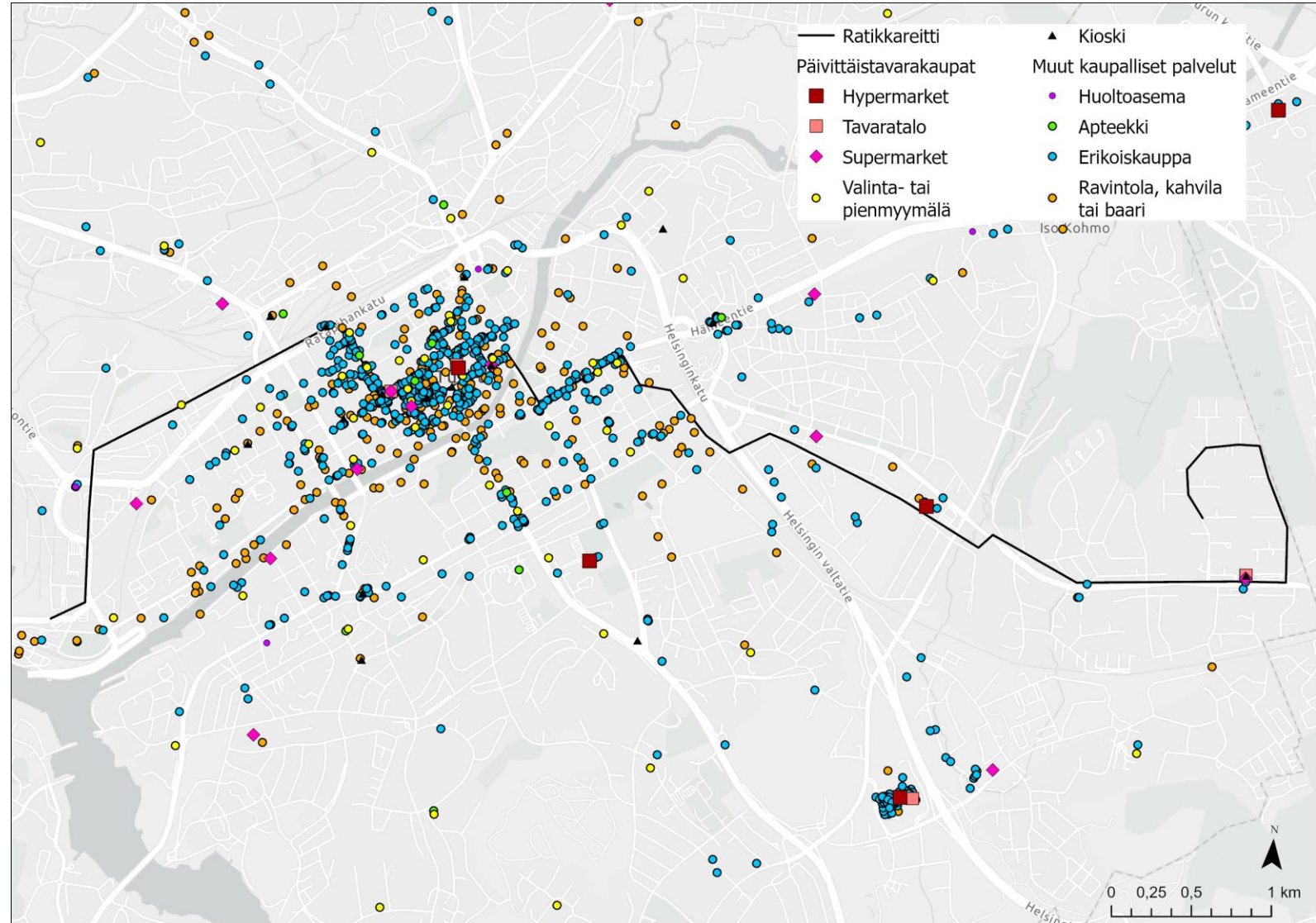
Piispanristi
37 000 k-m²

Krossi
>25 000 k-m²



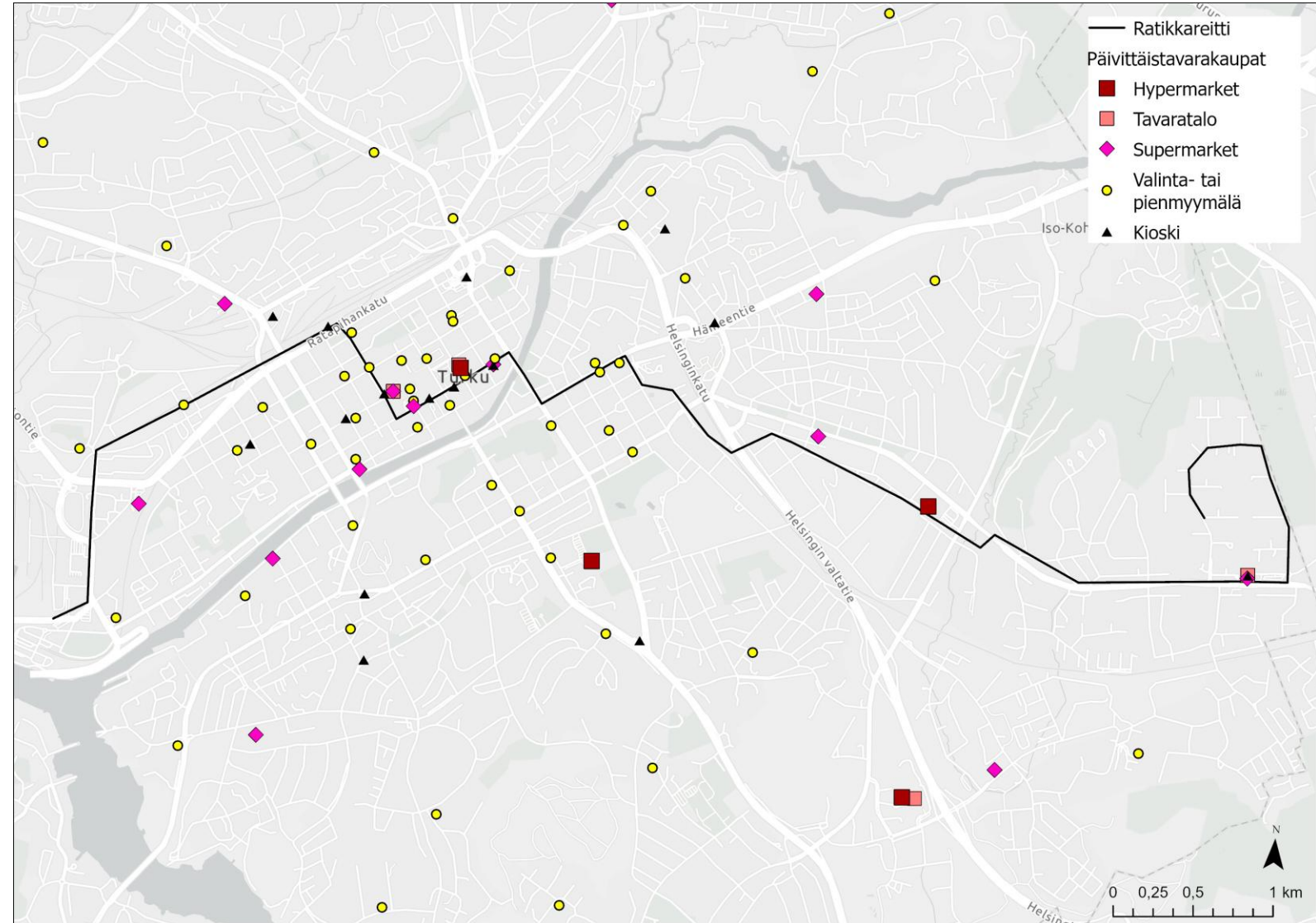
Vähittäiskaupan ja palveluiden verkosto

- Kartalla on osoitettu Turun keskusta-alueen ja ratikkareitin lähialueen kaupallinen palvelutarjonta
- Palvelut ovat voimakkaasti keskittyneet keskusta-alueelle, noin 6-8 korttelin laajuiselle vyöhykkeelle sekä keskustan itäpuolella Hämeenkadun alueelle



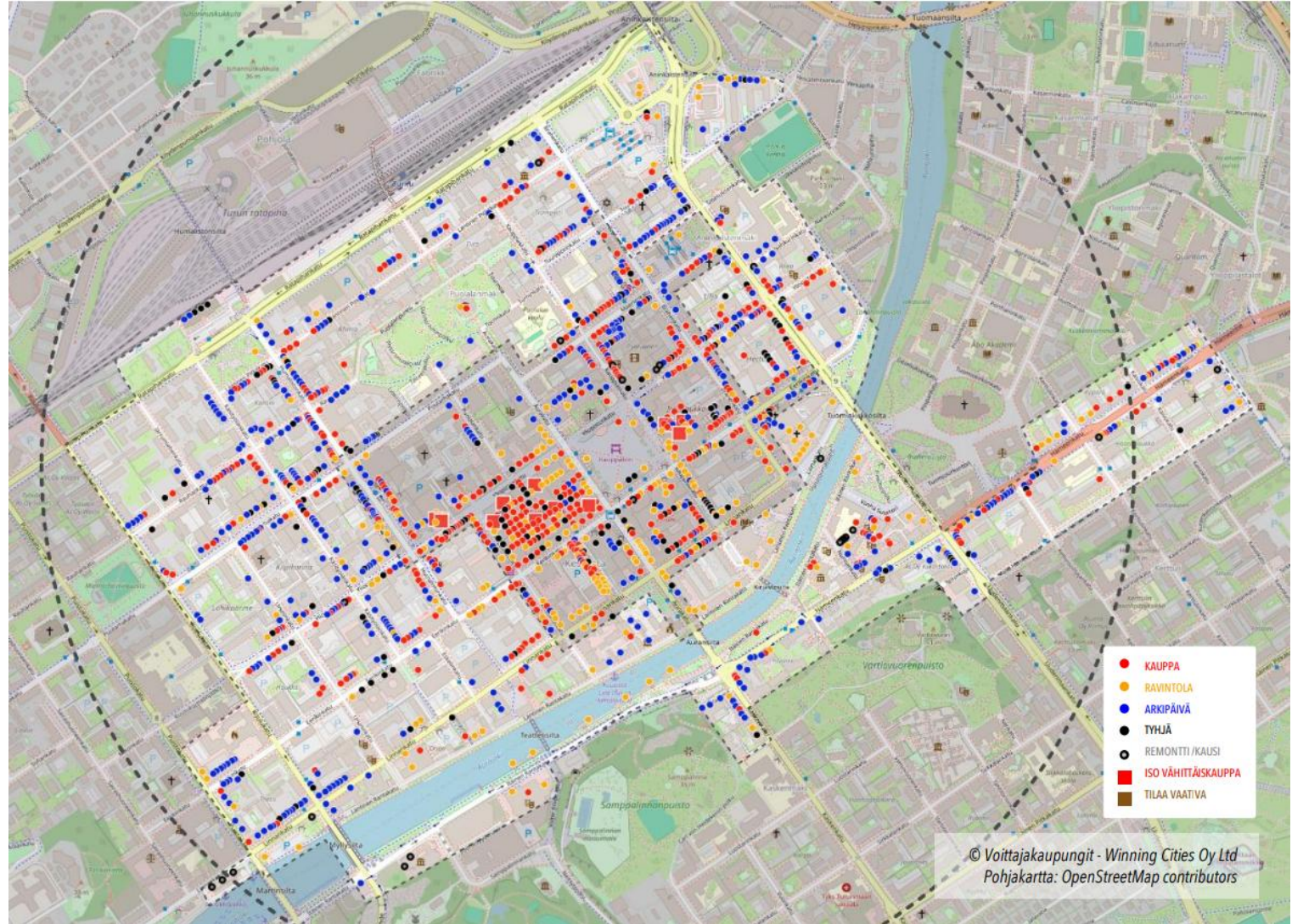
Päivittäistavarakaupan verkosto

- Kartalla on osoitettu päivittäistavarakaupan palveluverkko Turun keskusta-alueella vuonna 2025
- Päivittäistavarakaupan suurimmat yksiköt ratikkareitin varrella ovat:
 - Varissuon K-Supermarket ja Tokmanni
 - Prisma Itäharju
 - S-market (tuleva Prisma) Wiklund
 - S-market Stockmann
 - K-Supermarket ja Tokmanni Kivikukkaro
 - K-Supermarket Centrum
 - K-Supermarket Herttuankulma
- Lisäksi alueella sijaitsee useita pienemmän kokoluokan market-tyyppisiä kaupan toimijoita



Turun keskustan kaupallinen rakenne

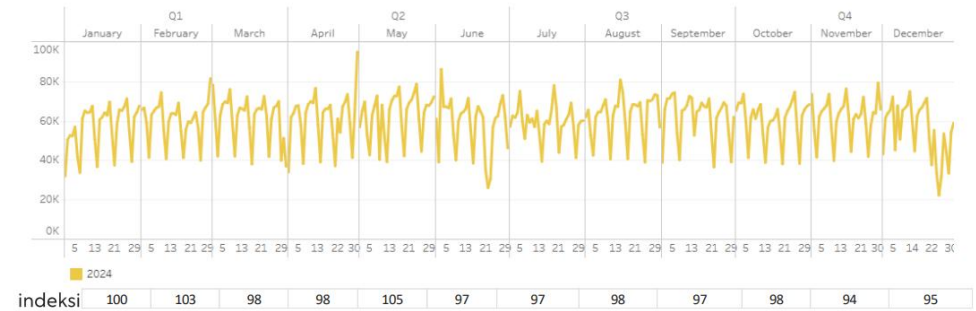
- Oheisella kartalla on kuvattu Turun keskustan ja Hämeenkadun ympäristön liiketila- ja palvelutarjontaa perustuen Turun keskustan elinvoimalaskentaan 2025 (Turun kaupunki ja Voittajakaupungin – Winning Cities Oy Ltd)
- Turun keskustassa kaupallinen tarjonta on keskittynyt Torin ympärille Hansan kauppakeskukseen sekä Wiklundin tavaratalon ympäristöön. Merkittävimpinä ostoskatuina korostuvat Yliopistonkatu (kävelykatu), Linnankatu, Eerikinkatu ja Humalistonkatu. Ravintolatoimintaa on keskustassa sijoittunut erityisesti Aurakadulle ja Aurajokirantaan.
- <https://www.turku.fi/sites/default/files/document/keskustan-elinvoima-turku-2025.pdf>



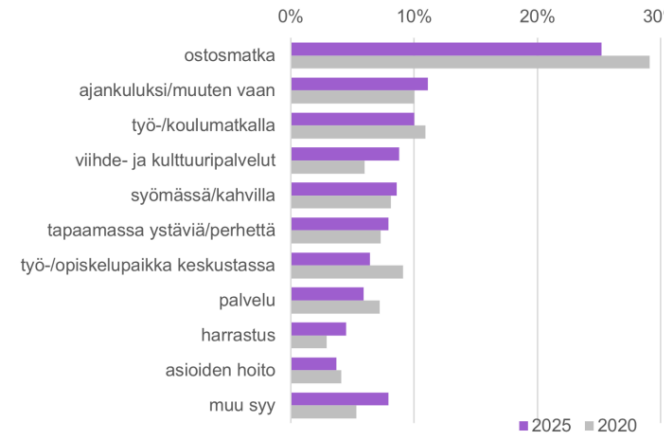
Turun keskustan elävyys ja asioinnit

- Turun keskustassa vierailee mobiilidatan mukaan noin 60 200 henkilöä vuorokaudessa. Käynneistä asiointikäyntejä (viipymä 5 min – 4 h) oli noin 38 600 vuorokaudessa. Lähde: Turun kaupunki ja Nortecon, keskustan elävyyssindeksi 2025 (<https://www.turku.fi/sites/default/files/document/keskustan-elavyysindeksi-turku-raportti-20250225-final.pdf>)
- Turun keskustan asiointeja ja rahankäyttöä on tutkittu myös Turun kauppakorkeakoulun asiointitutkimuksessa 2025. Suurin osa tulee keskustaan ostosmatkan, ajankulutuksen tai työ-/koulumatkan vuoksi. Keskustaan saavutaan pääasiassa jalan (44 %), linja-autolla (28 %) ja autolla (24 %). Lähde: Turun kaupunki ja Turun kauppakorkeakoulu: (<https://www.turku.fi/sites/default/files/document/tutkimuskatsaus-5-2025.pdf>)

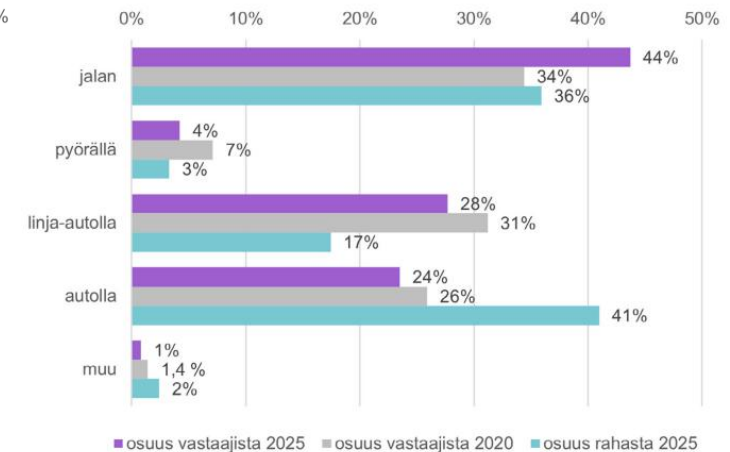
Vuosi 2024: käynnit keskustaan



- Keskimääräinen käyntimäärä **60 249 / vrk**, joka vastasi n. 22,1 milj. käyntiä vuositasolla
- Muutos -1112 / vrk vuoteen 2023 verrattuna, joka vastasi n. -0,3 milj. käyntiä vuositasolla
- Käyntien määrä vuoteen 2023 oli indeksissä 98



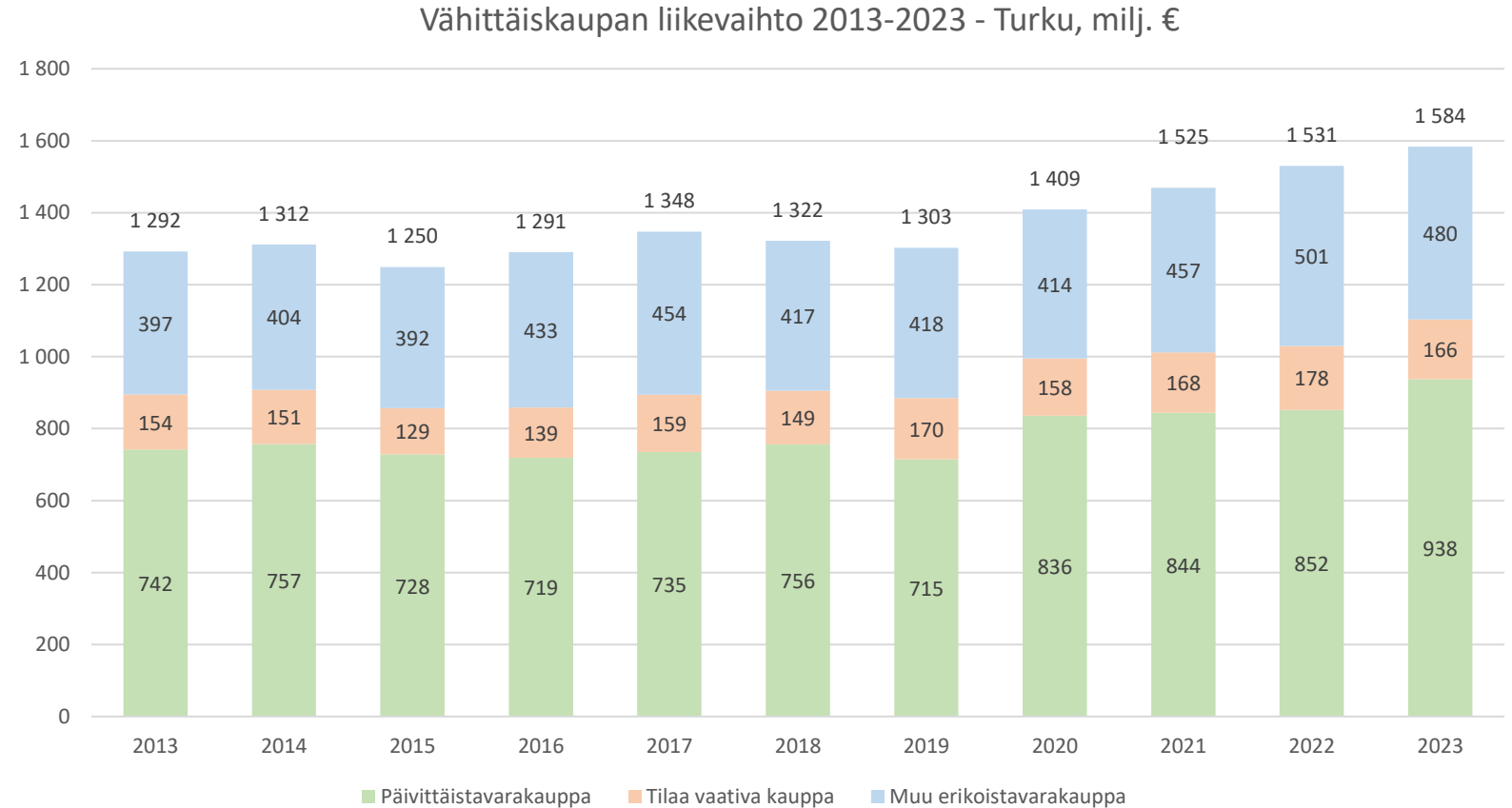
Kuva 2. Matkan pääasiallinen tarkoitus.



Kuva 4. Kuljetusväline ja rahankäyttö kuljetusvälineittäin.

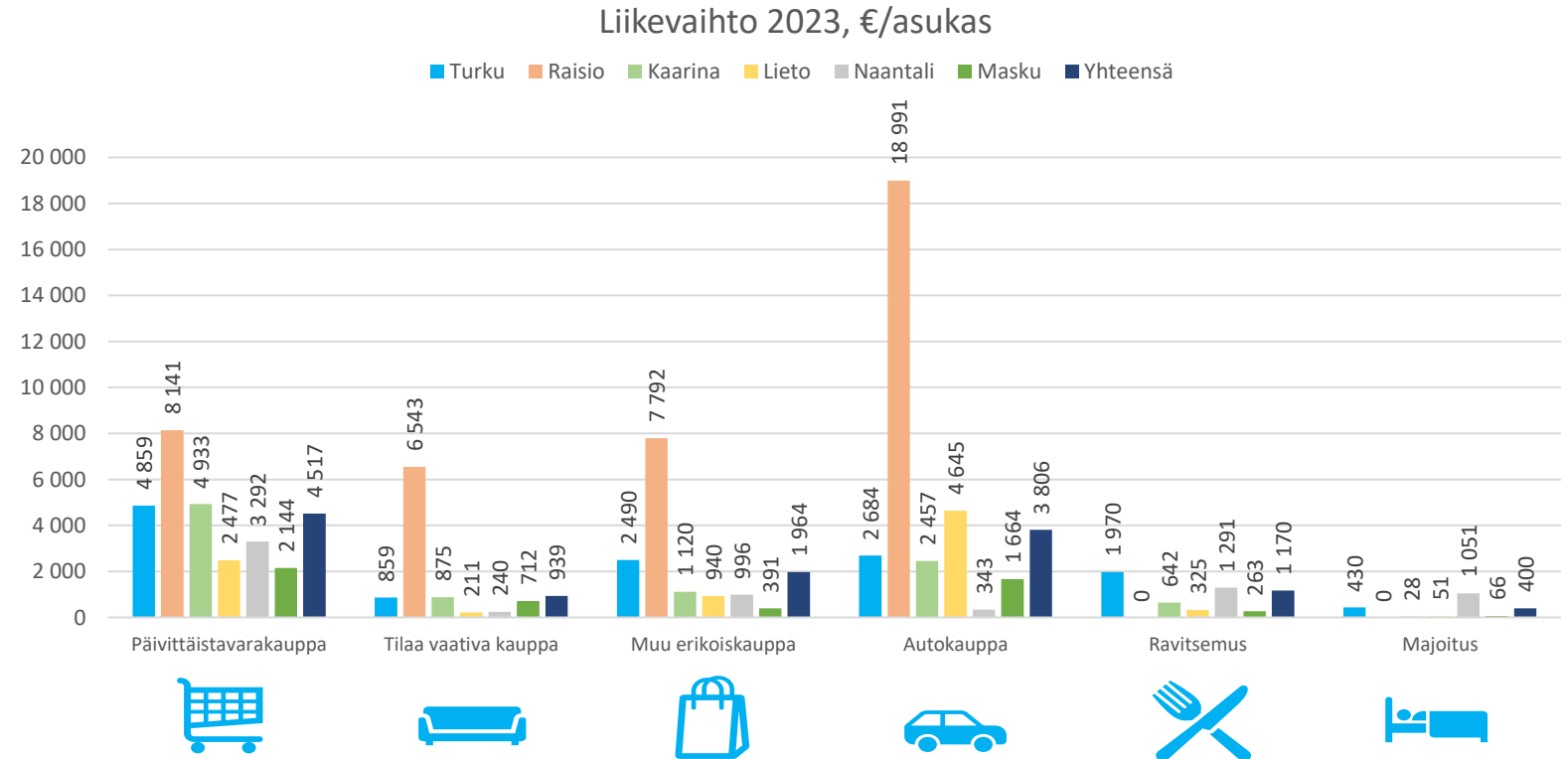
Vähittäiskaupan liikevaihto Turussa 2013-2023

- Vähittäiskaupan liikevaihto oli vuonna 2023 Turussa yhteensä noin 1,58 miljardia euroa. Tästä noin 940 miljoonaa euroa toteutui päivittäistavarakaupan toimialaryhmässä
- Liikevaihto on kasvanut kaikilla toimialoilla vuosina 2013-2023; yhteensä kasvua on ollut lähes 300 miljoonaa euroa ja päivittäistavarakaupassa lähes 200 miljoonaa euroa



Vähittäiskaupan liikevaihto 2023 €/asukas

- Vähittäiskaupan liikevaihto asukasluvuun suhteutettuna kuvaa alueen kaupallista tarjontaa; mitä enemmän liikevaihtoa toteutuu asukasta kohden, sen laajempi ja monipuolisempi kaupan tarjonta on kyseisellä toimialalla
- Turussa €/asukas -tunnusluvut vuonna 2023 olivat:
 - Päivittäistavarakauppa 4 859 €
 - Tilaa vaativa kauppa: 859 €
 - Muu erikoiskauppa: 2 490 €
 - Autokauppa: 2 684 €
 - Ravitsemus: 1 970 €
 - Majoitus: 430 €
- Tunnusluvut ovat suurimmalla osalla toimialoista koko maan tasolla tai sen yli. Erityisesti ravitsemuspalveluissa tunnusluku on ollut selkeästi koko maan tasoa ja naapurikuntia korkeammalla. Naapurikunnista Raision kaupallinen tarjonta korostuu korkeana €/asukas -tunnuslukuna



Ostovoima ja tilantarve

Ostovoima- ja tilantarvelaskelmat - perusteet

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 10 000 uuden asukkaan esimerkin avulla. Esimerkissä ei ole huomioitu asukkaiden kulutuksen kasvua, vaan esimerkin avulla kuvataan, kuinka paljon uutta päivittäistavarakaupan pinta-alaa laskennallisesti uudet asukkaat tarvitsisivat, mikäli he sijoittuisivat alueelle kerralla.

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

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

OSTOVOIMA- JA TILANTARVELASKELMAN PERUSTEET

OSTOVOIMA

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

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



10 000 uutta
asukasta

x



3 300 euroa
per asukas



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

TILANTARVE

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

ESIM. päivittäistavarakaupan keskimääräinen myyntiteho on arviolta 7 500 € / myynti-m²



33 milj. € / 7 500 €/m²

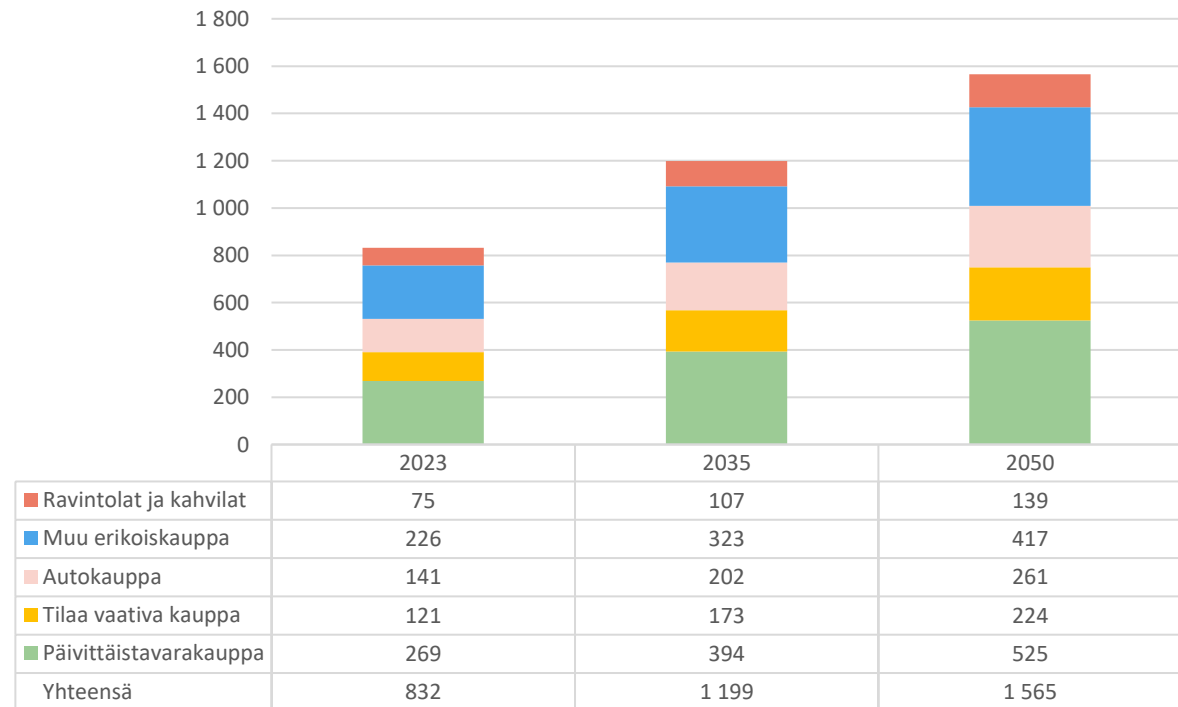


**Uusien asukkaiden
tilantarve
= 4 400 myynti-m² eli
~5 700 k-m²**

Ostovoima ratikkareitin varrella 2023-2035-2050

- Ostovoima- ja tilantarvelaskelmat perustuvat ratikkareitin keskeisen vaikutusalueen (600 m säde pysäkeistä) väestönkasvuun sekä arvioituun kulutuksen kasvuun
- Ratikkareitillä ja pysäkkien ympäristössä tiiviistä kaupunkirakenteesta johtuen potentiaalisimpia toimialoja ovat päivittäistavarakauppa, ravintolat ja kahvilat sekä muu erikoiskauppa
- Ratikkareitin maankäytön tehostamisesta syntyvä asukasluvun sekä kulutuksen kasvu tulevat kasvattamaan ostovoimaa siten, että vuonna 2045 ostovoima koko vähittäiskaupan ja palveluiden osalta on noin 328-373 milj. €, mikä on kasvua vuoteen 2024 verrattuna 56-101 milj. €. Alla olevassa taulukossa on kuvattu tarkemmin ostovoiman kasvua toimialoittain hitaan ja nopean kulutuksen kasvun vaihtoehdoissa:

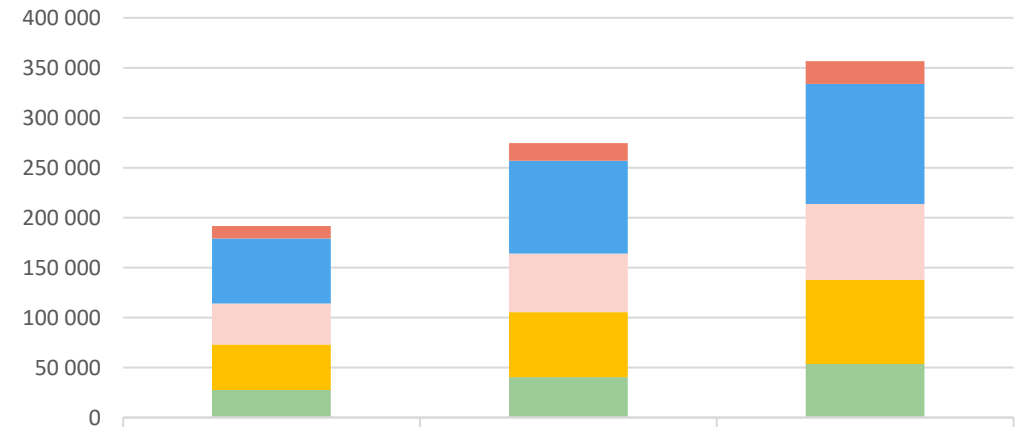
Ostovoima milj. € ratikkalinjauksen (600 m säde) ympärillä
2023-2050



Tilatarve ratikkareitin varrella 2023-2035-2050

- Ratikkareitin varrella arvioidaan laskennallista tilantarpeen kasvua vuoteen 2035:
 - Päivittäistavara: 13 000 k-m²
 - Ravintolat ja kahvilat: 5 000 k-m²
 - Muu erikoiskauppa: 28 000 k-m²
- Erityisesti päivittäistavarakaupan ja kaupallisten palveluiden osalta tilantarve sijoittuu lähelle asutusta ja sen kautta myös laskennallinen tilantarve on tavoitteellinen mitoitus

Tilantarve k-m² ratikkalinjauksen (600 m säde) ympärillä
2023-2050

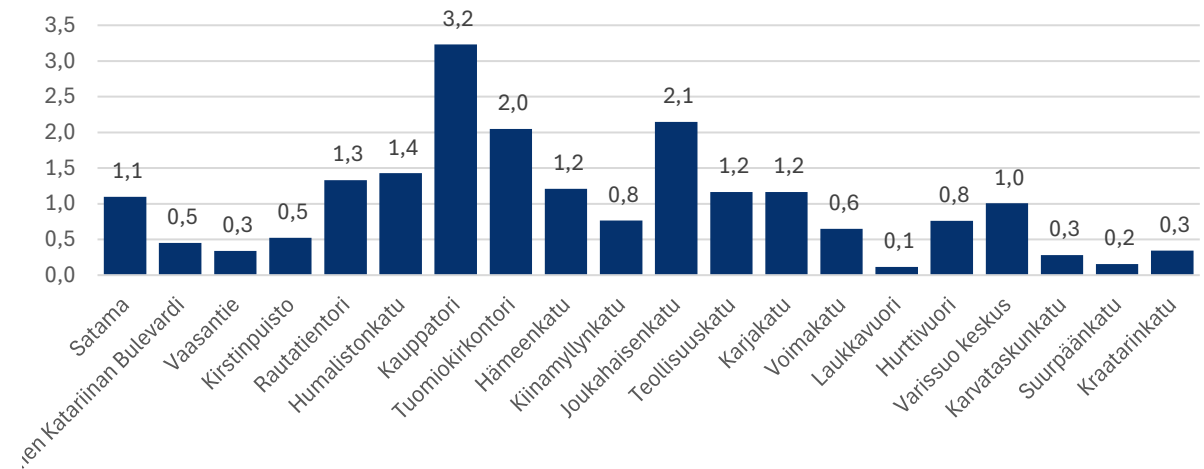


	2023	2035	2050
Ravintolat ja kahvilat	12 400	17 700	22 800
Muu erikoiskauppa	65 100	93 000	120 300
Autokauppa	41 100	58 700	75 900
Tilaa vaativa kauppa	45 500	65 000	84 100
Päivittäistavarakauppa	27 500	40 300	53 600
Yhteensä	191 600	274 700	356 700

Ratikkapysäkkien käyttäjien vaikutus ostovoimaan

- Ratikan pysäkkiympäristö ja sen tuoma aktiivisuus mahdollistaa kaupallisia palveluita → huomioon otettavaa on kuitenkin, että useimmilla pysäkeillä alueen asukkaat ja pysäkin käyttäjät ovat sama käyttäjä, jolloin riskinä on saman ostovoiman laskeminen tuplana
- Oheisen kaavion tarkoituksena on esittää laskennallisesti pysäkkikäyttäjien palveluiden käyttö seuraavilla oletuksilla:
 - Pysäkin käyttäjämäärä vuosittain
 - Pysäkin käyttäjistä 10 % tekee ostoksia pysäkillä, josta nousee kyytiin
 - Keskimääräinen kertaostos 12 e (noin puolet keskimääräisen pt-ostoskorin arvosta 2025)
- Analyysin perusteella eniten käyttäjistä syntyvää potentiaalia kohdistuu kauppatorin, Tuomiokirkontorin ja Joukahaisenkadun pysäkkiympäristöihin

Arvioitu pysäkkienostoihin perustuva palveluiden käyttö, milj. € / vuosi



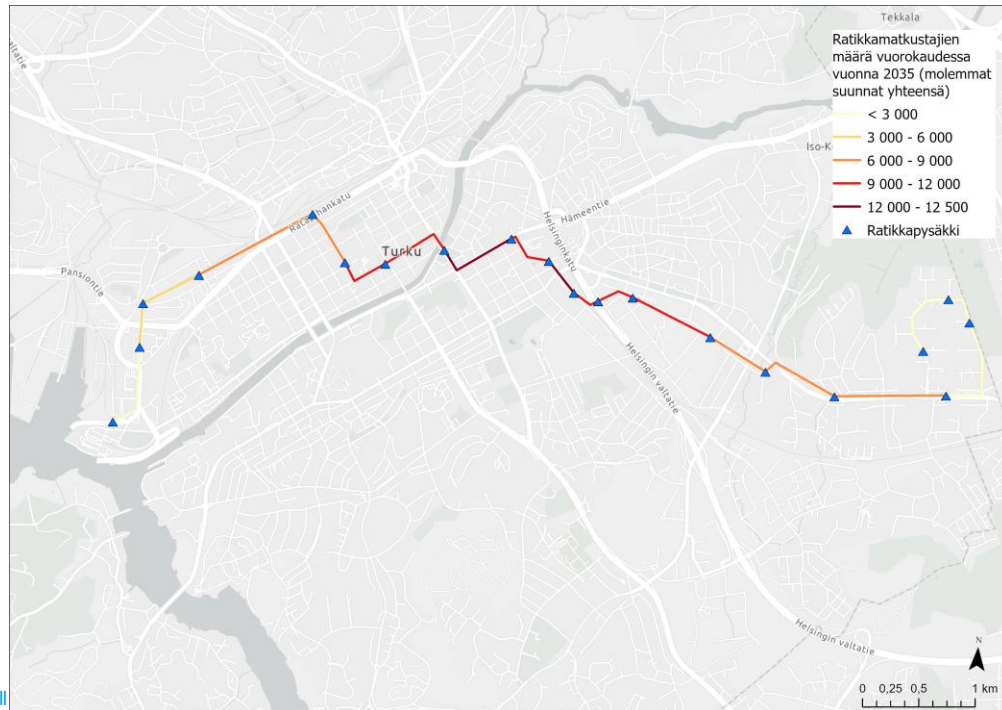
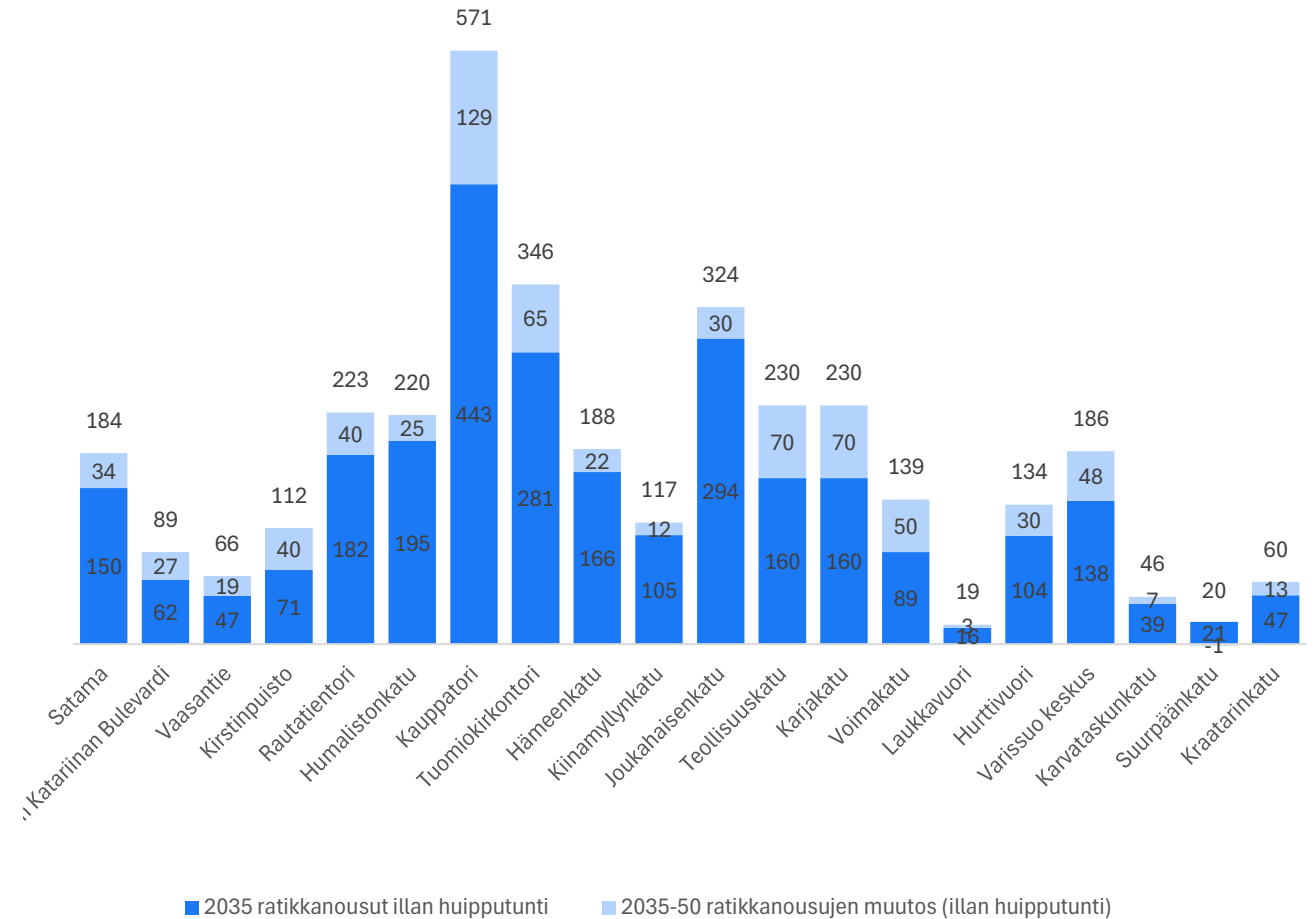
SISÄLTÖ

- 1. Johdon yhteenveto**
- 2. Työn tausta ja tavoitteet**
- 3. Lähtökohdat kaupalliseen kehittämiseen Turun raitiotielinjauksen ympäristössä**
- 4. Pysäkkiympäristöjen kaupallisen kehittämisen mahdollisuudet ja periaatteet**
- 5. Pysäkkiympäristöjen profiilit Turussa**
- 6. Yhteenveto ja johtopäätökset**

Ratikkapysäkkien ennustettu käyttäjämäärä 2035 ja 2050

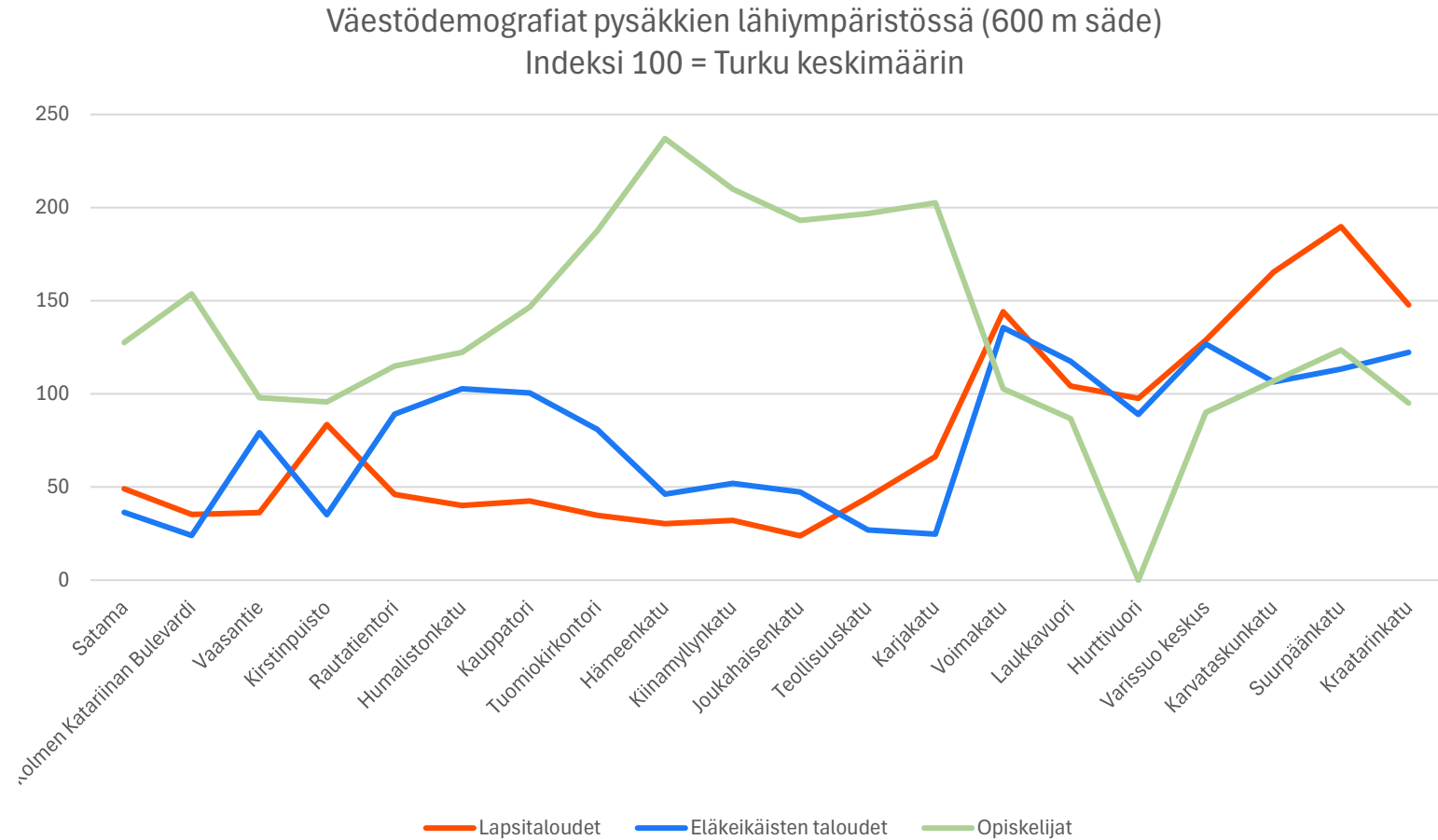
- Oheisessa on kuvattu ratikan käyttäjämääriä pysäkkikohtaisesti perustuen liikenne-ennusteeseen (Ratikka-allianssi, 2025)
- Suurimmat käyttäjämäärät illan huipputunnin aikana on Kauppatorin ja Tuomiokirkontorin pysäkeillä
- Vilkkaita pysäkkejä ovat myös Kupittaa-Itäharjun alueen pysäkit

Ratikkapysäkin ennustettu käyttäjämäärä illan huipputunnin aikana 2035 ja 2050



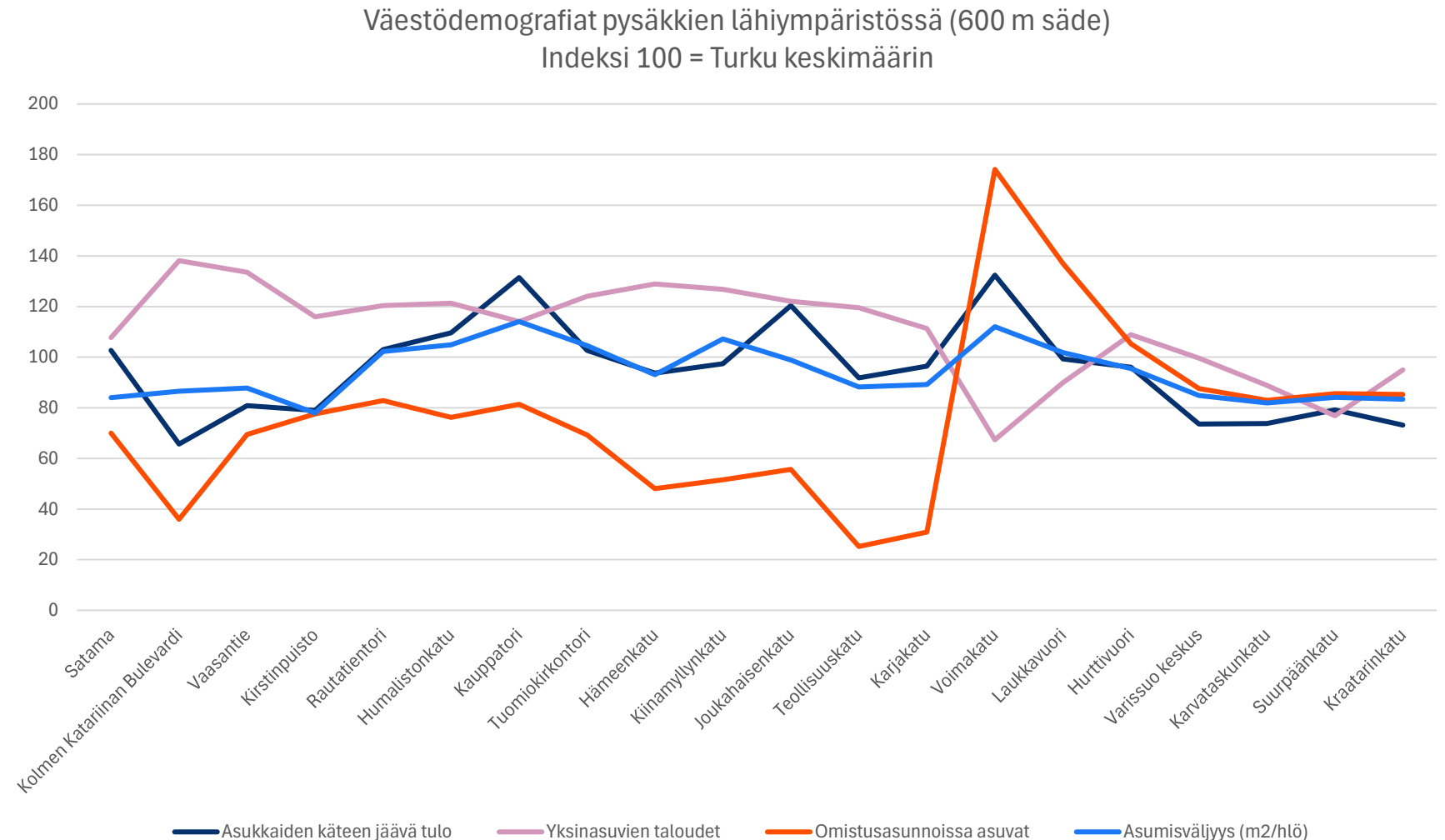
Demografiat pysäkkien ympäristössä

- Taulukossa on kuvattu pysäkkien lähiympäristössä asuvien suhteellista demografiaosuutta, väestö on indeksoitu suhteessa koko Turkuun keskimäärin (Turku=100)
- Lapsitalouksien suhteellinen osuus korostuu ratikkareitin itäpäässä
- Opiskelijoita asuu erityisesti satamassa ja keskustassa



Demografia pysäkkien ympäristössä

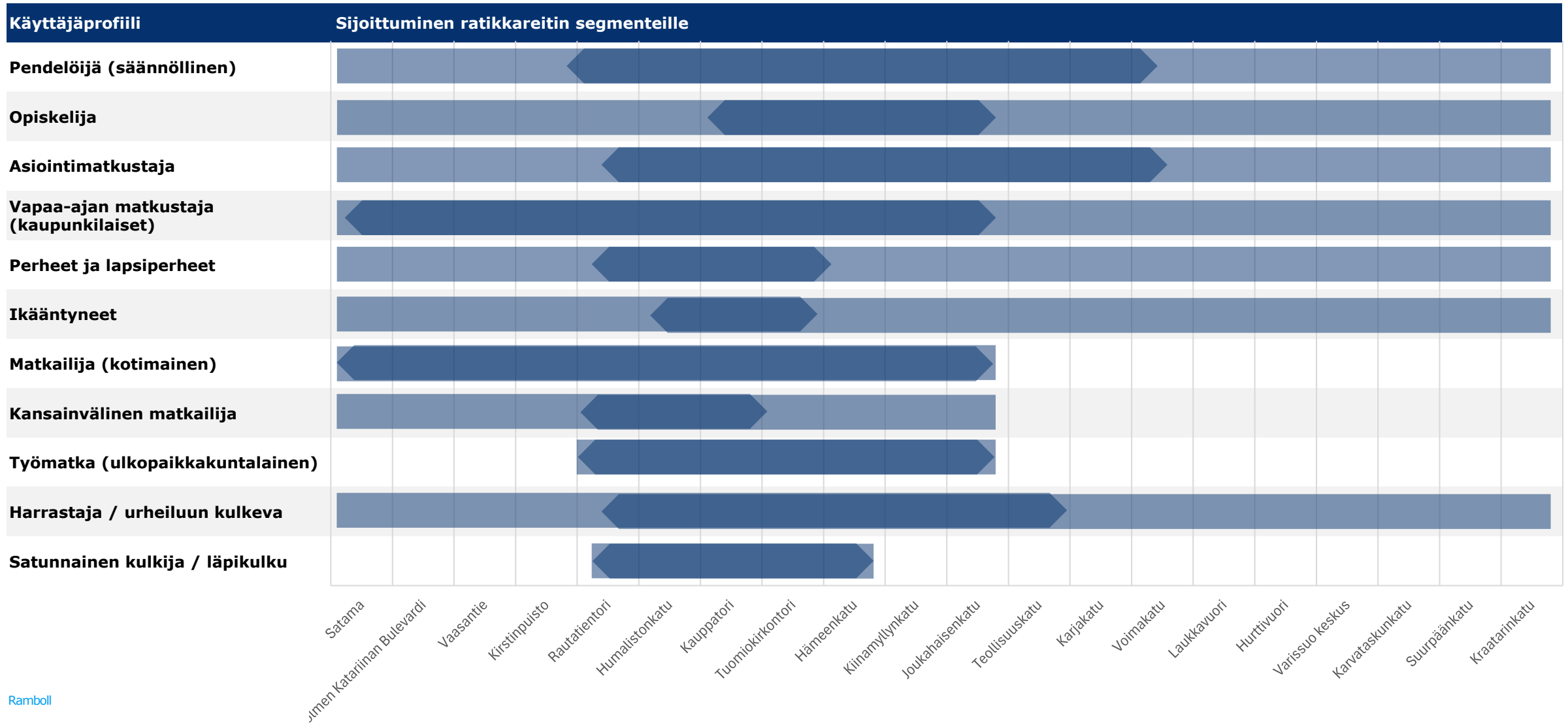
- Taulukossa on kuvattu pysäkkien lähiympäristössä asuvien suhteellista demografiaosuutta, väestö on indeksoitu suhteessa koko Turkuun keskimäärin (Turku=100)
- Omistusasunnoissa asuvat korostuvat Itäharjun alueella
- Tulotasoltaan korkeimmat luokat asuvat keskustassa, Kupittaalla ja Voimakadun ympäristössä
- Yksinasuvia sijaitsee erityisesti Linnakaupunginosassa ratikkareitin länsiosissa



Raitiotien käyttäjäprofiilit ja käyttötapaukset

Käyttäjäprofiili	Käyttötapa	Kulutus, joka tyypillisesti kohdistuu	Keskeiset tarpeet pysäkkiympäristössä	Muut relevantit tekijät
Pendelöijä (paikallinen)	Työssäkäynti	Aamun/iltapäivän pikaiset ostot (kahvi, välipala), lounaspalvelut, päivittäistavarakaupan täydennysostot	Nopeat palvelut, sujuvat vaihdot, sääsuojat, turvallisuus, pyöräpysäköinti, paketti- ja noutopalvelut	Kulutus painottuu ruuhka-aikoihin; korkea kontaktitiheys; pysäkki voi tukea työpaikka-alueiden houkuttelevuutta
Opiskelija	Opiskelu- ja kampusliikkuminen	Edullinen ruokailu, kahvilat, arjen perustuotteet, pikapalvelut (kirjakauppa, apteekki)	Edullisuus, levähdyspaikat, sosiaalinen kohtaamispaikka, paketti- ja noutopalvelut	Volyymi suuri mutta yksikkökulutus pieni; sesonkivaihtelut (lukukaudet)
Asiointimatkustaja	Ruokaostokset, palvelut, kauppakeskukset	Päivittäistavarakauppa, erikoiskauppa, palvelut (posti, terveys, pankki), ravintolat	Lyhyet ja selkeät kävelyetäisyydet, esteettömyys, mahdollisuus kantamusten kanssa kulkemiseen	Pysäkkien merkitys kasvaa, jos ne sijaitsevat asiointivirtojen solmukohtissa (kauppakeskukset, hypermarketit)
Vapaa-ajan matkustaja (kaupunkilaiset)	Kuntosali, harrastukset, kulttuuri, ystävien tapaaminen	Kahvilat, ravintolat, vapaa-ajan palvelut, kulttuuripalvelut	Miellyttävä ympäristö, viihtyisyys, turvallisuus ilta-aikaan	Potentiaali korostuu iltaisin ja viikonloppuisin; pysäkin ympäristön imago vaikuttaa valintoihin
Perheet ja lapsiperheet	Päiväkoti-/koulumatkat, arjen palvelut	Päivittäistavarakaupan perusostot, lasten palvelut (harrastukset, leikkipaikat), kahvilat	Turvallinen ympäristö, selkeät suojatiet, lastenvaunujen huomioiminen, paketti- ja noutopalvelut	Perheiden pysäkit usein ankkuroituvat koulujen, päiväkotien ja lähikauppojen ympärille
Ikääntyneet	Terveyspalvelut, ruokaostokset, sosiaaliset palvelut	Apteekki, terveyspalvelut, lähikauppa, kahvilat, ravintolat	Esteettömyys, penkit, suoja säältä, lyhyet etäisyydet	Palvelujen sijoittelu vaikuttaa suoraan saavutettavuuteen ja palvelujen käyttöasteeseen
Matkailija (kotimainen)	Kaupungin sisäinen liikkuminen, nähtävyydet, majoitus	Ravintolat, kahvilat, matkamuistot, kulttuuripalvelut	Selkeät opasteet, informaatiopisteet, turvallinen orientaatio	Kulutus paikoin merkittävää; painottuu keskustan ja vetovoimapaikkojen pysäkeille
Kansainvälinen matkailija	Sightseeing, hotellit, joukkoliikenteen vaihdot	Ravintolat, kahvilat, vähittäiskauppa, matkailupalvelut	Selkeä kielituki, helppo navigointi, laadukas kaupunkiympäristö	Käyttävät todennäköisemmin suoria yhteyksiä nähtävyyksiin; pysäkin imago kriittinen
Työmatka (ulkopaikkakuntalainen)	Majapaikka ↔ kokous/työpaikka	Ravintolat, kahvilat, pikapalvelut (kioskit, apteekki)	Nopea orientaatio, mahdollisuus liikkua matkalaukkujen kanssa	Tyypillisesti keskittyy keskustaan ja liike-elämän alueille
Harrastaja / urheiluun kulkeva	Kuntosalit, urheilutilat, ulkoliikunta	Vesi- ja urheilujuomat, pieni päivittäistavara, kahvilat	Pyöräparkit, selkeä reititys, riittävän leveät jalkakäytävät	Kulutus huipussaan iltaisin; pysäkki voi tukea urheilukeskittymän käyttäöstä
Satunnainen kulkija / läpikulku	Piipahdus kaupunkiin	Kioskit, kahvilat, pikaruoka	Nopea saatavuus, selkeät reitit	Yksikkökulutus kevyt, mutta virran koko voi olla suuri hyvällä jalankulkusijainnilla

Käyttäjäprofiilien korostuminen ratikkareitillä



Ratikkaympäristöjen kehittämisperiaatteet

Pysäkkiprofiilit

Pysäkkiprofiileja on kategorisoitu alue- ja käyttäjäprofiilien näkökulmasta. Profiilit kuvaavat pysäkin luonnetta ja sen kautta kehittämisen mahdollisuuksia, reunaehtoja ja periaatteita.

1. Keskusta- ja solmupysäkit

- Suuri ja monipuolinen virta: työmatkalaiset, asioijat, turistit.
- Korkea kaupallinen potentiaali, erityisesti nopeat ja näkyvät palvelut.
- Kilpailu ympäröivien palvelujen kanssa kovaa

2. Asuinaluepysäkit

- Vakaa, arkipainotteinen käyttö.
- Potentiaali: päivittäistavara, peruspalvelut, pienet lähipalvelut.
- Rajoitteet: isot ostokset ohjautuvat usein yhä autolla.

3. Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit

- Aamun ja päivän piikkien ympärille rakentuva kysyntä.
- Potentiaali: lounasravintolat, kahvilat, pikapalvelut.
- Iltaisin heikompi käyttö: rajaa kaupallisen profiilin.

4. Kauppakeskus- ja asiointipysäkit

- Pysäkki kytkeytyy vahvasti kaupalliseen keskukseen tai suurempaan palvelualueeseen.
- Potentiaali korkea, jos saavutettavuus on hyvä eri liikkumisen muodoilla (ratikka, auto, kävely ja pyöräily).
- Haaste: suuret marketit ja tilaa vaativa kauppa vaativat edelleen autoliikennettä – ratikka on käyttäjänäkökulmasta bonusta. Mikrosaavutettavuus kaupan alueella tärkeää (pysäkiltä kaupalle).

5. Matkailu-, tapahtuma- ja vapaa-ajan pysäkit

- Käyttäjävirrät sesonkiluonteisia tai piikkimäisiä (tapahtumat, satama, kulttuurikohteet).
- Potentiaali: elämys-, matkailu- ja sesonkipalvelut.
- Kaupallinen kysyntä vaihtelee: soveltuu konseptien pilotointiin, pop-up-toimintaan sekä kausimyyntiin.

Pysäkkiympäristöjen suunnitteluperiaatteita

Keskusta ja solmupysäkit

Rooli kaupunkiympäristössä ja kaupallinen potentiaali

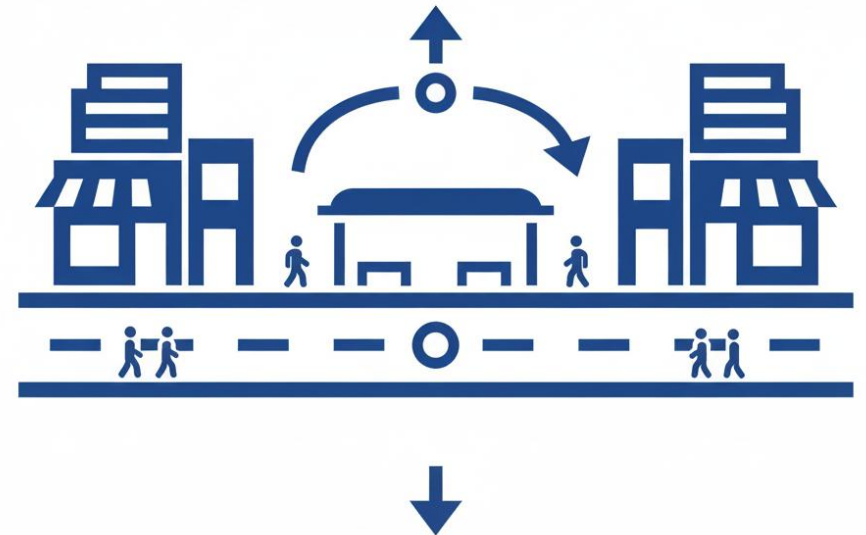
- Korkean intensiteetin kohtaamis- ja asiointipisteitä. Osa laajempaa jalankulku- ja palveluverkostoa.
- Kaupallinen ympäristö jo pitkälle rakentunut, ratikkapysäkki tukee kaupallisen toiminnan ja keskustan elinvoimaisuutta

Suunnitteluperiaatteet

- Pysäkki osa katutilaa, ei irrallinen liikenne-elementti
- Jalankulku priorisoitu: leveät jalkakäytävät, suorat yhteydet palveluihin.
- Katutason liiketilat aktivoidaan (ei pitkiä umpijulkisivuja).
- Pysäkkialueella sallitaan nopeat, pienimuotoiset toiminnot (kahvila, kioski).
- Vaihdot ja suunnistus oltava intuitiivisia

Huomioitavaa

- Liiallinen "kaupallistaminen" tukkii liikkumista
- Kilpailu olemassa olevan keskustatarjonnan kanssa on kovaa → laatu ratkaisee.



Pysäkkiympäristöjen suunnitteluperiaatteita

Asuinaluepysäkit

Rooli kaupunkiympäristössä ja kaupallinen potentiaali

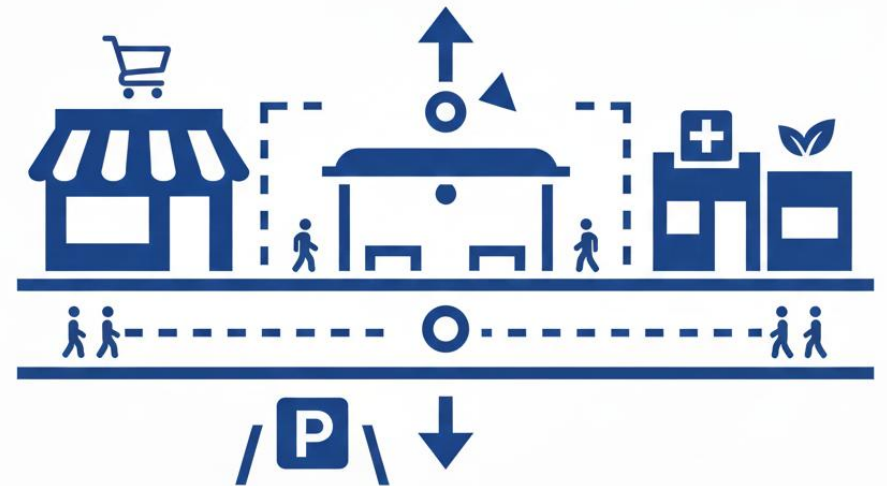
- Arjen asioinnin ja liikkumisen peruspisteitä.
- Kaupallista potentiaalia rajoittaa alueen toiminnallisuuden ja kysynnän painottuminen iltoihin ja viikonloppuihin sekä aamun huipputuntiin
- Kaupan valintamyymälä- ja supermarket –kokoluokan konsepteja sekä arjen lähipalveluita (apteekki, kukkakauppa, hyvinvointipalvelut, liikuntapalvelut)

Suunnitteluperiaatteet

- Selkeä, turvallinen ja esteetön ympäristö
- Lyhyet ja suorat reitit lähikauppaan, päiväkotiin sekä julkisiin ja yksityisiin palveluihin.
- Päivittäistavarakauppa ankkuritoimintona; ympärille mahdollisuus pieniin kivijalkatoimintoihin, ei suuria erikoiskaupan yksiköitä.
- Verkkokaupan ja päivittäistavarakaupan noutopisteet lähellä pysäkkiä
- Hyvä valaistus ja sääsuoja korostuvat.

Huomioitavaa

- Huomioitava monipuolisesti eri liikkumisen muodot; päivittäistavaramyymälät tarvitsevat ympärilleen myös pysäköintipaikkoja



Pysäkkiympäristöjen suunnitteluperiaatteita

Kauppakeskus- ja asiointipysäkit

Rooli kaupunkiympäristössä ja kaupallinen potentiaali

- Ratikan kautta täydentävä saavutettavuus suuremmille kaupallisille kohteille.
- Suuremmat yksittäiset kaupalliset kokonaisuudet ja/tai hybridiratkaisut

Suunnitteluperiaatteet

- Suora, katettu ja intuitiivinen yhteys pysäkiltä sisäänkäynnille.
- Pysäkki integroitu osaksi alueen pääjalankulkureittejä sekä näkyvälle sijainnille suhteessa liikennevirtaa
- Mahdollisuus pysäkin läheisyydessä pieniin lisäpalveluihin (kahvila, kioski, noutopisteet)
- Mahdolliset hybriditoteutukset ja -konseptit, myös palvelut ja asumisen yhdistelevät

Huomioitavaa

- Suuret kertaostokset; raitiotie tukee asiointia, mutta ei korvaa pysäköintitarvetta.
- Mikrosaavutettavuus pysäkkiympäristössä sekä pysäkin ja kaupallisen kokonaisuuden välillä



Pysäkkiympäristöjen suunnitteluperiaatteita

Matkailu-, tapahtuma- ja vapaa-ajan pysäkit

Rooli kaupunkiympäristössä ja kaupallinen potentiaali

- Portteja elämyksiin, kulttuuriin ja tapahtumiin.

Suunnitteluperiaatteet

- Selkeä orientaatio: opasteet, kartat, informaatio.
- Riittävä kapasiteetti piikkitilanteisiin.
- Tilaa väliaikaisille ja sesonkiluonteisille toiminnoille (pop-up, myyntikojut).
- Kaupunkikuvallinen laatu korostuu.

Huomioitavaa

- Kysyntä epätasaista; pysyvä kaupallinen rakenne usein riskialtis / kannattavuudeltaan heikko
- Turvallisuus ja sujuvuus tärkeämpiä kuin maksimaalinen kaupallisuus.

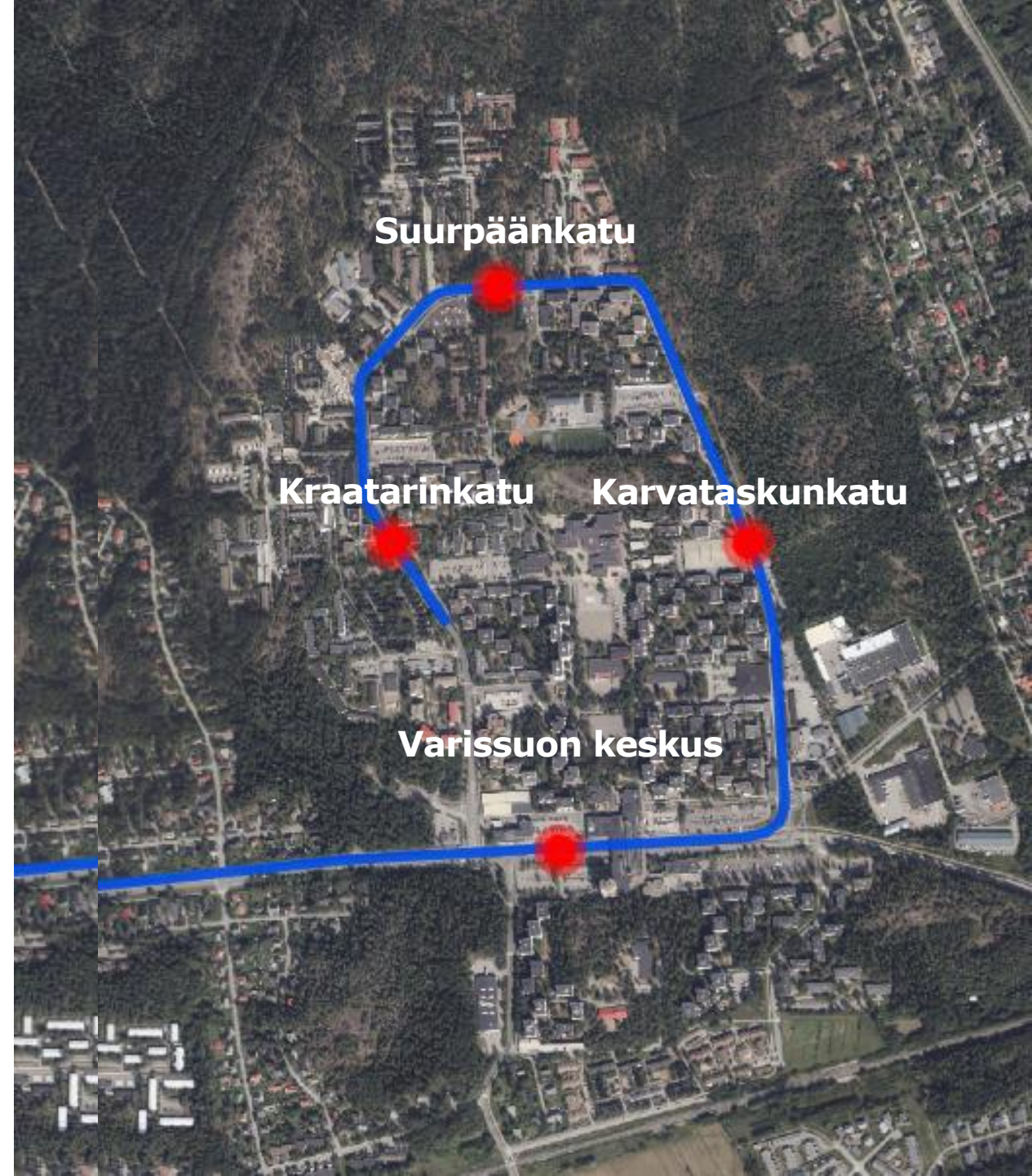
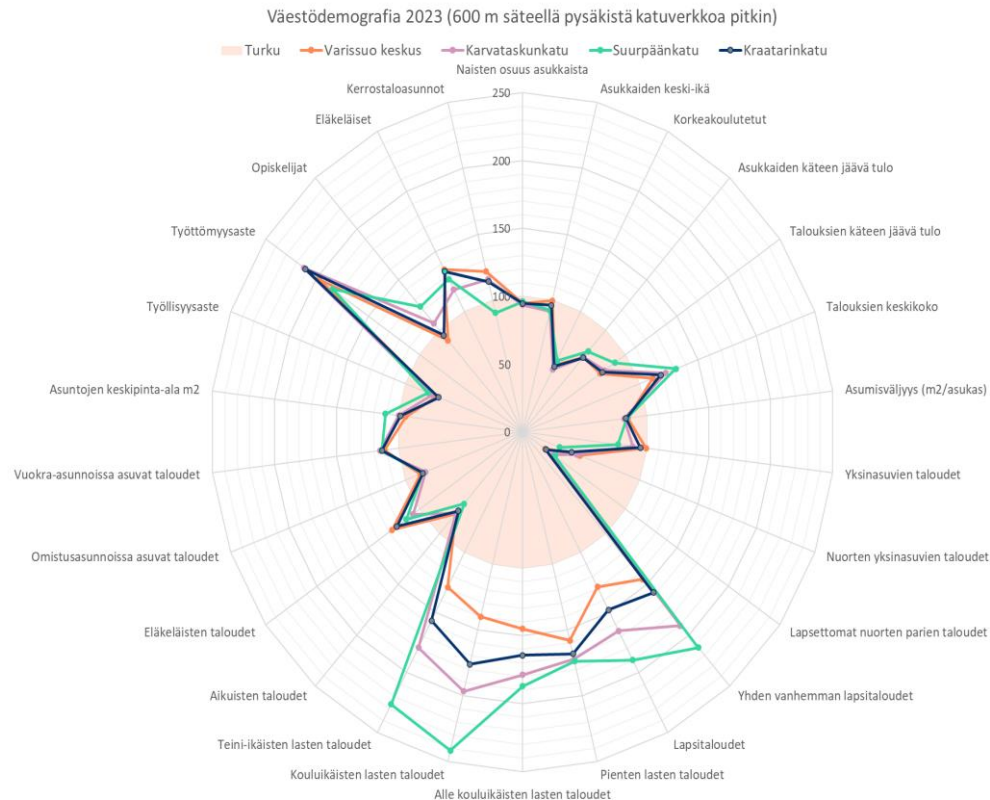


SISÄLTÖ

1. Johdon yhteenveto
2. Työn tausta ja tavoitteet
3. Lähtökohdat kaupalliseen kehittämiseen Turun raitiotielinjauksen ympäristössä
4. Pysäkkiympäristöjen kaupallisen kehittämisen mahdollisuudet ja periaatteet
5. Pysäkkiympäristöjen profiilit Turussa
6. Yhteenveto ja johtopäätökset

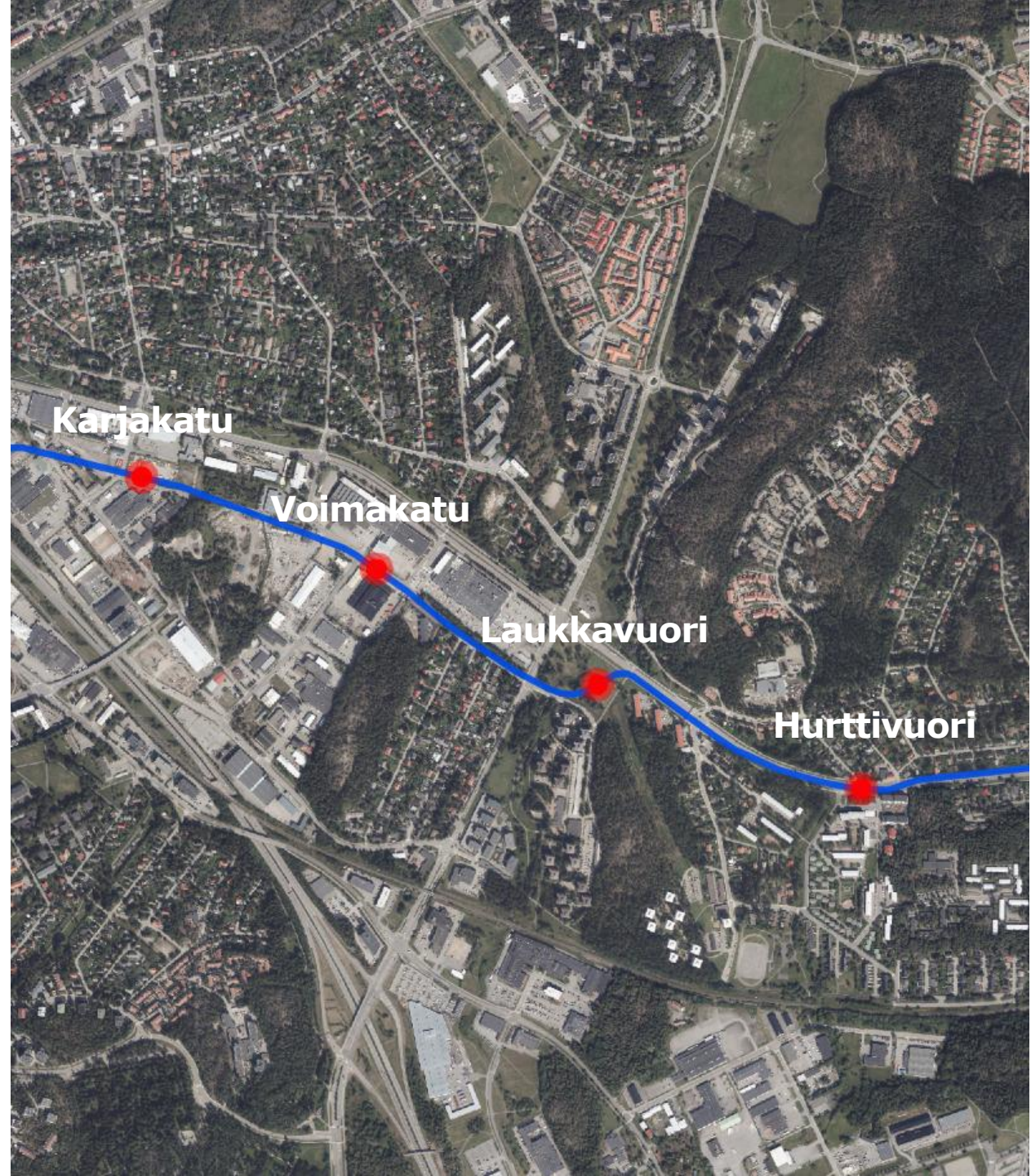
Varissuo

- Varissuon alueella pysäkkien vaikutusalueella (600 m säde) asuu yhteensä n. 9 400 asukasta. Kasvua vuoteen 2035 mennessä noin +400 asukasta ja vuoteen 2050 mennessä noin +2 100 asukasta → yhteensä vuonna 2050 noin 11 500 asukasta
- Alueella asuu paljon lapsiperheitä ja vieraskielisten osuus on merkittävä. Alueella on myös keskimäärin suurempi työttömyysaste
- Kaupallisesti painopiste ja monipuolisin tarjonta kohdistuu nykyisin ja tulevaisuudessa Varissuon keskukseen ja erityisesti liikekeskuksen ympäristöön
- Pienempiä lähipalveluita ja -myymälöitä voi kehittyä myös Suurpäänkadun ja Kraatarinkadun pysäkkien ympäristössä



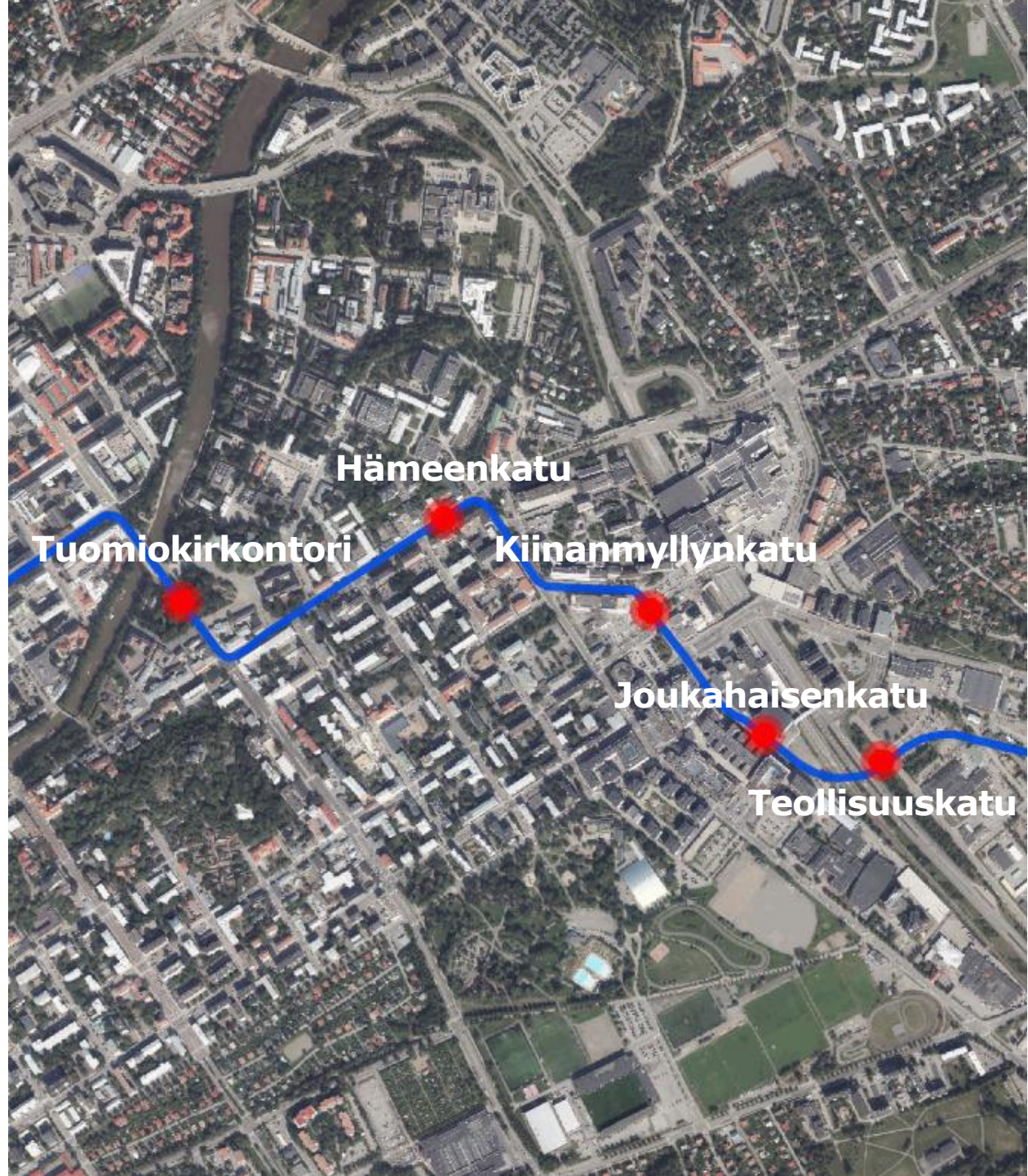
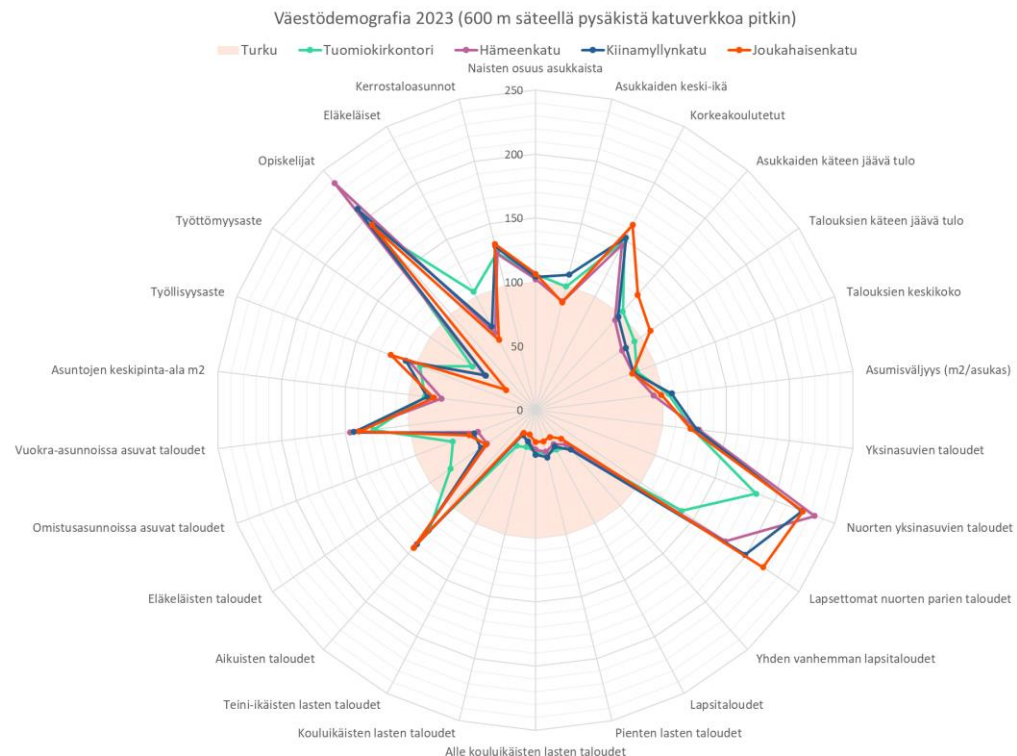
Itäharju-Hurttivuori

- Itäharjun vyöhykkeellä pysäkkien vaikutusalueella asuu nykyisin noin 7 300 asukasta. Väestö kasvaa vuoteen 2035 mennessä 5 600 asukkaalla ja vuoteen 2050 ennessä noin 10 000 asukkaalla → Vuonna 2050 alueella asuisi yli 17 000 asukasta
- Alueen nykyinen väestöprofiili on moninainen ja tuleva kehitys määrittää huomattavasti myös väestörekenteen ja demografian kehittymissuunnat. Alueen itäinen reuna on asuinaluevaltaista ja Itäharjun alue puolestaan toimitilojen ja palveluiden aluetta. Kaupallisesti merkittävimmät toiminnot sijoittuvat Voimakadun varteen (Prisma, Lidl, Vamos liikunta- ja vapaa-ajankeskus)
- Tulevaisuudessa voimakkaimmin kaupallinen kehitys keskittyisi Karjakadun ja Laukkavuoren väliselle alueelle koko raitiotieakselia tukien. Alueelle voi kehittyä kaupallisesti suurempia yksiköitä sekä pienempiä, pysäkkiympäristöjen kaupunkirakenteeseen tukeutuvia palveluita



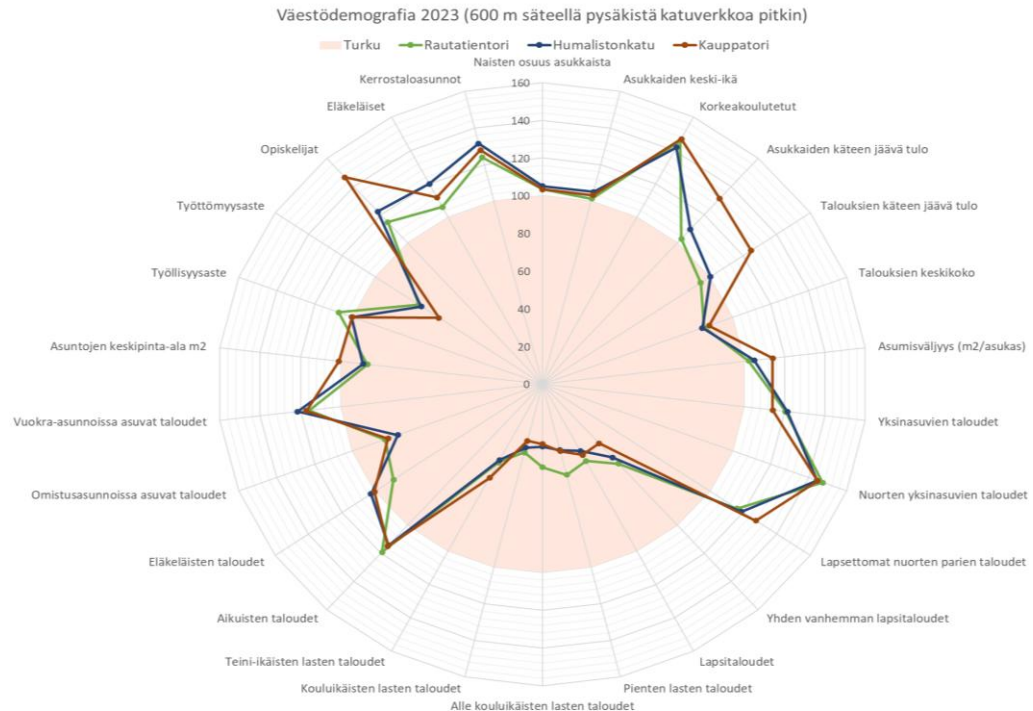
Hämeenkatu-Kupittaa

- Tuomiokirkolta Kupittaan Kärjen kehitysalueelle ulottuvalla vyöhykkeellä pysäkkien vaikutusalueella (600 m säde) asuu nykyisin noin 18 000 asukasta. Väestömäärä kasvaisi vuoteen 2035 arviolta 3 900 asukkaalla ja vuoteen 2050 5 400 asukkaalla → Vuonna 2050 yhteensä noin 23 400 asukasta.
- Alueella asuu erityisesti opiskelijoita ja alueen profiilia määrittääkin yliopiston, AMK:n, TYKS:in sekä tiede- ja teknologiapainotteisen työpaikka-alueen toiminnot
- Kaupallisesti alueella on erityisesti kivijalkaliiketilatyypistä toimintoa (ravintolat, kahvilat ja erikoiskaupat) ja valintamyymä-kokoluokan päivittäistavara-kauppoja.
- Tiivis kaupunkirakenne määrittää ja rajaa kaupallisen kehittämisen potentiaalia. Erityisesti Kupittaan kärjen alueella on mahdollisuuksia myös sekä alueella työssäkäyviä että alueen tulevia asukkaita palvelevia kaupan palveluita
- Tuomiokirkon pöytästä on mahdollista kehittää ”profiilipysäkki”, joka tukee myös vanhan kaupungin ja matkailun tarpeita



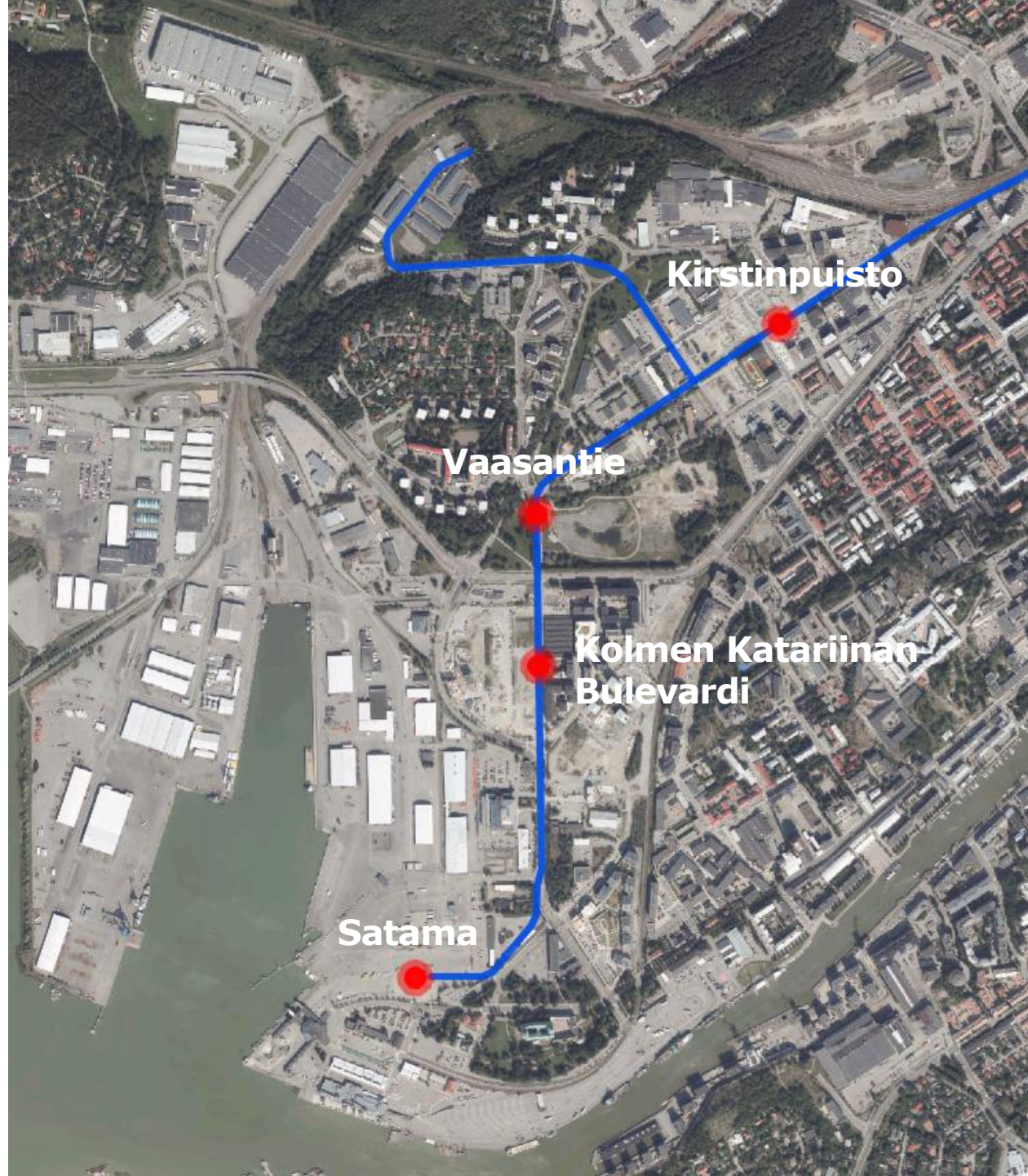
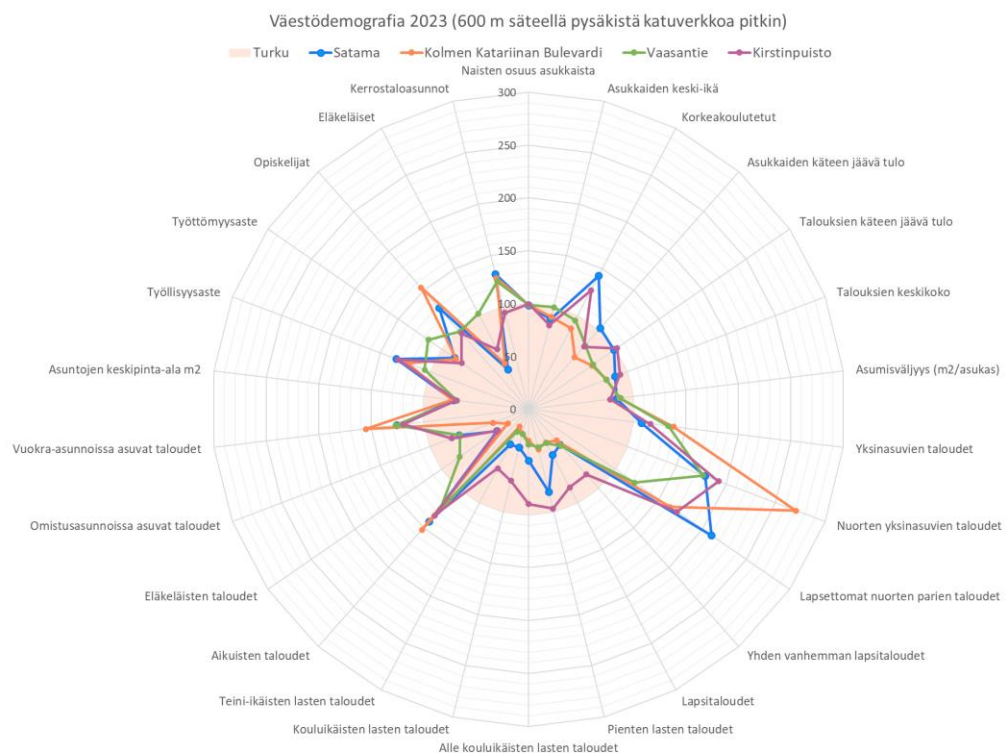
Keskusta

- Keskustan alueella pysäkkien vaikutusalueen asukasmäärä on nykyisin noin 17 000. Asukasmäärän arvioidaan kasvavan vuoteen 2035 noin 4 500 asukkaalla ja vuoteen 2050 5 100 asukkaalla → Yhteensä 22 100 asukasta vuonna 2050.
- Alueella asuu erityisesti opiskelijoita ja nuoria yksinasuvia sekä lapsettomia pariskuntia
- Kaupallisesti Turun keskusta on maakunnan keskeisin kaupallinen keskittymä, jonka saavutettavuutta raitiotie palvelee. Keskusta on tiiviisti rakennettu, minkä vuoksi merkittävämpiä uusia kaupan yksiköitä on haastavaa saada sovitettua ratikkareitin varrelle
- Pysäkkien näkökulmasta Kauppiaskadun ja Brahenkadun sekä Eerikinkadun itäisen päädyn palvelut jäävät katveeseen ratikkapysäkin palvellessa erityisesti Hansan ja kauppahallin asiointeja
- Tulevaisuudessa kaupallisesti kiinnostavia mahdollisuuksia syntyy entisen rautatieaseman ympäristöön, mikäli Ratapihan elämyskeskushanke toteutuu. Tällöin alueelle voi syntyä profiilipysäkki sekä kaupallista toimintaa esim. vanhaan asemarakennukseen.



Linnakaupunki

- Linnakaupungin alueella, Satamasta Kirstinpuistoon ulottuvalla vyöhykkeellä asuu nykyisin noin 11 800 asukasta. Väestön ennakoitaan kasvavan vuoteen 2035 mennessä 7 700 asukkaalla ja vuoteen 2050 mennessä 16 600 asukkaalla → Yhteensä noin 28 500 asukasta vuonna 2050
- Alueella sijaitsee nykyisin muutamia valintamyymälä-kokoluokan ja yksi supermarket-kokoluokan päivittäistavarakauppa. Lisäksi erityisesti sataman suunnassa on myös ravintolatoimintaa
- Kaupallisesti alueen väestömäärän kasvu synnyttää merkittävän paineen kehittää myös kaupan lähipalveluita eri kokoluokan konsepteissa. Suurin potentiaali suuremmille kaupan yksiköille on Herttuankulman ja Vaasantien pysäkkien tuntumassa. Lähipalveluita ja pienempiä lähikonsepteja voisi syntyä Kirstinpuiston aluetta täydentäen sekä Sataman alueelle maankäytön kehittymisen myötä
- Profiilipysäkin mahdollisuus Sataman alueella, jossa pysäkki yhdistää alueeseen matkailija- ja asukasvirtoja eri vuorokauden- ja vuodenaikoina.



Pysäkkiympäristöjen kehittämisen potentiaali

- Edellä on kuvattuna alueittain kehittymisen potentiaali pysäkkiympäristöissä
- Tuleva maankäyttö mahdollistaa – ja asettaa myös paineen kaupallisten toimintojen kehittämiseksi. Kaupalliset toiminnot ovat ennen kaikkea asukkaiden arjen lähipalveluita, mutta eri alueilla konseptit ja palvelutarjonta voivat rakentua myös matkailun, työpaikkojen sekä olemassa olevan kaupallisen tarjonnan varaan.
- Pysäkkiympäristöt ovat luonnollisia solmukohtia, missä alueen kaupallisen tarjonnan kehittämiseksi on merkittäviä etuja niin kestävän liikkumisen edistämisen kuin asiointikokemuksenkin näkökulmasta.
- Suurin ”paine” kaupallisten toimintojen kehittämiseksi on Linnakaupungin alueella (Satama-Kirstinpuisto), jossa pysäkkiympäristöjen suunnittelussa voidaan vielä ottaa huomioon kaupallisen tarjonnan mahdollistaminen. Linnakaupungin ohella potentiaalia kehittämiseksi on myös Itäharjulla, erityisesti Voimakadun akselin ympärillä.
- Kupittaa ja keskustan alueella raitiotie tukee alueen elinvoimaa ja kestäväää liikkumista. Kaupallinen palvelutarjonta kuitenkin ei merkittävästi kasva nykyisestä johtuen erityisesti tiiviistä kaupunkirakenteesta ja olemassa olevasta sekoittuneesta ja monipuolisesta tarjonnasta
- Pysäkkiympäristöjen kaupallinen kehittäminen edellyttää niiden huolellista suunnittelua niin, että alueella täyttyvät tavoitteet kaupunkiympäristöön, sen viihtyisyyteen ja toiminnallisuuteen, eri liikkumismuotojen yhdistämiseen sekä kaupalliseen toimivuuteen liittyen
- Seuraavalla sivulla olevassa taulukossa on vedetty yhteen pysäkeittäin kehittämispotentiaali ja muita huomioita

Turun ratikkareitin pysäkit alueittain

Pysäkki	Rooli	Pysäkki-nousut / vrk	Asutus 2035 (600 m)	Palvelutarjonta (nykyinen)	Muu potentiaali	Kaupallinen kehittämis-potentiaali	Huomiot
Satama	Matkailu-, tapahtuma- ja vapaa-ajan pysäkit	1 501	2 846	Kohtalainen	Laivamatkustajat, Linnassa kävijät, tulevaisuuden kulttuuri- ja tapahtumakhteet	Kohtalainen	Matkailu- ja kulttuuripalveluihin linkittyvät
Kolmen Katariinan Bulevardi	Asuinaluepysäkit	619	4 709	Heikko		Suuri	
Vaasantie	Asuinaluepysäkit	465	3 484	Heikko		Suuri	
Kirstinpuisto	Asuinaluepysäkit	715	8 468	Heikko		Suuri	
Rautatientori	Keskusta- ja solmupysäkit / Matkailu-, tapahtuma- ja vapaa-ajan pysäkit	1 823	9 879	Kohtalainen	Junamatkustajat (Logomo), Ratapihan elämyskeskus, vanhan rautatieaseman kaupallinen potentiaali	Kohtalainen	Linkittyminen Ratapihan elämyskeskukseen
Humalistonkatu	Keskusta- ja solmupysäkit	1 955	7 443	Laaja		Pieni	
Kauppatori / Eerikinkatu	Keskusta- ja solmupysäkit	4 425	4 163	Laaja (keskusta)		Kohtalainen	Olemassa olevan kaupallisen toiminnan kehittäminen tiiviissä kaupunkirakenteessa
Tuomiokirkontori	Keskusta- ja solmupysäkit / Matkailu-, tapahtuma- ja vapaa-ajan pysäkit	2 807	9 965	Laaja (tori, Aninkaistenkatu)	Kytkeytyminen vanhaan kaupunkiin, suurtoriin ja tuomiokirkkoon, historiallinen brändi	Kohtalainen	Vanhankaupungin palvelutarjonnan kehittäminen ja liittäminen, markkinoiden huomioiminen reiteissä
Hämeenkatu	Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit	1 655	5 456	Laaja (Hämeenkadun varsi)	Kytkeytyminen yliopistoon. Hämeenkadun olemassa oleva rakenne.	Kohtalainen	Olemassa olevan kaupallisen toiminnan kehittäminen tiiviissä kaupunkirakenteessa
Kiinamyllynkatu	Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit	1 049	3 047	Kohtalainen	Kytkeytyminen TYKS:iin ja yliopiston toimintoihin	Pieni	
Joukahaisenkatu	Keskusta- ja solmupysäkit	2 941	1 930	Laaja	Junamatkustajat	Kohtalainen	
Teollisuuskatu	Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit	1 597	1 483	Kohtalainen		Kohtalainen	
Karjakatu	Työpaikka-, oppilaitos- ja kampusalueiden pysäkit	1 597	3 093	Kohtalainen (Lidl)		Suuri	
Voimakatu	Kauppakeskus- ja asiointipysäkit	886	3 698	Laaja (Prisma)	Kytkeytyminen Prismaan sekä vapaa-ajantoimintoihin	Suuri	Kaavoitus pitkällä
Laukkavuori	Kauppakeskus- ja asiointipysäkit	156	3 421	Kohtalainen	Jaanintien ja Littoistentien liikennevirta, kytkeytyminen Prismaan	Kohtalainen	Ympäriillä puisto ja sähköasema, kehittäminen tilan puolesta haastavaa
Hurtтивуori	Asuinaluepysäkit	1 042	2 679	Heikko		Pieni	
Varissuo keskus	Kauppakeskus- ja asiointipysäkit	1 378	4 854	Laaja		Suuri	
Karvataskunkatu	Asuinaluepysäkit	386	393	Heikko		Pieni	
Suurpäänkatu	Asuinaluepysäkit	215	1 281	Heikko		Pieni	
Kraatarinkatu	Asuinaluepysäkit	469	3 281	Heikko		Kohtalainen	

SISÄLTÖ

- 1. Johdon yhteenveto**
- 2. Työn tausta ja tavoitteet**
- 3. Lähtökohdat kaupalliseen kehittämiseen Turun raitiotielinjauksen ympäristössä**
- 4. Pysäkkiympäristöjen kaupallisen kehittämisen mahdollisuudet ja periaatteet**
- 5. Pysäkkiympäristöjen profiilit Turussa**
- 6. Yhteenveto ja johtopäätökset**

Johtopäätökset

- **Raitiotie ja sen liikennekäyttäjien tuoma käyttäjävirta ei liikennemuotona luo merkittävää potentiaalia kaupallisille palveluille, mutta raitiotien maankäyttöllinen ja kaupunkikehityksellinen potentiaali luo merkittävän potentiaalin ja tarpeen kaupallisten palveluiden käyttäjille**
 - **Raitiotiellä liikkuvien käyttäjäpotentiaali** kohdistuu itsessään ruuhkahuippuihin ja on luonteeltaan pienimuotoisempaa, osana matkaketjua tehtävää asiointia
 - **Raitiotieympäristön ja maankäytön tehostumisen luoma uusi asiakaspotentiaali** ja ostovoima luo merkittäviä mahdollisuuksia kehittää kaupallisia palveluita raitiotievyöhykkeellä – raitiotiepysäkkien ympäristöt ovat luonnollisia, kestävästi saavutettavia ympäristöjä, joissa kaupallisten palveluiden monipuolinen kehittäminen on tarkoituksenmukaista
- **Raitiotiepysäkiympäristöjen suunnittelussa tulisi huomioida kaupallisten palveluiden sijoittelu ja sijoittuminen ympäröivässä kaupunkirakenteessa niin, että hyödyt maksimoituvat; raitiotie ja palvelut luovat yhdessä monipuolista ja vetovoimaista ympäristöä, joiden integroitu kehittyminen tukee toisiaan**
 - Asiointikäyttäytymisen ja tätä kautta alueen kaupallisen toimivuuden näkökulmasta keskeistä on mikroympäristön suunnittelu toimivaksi, sujuvaksi ja liikennevirtoja ohjaavaksi. Kaupalliset palvelut tarvitsevat merkittäviä asiakasvirtoja ja mikäli pysäkin lähiympäristöä ei suunnitella niin, että kaupallinen ympäristö on hyvin saavutettavissa ja näkyvä osa ympäristöä, menetetään potentiaaliset hyödyt
 - Keskeinen huomioitava tekijä kaupallisesta näkökulmasta on koettu saavutettavuus (estevaikutusten minimointi) sekä kaupunkiympäristön laatu ja virikkeisyys, joka houkuttelee käyttämään sekä kaupunkiympäristöä että alueen kaupallisia palveluita
- **Turussa raitiotien luoma maankäyttö ja ostovoiman kasvu mahdollistaa päivittäistavarakaupan sijoittumista alueelle jopa 13 000 k-m2:n verran (laskennallisesti 5-6 supermarket-kokoluokan yksikköä). Päivittäistavarakauppa toimii ankkuritoimintona, jonka ympärille on mahdollista sijoittaa myös muita palveluita (arjen palvelut, liikuntapalvelut, julkiset palvelut) sekä erikoiskauppaa**
 - Suurin potentiaali kaupan palveluiden kehittämiseksi on Linnakaupunginosassa, jossa kaupallinen tarjonta on nykyisin vielä vähäistä erityisesti suhteessa tulevaan väestönkasvuun.
 - Kaupallista tarjontaa on mahdollista kehittää myös Itäharjun alueella rakentaen kaupallista vyöhykettä Voimakadun varteen
 - Varissuolla raitiotie tukee erityisesti Varissuon keskuksen kaupallisen tarjonnan laajentumista ja monipuolistumista. Varissuolla väestönkasvun potentiaali ajoittuu myöhemmäksi, eikä ole yhtä voimakasta kuin Linnakaupunginosassa tai Itäharjulla. Raitiotie kehittää Varissuon koettua saavutettavuutta, minkä ansiosta konseptiltaan erityislaatuiset toiminnot (esim. etniset kaupat ja ravintolat) kytkeytyvät paremmin turkulaisten käytettäväksi ja saavutettavaksi, mikä voi edelleen kehittää niiden liiketoimintaedellytyksiä ja uusien konseptien syntymistä alueelle
 - Keskustassa ja Kupittaaan alueella kaupunkirakenne on tiivistä ja kaupallinen tarjonta jo nykyisellään laajaa. Raitiotie tukee alueen kaupallista elinvoimaa ja toimintaedellytyksiä sekä uudistumista.
 - Mahdollisuuksia on myös erilaisille konseptipysäkeille, jotka voivat syntyä erityislaatuisen profiilin ympärille (esim. tapahtumat, historia, matkailu). Konseptipysäkkien imagoa ja brändiä voidaan kehittää sekä toiminnallisesti, visuaalisesti että kaupallisen tarjonnan näkökulmasta.

Raitiotien vaikutukset kaupan ja palveluiden toimialoihin

Toimiala	Mitä raitiotie muuttaa asioinneissa?	Mahdollisuudet	Huomioitavat realiteetit ja rajoitteet	Millaisille pysäkeille sopii parhaiten?
Päivittäistavarakauppa (lähikaupat)	Lisää täydennysostamista matkan varrella. Kehittää arjen asiointia lähellä kotia ja pysäkkejä.	Pysäkkien lähelle voi syntyä pieniä naapurustokeskittyviä: lähikauppa + kahvila + arjen palvelut.	Viikko-ostot tehdään edelleen pääosin autolla. Liikevaihto kasvaa vain, jos väestöpohja riittää.	Asuinaluepysäkit, työmatkapysäkit, solmukohtat.
Suuret marketit / hypermarketit	Raitiotie ei muuta asiakaskäyttäytymistä merkittävästi.	Parantaa saavutettavuutta osalle asiakkaita ja henkilöstölle.	Vaativat pysäköintiä ja autoliikenteen sujuvuutta. Raitiotie ei tuo merkittävää uutta asiakasvolyyymia.	Vain jos pysäkki on tontilla, muuten rajallinen hyöty.
Erikoiskauppa	Keskustan ja jalankulkuvyöhykkeiden kilpailukyky paranee.	Raitiotie vahvistaa keskustan erikoiskaupan elinvoimaa.	Verkko syö peruskysyntää. Hyöty keskittyy korkean jalankulkuvirran pysäkeille.	Keskustapysäkit, kulttuuri- ja matkailuvyöhykkeet.
Kivijalkakauppa	Lisää ns. ohikulkijoita ja potentiaalisia asiakkaita.	Syntyy kaupallisia taskuja pysäkeille: putiikit, kioskit, pienet palvelut.	Ei toimi ilman tiivistä, käveltävää ympäristöä. Ympäristö ratkaisee kaupallisen toimivuuden väestö/ostovoimapotentialin ohella.	Jalankulkualueet, keskustan reunavyöhykkeet, tiiviit asuinalueet.
Ravintolat ja kahvilat	Raitiotie nostaa pysäkkien ympäristön "houkuttelukerrointa".	Suurimmat hyödyt: lounaspaikat, grab'n'go, kahvilat, pienet ravintolat.	Viihtyisyys ja jalankulkuvirrat ratkaisevat. Pysäkkien ei tule olla vain läpikulkutiloja.	Keskusta, kampukset, vaihtoasemat, tapahtuma-alueet.
Arjen palvelut (apteekit, kampaamot, pankit, pikkutoimipisteet)	Toistuvien asiointien saavutettavuus paranee.	Vahvistaa palvelukeskittyviä ja ikääntyvien asiointia.	Väestöpohjan oltava riittävä. Pelkkä liikennevirta ei riitä.	Asuinaluepysäkit, suuret solmupysäkit.
Hyvinvointi- ja liikuntapalvelut	Helpottaa kulkemista harrastuksiin ja vapaa-aikaan.	Ilta- ja viikonloppukäynnit voivat kasvaa.	Ei synnytä kysyntää itsessään – toimijan pitää olla muuten vetovoimainen.	Urheilukeskusten ja kampusten pysäkit.
Julkiset palvelut (terveysasema, kirjasto, koulut)	Selvästi parempi saavutettavuus lisää käyttöastetta.	Voi keskittää julkisia toimipaikkoja ratikan varteen, mikä nostaa asiointivirtoja.	Vaikutus kaupalliseen kulutukseen epäsuora, mutta lisää jalankulkua ympärillä.	Suuret asuinalueet, keskustavyöhyke.
Kotimainen ja kansainvälinen matkailu	Parantaa sisäistä liikkumista ja nähtävyyksien saavutettavuutta.	Nostaa keskustan ja kulttuurialueiden palveluiden käyttöä.	Matkailuvirrat keskittyvät vain tietyille pysäkeille (satama, keskusta, museot).	Keskusta, kulttuurivyöhykkeet, satamaa palvelevat pysäkit.
Hotellit ja majoitus	Parantaa hotellien saavutettavuutta erityisesti ilman autoa.	Tuo mahdollisuuksia kiinteistökehitykseen ratikkalinjan varrella.	Ei vaikuta, ellei pysäkki ole todella lähellä.	Keskusta, Linnankatu-satama-akseli, tapahtuma-alueet.
Tapahtumat (festivaalit, urheilu, messut)	Raitiotie toimii massojen kuljettajana.	Tuo tilapäistä mutta suurta kysyntää kioskeille, kahviloille ja ravintoloille.	Kausiluonteinen -> ei tue pysyvää kivijalkakauppaa yksinään.	Tapahtuma-alueiden pysäkit, vaihtoasemat.

Bright ideas. Sustainable change.

