

# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN KAUPAN PALVELUVERKKOSELVITYS

PÄIVITETTY RAPORTTI 28.2.2022



**RAMBOLL**

Bright ideas. Sustainable change.

Kuva: Hämeenlinnan kaupunki



# ALKUSANAT

Selvityksellä haetaan näkemystä keskustan tulevasta kaupallisesta konseptista:

- **Millaiseen kaupalliseen mitoitukseen suunnittelu perustetaan?**
- **Millaisiin kaupan ja palveluiden konsepteihin ollaan menossa?**
- **Millaisiin liiketilojen mitoituksiin laadittavissa asemakaavoissa tulisi varautua eri puolilla selvitysalueetta?**

Kaupan toimintojen suunnittelun lähtökohtana on maakuntakaavan 2040 palveluverkkoselvitys. Tämä selvitys tarkoittaa maakuntatason palveluverkkoselvityksen kaupan mitoitusta ja laatua. Tavoitevuotena on 2035. Selvityksessä käsitellään kaikkia vähittäiskaupan laatuja, kaupallisia palveluita sekä soveltuvien osien muita liike- ja toimitilakäyttömuotoja. Tarkastelualueena on Hämeenlinnan keskusta-alue, mutta työssä tarkastellaan aluetta myös osana koko kaupungin ja vaikutusalueen kaupan palveluverkkoa.

Hämeenlinnan keskustan kaupan palveluverkkoselvitys valmistui vuonna 2019. Tämä selvityksen päivitys laadittiin alkuvuodesta 2022. Työtä ohjasi projektiryhmä, johon kuuluivat Antti Kaukiainen ja Jari Mettälä Hämeenlinnan kaupungilta. Työstä vastasivat Kimmo Koski ja Eero Salminen Ramboll Finland Oy:stä.



# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN KAUPALLINEN ROOLI JA TULEVAISUUS

Keskustaympäristöjen rooli on murroksessa johtuen erityisesti kolmesta tekijästä: 1: verkkokaupan kasvu, 2: Korona-pandemia ja 3: asiakaskäyttäytymisen muutos.

Keskustaympäristöjen kaupallinen menestys tulee nojaamaan entistä laajemmin kaupan tarjonnan monipuolisuuden ja ainutlaatuisuuden ohella keskustaympäristön muihin tekijöihin, jotka synnyttävät kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen. Keskeinen kysymys on, miksi keskustaan tullaan ja mitä ainutlaatuista keskustaympäristö voi asiakas- ja asiointikokemuksen puolesta tarjota. Seuraavalla sivulla esitetystä asiakaskokemuksen ulottuvuuksista tulevaisuudessa entistä voimakkaammin korostuvat sosiaalinen, sensorinen ja emotionaalinen ulottuvuus.

Kauppa siirtyy entistä enemmän verkkoon, minkä seurauksena fyysinen tilantarve ei tule kasvamaan, vaan ennemminkin päinvastoin; kauppa siirtyy tehokkaampiin tiloihin ja tavarat toimitetaan varastoista (monikanavaisuus). Keskustassa tulee olla tarjolla muuntojoustavia, moderneja tiloja, joiden kautta ketjut saavat vahvaa brändinäkyvyyttä.

Ravintola ja kahvilatarjonta sekä henkilökohtaiset palvelut kasvattavat osuuttaan. Tulevaisuudessa myös entistä enemmän viihde- ja elämyspalveluita.

Konseptit ja trendit muuttuvat nopeasti, minkä vuoksi tilojen muuntojoustavuus on erittäin keskeisessä roolissa. Kaupallisten kiinteistöjen kehittämisestä tulee entistä asiakas- ja käyttäjälähtöisempää. Keskustaympäristöissäkin korostuvat erilaiset hybridikonseptit.

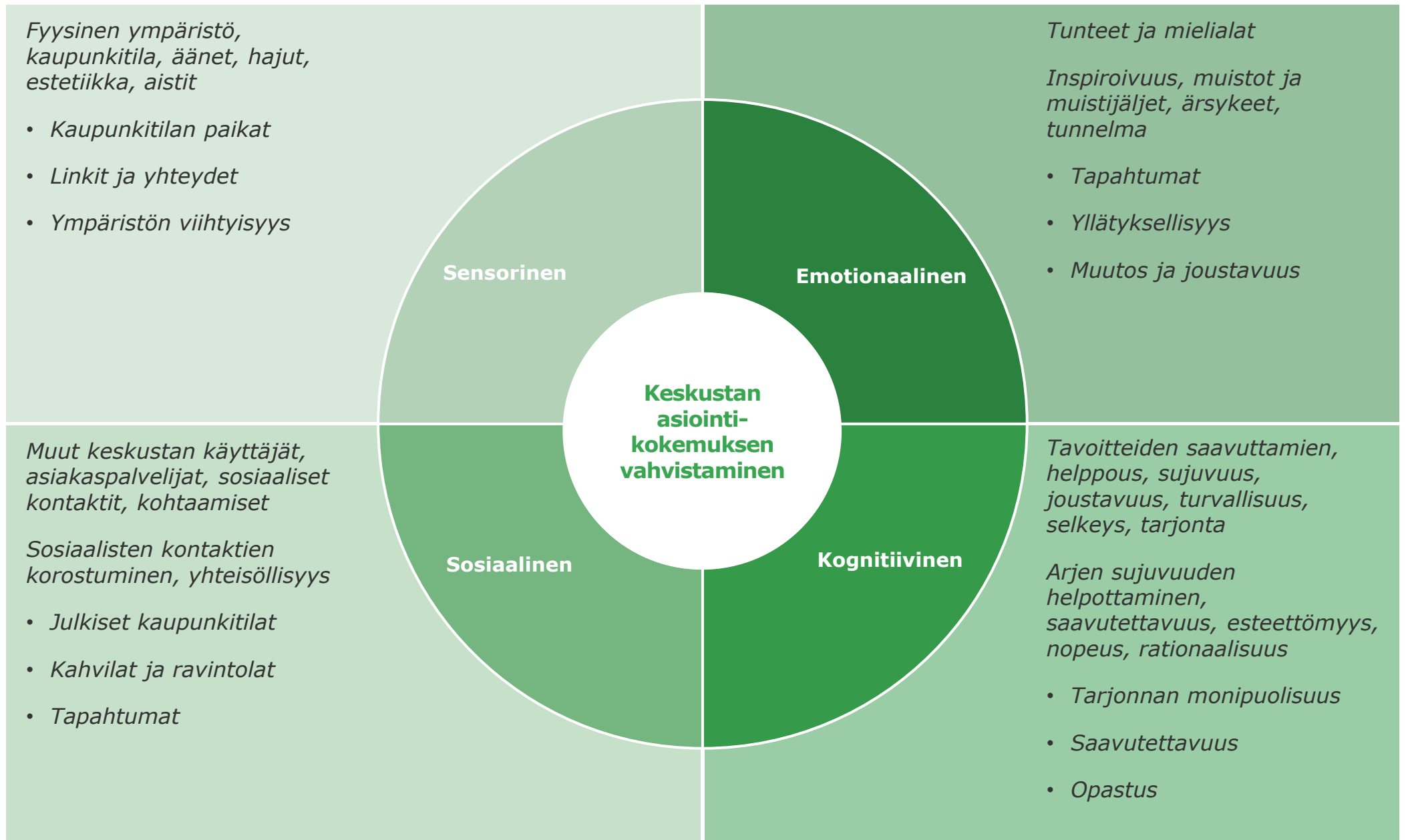
Tässä selvityksessä on tuotu esiin erilaisia tekijöitä, joilla Hämeenlinnan keskustasta voitaisiin kehittää vetovoimaisempi asiointi- ja vierailukohde. Kolme korostettavaa seikkaa ovat:

1. Tapahtuma- ja elämystarjonnan kehittäminen keskustassa
2. Kaupunkitilan viihtyisyyden kehittäminen ja historian korostaminen
3. Sujuva saavutettavuus eri liikkumismuodoilla

## Muutoksia kaupan kiinteistöjen käytössä ja toiminnassa:

|                   | PERINTEINEN                   |   | UUSI                                              |
|-------------------|-------------------------------|---|---------------------------------------------------|
| Ankkuritoimijat   | Perinteiset kaupat            | → | Sekoittuneet toiminnot, viihde, asuminen          |
| Organisoituminen  | Kaupan ja tuottajien tarjooma | → | Asiakkaiden kysyntä                               |
| Pääfokus          | Tavaroiden myyminen           | → | Asiakkaiden sitouttaminen                         |
| Teknologian rooli | Systeemin ruokkiminen         | → | Ostajien, myyjien ja paikkojen yhdistäminen       |
| Vuokralaismix     | Massamarkkinat                | → | Räätälöityjä ja yksilöllisiä ratkaisuja tarjoavat |

# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN KEHITTÄMINEN





# SISÄLTÖ

LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET

KAUPAN TRENDIT

KAUPAN KYSYNTÄ

KEHITYSHANKKEET

LIIKENNE JA SAAVUTETTAVUUS

KAUPAN TARJONTA

KAUPALLISEN TOIMIVUUDEN ANALYYSI

TAVOITTEELLINEN KONSEPTI

JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET

# TARKASTELUALUE JA LÄHTÖKOHDAT





## TARKASTELUALUEEN RAJAUS

Selvityksen tarkastelualueena on Hämeenlinnan keskustavision alue. Kaupan ja toimintojen näkökulmasta tarkastellaan myös synergioita alueen ulkopuolelle. Keskustavision rajausta on esitetty oheisella kartalla.

0 125 250 500 m



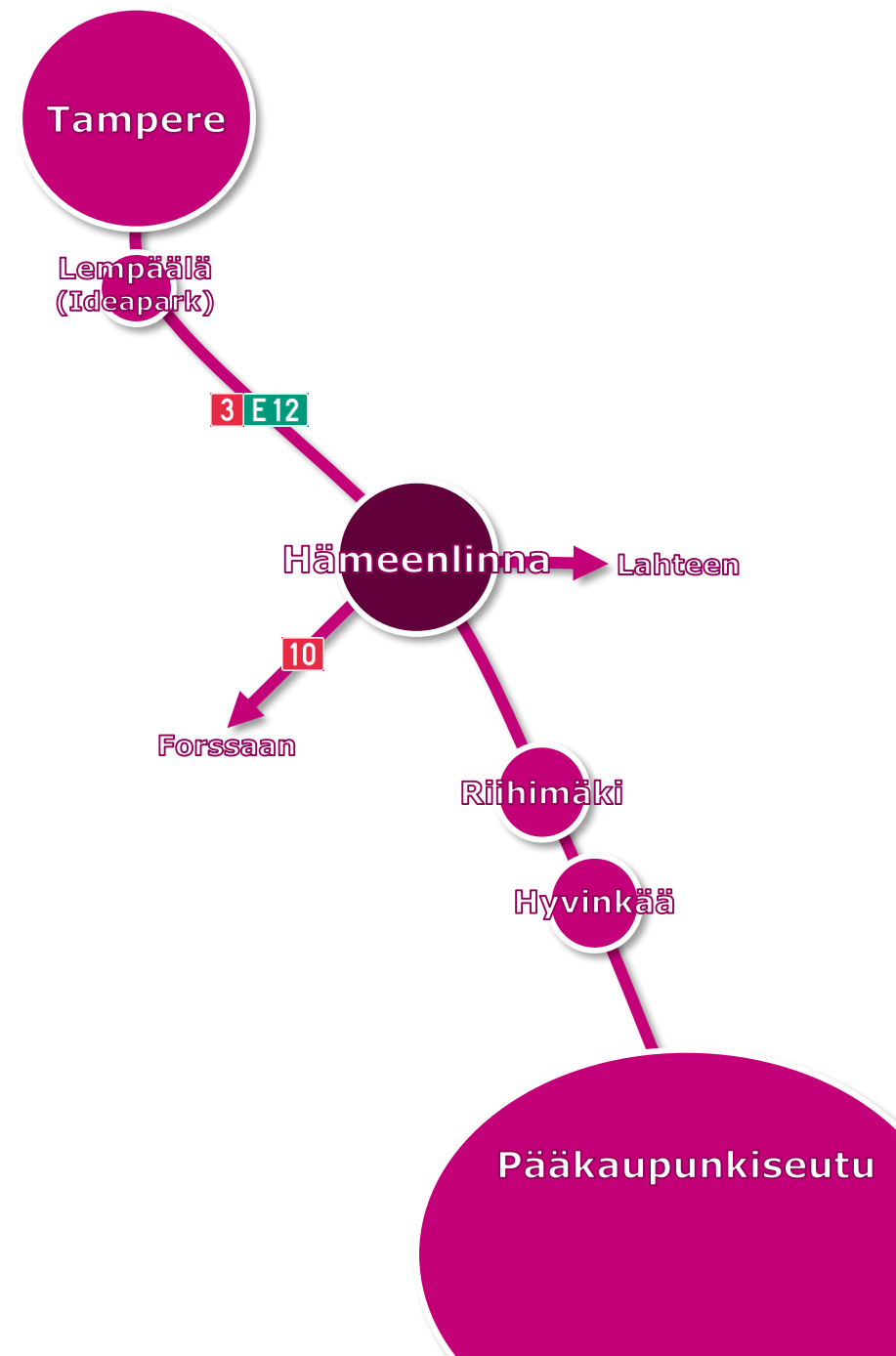


# HÄMEENLINNAN ASEMA ALUERAKENTEESSA

Hämeenlinna sijaitsee valtatie 3:n (E12) ja valtatie 10:n sekä Helsinki-Tampere –ratayhteyden varrella. Hämeenlinna on osa pääkaupunkiseudulta pohjoiseen suuntautuvaa kasvukäytävää. Vuonna 2017 Hämeenlinnassa asui noin 68 000 asukasta ja koko seudulla (Hämeenlinna, Janakkala ja Hattula) noin 94 000 asukasta.

Hämeenlinnasta on matkaa (autolla):

- Helsinkiin noin 100 km (1h 15 min)
- Tampereelle noin 80 km (55 min)
- Lempäälään / Ideaparkkiin noin 60 km (40 min)
- Riihimäelle noin 35 km (25 min)
- Hyvinkäälle noin 50 km (35 min)
- Forssaan noin 55 km (45 min)
- Lahteen noin 75 km (1 h 5 min)



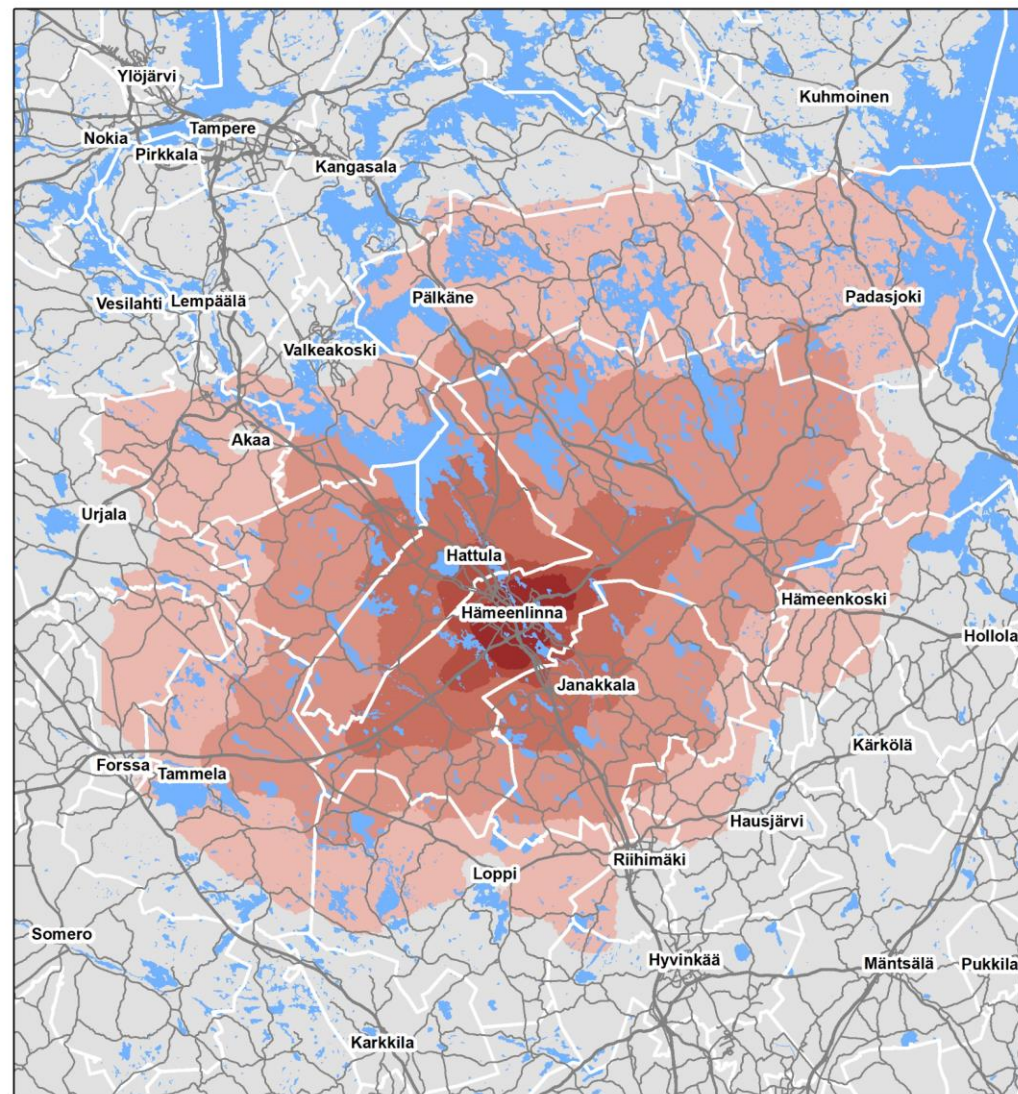
## KESKUSTAN KAUPALLINEN VAIKUTUSALUE

Kanta-Hämeen maakunnassa asiointialueet ovat pitkälti seutukohtaisia. Hämeenlinnan asiointialueeseen kuuluu Hämeenlinnan seutu (Hämeenlinna, Hattula ja Janakkala).

Päivittäistavarakaupan asiointialueena on yleensä oma kunta, koska päivittäistavarakaupan ostoksia tehdään useasti (keskimäärin yli 3 kertaa viikossa/talous) ja lähellä kotia. Hämeenlinnan seudulla päivittäistavarakaupassa Janakkala muodostaa oman asiointialueensa ja Hämeenlinna ja Hattula yhtenäisen asiointialueen.

Erikoistavarakaupan osalta asiointitodennäköisyydet keskittyvät agglomeraatioon, eli keskittymisalueen vuoksi voimakkaammin palvelutarjonnan monipuolisiin ja laajoihin keskuksiin. Erikoiskaupan ostoksia tehdään harvemmin ja asiointimatkat ovat pidempiä, minkä vuoksi asiointimatkat suuntautuvat tyypillisesti monipuolisiin kaupan keskittymiin.

Oheisella kartalla on havainnollistettu Hämeenlinnan keskustan päivittäistavarakaupan ja keskustahakuisen erikoistavarakaupan mallinnettua asiointialuetta. Vaikutusalue on laskettu saavutettavuuden ja kilpailevien keskustien palvelutarjonnan laajuuden (k-m<sup>2</sup>) perusteella. Teorian mukaan (Huff) asiointitodennäköisyydet suuntautuvat sitä todennäköisemmin tiettyyn keskukseseen, mitä lähempänä se sijaitsee ja mitä parempi palvelutarjonta siellä on. Hämeenlinnan keskustan vaikutusalue rajoittuu osin pienemmät kuntakeskukset, mutta erityisesti pohjoisessa Lempäälään (Ideapark) ja Tampereen kaupallinen tarjonta sekä etelässä Riihimäen ja Hyvinkään tarjonta.



**Hämeenlinnan keskustan vaikutusalue**  
**Asiointitodennäköisyys**  
**Mallinnettu (Huff)**

0 10 20 40 km

- Alle 3 %
- 3-5 %
- 5-10 %
- 10-20 %
- 20-30 %
- Yli 30 %



# KANTA-HÄMEEN MAAKUNTAKAAVA 2040

Kanta-Hämeen maakuntakaava 2040 on kokonaismaakuntakaava, joka korvaa aikaisemmat alueen maakuntakaavat. Kaava sai lainvoiman 21.10.2021.

### Keskustatoimintojen alueet (C)

Merkinällä osoitetaan kaupunkien sekä alueellisten palvelukeskusten keskustatoiminnoille tarkoitettut alueet: keskustamaisen asumisen ja keskustahakuisten palvelu-, työpaikka- ja muiden toimintojen alueet niihin liittyvine liikennealueineen ja puistoineen.

Keskustatoimintojen alueille voidaan sijoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä, jotka on suunniteltava keskusta-ympäristöön soveltuviksi. Ne on mitoitettava ja niiden toteutus on ajoitettava yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa siten, etteivät ne aiheuta merkittäviä haitallisia vaikutuksia muille keskustatoimintojen alueille tai seudun palveluverkon tasapainoiselle kehittämiselle. Maakuntakaavassa ei ole C-alueilla vähittäiskaupan suuryksiköiden mitoitusta eikä muutakaan sijainninohjausta MRL:n mukaisesti. Keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle sijoittuvien merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainti ja mitoitus sen sijaan määritetään maakuntakaavassa.

Koko keskustavision alue on osoitettu keskustatoimintojen alueena. Hämeenlinnan kaupunkikeskustan C-alueella pääradan varressa on toiminnassa oleva rataverkon raakapuun kuormauspaikka. Yhdyskuntarakenteen kehitysmahdollisuuksien hyödyntämisen vuoksi tulisi raakapuun kuormaus toiminta siirtää kyseiseltä alueelta pääradan varressa sopivampaan paikkaan. Tällöin alueelle voisi tulevaisuudessa sijoittua varsinaisia keskustatoimintoja kuten palveluja, hallintoa ja myös asumista.



# KANTA-HÄMEEN MAAKUNTA- KAAVA 2040

## Kaupallisten palvelujen alueet tai kohteet, joille saa sijoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä (KM1, KM2 ja KM3)

Merkinnöillä osoitetaan keskustatoimintojen alueiden ulkopuoliset vähittäiskaupan kohteet, alueet tai keskittymät, jotka yhdyskuntarakenteellisen sijaintinsa ja saavutettavuutensa perusteella soveltuvat merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan sijaintipaikoiksi. Merkinnän osoittamille alueille voidaan yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa osoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä. Suuryksiköt on mitoitettava ja niiden toteutus on ajoitettava yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa siten, että ne kytkeytyvät ajallisesti ympäröivien työpaikka- tai taajamatoimintojen alueiden toteuttamiseen, eivätkä aiheuta merkittäviä haitallisia vaikutuksia seudun palveluverkon tasapainoiselle kehittämiselle. Hämeenlinnassa Tiiriön KM1-alueen enimmäismitoitus on 140 000 k-m<sup>2</sup> ja Harvialantien KM2-alueen 100 000 k-m<sup>2</sup>.

## Työpaikka- ja kaupallisten palvelujen alue, jolle saa sijoittaa tilaa vaativan erikoiskaupan suuryksiköitä (KMt)

Merkinnällä osoitetaan keskustatoimintojen alueiden ulkopuoliset työpaikka-alueet, jotka soveltuvat myös merkitykseltään seudullisen tilaa vaativan kaupan alueiksi. Suuryksiköt on mitoitettava ja niiden toteutus on ajoitettava yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa siten, että ne kytkeytyvät ajallisesti ympäröivien työpaikka- tai taajamatoimintojen alueiden toteuttamiseen, eivätkä aiheuta merkittäviä haitallisia vaikutuksia kaupan palveluverkon tasapainoiselle kehittämiselle. Hämeenlinnassa Kirstulan KMt-alueen enimmäismitoitus on 140 000 k-m<sup>2</sup>.



Maakuntakaavan 2040 kaupan ratkaisun perusperiaate.

| Alue tai kohde      | Maakunta-<br>kaava-<br>merkintä | Enimmäismitoitus k-m <sup>2</sup> |                                                                  |                     |
|---------------------|---------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------|
|                     |                                 | Yht.<br>max<br>k-m <sup>2</sup>   | Tilaa vaativan<br>kaupan ohella<br>mitoitukseen<br>saa sisältyä: |                     |
|                     |                                 |                                   | Päivittäis-<br>tavara-<br>kauppaa                                | Erikois-<br>kauppaa |
| <b>Hämeenlinna:</b> |                                 |                                   |                                                                  |                     |
| Tiiriö              | KM1, alue                       | 140000                            | 15000                                                            | 45000               |
| Tuulonen            | KM1, kohde                      | 25000                             | 4000                                                             | 20000               |
| Idänpää             | KM2, kohde                      | 20000                             |                                                                  |                     |
| Harvialantie        | KM2, alue                       | 100000                            |                                                                  |                     |
| Ruununmylly         | KM2, kohde                      | 50000                             |                                                                  |                     |
| Kirstula            | KMt, alue                       | 140000                            |                                                                  |                     |

Keskustan ulkopuolisten suuryksiköiden enimmäismitoitukset Hämeenlinnan seudulla.



# KANTAKAUPUNGIN YLEISKAAVA 2035

Hämeenlinnan keskustassa on voimassa kantakaupungin osayleiskaava, joka määrittelee alueen yhdyskuntarakenteen ja maankäytön periaatteellisella tasolla. Yleiskaavassa on seuraavia tavoitteita:

## Yhdyskuntarakenne

Yleiskaavan keskeinen ajatus on mahdollistaa kevyt- ja joukkoliikenteellä tavoitettavat työpaikat ja palvelut mahdollisimman monelle. Tähän tähdätään tiivistämällä yhdyskuntarakennetta ja parantamalla ajoneuvoliikenteen sujuvuutta.

## Laajeneva keskusta

Keskustan tärkeimmät uudisalueet ovat Hämeensaari, Asemanranta ja Keinusaari. Rakentaminen ulottuu myös Kantolaan ja Kaurialaan, joita kehitetään monipuolisena yrittämisen ja asumisen kaupunginosina. Keskustan alueella on tyypillistä, että kortteleita käytetään monipuolisesti.

## Palveleva keskusta

Olennaista kaupallisen vetovoiman kannalta on keskustan helppo saavutettavuus, mikä edellyttää selkeää pysäköintiratkaisua sekä kävely- ja pyöräily-ympäristöihin panostamista. Pyöräilyn edistämiseksi tarvittavia toimenpiteitä ovat mm. pyöräkaistojen toteuttaminen.

Rannat otetaan nykyistä paremmin käyttöön lisäämällä niihin palveluita, kuten vierasvenelaitureita, niihin liittyen monipuolisia palveluita (esim. tankkaus, kahvila- ja ravintolapalvelut, pyykkihuolto, peseytyminen, sähköt, matkailuinfo). Matkailupalvelujen tarjontaa ja markkinointia on lisättävä, etenkin tavoitteena on Linnanniemen ja Linnankadun kehittäminen matkailun näkökulmasta.

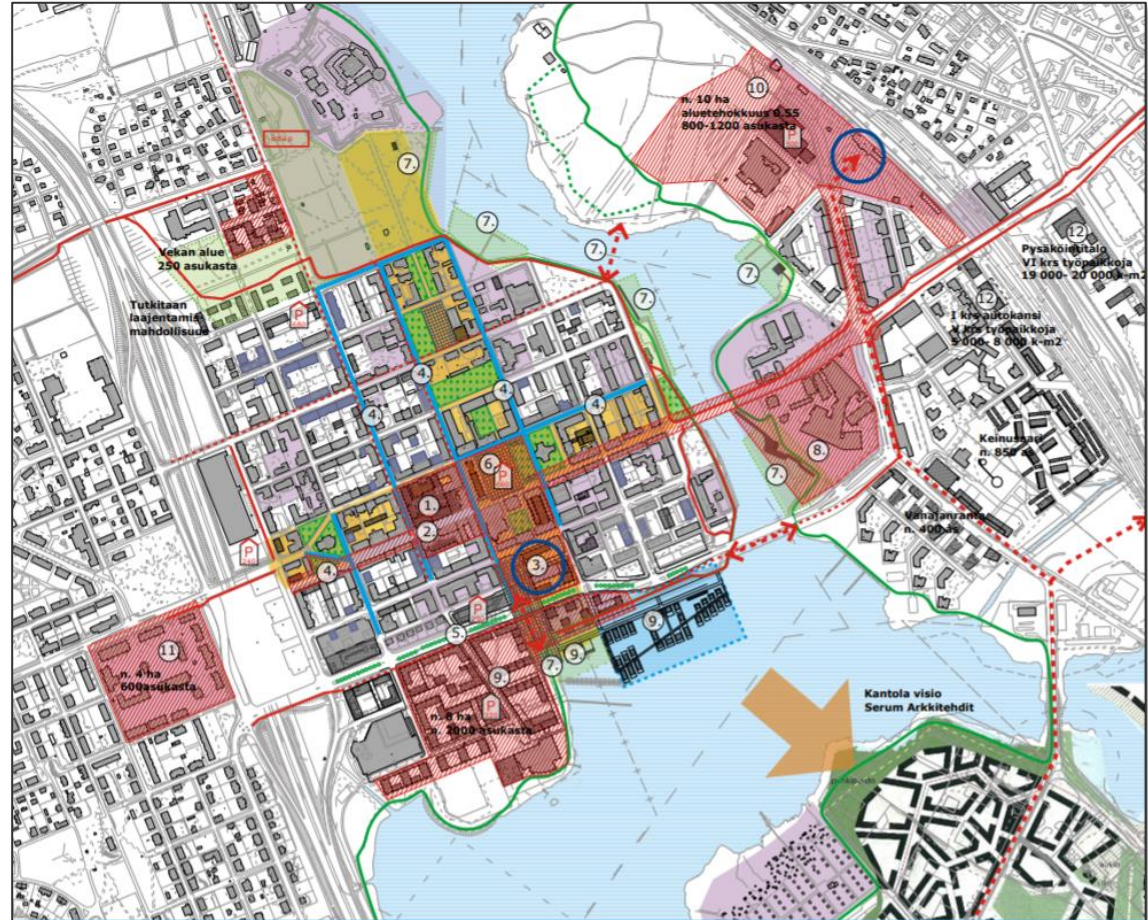




# KESKUSTAN YLEISSUUNNITELMA 2014

Hämeenlinnan keskustan kehittämisen tueksi laaditussa yleissuunnitelmassa (2014) on esitetty yhteensä 12 toimenpidettä keskustan elävöittämiseksi:

1. Ykköskorttelin uudisrakentaminen
2. Reskan perusparannus
3. Linja-autoaseman korttelin täydennysrakentaminen
4. Ydinkeskustan katujen jäsentelyn muuttaminen, katutilat viihtyisämmäksi
5. Paasikiventiestä kaupunkibulevardi
6. Pysäköintiratkaisu; maanalainen pysäköintilaitos (660 ap) torille tai pysäköintilaitokset hajautetusti
7. Rantojen hyödyntäminen
8. Verkatehtaan kehittäminen
9. Hämeensaaren rakentaminen (asukkaita noin 2 000)
10. Asemanseudun rakentaminen (asukkaita 800 - 1 200)
11. Suomen kasarmit (asukkaita 400 - 600)
12. Radan varren kehittäminen työpaikka-alueena





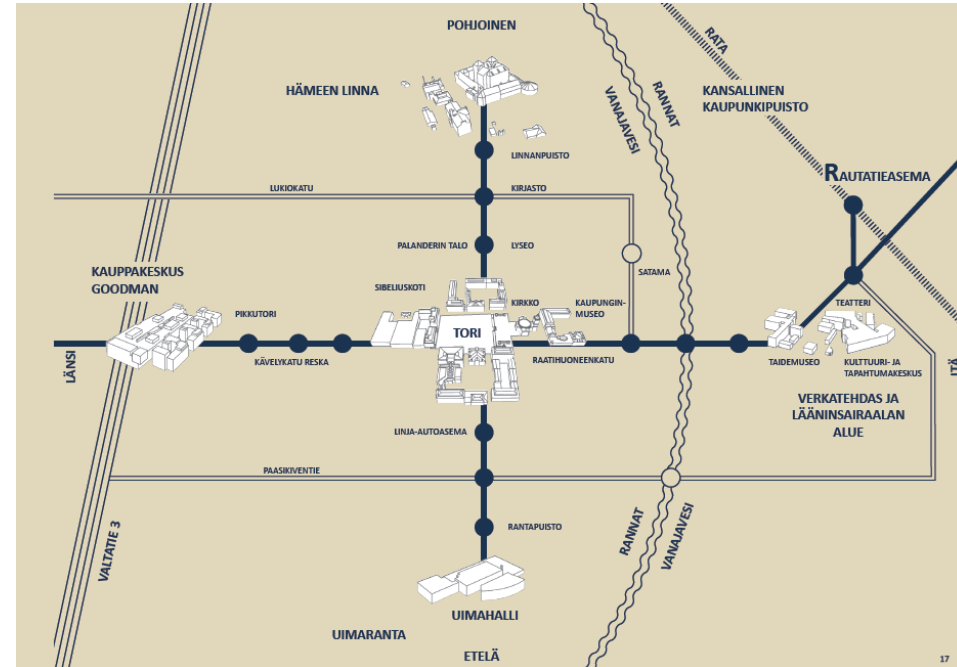
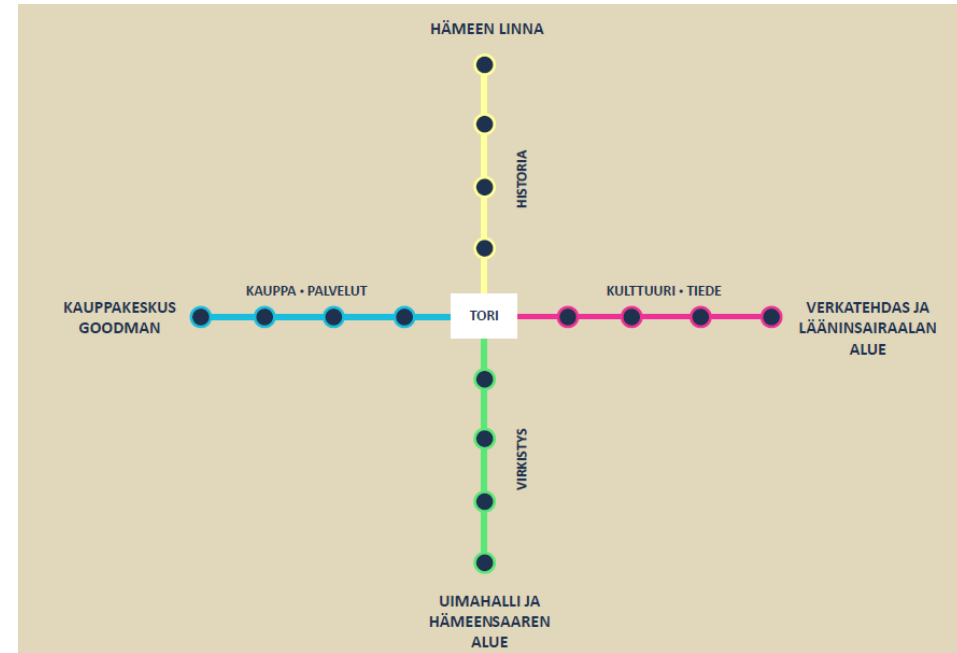
# KESKUSTAVISIO 2035

Keskustavisio on laadittu keskustan kehittämisen strategiseksi linjaukseksi. Keskustavision tarkoitus on luoda aitoa kulttuurikaupunkia. Se huomioidaan kantakaupungin yleiskaavan päivityksessä ja kaavoitus-, investointi- ja suunnitteluohjelmia laadittaessa.

Keskustavisio toteuttaa elinvoimaisen asumiskaupungin strategista tavoitetta ja edistää kaupungin tavoitteiden mukaisesti keskustan vetovoimaisuutta, pysymistä hyvänä työllisyyskaupunkina ja kehittymistä merkittäväksi matkailukaupungiksi.

Keskustavision 2035 päätavoitteet ovat

- Elinvoimainen keskusta kaikille.
- Keskusta-akseleiden ja kävelykeskustan vahvistaminen.
- Vahvistetaan Hämeenlinnaa puistojen kaupunkina huolehtimalla puistojen ylläpidosta ja kehittämisestä erityisesti rantareitillä, Linnanpuistossa ja Hämeensaarella. Sibeliuksen syntymäkodin ympäristöä kehitetään urbaanina puistoaukiona/taskupuistona.
- Kaupunkiympäristön kehittämisessä huomioidaan aina myös matkailijan näkökulma. Keskustassa tulee olla paljon mahdollisuuksia kohtaamisille, istuskelulle ja aktiviteeteille sekä rannoilla että ydinkeskustassa.
- Keskusta on hyvin saavutettavissa kaikilla liikennemuodoilla.
- Keskustan kaupunkiympäristön viihtyisyyttä kehitetään erityisesti kävelyä ja pyöräilyä painottaen. Ajoneuvoliikennettä ohjataan entistä enemmän keskustan kehille.
- Pysäköintiratkaisun tulee palvella kaikkia käyttäjäryhmiä; työssä käyviä, keskustassa asioivia, asukkaita ja liityntäpysäköintiä.
- Keskustavision alueella asui 7 366 asukasta vuonna 2017 (Lähde: Tilastokeskus). Tavoitteena on mahdollistaa 4 000 uuden asukkaan sijoittuminen keskustaan vuoteen 2035 mennessä.
- Keskustavision alueella oli noin 6 400 työpaikkaa vuonna 2017 (Lähde: Tilastokeskus). Keskustaan tavoitellaan noin 1 100-1 600 uutta työpaikkaa 2035 mennessä.



# KAUPAN TRENDIT



# VÄHITTÄISKAUPAN TRENDIT

Kaavoituksessa ja keskustan kehittämisessä on keskeistä huomioida vähittäiskaupan muuttuva toimintaympäristö. Vähittäiskauppa on jatkuvassa muutoksessa ja muutoksen syklit ja nopeus on ollut viime vuosina yhä nopeampaa.

Muutosten taustalla on niin kuluttajiin liittyvät kysynnän muutostrendit kuin kaupan rakenteeseenkin liittyvät tarjontatekijöiden muutokset. Muutosten taustalla on esim. yhteiskunta- ja talouskehitys, ikärakenteen ja kulutuskäyttäytymisen muutokset, kaupan konseptien kehittyminen sekä esim. digitalisoituminen ja verkkokaupan kasvu.

Seuraavilla sivuilla on havainnollistettu vähittäiskaupan toimintaympäristössä tapahtuneita muutoksia niin tilastojen valossa kuin kysyntä- ja tarjontalähtöisistä muutostekijöistä katsottuna.

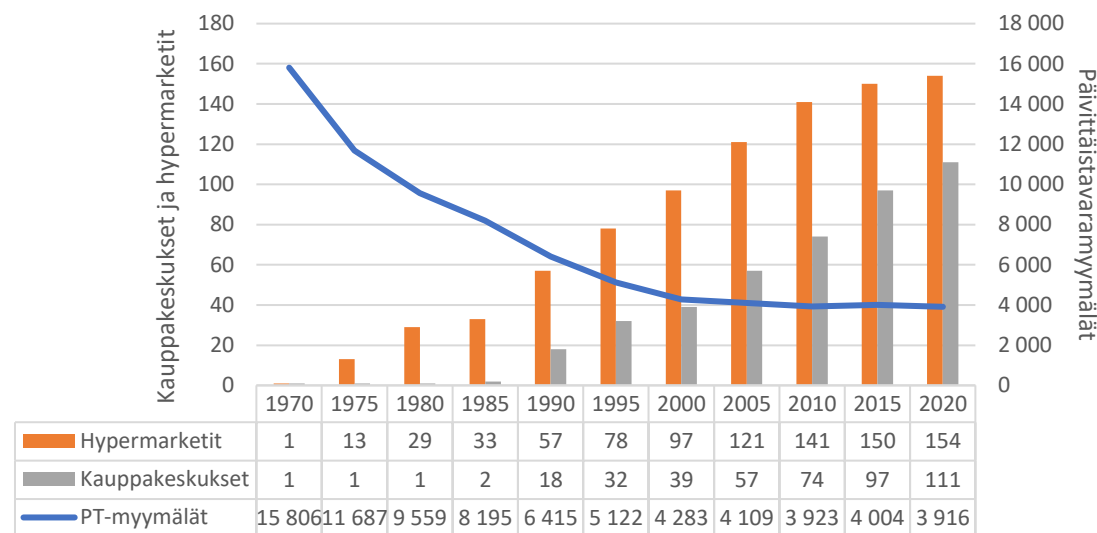


# KAUPPOJEN LUKUMÄÄRÄ JA LIIKEVAIHTO

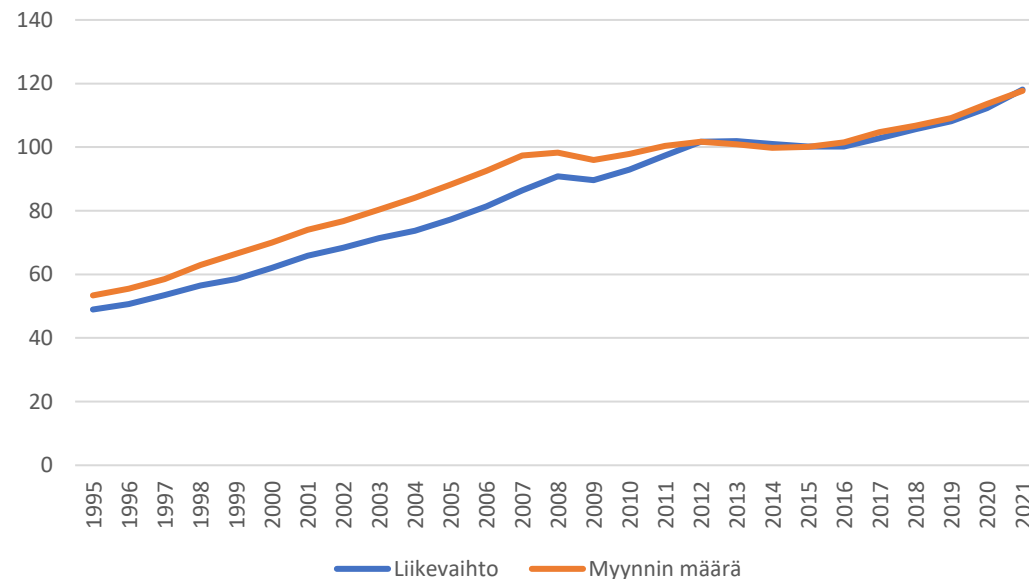
Vähittäiskaupan rakenne on keskittynyt ja ketjuuntunut voimakkaasti. Suuryksiköiden määrä (kauppakeskukset, hypermarketit) on kasvanut ja vastaavasti pienempien myymälöiden määrä on laskenut. Erityisesti 2010-luvulla trendi on kuitenkin tasoittunut ja eräänlaisena vastatrendinä on havaittavissa erityisesti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

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

Myymälämäärän kehitys 1970-2020



Vähittäiskaupan liikevaihdon ja määrän kehitys Suomessa 1995-2019 (indeksi 100 = vuosi 2015)





# PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN MYNNIN KEHITYS

Suomen päivittäistavarakaupan markkinoista (myynti) valtaosa toteutuu suuremmissa yksiköissä; hypermarkettien, tavaratalojen ja isojen supermarkettien yhteenlaskettu markkinaosuus oli vuonna 2020 noin 72 %.

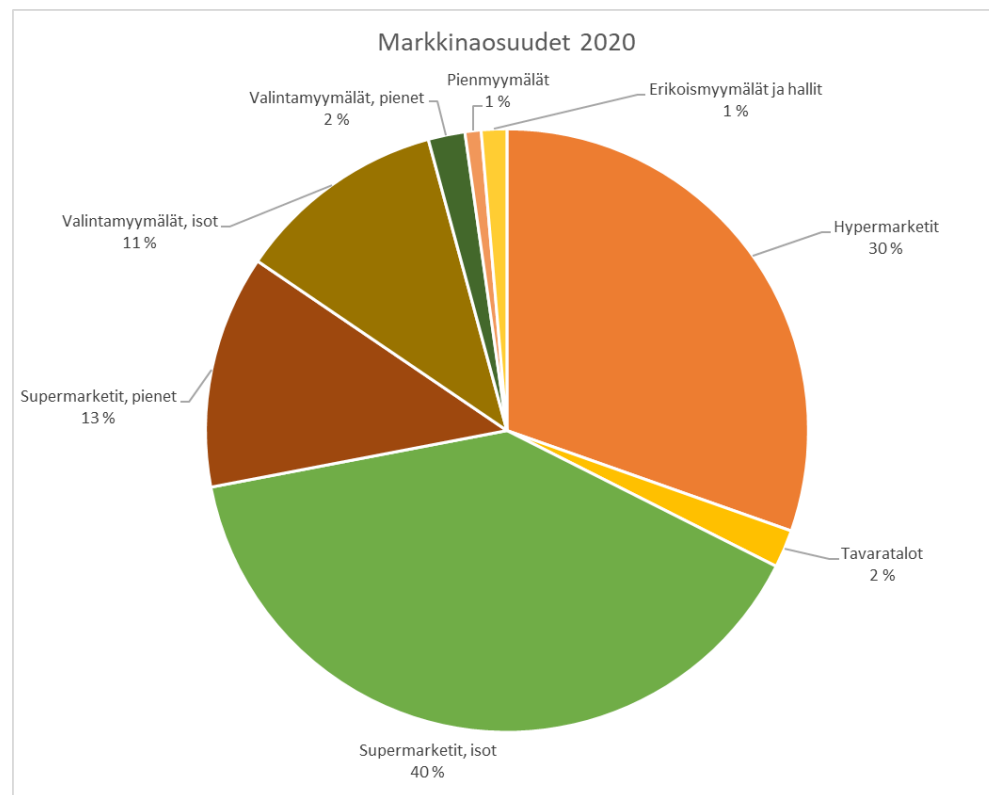
Vuosina 2010-2020 hypermarkettien myynti on kasvanut 2,1 miljardia euroa (+56 %), suurten supermarkettien 2,8 miljardia euroa (+57 %) ja erikoismyymälöiden ja kauppahallien 82 miljoonaa euroa (+44 %). Tavaratalojen päivittäistavaramyynti on pienentynyt 162 miljoonaa euroa (-29 %).

Vuonna 2016 noin 0,6 % päivittäistavarakaupan myynnistä tuli verkkokaupasta. Iso-Britanniassa ja Ranskassa päivittäistavaroiden myynnistä noin 6 % tulee verkkokaupasta.

Korona-pandemian myötä verkkokaupan osuus päivittäistavaroiden kokonaismyynnistä on ollut Suomessakin parhaimmillaan noin 5 %, mutta koko vuoden 2020 tilastoissa verkkokaupan osuus päivittäistavaramyynnistä oli 2 prosenttia.

Suomen päivittäistavaramyymälät 2010-2020 ([www.pty.fi](http://www.pty.fi)).

|                                                                     | Myynti, milj. € |       | Muutos 2010-20 |       |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------|-------|----------------|-------|
|                                                                     | 2010            | 2020  | Milj. €        | %     |
| <b>Hypermarketit</b><br>(myyntipinta-ala yli 2 500 m <sup>2</sup> ) | 3 802           | 5 928 | 2 126          | 56 %  |
| <b>Tavaratalot</b>                                                  | 558             | 396   | -162           | -29 % |
| <b>Supermarketit, isot</b><br>(1 000-2 500 m <sup>2</sup> )         | 4 913           | 7 715 | 2 802          | 57 %  |
| <b>Supermarketit, pienet</b><br>400-999 m <sup>2</sup>              | 1 776           | 2 437 | 661            | 37 %  |
| <b>Valintamyymälät, isot</b><br>200-399 m <sup>2</sup>              | 2 306           | 2 204 | -102           | -4 %  |
| <b>Valintamyymälät, pienet</b><br>100-199 m <sup>2</sup>            | 473             | 384   | -89            | -19 % |
| <b>Pienmyymälät</b><br>Alle 100 m <sup>2</sup>                      | 317             | 169   | -148           | -47 % |
| <b>Erikoismyymälät ja hallit</b>                                    | 185             | 267   | 82             | 44 %  |



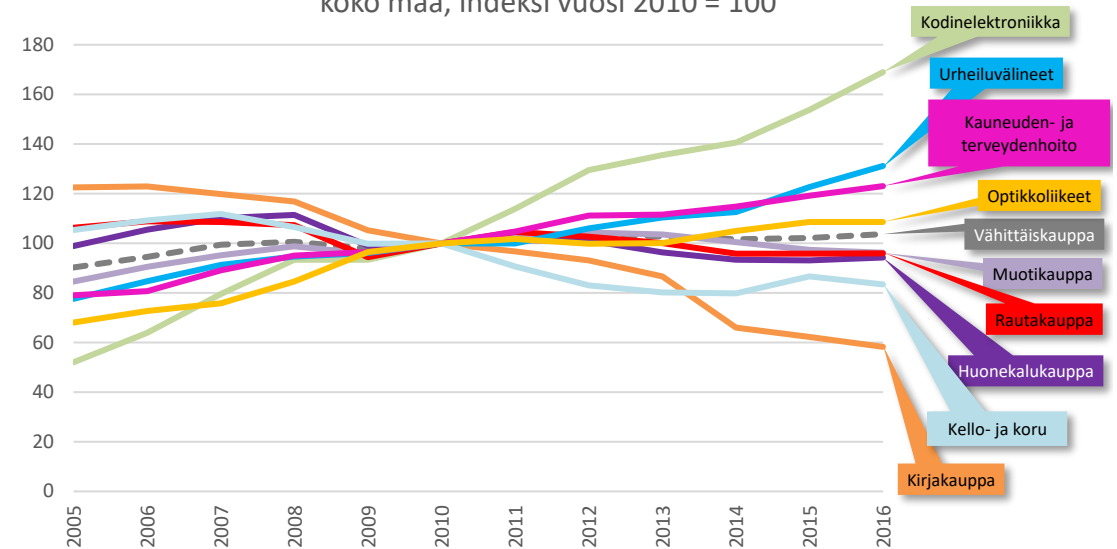
# ERIKOISTAVARAKAUPAN LIIKEVAIHDON KEHITYS

Erikoistavarakaupassa verkkokaupan vaikutus tiettyihin erikoistavarakaupan toimialoihin on ollut merkittävä – ja tulee tulevaisuudessa edelleen muuttamaan fyysisen myymälätilan tarvetta.

Erikoistavarakaupassa kasvua on ollut erityisesti viihteeseen, vapaa-aikaan ja hyvinvointiin liittyvillä toimialoilla (kodinelektroniikka- ja urheiluvälinekauppa sekä kauneuden- ja terveydenhoito).

Erityisesti verkkokaupan ja digitaalisten jakelukanavien kehittymisen myötä kirjakauppa sekä kello- ja korukauppa ovat liikevaihdolla mitaten olleet laskusuhdanteessa. Myös muotikauppa on ollut lievässä laskussa ja muotikaupan ennakoidaankin muuttuvan merkittävästi verkkokaupan kasvun myötä.

Erikoistavarakaupan kehittyminen 2005-2016  
koko maa, indeksi vuosi 2010 = 100





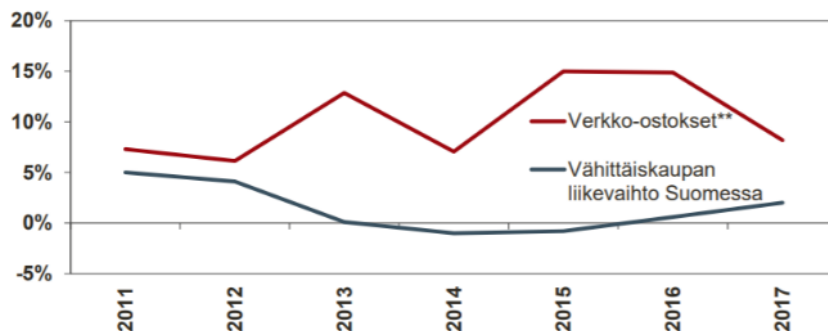
# VERKKOKAUPPA

Verkkokauppa on merkittävin vähittäiskaupan tarjontaa muuttava trendi. Viime vuosina vähittäiskaupan liikevaihdon kasvu on ollut hyvin vähäistä, mutta verkko-ostosten arvo on kasvanut vuosittain noin 5 - 15 % ennen koronapandemiaa.

Merkittävimpiä verkosta ostettavia tuoteryhmiä ovat vaatteet ja kengät, viihde-elektroniikka, mediatuotteet sekä kauneuteen ja terveyteen liittyvät tuotteet.

Jos kuluttajat saisivat itse valita, heidän tilauksensa toimitettaisiin suoraan kotiin lukittuun ja turvalliseen pakettilaatikkoon. Mitä nuorempia kuluttajat ovat, sitä halukkaampia he ovat kokeilemaan innovatiivisia toimitusvaihtoehtoja.

Kuluttajien digitaalisesti ostamien vähittäiskaupan tuotteiden arvon vuosimuutokset\*, %



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

## Millaisia tuotteita olet ostanut verkosta viimeisten 30 päivän aikana? Verkko-ostoksia tekevien osuus

| Tutkimusjoukko: tuotteita verkosta viimeisten 30 päivän aikana ostaneet. | Pohjoismaat | Ruotsi | Tanska | Norja  | Suomi  |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|--------|--------|--------|
| Vaatteet/kengät                                                          | 37 % ↑      | 39 % ↑ | 37 % ↑ | 35 % ↑ | 36 % ↑ |
| Viihde-elektroniikka*                                                    | 23 %        | 22 %   | 26 %   | 23 %   | 22 %   |
| Mediatuotteet**                                                          | 24 %        | 26 %   | 20 %   | 24 %   | 25 %   |
| Kauneus/terveys                                                          | 23 % ↑      | 31 % ↑ | 16 % ↑ | 22 % ↑ | 18 %   |
| Urheilu/vapaa-aika                                                       | 11 %        | 11 %   | 10 %   | 13 %   | 9 % ↑  |
| Auto-/vene-/moottori-pyörätarvikkeet                                     | 5 %         | 5 %    | 4 %    | 7 % ↑  | 5 %    |
| Lastentarvikkeet/lelut                                                   | 5 %         | 6 %    | 6 %    | 5 %    | 4 % ↑  |
| Päivittäistavarat                                                        | 11 % ↑      | 12 % ↑ | 11 % ↑ | 10 %   | 8 % ↑  |
| Huonekalut/kodinsisustus                                                 | 10 %        | 11 %   | 12 %   | 9 %    | 9 %    |

## Missä määrin haluaisit, että tilauksesi toimitettaisiin tulevaisuudessa seuraavalla tavalla? (Niiden osuus, jotka vastasivat Erittäin suuresta määrin tai Melko suuresta määrin)

</

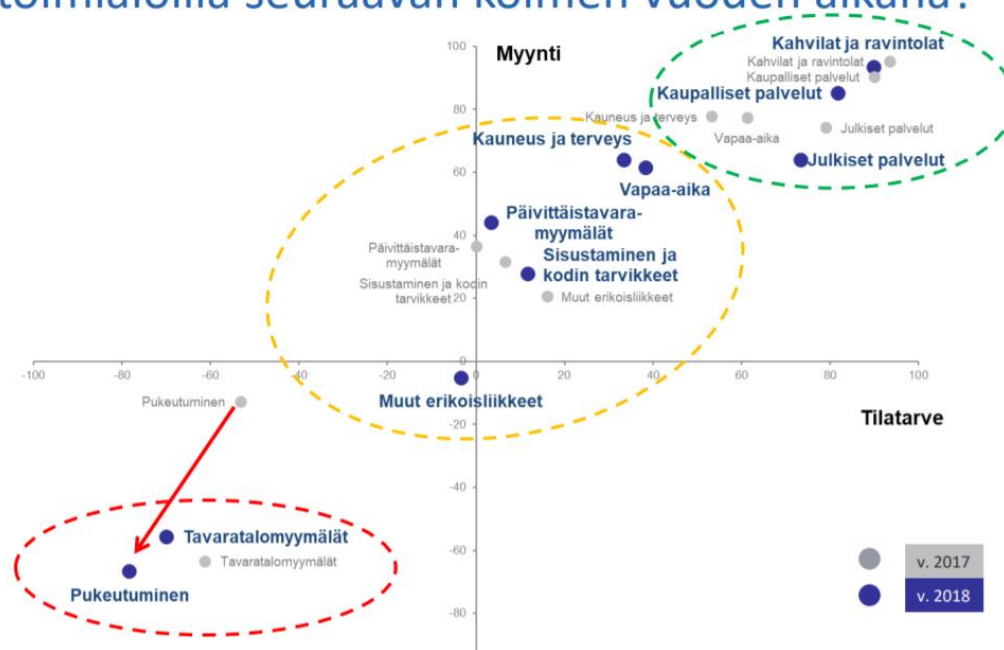
# LIIKETILAKYSYNTÄÄN VAIKUTTAVIA KEHITYSTRENDEJÄ

Kulutuskohteet muuttuvat yksilöllisemmiksi ja ”suuri massa” kutistuu, mikä johtuu osin siitä, että kulutusmahdollisuudet ja -kohteet ovat monikertaistuneet. Kaupan kanssa kulutuksesta kilpailevat erityisesti ravintolat, viihde ja matkailu, jolloin kauppaan kohdistuvan kulutuksen suhteellinen osuus vähenee.

Ilmiö näkyy jo nykyään mm. kauppakeskuksissa: **pinta-alasta entistä suurempi osa on palveluita, viihdettä ja ravintoloita.** Muita kasvavia toimialoja ovat esim. julkiset palvelut ja liikuntapalvelut, kauneus- ja hyvinvointipalvelut sekä viihde- ja elämyssektori.

Aikaa arvostetaan yhä enemmän ja kauppa kilpailee asiakkaan ajasta; joko asiakkaan täytyy selviytyä vähemmällä ajalla eli **asioinnin täytyy olla sujuvaa** (erityisesti päivittäistavarat ja tilaa vievä kauppa) tai **asioinnin täytyy olla niin miellyttävää, että asiakas haluaa viettää aikaa ostosympäristössä,** jolloin myymälämiljöön elämyksellisyys korostuu

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



Kauppakeskusyhdistys ry: Kauppakeskusbarometri 2018

Lähteet:

Kaupan alan asiantuntijahaastattelut 2013-2014, Ramboll Finland Oy.

Terhi-Anna Wilska & Jussi Nyrrhinen (toim), [KULUTTAJAT JA TULEVAISUUDEN ERIKOISKAUPPA ERIKA 2020 -hankkeen loppuraportti](#)

Kauppakeskusbarometri 2018, Suomen kauppakeskusyhdistys.



# KESKUSTOJEN JA KAUPPAKESKUSTEN TULEVAISUUS



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



## Kivijalkakaupat muuttuvat enemmän hybrideiksi:

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



## Toiminnan tehostaminen ja liikeilojen pientäminen:

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



**Kauppakeskusten uudistumistarve jatkossa tiheä ja kauppakeskusten koko pienentynee:** Suuria kauppakeskuksia vielä rakenteilla, mutta liikeilojen tehokkuusvaatimukset pienentävät liikeiloja 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 sijaitsevilla kohteilla. Vähittäiskauppa kohtaakin 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 ostokeskusten muuttumisesta ulkomaisien ketjujen jakehukaviksi.



Kauppakeskus Järven keskus vuoteen 1999 (1999-2000) (2000-2001) (2001-2002)



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 Space, Food, Beverage & Entertainment all in one location.



Lähde: Kaupan alan asiantuntijahaastattelut, Ramboll Finland Oy

# KAUPAN TOIMINTAYMPÄRISTÖN KESKEISIÄ KEHITYSTRENDEJÄ

## Kaupan monikanavaisuus

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



## Elämys- ja vapaa-ajankonseptit kauppakeskuksissa ja myymälätiloissa

*Vuoden 2019 lopulla valmistuvaan Pasilan Triplaan on tulossa mm. elokuvateatteri, SurfBeach ja yli 80 ravintolaa*



## Digitaalisuus ostopäätöksissä ja myymäläympäristössä

*Virtuaaliset kauppapaikat, Click&Collect, IoT, virtuaalielämä ja -kulutus, ostosten kotiinkuljetus, palveluteiset.*



## Keskustojen muuttuva rooli

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





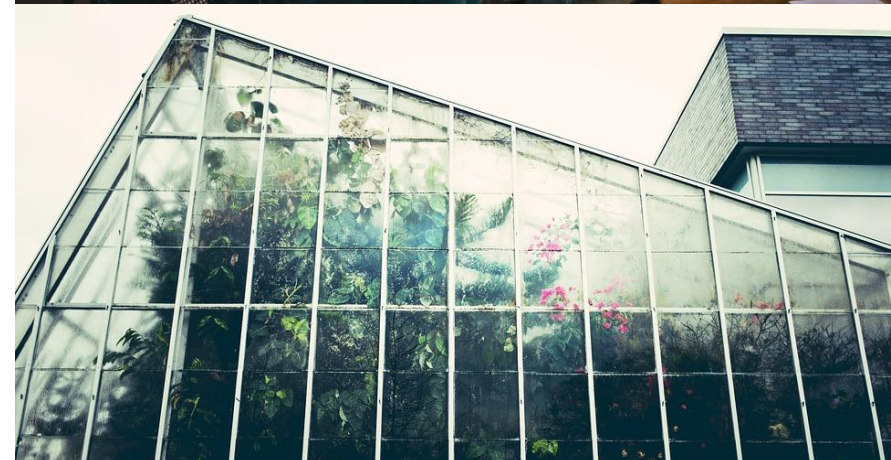
# MUUTTAVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ ESIMERKKINÄ URBAANI YRITTÄJYYS

Vaikka kehittyvät tietoliikenneyhteydet vähentävät fyysisen sijainnin asettamia rajoitteita työnteolle, on sijainnilla nykyisin yhä suurempi merkitys. Kohtaamiset synnyttävät innovaatioita ja verkostoja, jotka ovat yhä nopeammin muuttuvassa maailmassa entistä tärkeämpiä.

Urbaani yrittäjyys saa yhä muuttuvia muotoja, mikä tarkoittaa myös tarvetta uudentyyppisille joustaville tiloille kaupunkiympäristössä. Tilojen tulee edistää kohtaamisia, yhteistyötä ja ideanvaihtoa eri työntekijöiden ja toimijoiden välillä. Maailmalle syntyneitä urbaanin yrittäjyyden ympäristöjä ovat mm. omien tuotteiden pienvalmistukseen kehitetyt Fab Labit, avoimet innovaatiokeskittymät sekä sektorirajoja ylittävät yrityshautomot.

Innovatiivisten keskittymien lisäksi myös tuotannon ja myynnin yhdistävät kokonaisuudet ovat kasvussa kaupunkikeskustoissa. Esimerkkejä tällaisesta sekoittuneista kokonaisuuksista voivat olla esim. artesaanityyppiset suklaatehdas-myymläkonseptit, pienpanimo-ravintolayhdistelmät, pyörämyynnin, -vuokrauksen ja -huollon yhdistävät kokonaisuudet tai vaikkapa lähituotantoon keskittyneet kapuunkiviljelmät (urban farming).

Yhteistä kaikille on tarve entistä joustavammille tiloille, joissa yritysideoita ja -konsepteja on mahdollista sekoittaa ja innovoida. Myös kaupan toiminnot ovat tulevaisuudessa yhä voimakkaammin sekottuneita, koska perinteisen myymälätilan yhteyteen yhdistetään usein myös monia muita toimintoja ja lisäarvopalveluita yhteisistä työnteon tiloista elämyksellisiin palveluihin. Seuraavalla sivulla on kuvattu, miten muutokset ovat heijastuneet esimerkiksi autokaupassa. Vastaavia kehityskulkuja on monissa muissakin kaupan konsepteissa.





# MUUTTUVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

## ESIMERKKINÄ KESKUSTOIHIN SIJOITTUVAT AUTOKAUPAN SHOWROOMIT

Kaupan muutoksesta ja hybridikonseptien syntymisestä esimerkkinä on autokaupan toimintojen paluu keskustoihin. Autonvalmistajat ovat kehittäneet myymälöihinsä uusia konsepteja, jotka kuvastavat uutta asiakaslähtöisempää toimintatapaa. Eräs uuden konseptin mukainen autoliike on Cadillacin New Yorkiin avaama Cadillac House.

Sen lisäksi, että tilassa on esillä uusimpia Cadillacin malleja, on liiketilassa lisäksi muun muassa taidegalleria ja kahvila. Lisäksi tilassa toimii pop-up designmyymälä, jossa alueen vaatesuunnittelijat voivat esitellä ja myydä uusinta mallistoaan.

Sen sijaan, että tila toimisi automyyntin tilana, tarkoitus on esitellä Cadillac-brändiä potentiaalisille asiakkaille. Cadillac House -showroom toimii kokoontumistilana eri tyyppisille ”trend settereille”, olivat nämä sitten muotimaailmasta, taidepiireistä tai start-up innovaattoreita. Erityisesti tilan taidegalleria sidosryhmineen on vakiinnuttanut paikkansa New York Cityn taide-elämässä.

Autonvalmistajien ja -myyjien tarve kehittää uusia tapoja vaikuttaa potentiaalsiin asiakkaisiin on myös havaittavissa Mercedes Me -hybridikahvilan konseptista. Muun muassa Melbournessa on avattu Mercedes Me -näyttelytila, joka on yhdistelmä laatukahvilaa ja autonäyttelytilaa. Mercedes Me -näyttelytilan tarkoitus on tutustuttaa kävijät Mercedes-Benz -brändiin. Tilan kosketus brändiin on kuitenkin toteutettu hienovaraisesti, jolloin autoilusta vähemmän kiinnostuneet voivat viihtyä ja käyttää tilaa olematta sen suuremmin vuorovaikutuksessa brändin kanssa. Automyyntin sijaan tilassa on mahdollista nauttia design-ympäristöstä laadukkaan kahvin ja hienovaraisten brändijohtolankojen, kuten kierrätettyjen Mercedes-Benzien osista tehtyjen kahvinpaahtimien, parissa.



*Cadillac House, New York*



*Mercedes-Me, Melbourne*

# TIIVISTELMÄ: MUUTOSTRENDIT PESTE-KEHIKOSSA

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



# TRENDIEN VAIKUTUS HÄMEENLINNAN KESKUSTAN KAUPAN PALVELUVERKON KEHITTÄMISEEN

Kaupan kysyntä- ja tarjontatrendit vaikuttavat myös Hämeenlinnan keskustan kaupalliseen kehittymiseen ja kehittämiseen. Seuraavat muutostekijät tulee erityisesti huomioida Hämeenlinnan keskustassa:

- Kaupalliset ympäristöt monipuolistuvat ja konseptit sekoittuvat; tulevaisuudessa on yhä enemmän mixed use -kokonaisuuksia, joissa yhdistyvät kauppa ja palvelut, elämykset, viihde- ja vapaa-aika, liikunta, työnteke ja asuminen.
- Kulutuskäyttäytyminen muuttuu, vapaa-ajanarvostus kasvaa; ei enää pelkkiä kauppapaikkoja, vaan kohtaamis- ja elämyspaikkoja niin nuorille kuin vanhuksillekin.
- Julkisten ja yksityisten palveluiden sekoittuminen kauppakeskiksissä. Julkisten palveluiden merkitys keskustan kehittämisessä nousee.
- Verkkokauppa vähentää fyysisen liiketilan tarvetta.
- Jakeluratkaisut, click&collect -pisteet, showroomit sekä monia toimintoja, palveluita ja elämyksiä yhdistävät konseptit yleistyvät.
- Tehokkuusvaatimukset tilojenkäytössä kasvavat ja tarvitaan yhä pienempiä liiketiloja.
- Konseptien elinkaaret lyhenevät ja muutostrendien sykli tihenee; tarve tilojen muuntojoustavuudelle korostuu.

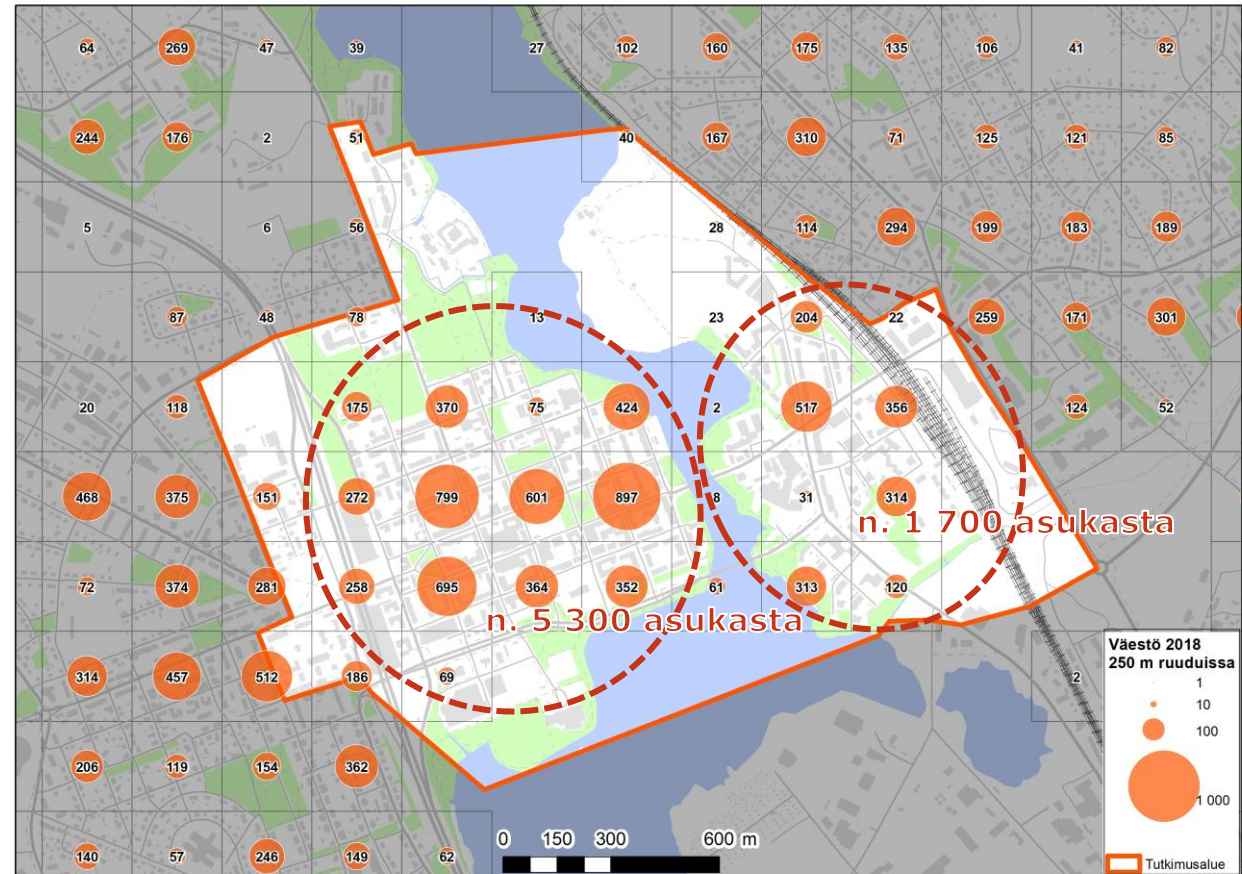


# KAUPAN KYSYNTÄ HÄMEENLINNA



Oheisella kartalla on havainnollistettu väestön sijoittumista Tilastokeskuksen Ruututietokannan perusteella 250 metrin tilastoruuduissa Hämeenlinnan keskustassa vuoden 2018 lopulla.

Väestön määrä keskustavision alueella on kasvanut koko 2000-luvun. Alueella asui vuoden 2018 lopulla yhteensä noin 7 400 asukasta.



# KESKUSTAN VÄESTÖPROFIILI

Oheisissa kaaviossa on havainnollistettu Hämeenlinnan keskustan väestöprofiilia suhteessa koko Hämeenlinnaan. Tiedot perustuvat Tilastokeskuksen Ruututietokantaan ja ovat vuodelta 2019.

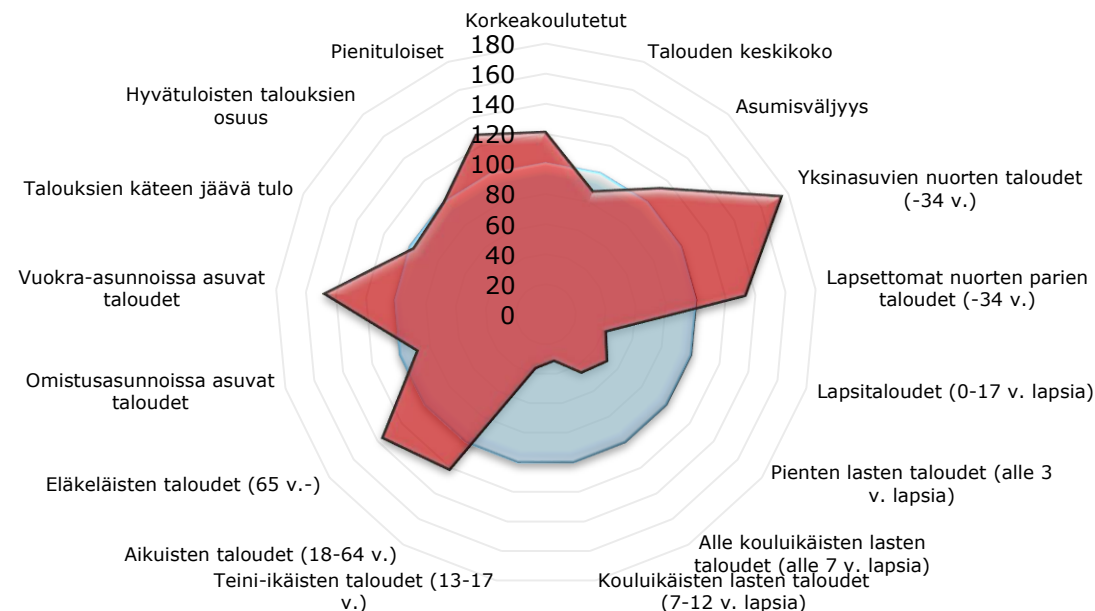
Ylemmässä kaaviossa Hämeenlinnan keskustavision alueella asuvien profiili on indeksoitu suhteessa koko Hämeenlinnan väestöprofiiliin (=100). Mikäli indeksi on yli sata, keskustavision alueella asuu suhteessa enemmän tietyn väestöprofiilin asukkaita kuin Hämeenlinnassa keskimäärin.

Kaaviosta voidaan havaita, että keskustavision alueella korostuvat yksinasuvien nuorten taloudet, lapsettomat nuorten parien taloudet, eläkeläisten taloudet sekä vuokra-asunnoissa asuvat taloudet. Lisäksi alueen asukkaat ovat keskimääräistä hämeenlinnalaista korkeammin koulutettuja (alempi tai ylempi korkeakoulututkinto) sekä pienituloisempia. Keskustassa talouksien keskikoko on selkeästi keskimääräistä pienempi ja alueella asuu todella vähän lapsiperheitä.

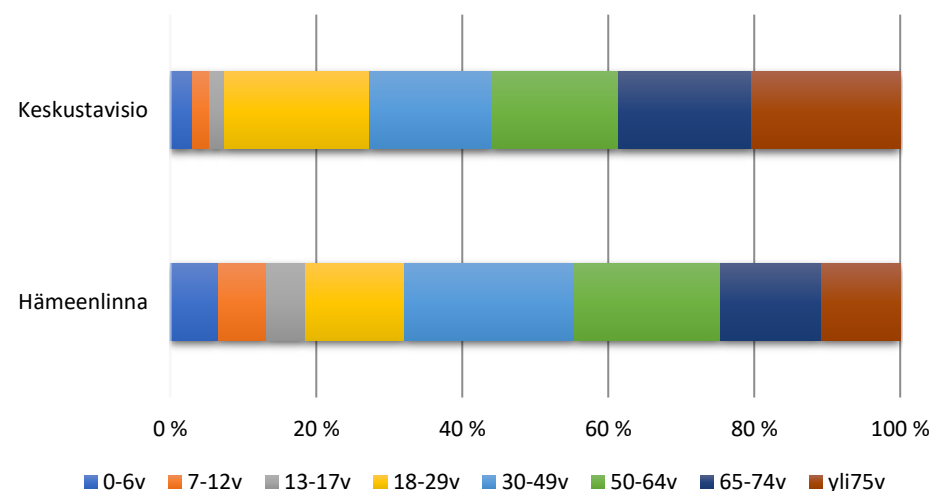
Alemmassa kaaviossa on kuvattu väestön ikäjakaumaa. Keskustavision alueella asuvista vain noin 7 % on alle 18-vuotiaita, kun koko Hämeenlinnassa vastaava osuus on 18 %. Keskustavision alueella asuvista noin 39 % on 65+ -vuotiaita, kun vastaavasti Hämeenlinnassa osuus on noin 25 %.

## Asukasprofiili 2019

■ Hämeenlinna yhteensä ■ Keskustavision alue



## Ikärakenne 2019



# VÄESTÖENNUSTE

Hämeenlinnassa oli vuoden 2020 lopulla yhteensä noin 67 850 asukasta.

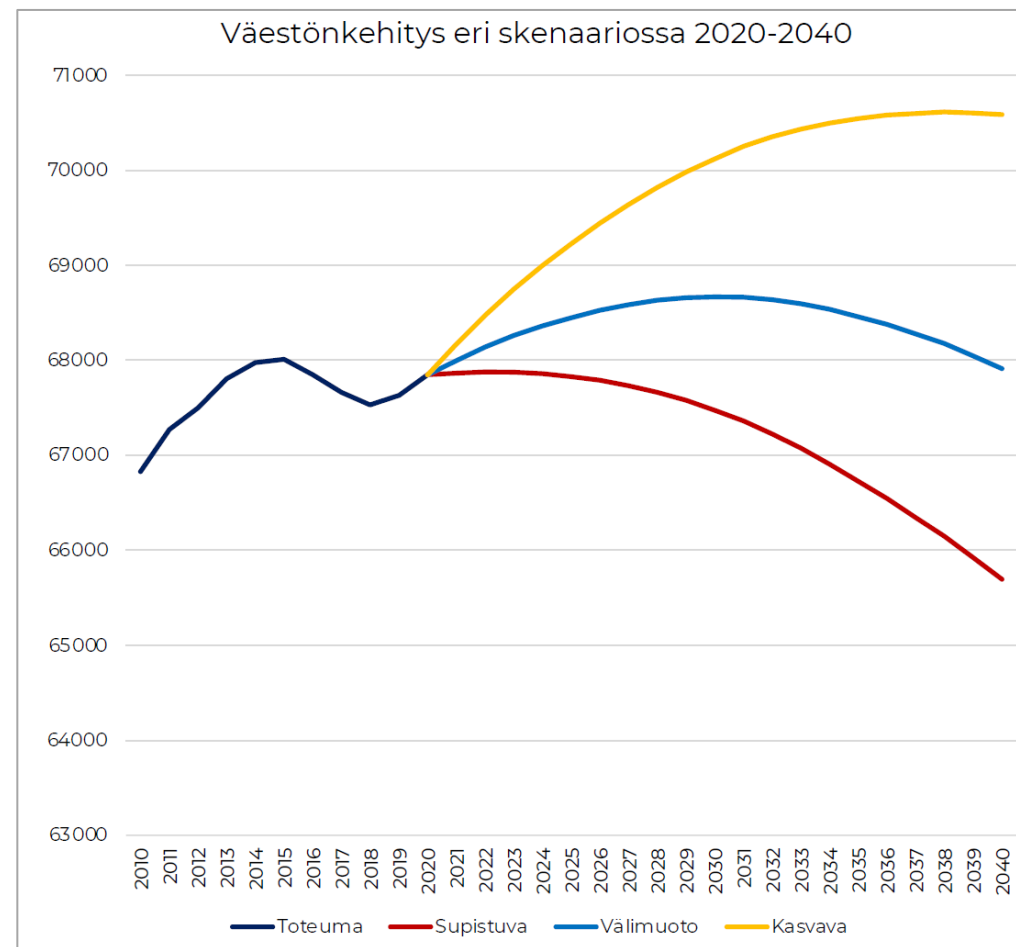
Aluekehittämisen konsulttitoimisto MDI:n laatima ja kaupunginhallituksen päättämä väestöennuste kuvaa Hämeenlinnan väestönkehitystä 2020 - 2040 kolmen skenaarion kautta. Skenaarioiden ainoa ero on muuttoliikkeen olettamissa.

- Supistumis-skenaariossa väestönkehitys nojaa 2010-luvun lopun väestönkehityksen dynamiikkaan
  - väestömäärä vähenee noin 2 150 asukkaalla (-3,2 %)
- Välimuoto-skenaariossa väestönkehitys perustuu koko 2010-luvun väestönkehityksen dynamiikkaan
  - väestömäärä kasvaa noin 60 asukkaalla (0,1 %)
- Kasvu-skenaariossa on oletettava, jossa tavoitellaan keskimäärin 0,2 %:n kasvua vuotta kohden
  - väestömäärä kasvaa noin 2 740 asukkaalla (4,0 %)

Tilastokeskuksen vuoden 2021 väestöennuste

- väestömäärä kasvaa noin 10 asukkaalla (+0,01 %)

Keskustavision alueella tavoitteena on mahdollistaa noin 4 000 uuden asukkaan sijoittuminen keskustaan vuoteen 2035 mennessä.



Väestönkehitys 2020-2040 (MDI)



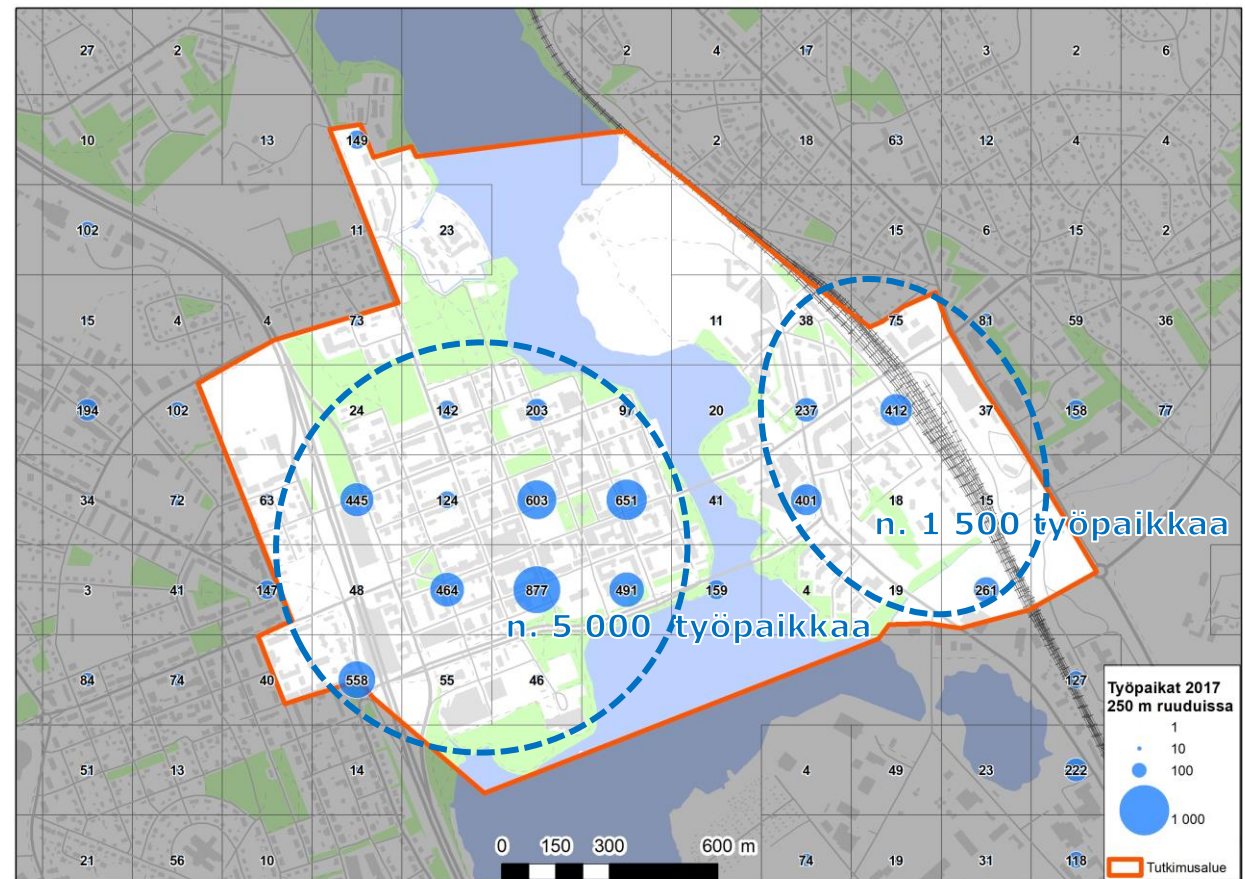
# TYÖPAIKAT

Oheisella kartalla on havainnollistettu työpaikkojen sijoittumista keskustavision alueella Tilastokeskuksen ruututietokannan perusteella 250 metrin ruuduissa vuoden 2017 lopulla.

Vuonna 2017 alueella sijaitsi yhteensä noin 6 400 työpaikkaa. Suurimpia toimiala-sektoreita ovat julkinen hallinto (21 %), terveys- ja sosiaalipalvelut (15 %) sekä tukku- ja vähittäiskauppa (13 %)

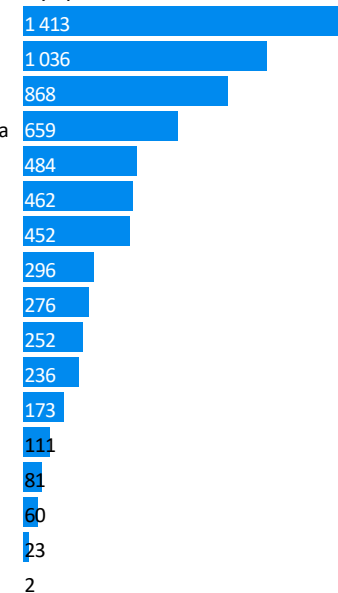
Negatiivinen työpaikkakehitys on jatkunut keskustassa koko 2010-luvun ja esim. toimistorakennusten kerrosala vähentynyt useita tuhansia kerrosneliömetrejä.

Vuoteen 2035 mennessä keskustaan tavoitellaan noin 1 100 - 1 600 uutta työpaikkaa.



Työpaikat 2017

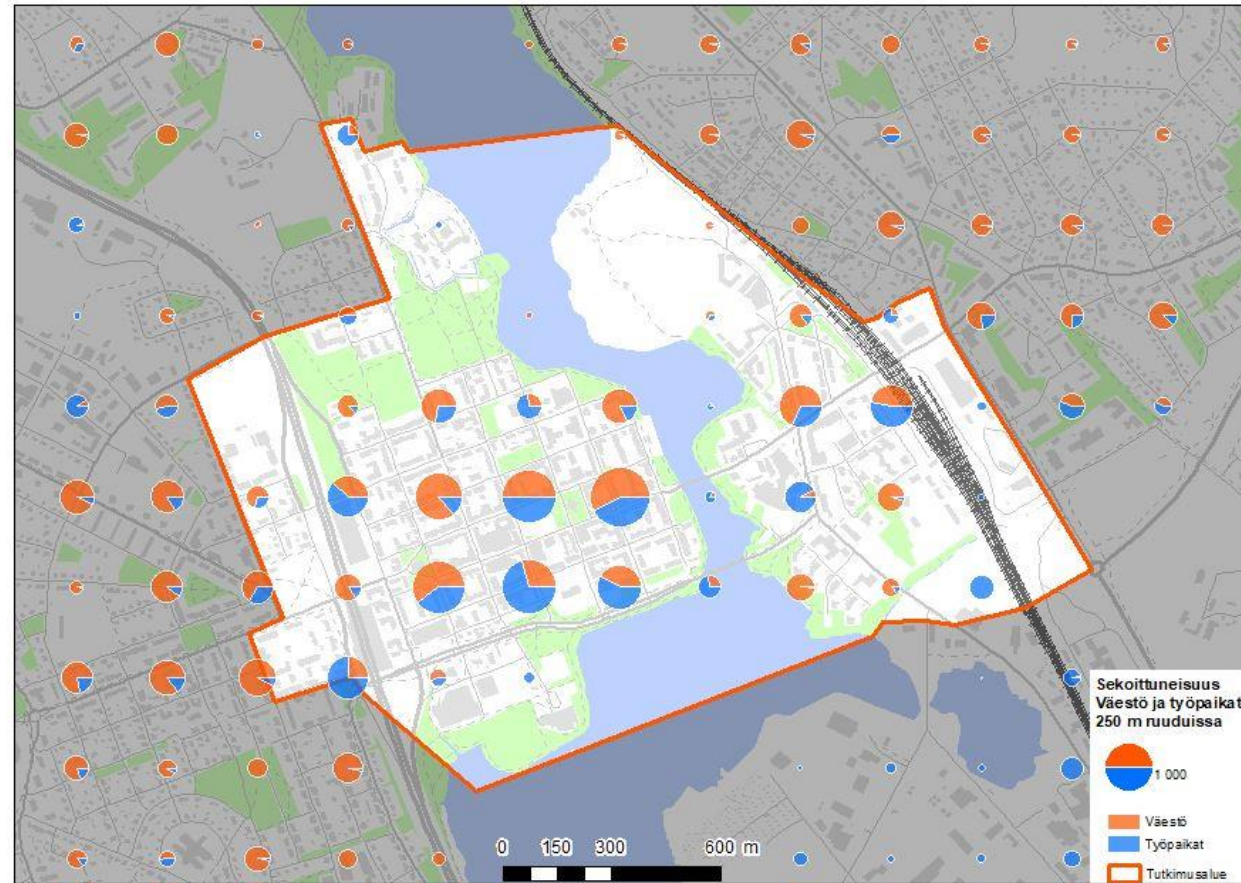
|                                                 |       |
|-------------------------------------------------|-------|
| Julkinen hallinto                               | 1 413 |
| Terveys- ja sosiaalipalvelut                    | 1 036 |
| Tukku- ja vähittäiskauppa                       | 868   |
| Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta | 659   |
| Koulutus                                        | 484   |
| Rahoitus- ja vakuutustoiminta                   | 462   |
| Muu palvelutoiminta                             | 452   |
| Majoitus- ja ravitsemistoiminta                 | 296   |
| Taiteet, viihde ja virkistys                    | 276   |
| Hallinto- ja tukipalvelutoiminta                | 252   |
| Informaatio ja viestintä                        | 236   |
| Kiinteistöalan toiminta                         | 173   |
| Rakentaminen                                    | 111   |
| Kuljetus ja varastointi                         | 81    |
| Teollisuus                                      | 60    |
| Maatalous, metsätalous ja kotitalous            | 23    |
| Kotitalouksien toimiminen työnantajana          | 2     |



# SEKOITTUNEISUUS VÄESTÖ JA TYÖPAIKAT

Oheisella kartalla on havainnollistettu keskustan sekoittuneisuutta asumisen ja työpaikkojen suhteen 250 metrin ruututietokantaan perustuen. Punainen segmentti kuvaa väestöä ja sininen puolestaan työpaikkoja.

Keskusta on toiminnallisesti melko sekoittunut, mikä luo hyvät edellytykset keskustan kaupalliselle kehittämiselle. Asutus luo alueelle lähikysyntää ja työpaikat puolestaan synnyttävät alueelle muuta asiointitarvetta ja synnyttävät esim. lounaskysyntää.



# MATKAILU HÄMEENLINNASSA

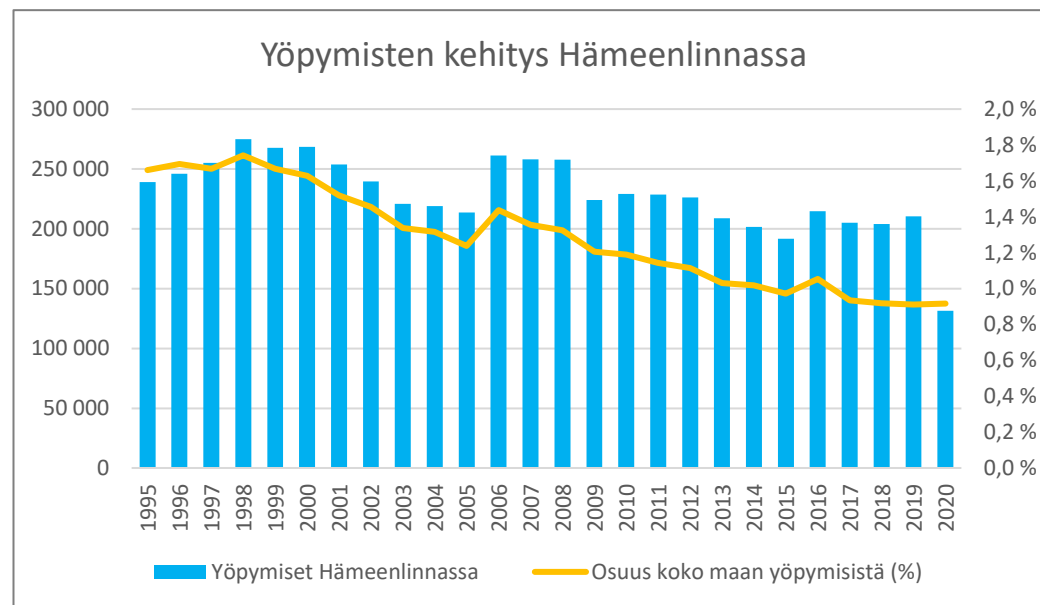
Hämeenlinnassa oli vuonna 2019 yhteensä 12 majoitusliikettä, joissa oli 773 huonetta ja 1 621 sänkyä. Huoneenkäyttöaste oli 43,9 %.

Vuonna 2019 Hämeenlinnassa rekisteröitiin yhteensä noin 210 000 yöpymistä, joista noin 93 % kotimaisia. Trendi on ollut laskeva 2000-luvulla, vaikka koko maassa matkailu ja yöpymisten määrä on ollut nousussa. Vuosina 2000-2019 yöpymisten määrä Suomessa on kasvanut 38 %, kun vastaavasti Hämeenlinnassa yöpymisten määrä on vähentynyt 17 %. Yöpymiset ovat vähentyneet sekä kotimaisten että ulkomaisten yöpyjien osalta.

Graafissa on näkyvissä myös vuosi 2020, joka on koronapandemian vuoksi poikkeuksellinen; tällöin Hämeenlinnassa rekisteröitiin noin 130 000 yöpymistä.

Kanta-Hämeen vuoden 2019 yöpymisistä 59 % liittyi vapaa-aikaan ja 41 % työhön. Vapaa-aikaan liittyvien matkojen osuus oli samaa suuruusluokkaa kuin vuonna 2000, jolloin ko. matkojen osuus oli 60 %.

Hämeenlinnan kaupungin strategiassa matkailua koskevana päämääränä on, että Hämeenlinna on merkittävä matkailukaupunki.





# KEHITYSHANKKEET

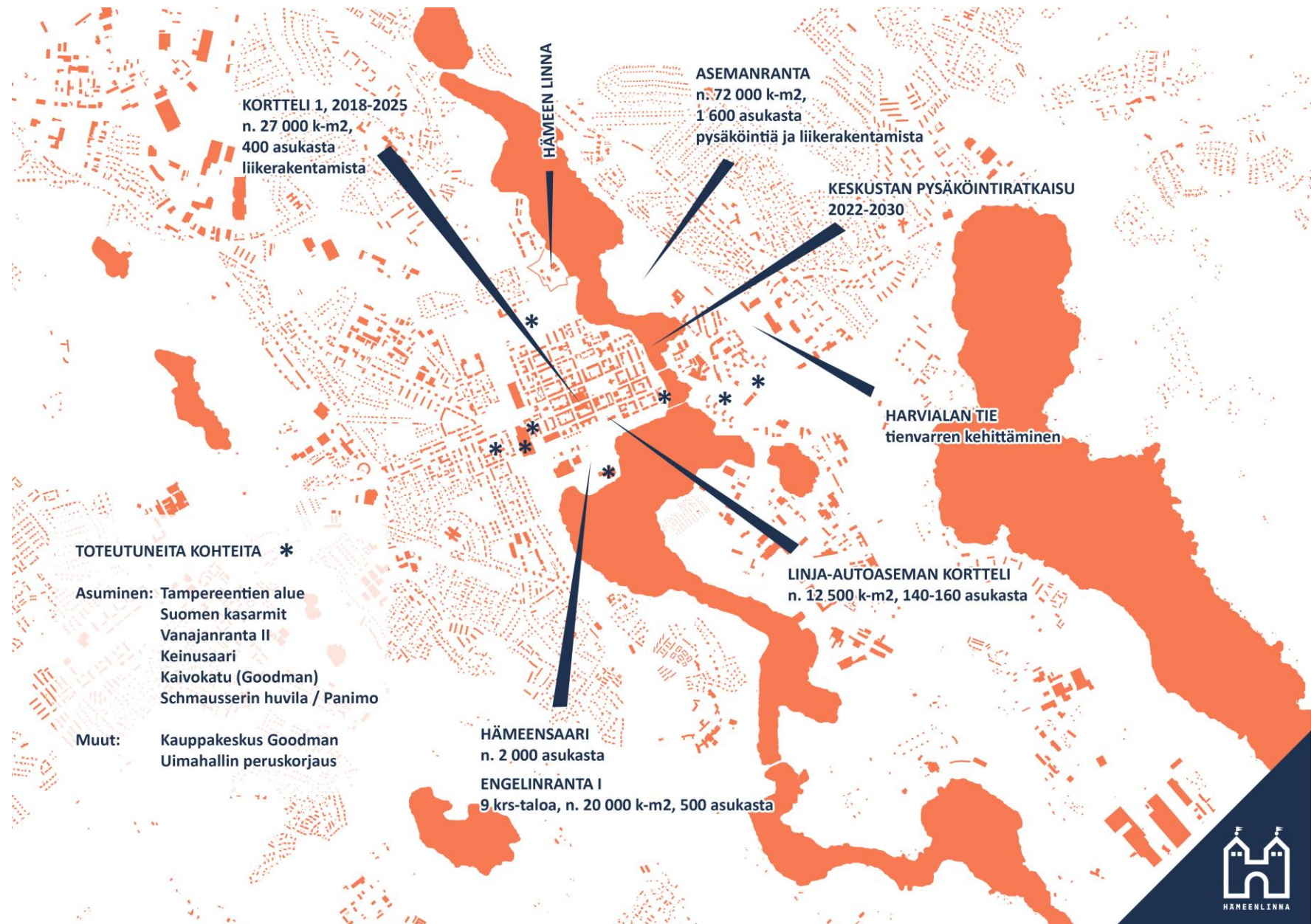
# KEHITYSHANKKEET HÄMEENLINNASSA

Hämeenlinnan keskusta-alueella on käynnissä ja suunnitteilla lukuisia kehityshankkeita, jotka tiivistävät keskustan kaupunkirakennetta. Kehityshankkeiden myötä keskustavision alueen asukasmäärä kasvaisi arviolta 4000-5000 asukkaalla (kts. Seuraavan sivun kartta). Kasvava asukasmäärä luo myös keskusta-alueelle ostovoiman lisäystä, mikä tarkoittaa tarvetta monipuolisemmille lähipalveluille.

Seuraavan sivun kartalla on esitetty kehityshankkeita keskustavision alueella. Kartan jälkeen tulevilla sivuilla on tarkemmin kuvattu joitakin keskeisimpiä hankkeita.



# KEHITYSHANKKEET HÄMEENLINNAN KESKUSTASSA





## KORTTELI 1 (RUUSUKORTTELI)

Hämeenlinnan kaupungin ydinkeskustassa, Reskan varrella sijaitsevassa Ruusukorttelissa toimiva kauppakeskus Linna on käytännössä tyhjentynyt Goodmanin aloittamisen myötä. Korttelin kehittäminen edellyttää merkittävää uudistamista ja investointeja. Ruusukorttelin kehittäminen on keskeistä tori-Goodman akselin ja elävän kävelykatu Reskan uudistumisen vuoksi sekä koko Hämeenlinnan keskustan elinvoimaisuuden näkökulmasta.

Korttelin kehittämiseksi on laadittu 2021 arkkitehtisuunnitelma (arkkitehtitoimisto Arco). Suunnitelmassa on arvioitu korttelissa olevien entisten Centrum- ja Sokos-rakennusten tonttien sekä Sibeliuksen syntymäkodin kehittämisen edellytyksiä sekä toiminnallista sisältöä.

Kortteliin muodostuu toiminnallisesti monipuolinen ns. hybridikortteli, johon sijoittuu asumista ja liike- sekä toimistotiloja. Uutta rakentamista kortteliin on osoitettu noin 27 000 k-m<sup>2</sup>.



# HÄMEENSAARI

Hämeenlinnan kaupunki on asettanut Hämeensaarelle tavoitteita, joiden mukaan se on kaupungin käyntikortti ja julkisivu. Se on osa elinvoimaista keskustaa ja toteuttaa keskustavisiota. Kaupunginosasta löytyy monimuotoista asumista niin omistusasunnoista vuokra- ja tukiasuntoihin. Hämeensaarella Asumisessa huomioidaan niin lapsiperheet, nuoret kuin senioritkin. Suunnittelu tapahtuu kestävän kehityksen periaattein. Koko Hämeensaaren alueelle on tavoitteena synnyttää asuinalue noin 2 500 asukkaalle.

Hämeensaari-hanke on liikunnan, matkailun, arjen palvelujen, työn ja asumisen kaupunkikeskittymä. Hämeensaarihanke käsittää yhteensä noin 50 000 k-m<sup>2</sup> kokonaisuuden.

Vireillä olevassa asemakaavan muutos sisältää em. kehityshankkeen lisäksi yli 12 000 k-m<sup>2</sup> kerrostaloasumista ja puisto- ja virkistysalueille sitä palvelevia erillisiä pieniä rakennuksia sekä Hämeensaaren itäpuolen vesialueelle mm. kelluvan sauna- ja ravintolakokonaisuuden. Hankkeen asemakaavan muutos pyritään saamaan valmiiksi viimeistään vuoden 2023 aikana. Hanke tuottaa merkittäviä työllisyys -ja verotulovaikutuksia Hämeenlinnalle rakentamisen ja toiminnan aikana.



Hämeensaari: ote kantakaupungin yleiskaavasta 2035

# ENGELINRANNAN KORTTELI

Engelinranta 1 koostuu asuinkerrostalojen korttelialueesta, johon on mahdollista sijoittaa vähäinen määrä alueellisia palveluita. Hanke tukee keskustan vetovoimaisuutta palvelujen tarjoajana ja asumismahdollisuuksien lisääjänä. Kortteliin laadittu asemakaavan muutos sai lainvoiman vuonna 2021. Korttelissa on osoitettu asuntorakentamiseen yhteensä noin 20 000 k-m<sup>2</sup> ja liikerakentamiseen 350 k-m<sup>2</sup>.



Havainnekuva aloituskorttelista





# LINJA-AUTOASEMAN KORTTELI

Alueella on voimassa oleva asemakaava. Ennen kaavaprosessia alueesta järjestettiin yleinen tontinluovutuskilpailu, jonka voitti ehdotus nimeltä "Lohkot". Asemakaava laaditaan tontinluovutuskilpailun voittaneen ehdotuksen pohjalta, sitä edelleen kehittäen.

Suunnittelukilpailun voittajatyössä *Lohkot* Hämeenlinnan linja-autoaseman kortteliin on sijoitettu noin 130 asuntoa ja suunnitelma mahdollistaa hotellin rakentamisen. Kaukoliikenteen bussit kaartavat lähtölaitureilleen hotellin alta.

Ehdotuksessa säilytetään suojeltu, funkistyylinen linja-autoasema.



# ASEMANRANTA

Asemanrantaan, Vanajaveden itärannalle, on rakenteilla uusi kaupunginosa noin 1 200 asukkaalle. Asemanranta laajentaa Hämeenlinnan keskustaa aseman suuntaan ja alueen kehittäminen on yksi Hämeenlinnan kaupungin kärkihankkeista.

Myös rautatienaukion kulmasta puretun vanhan Mensan tehtaan tilalle tulee liike- ja toimistotalo. Alueen pysäköintilaitos (Pööli) on valmistunut.



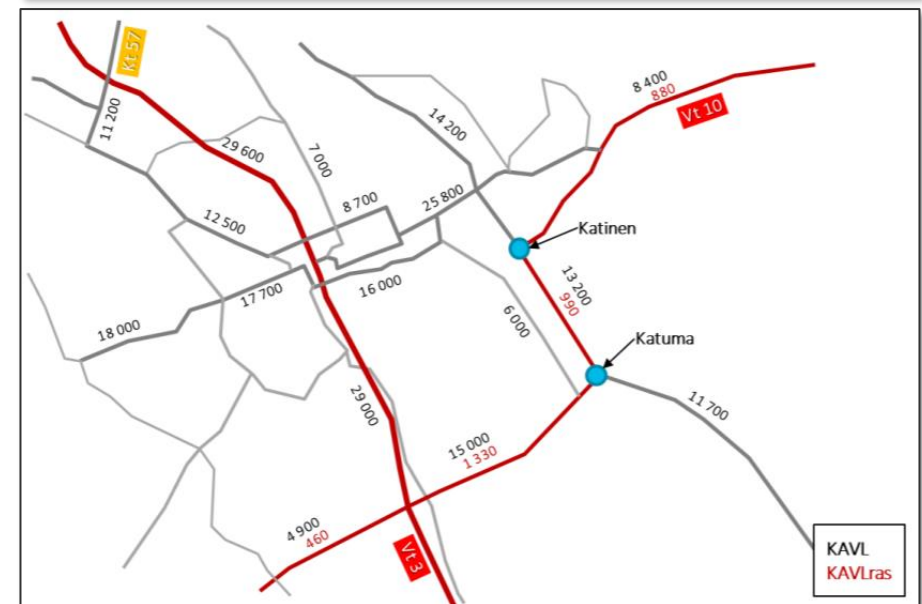
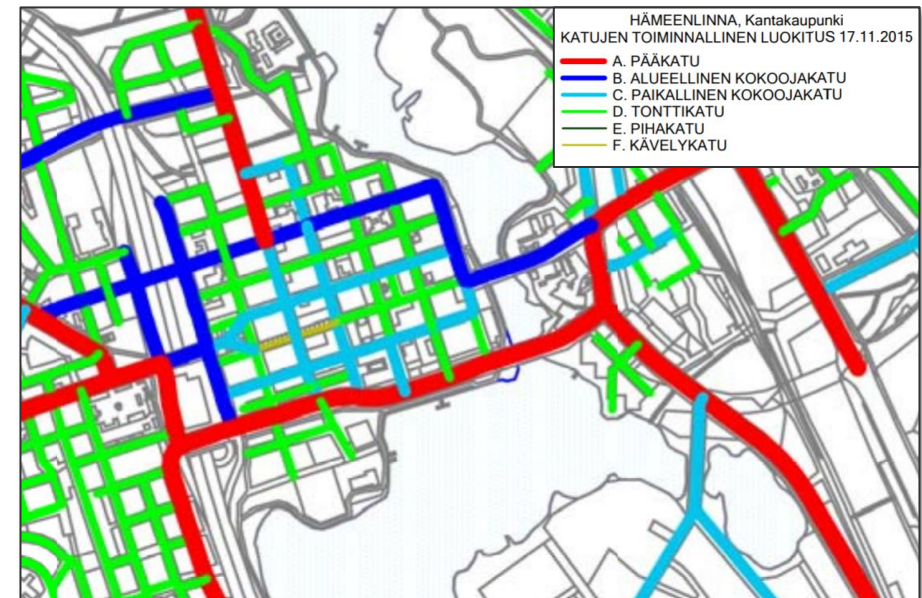
# LIIKENNE JA SAAVUTETTAVUUS



# AUTOLIIKENTEN LIIKENNEVERKKO JA -MÄÄRÄT

Autoliikenteen näkökulmasta Hämeenlinnan tärkeimmät yhteydet ovat valtatie 3 (Helsinki-Tampere) sekä valtatie 10 (Turku-Hämeenlinna/Tuulos). Keskustassa merkittävimmät autoliikenteen yhteydet ovat ruutukaava-alueen eteläreunassa kulkeva Paasikiventie ja pohjoisreunassa kulkeva Lukiokatu, jotka muodostavat keskustan kehäkatujen verkoston. Keskustasta itäänpäin kulkeva Viipurintie muodostaa merkittävän yhteyden valtatie 10:lle.

Hämeenlinnan keskustan tuntumassa vt 3:lla liikennemäärät ovat noin 30 000 ajoneuvoa vuorokaudessa. Viipurintiellä keskustassa noin 26 000 ajoneuvoa vuorokaudessa.



Hämeenlinnan liikennemäärät 2015 (ajoneuvoa/arkivuorokausi).  
(Tierekisteri, Hämeenlinnan kaupunki, Sito Oy)

# LIIKENNEVERKON KEHITTÄMINEN

Hämeenlinnan keskustan liikenneympäristöä parannetaan erityisesti kävelijöiden ja pyöräilijöiden näkökulmasta.

Keskustassa on selkeä pysäköintijärjestelmä, joka palvelee kaikkia käyttäjäryhmiä: liike-elämää, asiakkaita, asukkaita, työssäkäyviä, pendelöijä ja matkailijoita. Linja-autoaseman korttelia kehitetään monipuolisena, eri liikennemuodot yhdistävänä ja palveluita tarjoavana matkakeskuksena. Rautatieympäristö liitetään osaksi keskustaa parantamalla yhteyksiä keskustaan rakentamalla jalankulku- ja pyöräilysilta ja jäsentämällä Viipurintien katutilaa pyöräilyä ja kävelyä suosivaksi.

Hämeenlinnan keskustaan on laadittu yleissuunnitelma pohjois-eteläsuuntaisen pyörätien toteuttamisesta Sibeliuksenkadulle 1-suuntaisena. Syksyllä 2021 kaupunkirakennelautakunta päätti äänestyksen jälkeen hylätä yleissuunnitelman.

Hämeenlinnan talousarvion 2022 mukaan liikkumista pyörällä ja kävellen edistetään suunnittelun avulla. Keskustavision päivityksen yhteydessä ratkaistaan keskustan kevyen liikenteen väylät ja pysäköintipaikat. Toteutetaan kevytrakenteinen pyörätiekokeilu Sibeliuksenkadulla ja Kasarmikadulla keskustavision päivittämisen tueksi ja keskustan monipuolisen saavutettavuuden parantamiseksi.





# KESKUSTAN LIIKENNEVERKKKO







**HÄMEENLINNAN RAUTATIEASEMA ON YKSI HÄMEENLINNAN  
JOUKKOLIIKENTEN SOLMUKOHDISTA**



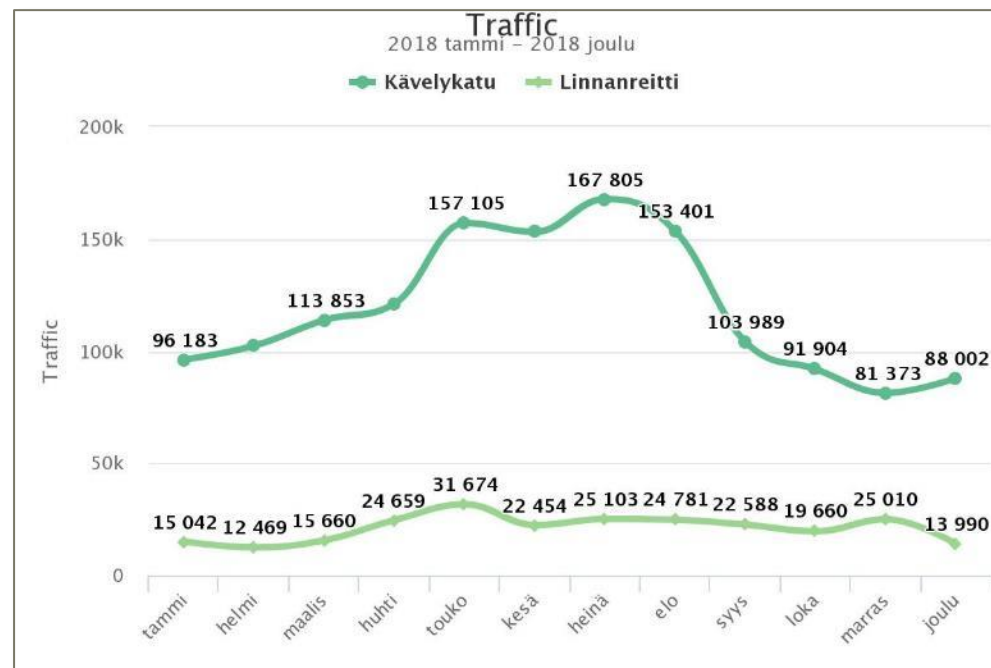
# KÄVELY JA PYÖRÄILY

Oheisella kartalla on kuvattu kävely- ja pyöräilyvirtoja Hämeenlinnan keskustassa Strava-palveluun kirjattujen liikuntasuoritusten perusteella. Kartta antaa karkean kuvan, missä erityisesti vapaa-ajan kävelijä- ja pyöräilijävirrat liikkuvat keskusta-alueella.

Kartalla korostuvat erityisesti rantojen yhteydet sekä Raatihuoneenkatu-Viipurintie -akseli. Torin ja Hämeensaaren välillä ei ole nähtävillä merkittävää liikennettä.

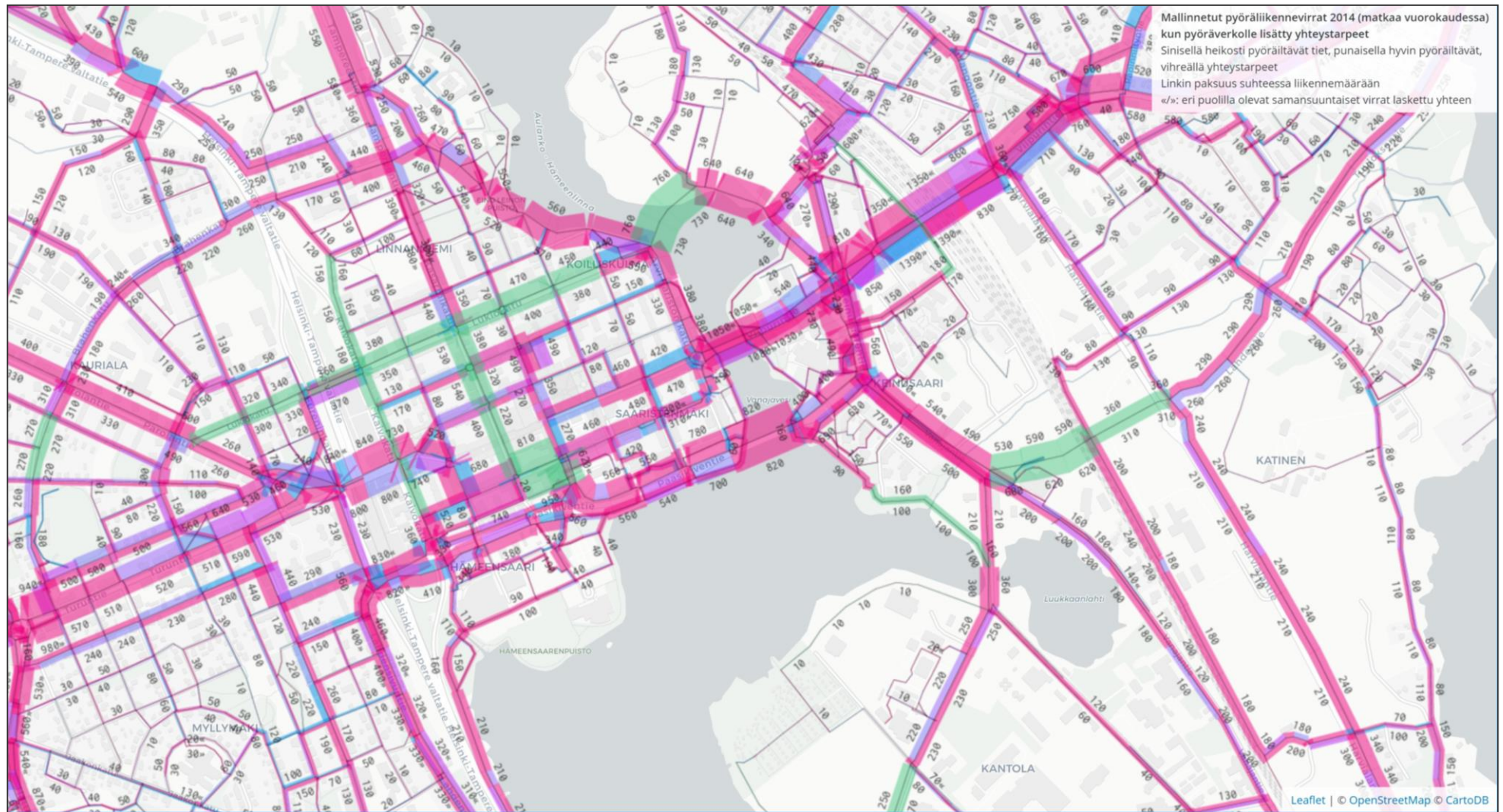
Hämeenlinnan keskustan kävelijälaskureiden mukaan kävelykadulla liikkui vuonna 2018 kesäkuukausina noin 150 000 - 170 000 kävelijää / kuukausi. Talvikuukausiksi kävelijämäärä laskee noin tasolle 80 000 - 100 000 kävelijää / kuukausi.

Vertailun vuoksi: kauppakeskus Goodmanissa vieraili vuonna 2017 yhteensä 3,1 miljoonaa kävijää (keskimäärin 260 000 / kuukausi).





# PYÖRÄILYN POTENTIAALI



Pyöräilyn potentiaali. Lähde: Strafica Oy / nyk. Ramboll (2014) Brutus-malli



# JOUKKOLIIKENNE

Hämeenlinnan seudulliseen joukkoliikennealueeseen kuuluvat Hämeenlinna, Janakkala ja Hattula.

Hämeenlinnan seudulla on käytössä lippu- ja maksujärjestelmä Waltti. Waltissa seutu on jaettu kolmeen maksuvyöhykkeeseen: A, B ja C.

Hämeenlinnan keskustassa joukkoliikenteen näkökulmasta keskeisin solmukohta on linja-autoasema, jonka kautta kulkevat kaikki paikallisliikenteen linjat.

Kaupallisesta näkökulmasta joukkoliikennelinjat ovat painottuneet keskustan eteläosaan; vain muutama linja kulkee torin poikki pohjoiseen. Valtaosa linjoista kulkee Goodmanin ja rautatieaseman kautta.

Kaupallisesta näkökulmasta keskeistä on, että joukkoliikenteen linjat palvelevat hyvin kaupallisesti merkittäviä kohteita ja erityisesti keskustaa.



# PYSÄKÖINTI HÄMEENLINNAN KESKUSTASSA

Nykyisin ydinkeskustassa on maksullista pysäköintiä, aikarajoitteista ja täysin rajoittamatonta pysäköintiä.

Kadunvarsipysäköintiä on keskustassa paljon (yht. 983 paikkaa), joista maksullisia on alle puolet (38,6 %). Kaikkiaan pysäköintipaikkoja on 3 690, joista kiinteistöjen omia paikkoja on 2 200 eli yli 60 %. Nykytilakartoituksen mukaan ydinkeskustassa tulisi olla 70 paikkaa enemmän, mikä mahdollistaisi keskustasta pysäköintipaikan löytämisen sujuvasti ja Linnan alueen rauhoittamisen (Hämeenlinnan keskustan pysäköintistrategia, 2016). Tulevaisuuden pysäköintitarve on merkittävästi suurempi.

Hämeenlinnan keskusta kehittyy ja nykyisin pysäköinnille varattuja alueita tullaan muuttamaan muuhun käyttöön. Konkreettisimpia pysäköintitarpeen määrittäjä tulevaisuudessa ovat Hämeenlinnan keskustasta lähitulevaisuudessa poistuvat pysäköintipaikat (yhteensä 487 autopaikkaa):

- Hämeensaari 193
- Linja-autoasema 26
- Paasikiventie 50
- Linnan seutu 128
- katujen kehittäminen noin 90

**Lähitulevaisuudessa Hämeenlinnan keskustassa tarvitaan vähintään 300 uutta autopaikkaa. Vuoden 2040 tavoitetilaan mennessä tarve kasvaa 700- 800 autopaikkaan.** Näistä suurin osa johtuu ydinkeskustasta poistuvista paikoista.

Tulevaisuuden pysäköintitarpeeseen vastataan parhaiten keskitetyllä pysäköintiratkaisulla, jonka kautta kaikki keskustan palvelut ovat mahdollisimman hyvin saavutettavissa. Tavoitetilan tarpeeseen voidaan vastata rakentamalla kolme 200 - 300 autopaikan pysäköintitaloa eri puolille keskustaa

Pysäköintiä on kuvattu seuraavan sivun kartalla.



# PYSÄKÖINTIPAIKAT

**Pööli**  
600 ap  
sis. liityntäpysäköinnin



**Kaivoparkki**  
708 ap  
ka 60 %



**Kortteli 1**  
uudet: 150 ap



**Goodman**  
600 ap



**Tavastila**



**Hämeensaari**  
193 ap



**Linja-autoasema**  
124 ap



**Hämeensaari**  
uudet: 360 ap



**Keinuparkki**  
268 ap  
ka 87 %



**Olemassa oleva  
pysäköintilaitos**



**Uusi  
pysäköintilaitos**







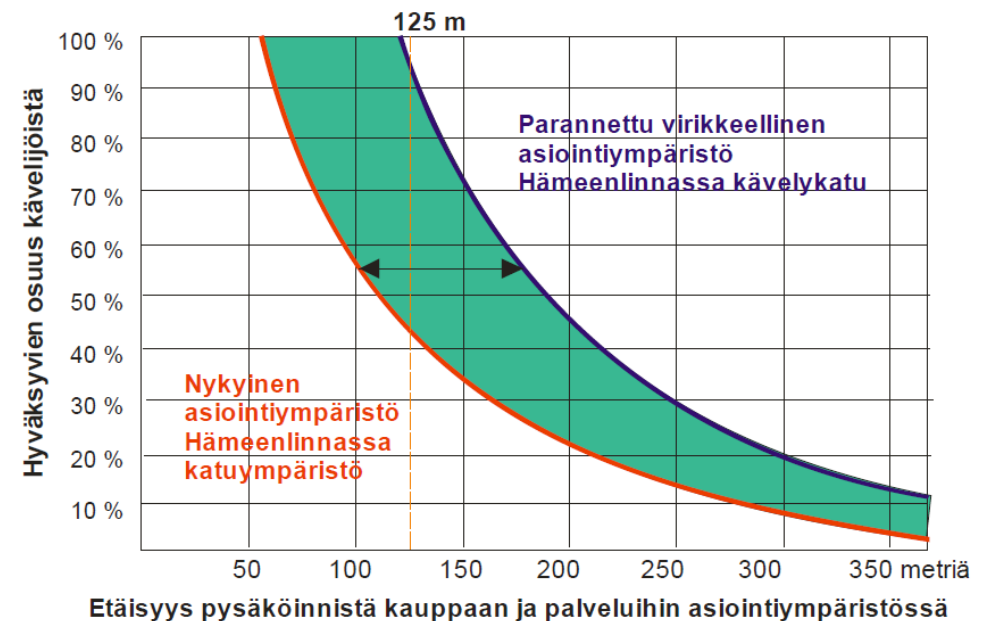
PYSÄKÖINTIÄ HÄMEENLINNAN TORILLA TALVELLA 2019

# PYSÄKÖINNIN MERKITYS SUHTEESSA KAUPPAAN JA PALVELUIHIN

**Pysäköinti on palvelu, joka mahdollistaa ja edistää kaupallista toimintaa.** Asiointiin liittyy läheisesti käsite saavutettavuus, jolla tarkoitetaan asiointietäisyyttä pysäköintipaikan ja asiointipaikan välillä. Asiointietäisyys koetaan eri ympäristöissä erilaiseksi. Matkan pituuden kokemiseen vaikuttavat esimerkiksi ympäristön laatu, erilaiset esteet, väenpaljous, ilmanala, kaupunkielämän läsnäolo ja turvallisuuden tunne.

Hämeenlinnan keskustan kaupalliset palvelut ovat keskittyneet hyvin ydinkeskustaan sekä sen reunalle (Goodman, Hämeensaari). Keskustan reunoilla olevilla liikekeskuksilla on käytössä omat pysäköintilaitoksensa. Vilkkaimmat kivijalkaliiketiloihin painottuneet asiointikorttelit ovat kävelykatu Reskan vanhan osuuden reunoilla sekä torin/kirkon reunalla ja Palokunnankadulla. Muutoin keskustan kortteleissa asiointia on varsin vähän.

**Nykyiset pitkäaikaiset pysäköintilaitokset ovat liian kaukana ydinkeskustan palveluista. Näin ollen ydinkeskustan liikekorttelit tarvitsevat uusia pysäköintiratkaisuja.**



*Asiointiympäristön vaikutus kävelyetäisyyden hyväksyttävyyteen (vihreä alue edustaa kävelykatua),  
lähde: O. Pepernan kaaviota mukaillen, TU Wien 1982,  
Hämeenlinnan keskustan pysäköintistrategia 2016.*

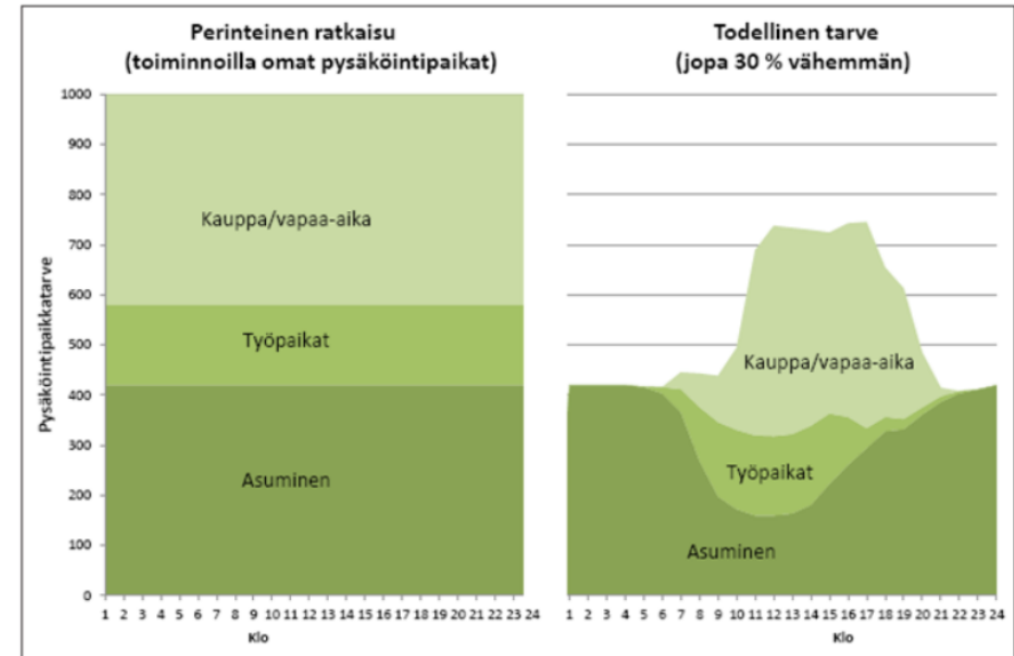


# VUOROTTAISPYSÄKÖINNIN MAHDOLLISUUDET

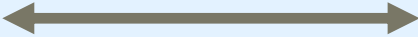
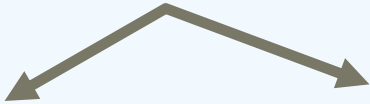
Vuorottaispysäköinti tehostaa autopaikkojen käyttöä verrattuna tilanteeseen, jossa käyttäjillä tai käyttäjäryhmillä on omat nimetyt pysäköintialueet tai -paikat. Vuorottaispysäköinti vähentää pysäköintipaikkoja, koska samat paikat palvelevat useita käyttäjäryhmiä riippuen kunkin ryhmän suurimman kysyntäpiikin ajankohdasta.

Hämeenlinnan keskustassa pysäköintilaitosten toimintaa voidaan tehostaa vuorottaispysäköinnin ja operoinnin avulla. Tällöin autopaikoissa olisi mahdollista säästää noin 20 %. Tulevaisuudessa yhteiskäyttöautot vähentävät myös pysäköintitarvetta.

Pysäköinnin tehokkuuden kannalta keskeistä on myös älykkäät pysäköinti- ja liikenteenohjausratkaisut sekä kaupunki- että laitostasolla. Älykkäällä opastuksella pystytään ohjaamaan liikennettä vapaisiin pysäköintilaitoksiin sekä laitostasolla pysäköintipaikoille, jolloin vähennetään turhaa ajelua keskusta-alueella.



# SAAVUTETTAVUUDEN MÄÄRITELMÄ

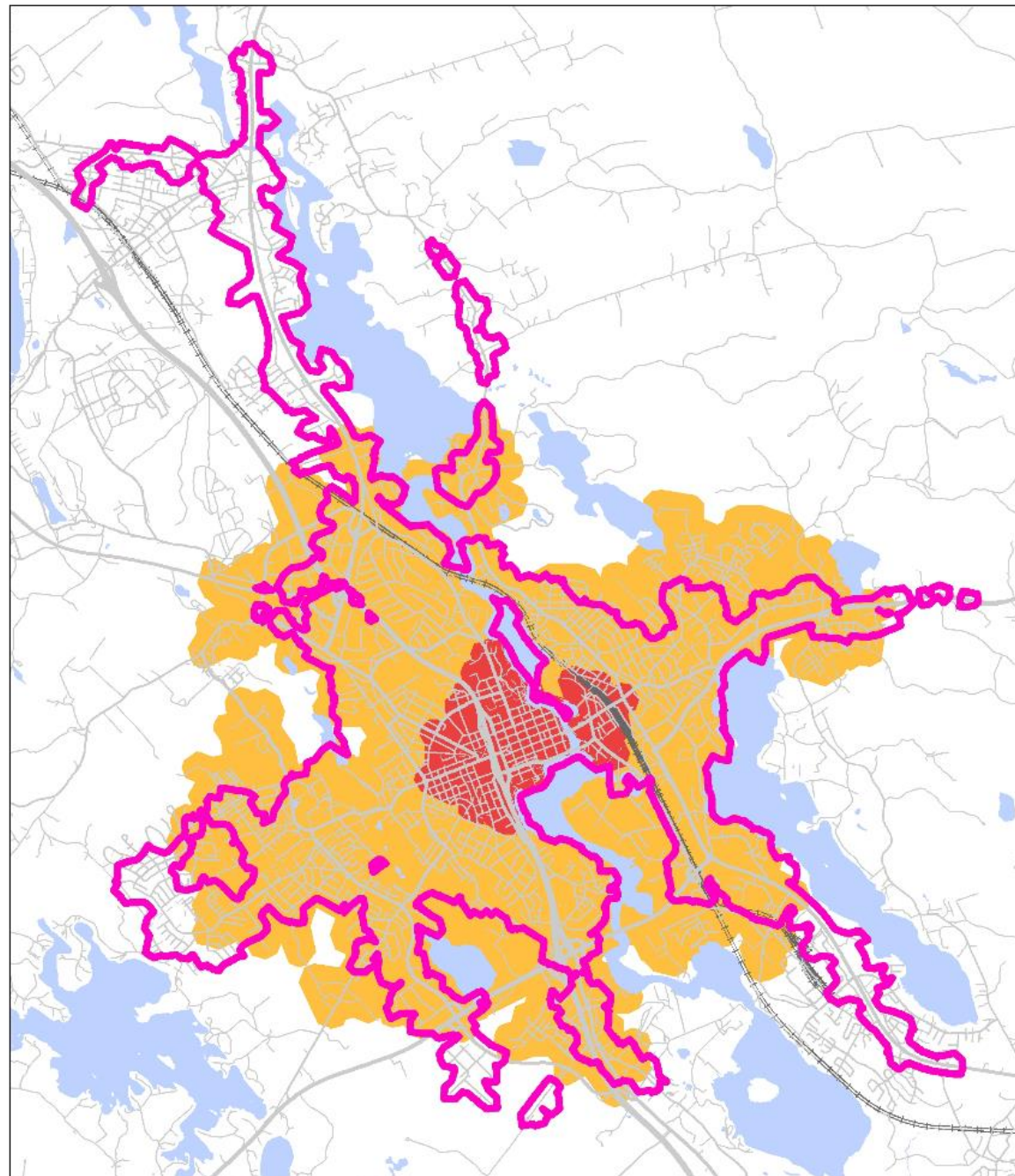
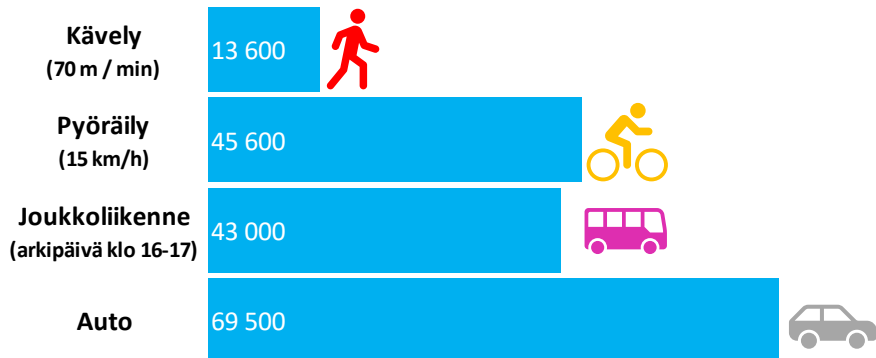
|                                                                                                                         | Mitä tarkoittaa?                                                                                                                                                                                                                   | Miten voidaan parantaa?                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FYYSINEN<br/>SAAVUTETTAVUUS</b><br> | <b>Miten kaukana palvelut ovat?</b><br><br>Maantieteellinen etäisyys, myymälöiden aukioloajat, tie- ja katuverkko sekä Liikkumismahdollisuudet (esim. joukkoliikennetarjonta)                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Kaupan palveluverkon kattavuus</li><li>• Asutuksen tiiveys</li><li>• Jalankulkuverkoston kattavuus ja laatu</li><li>• Joukkoliikenteen kattavuus ja palvelutaso</li></ul>                                                                                        |
| <b>KOETTU<br/>SAAVUTETTAVUUS</b><br>  | <b>Miten palvelujen saavutettavuus koetaan?</b><br><br>Kulutustavat, palvelujen laatu ja tarjonnan kattavuus, tietotaito, elämäntilanne, tulotaso, kulutustarpeet ja hintataso, jalankulkuympäristön miellyttävyys ja virikkeisyys | <ul style="list-style-type: none"><li>• Monipuolisten palveluiden ja tarjonnan mahdollistaminen (kaavoitus)</li><li>• Jalankulkuympäristön<ul style="list-style-type: none"><li>• Turvallisuus</li><li>• Esteettömyys</li><li>• Viihtyisyys ja miellyttävyys</li><li>• Monipuolisuus</li></ul></li></ul> |



# KESKUSTAN SAAVUTETTAVUUS

Kartalla on kuvattu Hämeenlinnan keskustan (tori) saavutettavuus 20 minuutissa eri kulkumuodoilla. Autoliikenteessä on huomioitu 5 minuutin sakko pysäköintiin ja kävelyyn. Joukkoliikennematkat on laskettu arkipäivälle klo 16-17 ja huomioitu kävely pysäkille ja pysäkiltä (70 m/min).

Hämeenlinnan torin saavuttaa 20 minuutissa kävellen noin 13 600, pyörällä 45 600, joukkoliikenteellä 43 000 ja autolla 69 500 asukasta.



# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN SAAVUTETTAVUUS VERRATTUNA MUIHIN KAUPUNKEIHIN

Taulukossa on havainnollistettu Hämeenlinnan keskustan kävelysaavutettavuutta suhteessa vastaaviin samankokoisiin kaupunkeihin

Hämeenlinnan asukkaista noin 20 % saavuttaa keskustan (torin) 20 minuutissa kävellessä

Hämeenlinnaa tiiviimpiä keskustaympäristöjä ovat esimerkiksi Vaasa (17 400 asukasta), Hyvinkää (16 700 asukasta) ja Joensuu (15 000 asukasta)

Tulevaisuudessa Hämeenlinnan keskustan täydennysrakentamisen myötä keskusta on saavutettavissa yhä useammalle asukkaalle, mikä vahvistaa myös keskustan kaupallista potentiaalia

|                    |               | Väestö 2 km säteellä keskustasta |             |
|--------------------|---------------|----------------------------------|-------------|
| Kunta              | Väestö 2016   | Asukkaat                         | %           |
| Riihimäki          | 29 160        | 11 300                           | 39 %        |
| Hyvinkää           | 46 596        | 16 700                           | 36 %        |
| Mikkeli            | 54 517        | 11 100                           | 20 %        |
| Seinäjoki          | 62 052        | 9 500                            | 15 %        |
| Rovaniemi          | 62 231        | 12 500                           | 20 %        |
| Vaasa              | 67 620        | 17 400                           | 26 %        |
| <b>Hämeenlinna</b> | <b>67 850</b> | <b>13 600</b>                    | <b>20 %</b> |
| Lappeenranta       | 72 872        | 14 400                           | 20 %        |
| Joensuu            | 75 848        | 15 000                           | 20 %        |

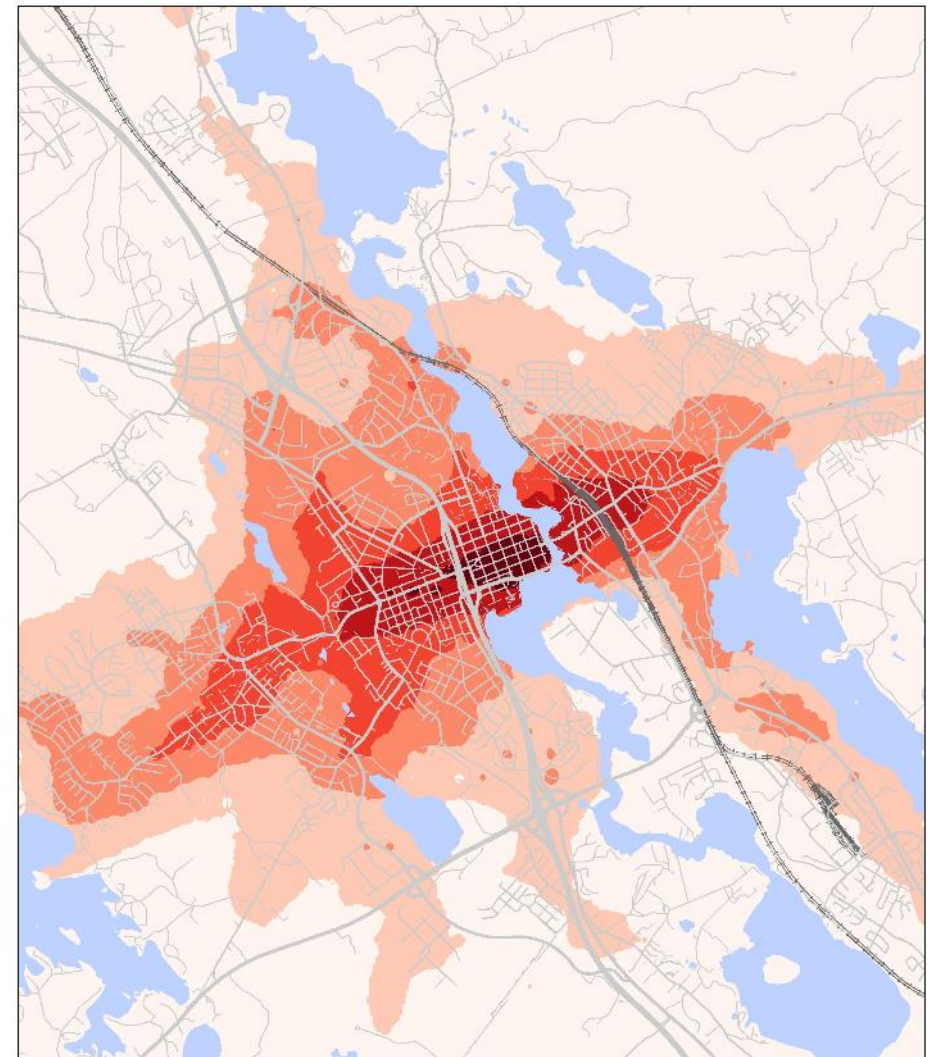
# TAVOITETTAVUUS JOUKKOLIIKENTEELLÄ

Kartalla on havainnollistettu väestötavoitettavuutta joukkoliikenteellä. Teemakartan värit kuvaavat, kuinka monta asukasta tavoittaa tietyn pisteen 20 minuutin joukkoliikennematkan aikana arkipäivänä klo 16-17.

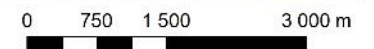
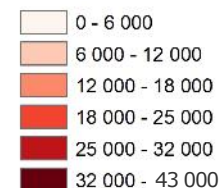
Hämeenlinnan keskustavyöhykkeen tavoittaa 20 minuutissa yli 32 000 asukasta ja koko ruutukaava-alueen vähintään 25 000 asukasta.

Hämeenlinnan keskustan saavutettavuus joukkoliikenteellä on kohtalainen. Joukkoliikennesaavutettavuutta parantamalla voidaan tukea myös keskustan elinvoimaisuutta.

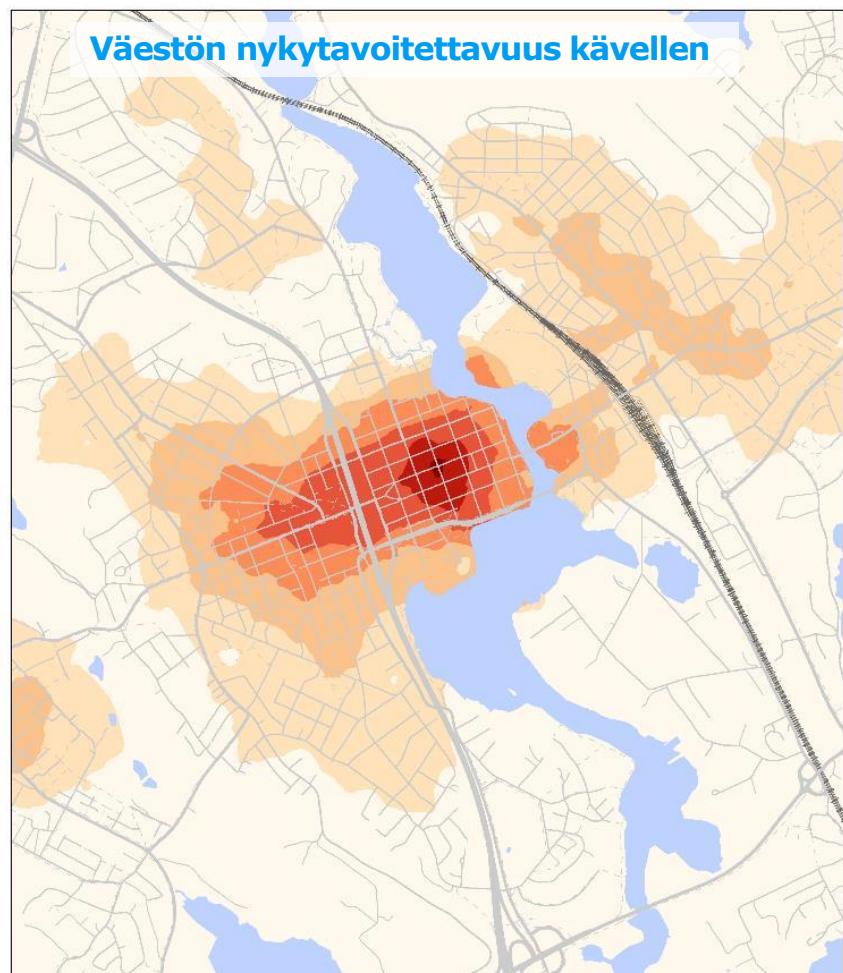
Seuraavalla sivulla on kuvattu Hämeenlinnan keskustan kävelytavoitettavuutta samalla periaatteella. Tavoitettavuus on kuvattu nykytilanteessa sekä keskustan asuinrakentamishankkeiden toteuduttua. Kartoilta voidaan havaita, miten keskustan täydennys-rakentaminen laajentaa vyöhykettä, jonka tavoittaa yli 4 800 asukasta kävellessä 10 minuutissa (600 m). Täydennysrakentaminen tuo keskustaan lisää ostovoimaa, mikä puolestaan osaltaan mahdollistaa kaupan palveluiden kehittämisen keskusta-alueella.



**Joukkoliikennetavoitettavuus**  
**Väestö 20 minuutin joukkoliikennematkan**  
**säteellä 2016**

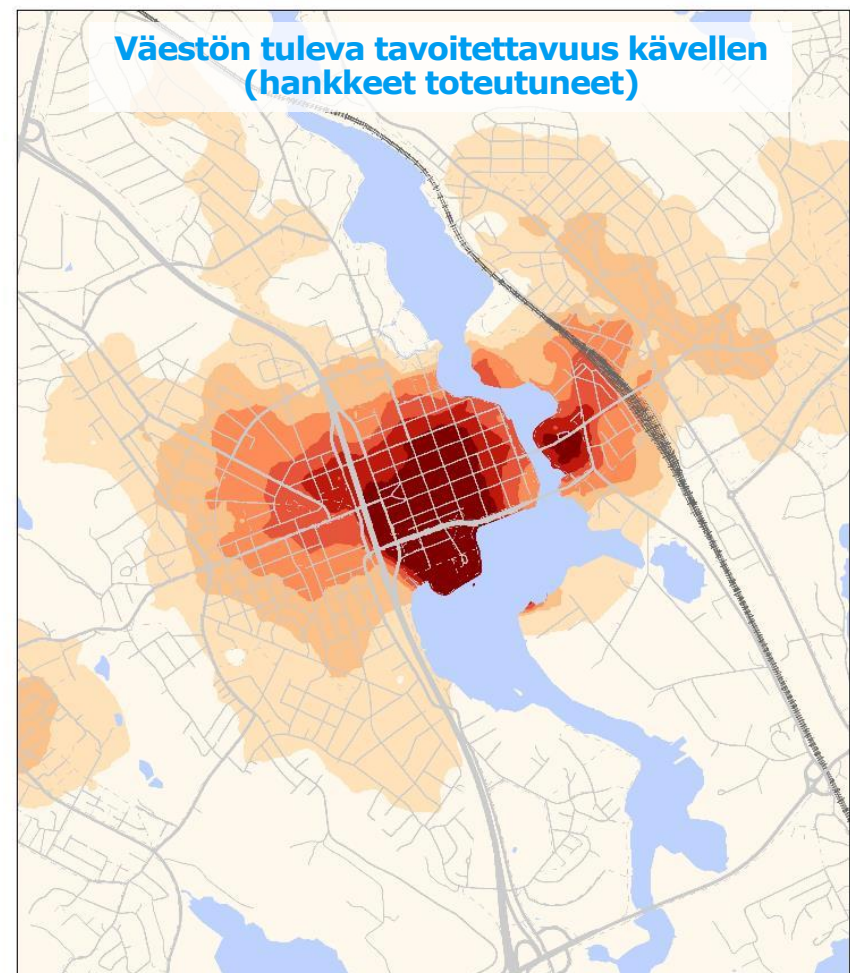
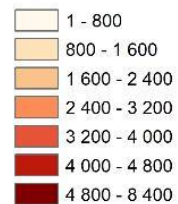






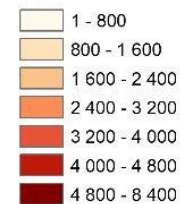
**Kävelytavoitettavuus**  
Väestö 600 metrin säteellä 2018

0 375 750 1 500 m



**Kävelytavoitettavuus**  
Väestö 600 metrin säteellä (hankkeet toteutuneet)

0 375 750 1 500 m



# KAUPAN TARJONTA

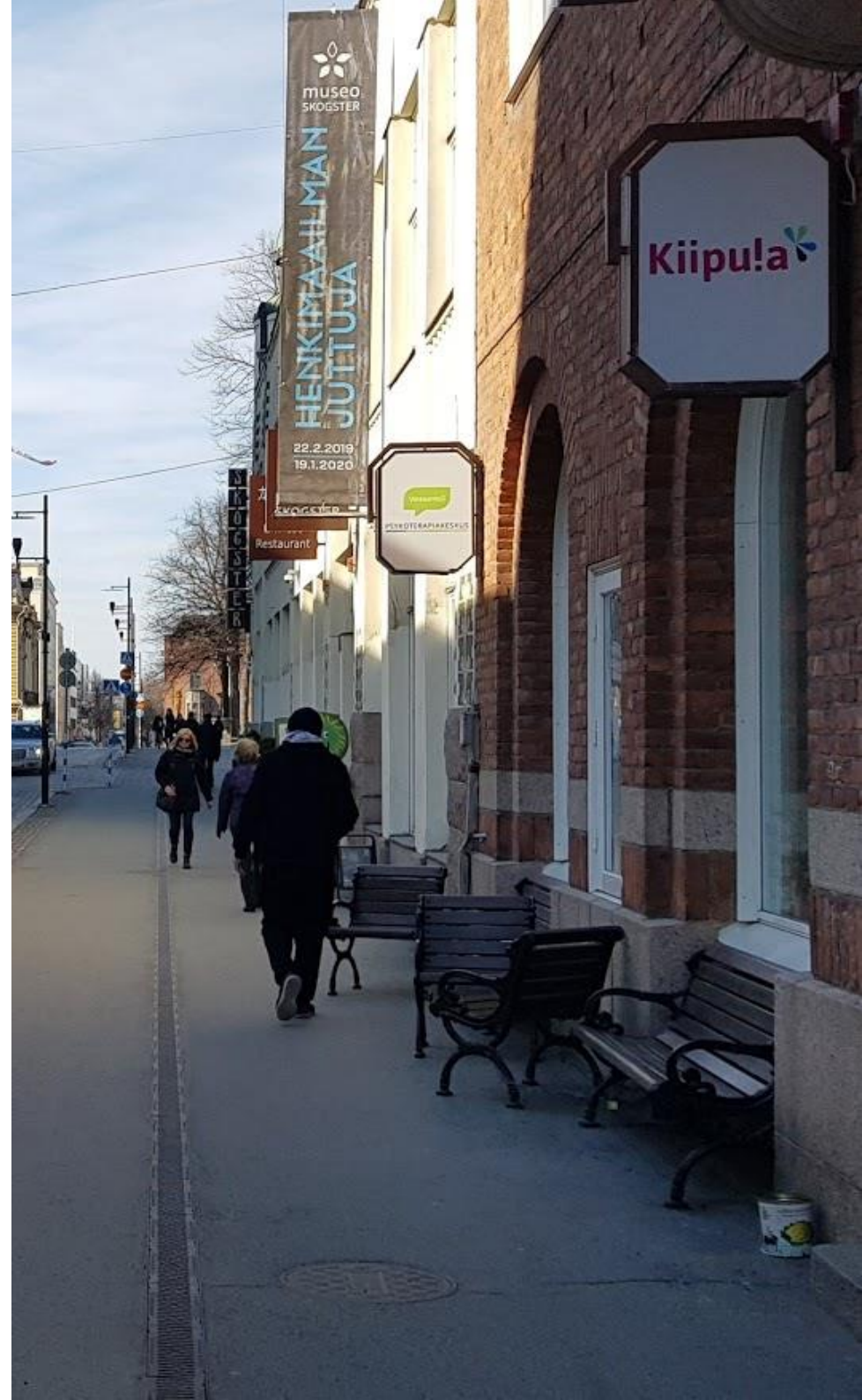
# KAUPPA JA PALVELUT HÄMEENLINNASSA

Hämeenlinnassa oli kaupan liiketilaa vuonna 2015 yhteensä noin 366 000 k-m<sup>2</sup>, joista suuryksiköissä 204 000 k-m<sup>2</sup> (56 %). Päivittäistavarakaupassa liiketilaa oli 41 000 k-m<sup>2</sup>, tilaa vaativassa erikoiskaupassa ja autokaupassa 124 000 k-m<sup>2</sup> ja muissa liiketiloissa 199 000 k-m<sup>2</sup>.

Hämeenlinnan tärkeimmät kaupan alueet ovat keskusta (keskustavision alue arviolta 100 000 k-m<sup>2</sup>) ja Tiiriö (noin 105 000 k-m<sup>2</sup>).

Hämeenlinnan kantakaupungin yleiskaavassa on osoitettu kolme uutta merkittävää kaupan aluetta: Kirstula ja valtatie 10:n varsi Suosaassa ja Ruununmyllyssä. Kirstula ja Suosaari on varattu alueellisesti merkittävälle paljon tilaa vaativan kaupan palveluille. Alueille ei saa sijoittaa päivittäistavarakauppaa (KL). Ruununmyllyn alueelle on osoitettu varaukset päivittäistavarakaupan suuryksikölle (KM) sekä tilaa vaativalle kaupalle (KL). Keskustan uusia kauppapaikkoja on osoitettu moottoritien uudelle katteelle, rautatien varteen sekä Keinusaareen.

Kauppa tulee lisääntymään myös tiivistymisen myötä torin ympäristössä ja Hämeensaarella. Tiiriö on varattu seudullisesti merkittävälle kaupan palveluille, mutta alue on käytännössä täyteen rakennettu. Muita hyviä ja toteuttamiskelpoisia vaihtoehtoisia uusia kaupan alueita ei käytännössä ole löydettävissä kantakaupungin alueelta.





# KAUPAN TARJONTA HÄMEENLINNASSA

## Tiiriö-Kirstula

Hypermarket+tiva-alue (n. 105 000 k-m<sup>2</sup>)

mm. K-Citymarket, Prisma, Lidl, Tokmanni, K-Rauta, Kodin Terra, Motonet, Puuilo, Gigantti, Power, Nanso Outlet, Jysk, Masku, Asko, Vepsäläinen, Rusta, autokauppoja ja -huoltoa

## Kauriala

Tiva- ja autokaupan alue  
(n. 30 000 k-m<sup>2</sup>)

mm. Länsiauto, Delta Auto, Autokeskus, Onninen, Auto-Vekka, Euromaster, Autoasi

## Jukola

Lähipalvelukeskus  
(n. 6 000 k-m<sup>2</sup>)

mm. S-market, Kukkatalo, lähipalveluita

## Hättilä

Pt-kauppa ja tiva  
(n. 14 000 k-m<sup>2</sup>)

mm. K-Supermarket, S-market, Lidl, SA-kauppa, RTV, Würth, lähipalvelut

## Ydinkeskusta

(n. 100 000 k-m<sup>2</sup>)

Erikoiskauppa ja ravintolat, kauppakeskukset, kivijalkaliiketilat

## Kantola

Tiva-kauppa ja liikuntapalvelut, tapahtumapuisto, kirpputoreja

mm. Stark, Touhula, Kiipeilupuisto, Sporttimekka, Ramirent

0 250 500 1 000 m

# LIIKETILAT HÄMEENLINNAN KESKUSTASSA 2019

Hämeenlinnan keskusta-alueen liiketilat kartoitettiin helmikuussa 2019. Kartoituksessa selvitettiin liiketilan käyttö sekä arvioitiin karkeasti liiketilan myyntipinta-ala.

Suurimpia kokonaisuuksia alueella ovat kauppakeskus Goodman (24 400 m<sup>2</sup>), kauppakeskus Tavastila (6 000 m<sup>2</sup>) sekä Tokmannin ja Citymarketin tavaratalot Hämeensaareissa (yhteensä noin 9 000 m<sup>2</sup>).

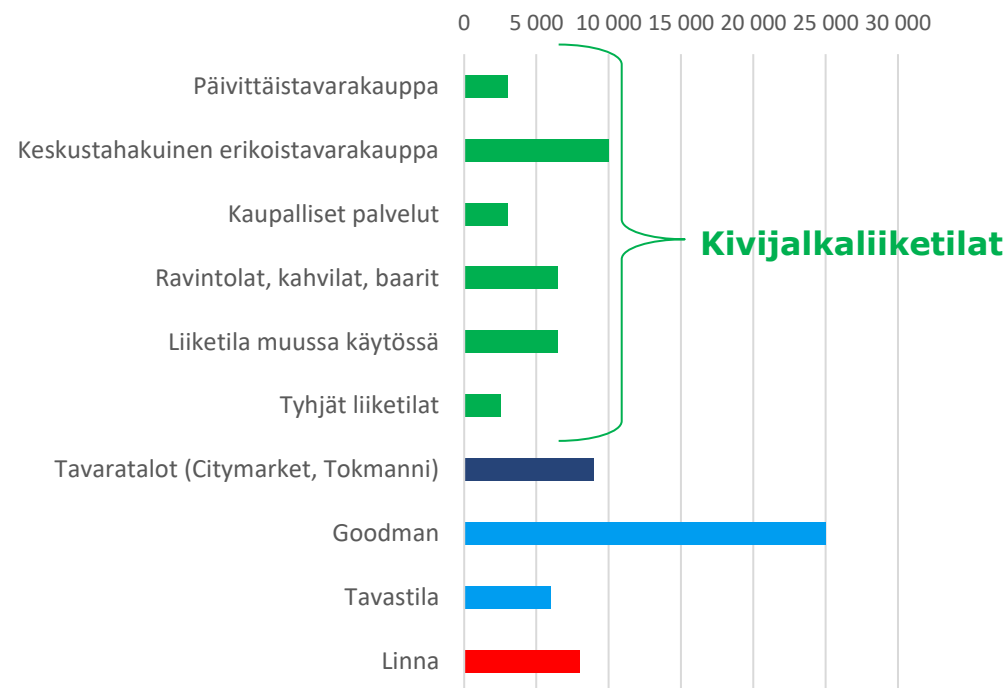
Kartoituksessa ei ole jaettu kauppakeskuksissa (Goodman, Tavastila) sijaitsevaa liiketilaa eri toimialoihin. **Yhteensä päivittäistavarakaupan pinta-alaa Hämeenlinnan keskusvision alueella on arviolta noin 10 000 m<sup>2</sup>.**

**Yhteensä liiketiloja oli kartoituksen perusteella noin 79 500 m<sup>2</sup>. Myyntineliöt voidaan muuttaa kerrosneliömetreiksi keskimäärin kertoimella 1,3 (n. 105 000 k-m<sup>2</sup>)**

Hämeenlinnan keskustan liiketiloista lukumäärällisesti noin 10 % oli tyhjinä. AllIn-elinvoimalaskelman perusteella tyhjien liiketilojen osuus on laskenut viime vuosina noin 4 prosenttiyksikköä. Suurin yksittäinen tyhjien liiketilojen kokonaisuus on kauppakeskus Linna, joka on käytännössä käyttökelvoton.

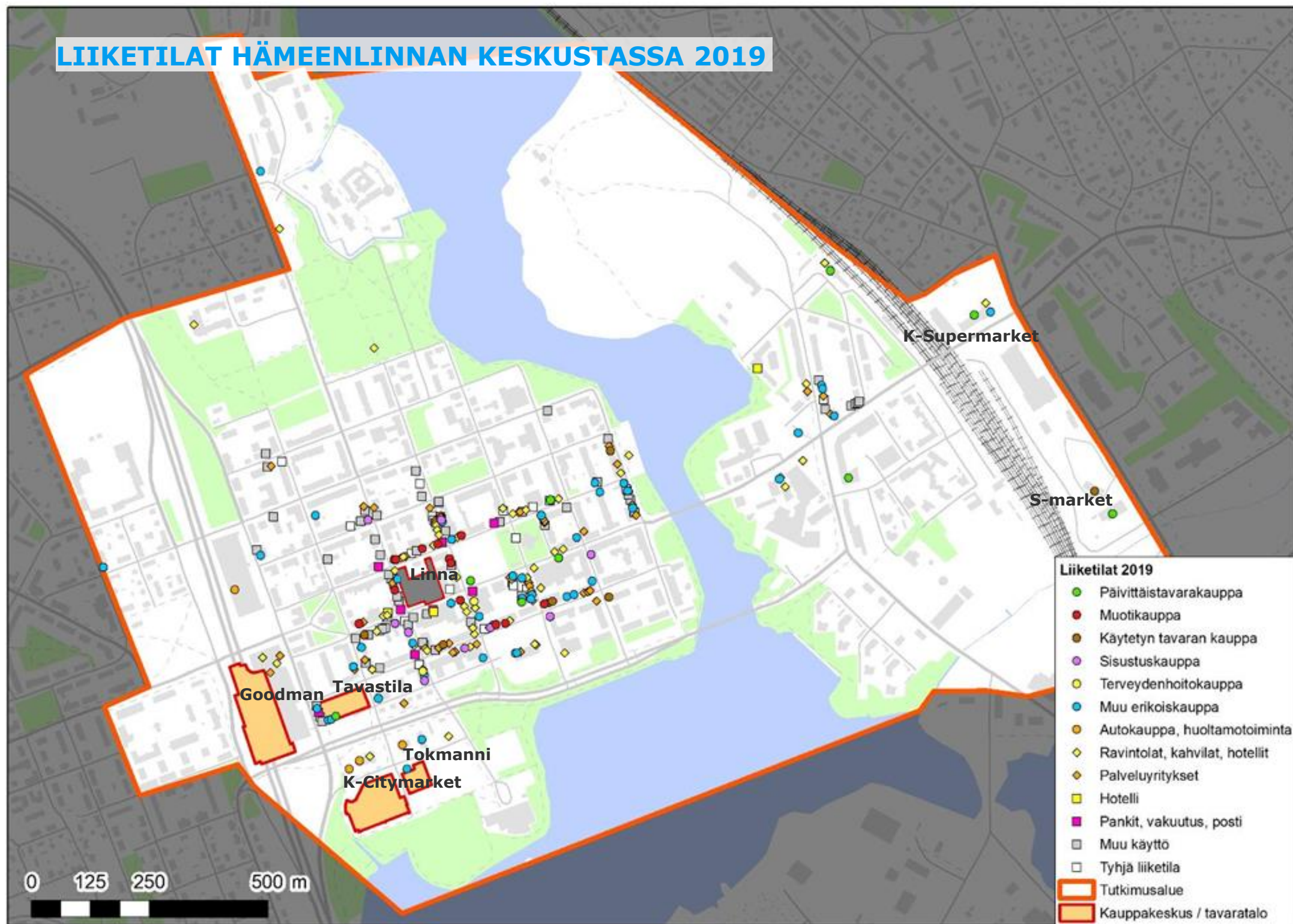
Seuraavilla sivuilla olevilla kartoilla on esitetty liiketilojen sijoittuminen keskusta-alueella. Intensiivisin liiketilavyöhyke jatkuu noin 1-2 korttelin etäisyydelle torista.

Liiketilat 2019, my-m<sup>2</sup>



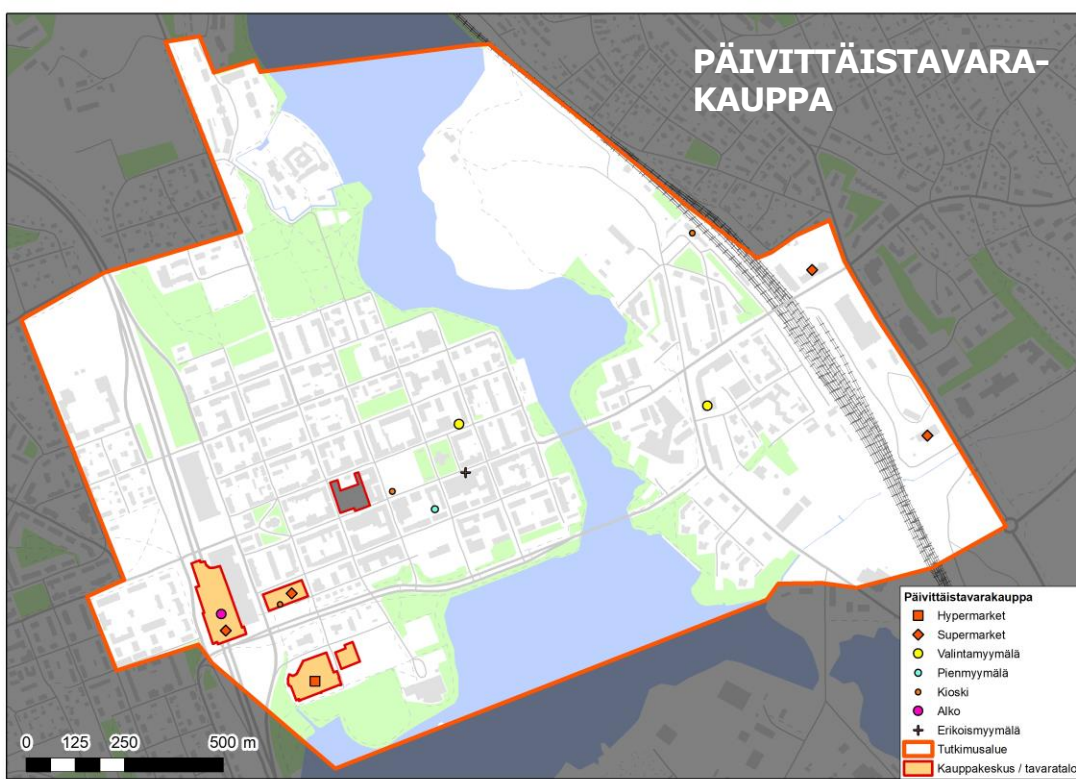


# LIIKETILAT HÄMEENLINNAN KESKUSTASSA 2019

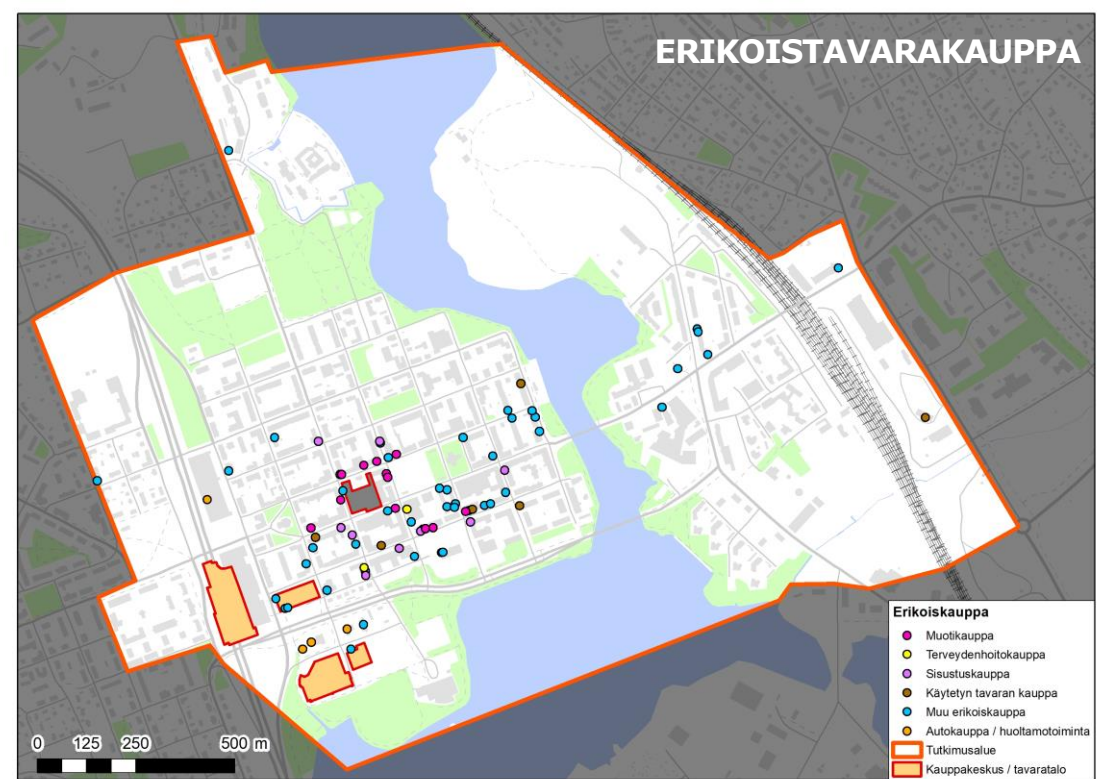




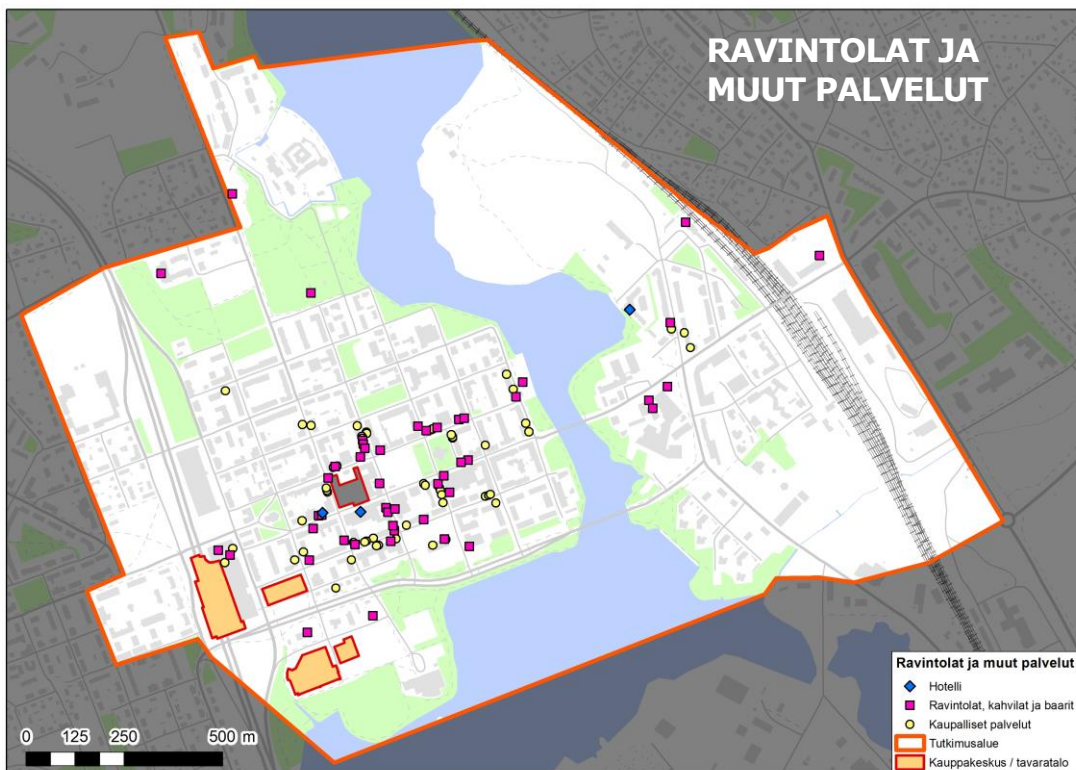
## PÄIVITTÄISTAVARA- KAUPPA



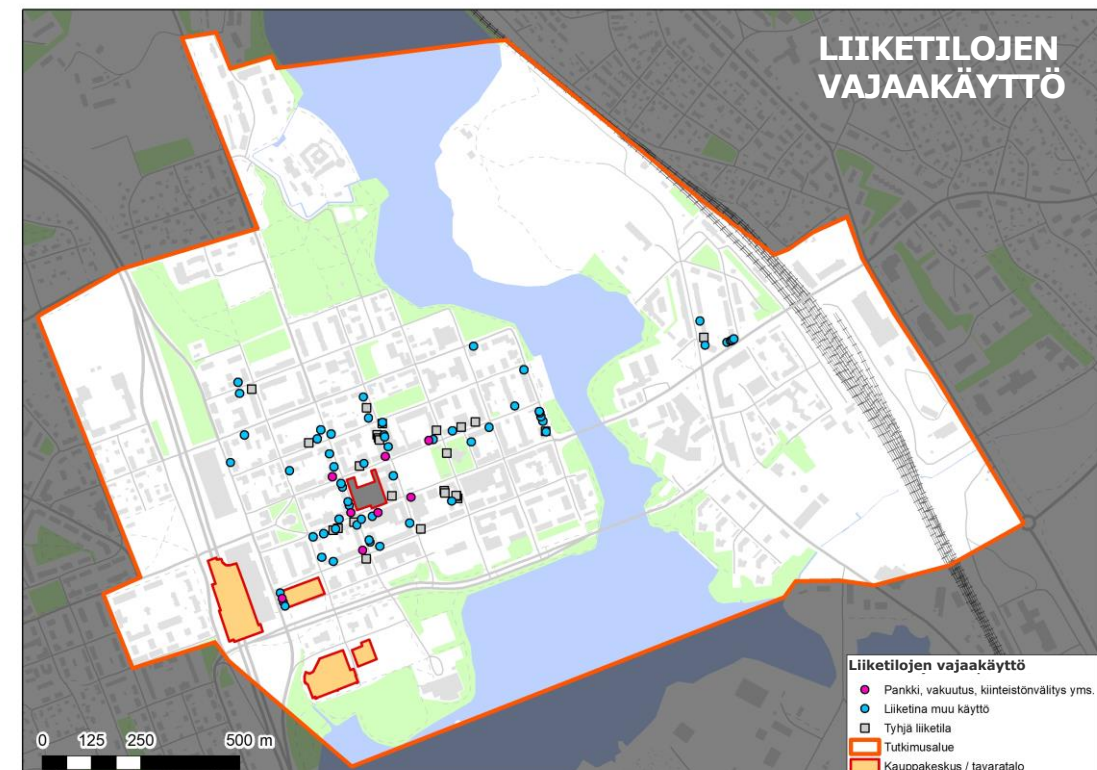
## ERIKOISTAVARAKAUPPA



## RAVINTOLAT JA MUUT PALVELUT



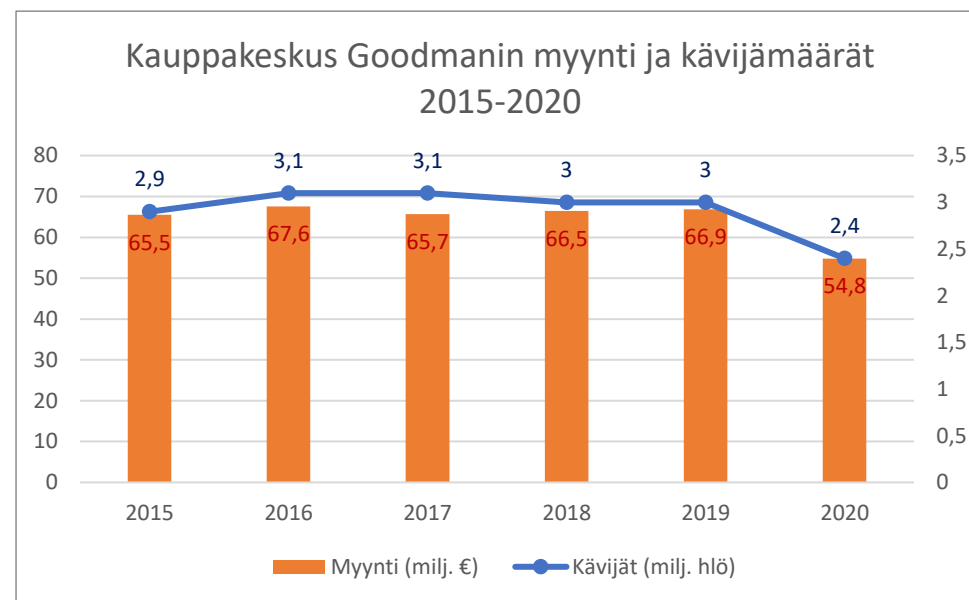
## LIIKETILOJEN VAJAAKÄYTTÖ



# KAUPPAKESKUS GOODMAN

Kauppakeskus Goodman on Hämeenlinnan merkittävin keskustahakuisen erikoiskaupan keskittymä. Kauppakeskus avattiin vuoden 2014 lopulla. Goodmanin vuokrattava kokonaispinta-ala (NLA) on noin 24 000 m<sup>2</sup>. Kauppakeskuksen kerrosalasta 46 % on muotikauppaa. Kauppakeskuksessa on lisäksi 600 katettua pysäköintipaikkaa.

Vuonna 2020 Goodmanissa kävi yhteensä noin 2,4 miljoonaa vierailijaa ja kauppakeskuksen myynti oli noin 54,8 miljoonaa euroa. Pandemiavuoden 2020 myynti oli noin 12 miljoonaa euroa pienempi kuin edellisen vuoden ja keskuksessa kävi noin 600 000 vierailijaa vähemmän. Verrokkikauppakeskuksissa on ollut havaittavissa samansuuntaista kehitystä sekä vierailijamäärissä että myynissä.



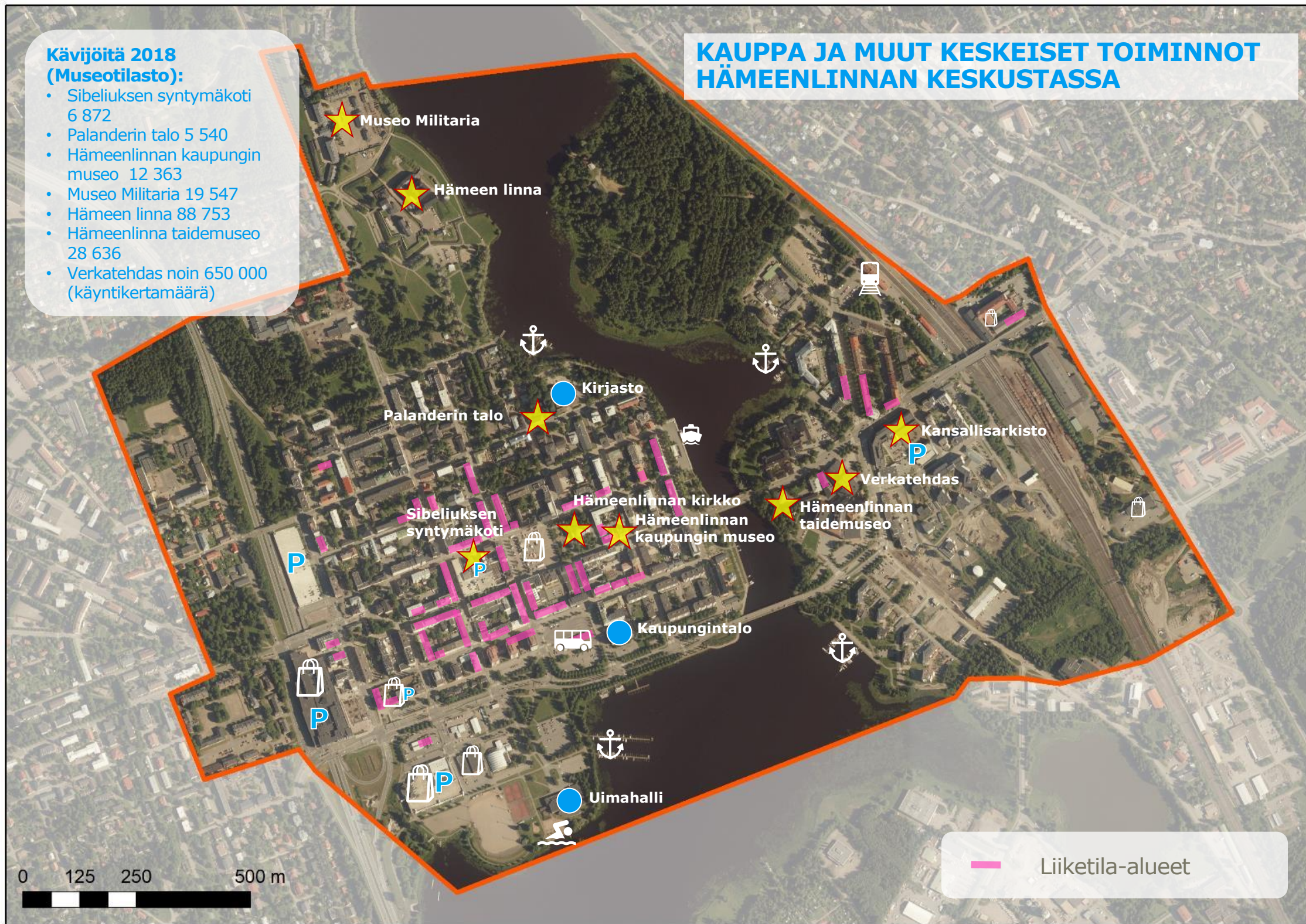
| Kauppakeskus  | Kaupunki     | NLA (m <sup>2</sup> ) | Kävijät (milj.) 2019 | Myynti (milj. €) 2019 | Myyntiteho, €/m <sup>2</sup> | Kävijät (milj.) 2020 | Myynti (milj. €) 2020 | Myyntiteho, €/m <sup>2</sup> | Muutos 2019-20 (kävijät, milj.) | Muutos 2019-20 (myynti, milj. €) |
|---------------|--------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------------------|----------------------|-----------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| Goodman       | Hämeenlinna  | 24 400                | 3                    | 66,9                  | 2 742                        | 2,4                  | 54,8                  | 2 246                        | -0,6                            | -12,1                            |
| Willa         | Hyvinkää     | 51 900                | 7,2                  | 198                   | 3 815                        | 7,1                  | 189                   | 3 642                        | -0,1                            | -9                               |
| Arabia        | Helsinki     | 13 300                | 3,1                  | 61,5                  | 4 624                        | 2,8                  | 66,7                  | 5 015                        | -0,3                            | 5,2                              |
| Columbus      | Helsinki     | 19 100                | 6,6                  | 89,3                  | 4 675                        | 5,7                  | 89,4                  | 4 681                        | -0,9                            | 0,1                              |
| Myyrmanni     | Vantaa       | 31 100                | 8,6                  | 152,2                 | 4 894                        | 7,2                  | 146,6                 | 4 714                        | -1,4                            | -5,6                             |
| Chydenia      | Kokkola      | 11 000                | 1,8                  | 27,3                  | 2 482                        | 2                    | 20                    | 1 818                        | 0,2                             | -7,3                             |
| Pasaati       | Kotka        | 21 100                | 3,4                  | 59,5                  | 2 820                        | 2,6                  | 49,4                  | 2 341                        | -0,8                            | -10,1                            |
| Trio          | Lahti        | 27 100                | 4,9                  | 48,8                  | 1 801                        | 3,4                  | 35,6                  | 1 314                        | -1,5                            | -13,2                            |
| IsoKristiina  | Lappeenranta | 28 900                | 4,5                  | 92,8                  | 3 211                        | 3,3                  | 78,4                  | 2 713                        | -1,2                            | -14,4                            |
| Stella        | Mikkeli      | 17 700                | 4                    | 60,2                  | 3 401                        | 3                    | 51,6                  | 2 915                        | -1                              | -8,6                             |
| Rewell Center | Vaasa        | 18 400                | 3,7                  | 56,5                  | 3 071                        | 2,6                  | 36,2                  | 1 967                        | -1,1                            | -20,3                            |



## Kävijöitä 2018 (Museotilasto):

- Sibeliuksen syntymäkoti 6 872
- Palanderin talo 5 540
- Hämeenlinnan kaupungin museo 12 363
- Museo Militaria 19 547
- Hämeen linna 88 753
- Hämeenlinna taidemuseo 28 636
- Verkatehdas noin 650 000 (käyntikertamäärä)

## KAUPPA JA MUUT KESKEISET TOIMINNOT HÄMEENLINNAN KESKUSTASSA



— Liiketila-alueet



# VÄHITTÄISKAUPAN LIIKEVAIHDON KEHITYS

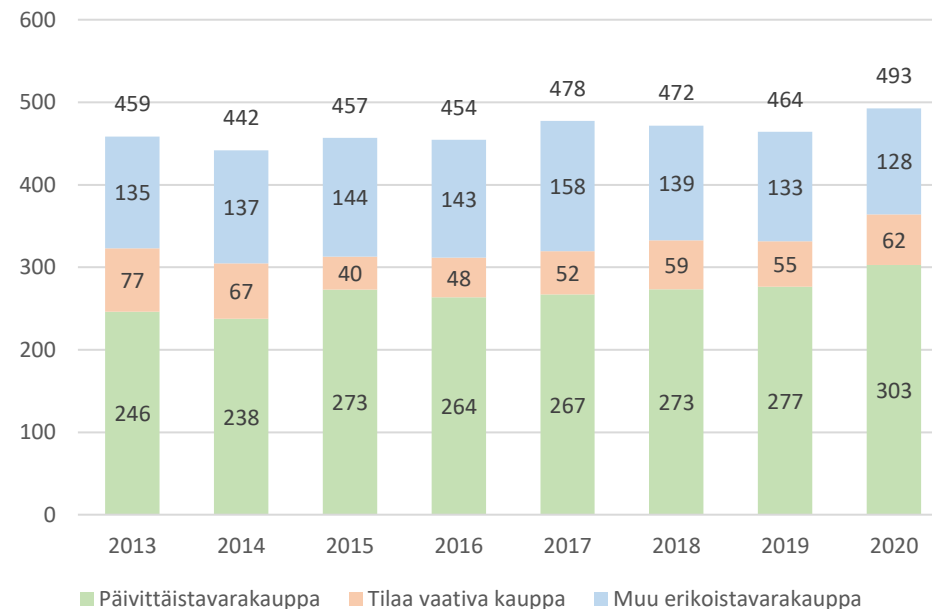
Oheisissa kaaviossa on havainnollistettu vähittäiskaupan liikevaihdon kehitystä Hämeenlinnassa vuosina 2013-2020.

Vähittäiskaupan liikevaihto oli vuonna 2020 yhteensä 493 miljoonaa euroa ja kasvua vuoteen 2013 nähden on ollut noin 34 miljoonaa euroa.

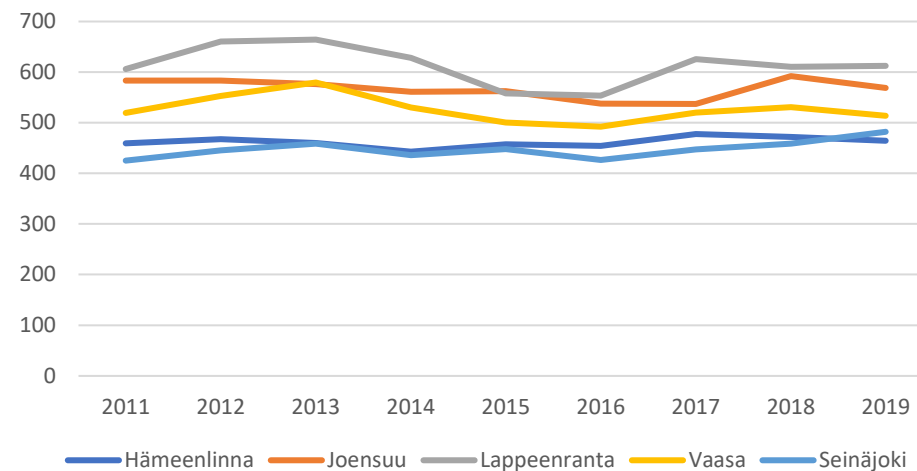
Liikevaihto on kasvanut päivittäistavarakaupassa 57 miljoonaa euroa. Keskustahakuisessa erikoistavarakaupassa liikevaihto on pienentynyt 7 miljoonaa euroa ja tilaa vaativassa kaupassa liikevaihto on puolestaan pienentynyt noin 15 miljoonaa euroa.

Vähittäiskaupan liikevaihto on kehittynyt suhteellisen tasaisesti verrattuna samankokoisiin kaupunkeihin Suomessa. Liikevaihtotilastoista ei ole erityisesti huomattavissa kauppakeskus Goodmanin avautumista vuoden 2014 lopulla.

Vähittäiskaupan liikevaihto 2013-2020 -  
Hämeenlinna, milj. €



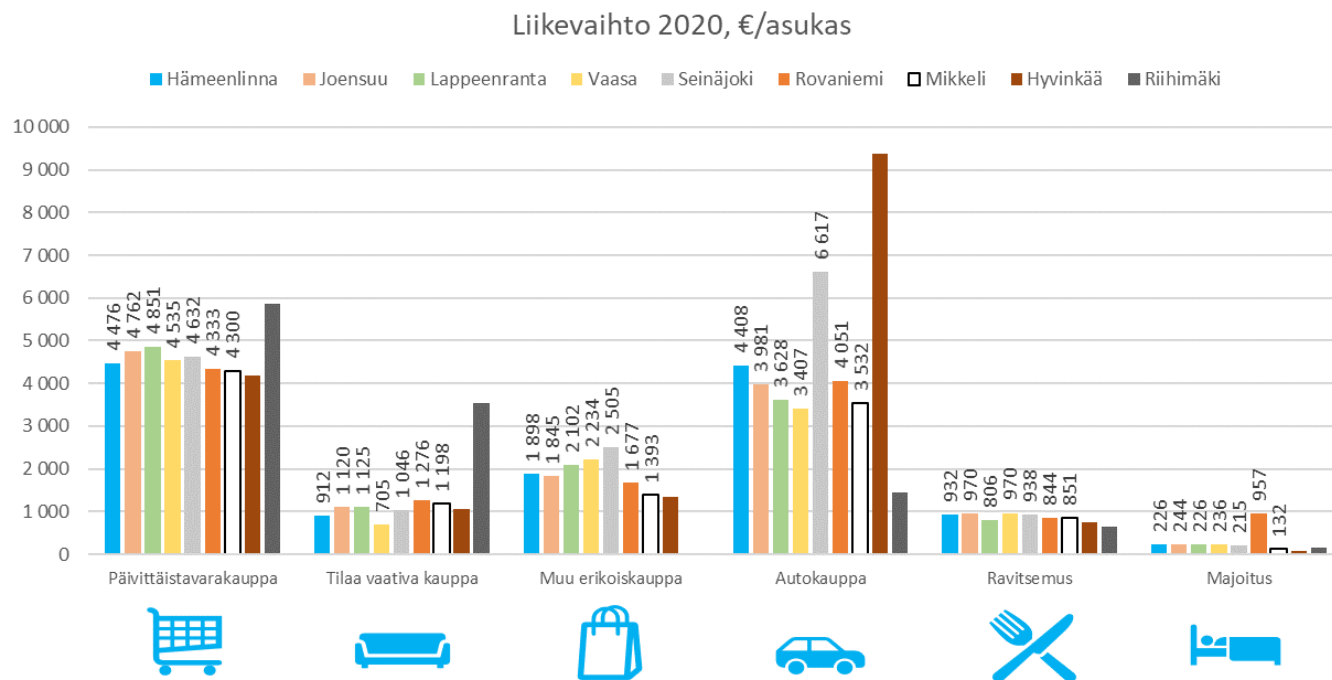
Vähittäiskaupan liikevaihto (milj. €)



# LIKEVAIHTO (€/ASUKAS)

Oheisessa kaaviossa on havainnollistettu vähittäiskaupan asukaslukuun suhteutettua liikevaihtoa vuonna 2020 toimialoittain Hämeenlinnassa ja muutamassa vertailukaupungissa

Hämeenlinnassa asukaslukuun suhteutettu vähittäiskauppa jää useimmissa palvelutyypeissä vertailukaupunkeja alemmalle tasolle. Poikkeuksena on autokauppa, jossa vain Seinäjoella ja Hyvinkäällä on suhteellisesti enemmän liikevaihtoa.





# LIIKETILAMARKKINAT

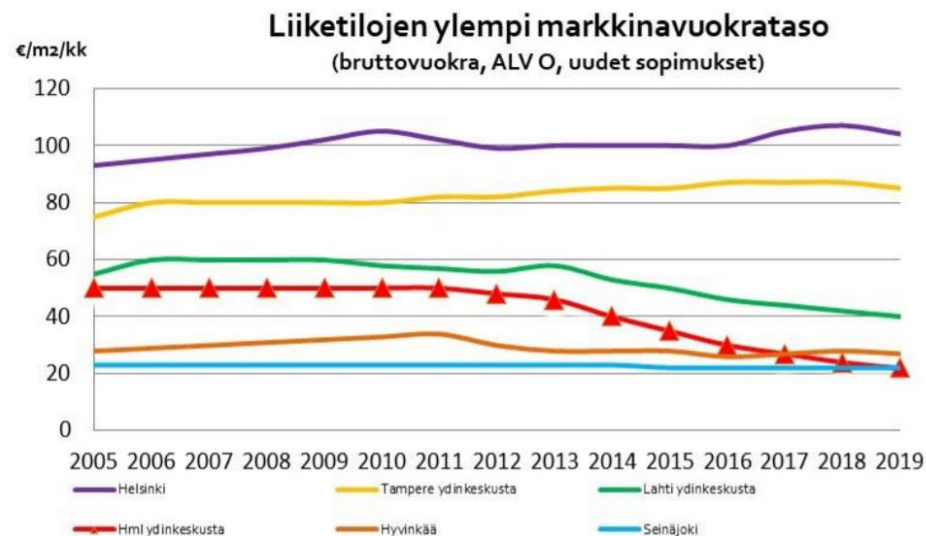
Kauppakeskus Goodmanin (avattu 2014) vaikutus Hämeenlinnan liiketilamarkkinoilla on jo useamman vuoden ajan näkynyt keskustan vuokratasoissa. Kauppakeskus on selvästi kaupungin vetovoimaisin erikoiskaupan keskittymä, minkä johdosta osa ydinkeskustan tiloista on tyhjentynyt ja tilakysyntä vähentynyt. Keskustan liiketilatarjonta ei myöskään vastaa kysyntää; tilat ovat vanhoja, hajanaisia ja liian suuria.

Ydinkeskustan liiketilojen vallitseva vuokrataso on melko matala ja vajaakäyttö kasvanut. Keväällä 2019 julkaistun toimitilamarkkina-katsauksen mukaan toimitilojen kysyntä on kaikissa tilatyypeissä valtaosin vuokrauskysyntää ja kohdistuu lähinnä pieniin tiloihin.

Liiketilojen markkinavuokrat (brutto, ALV 0) ovat keskustan parhaalla hyvin pienellä alueella pienissä liiketiloissa 15-25 €/m<sup>2</sup> /kk. Tämän alueen ulkopuolella markkinavuokrat ovat parhaimmillaan 10-15 €/m<sup>2</sup> /kk.

Laitakaupungilla liiketilojen markkinavuokrat ovat toimistojen vuokrien tasoa eli 7-12 €/m<sup>2</sup> /kk. Tiiriossa tilat ovat kooltaan pääosin varsin suuria ja vuokrat ovat 10-20 €/m<sup>2</sup> /kk ja painottuvat etupäässä haarukan alaosaan.

Hämeenlinnan ydinkeskustassa uusien sopimusten markkinavuokrataso on ollut selkeässä laskusuhdanteessa vuodesta 2012 alkaen, jona aikana vuokrataso on puolittunut.



# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN KAUPALLISEN YMPÄRISTÖN ANALYYSI





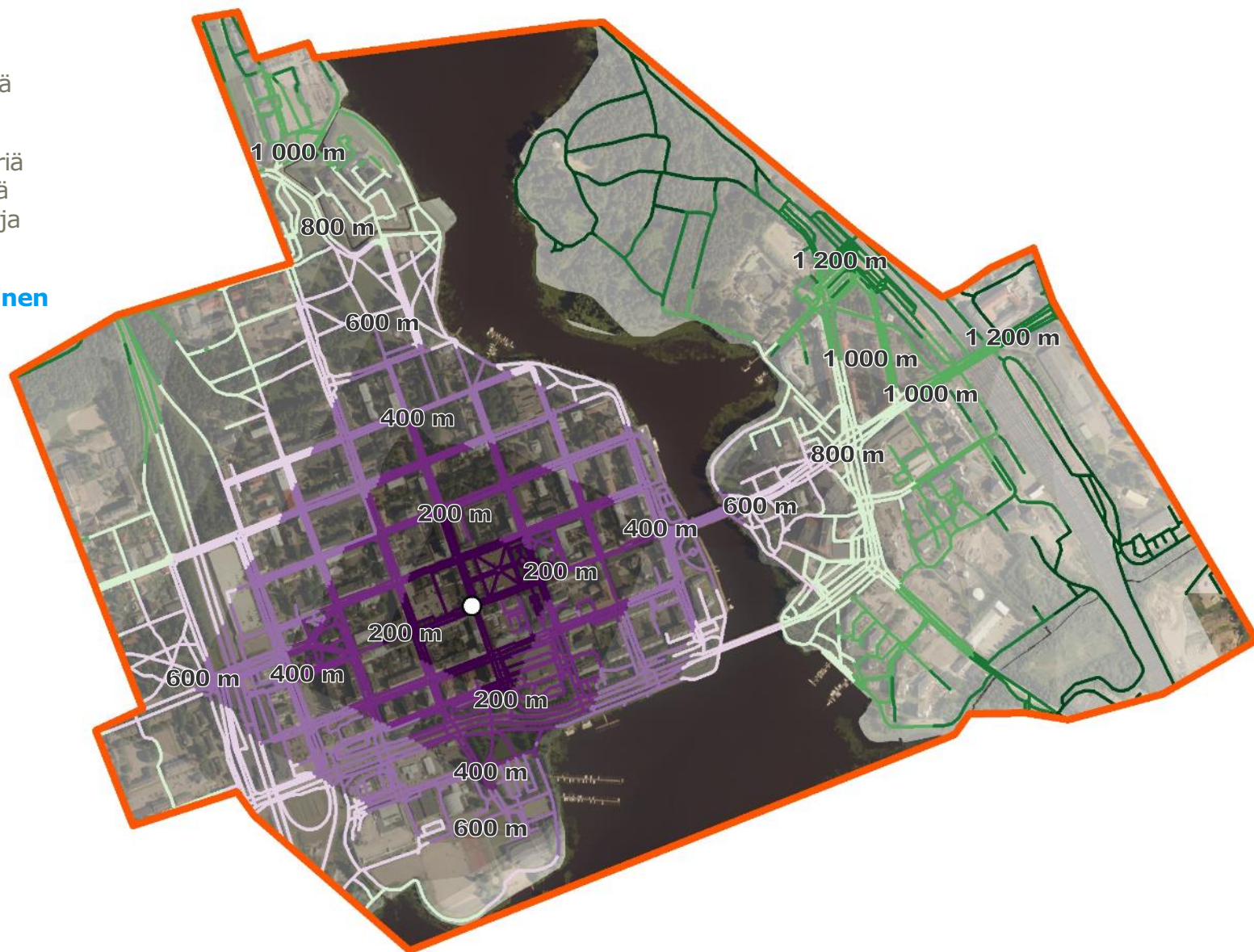
# ETÄISYYDET HÄMEENLINNAN KESKUSTA-ALUEELLA

Kartalla on havainnollistettu etäisyyksiä keskustassa.

Hämeenlinnan torilta on noin 400 metriä kauppakeskus Goodmaniin, 800 metriä linnalle, 1200 metriä rautatieasemalle ja 600 metriä Hämeensaareen.

**Goodmanin ja rautatieaseman välinen etäisyys on noin 1 600 metriä.**

Hämeenlinnan keskusta-  
ympäristö on tiivistä ja hyvin  
käveltävää; kaikki keskeiset  
paikat ovat helposti saavutettavissa.



# PERIAATTEITA KESKUSTAN KAUPALLISELLE KEHITTÄMISELLE

Suunniteltaessa viihtyisää, vetovoimaista ja kaupallisesti toimivaa rakennetta ensiarvoisen tärkeää on minimoida fyysinen ja koettu etäisyys. Tämä tulee huomioida myös esimerkiksi keskustojen kaupallisessa kehittämisessä ja asemakaavoituksessa.



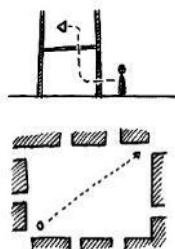
Etäisyys koetaan fyysisen välimatkan sekä psyykkisten, matka-aikaa hidastavien tai kulkemista haittaavien tekijöiden summana. Kaupallisessa keskustassa tämän kokonaisetäisyyden minimoiminen on ensiarvoisen tärkeää; palveluiden tulee sijaita tiiviisti toistensa läheisyydessä, jolloin niiden väliset matkat ovat lyhyitä ja kaupat koetaan helposti saavutettaviksi. **Vähittäiskaupan kannalta kriittisen etäisyyden on todettu olevan vain noin 10–25 metriä.** Tämä tarkoittaa sitä, että kauppojen välisen matkan ollessa yli 25 metriä muodostuu jo selvä este hakeutua seuraavaan, kaukaiseksi koettuun kohteeseen ja jatkaa näin kulkemista kaupunkirakenteessa. Kriittinen etäisyys ylittyy Suomessa useasti jo pelkästään kadun ylityksellä.



## **Epäviihtyisä kaupunkiympäristö ja erilaiset fyysiset esteet lisäävät myös etäisyyden tunnetta.**

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

**Palveluiden sijoittuminen vertikaalisesti useaan kerrokseen pidentää etäisyyden tunnetta moninkertaisesti verrattuna etäisyyden muutoksiin horisontaalisella tasolla:** yhden kerroksen nouseminen vastaa psyykkisesti noin 50 - 100 metrin etäisyyttä katutasolla.



**Vastaavasti myös 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.

**Seuraavalla sivulla on tunnistettu Hämeenlinnan keskusta-alueelta kaupallisesta näkökulmasta ongelmallisia ja/tai kehittämistä vaativia alueita.**



# ONGELMAKOHTIA HÄMEENLINNASSA



- Ylämäki
- Passiiviset julkisivut
- Kaupallisen kiintopisteen puuttuminen

- Vajaakäyttöinen / tyhjä kauppakeskus
- Lääkärikeskukset kaupallisesti "paraatipaikalla", kehitettävä osuus jää näiden taakse



- Tyhjän aukiotilan estevaikutus, kun torilla ei ole toimintaa

- Passiiviset julkisivut
- Heikko luontainen orientoituvuus risteyksissä

- Radan ylityksen estevaikutus ja katkos kaupunki-ympäristössä

- Katkos kaupunki-ympäristössä
- Käännettävissä positiiviseksi elävöittämistoimenpiteillä

- Nousut / heikko esteettömyys

- Aukiomaisuus
- Epäjatkuvuus
- Epämiellyttävä kävely-ympäristö
- Paasikiventien estevaikutus



- Kävelykadun passiiviset julkisivut ja liiketilarajat

0 125 250 500 m



Goodmanin ja torin välissä on tarvetta kaupunkitilan ja -ympäristön kehittämiseksi sekä selkeälle kaupunkikuvalliselle kiintopisteelle.



**KAUPPAKESKUS GOODMAN KÄVELYKADUN PÄÄSTÄ NÄHTYNÄ**





**PASSIIVINEN LIIKETILASARJA**





**KÄVELYKADULLA FYYSISET ESTEET, PITKÄT PASSIIVISET JULKISIVUT SEKÄ  
AJOITTAINEN HUOLTOLIIKENNE HUONONTAVAT ASIOINTIYMPÄRISTÖÄ JA  
KOETTUA SAAVUTETTAVUUTTA**

# PAIKKOJEN VERKOSTO ELÄVÄSSÄ KAUPUNKIKESKUSTASSA

**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 suunnistumahdollisuuksia ja kokee vaihtelua ennen väsymistään.

**Hämeenlinnan keskustassa kaupallisesta näkökulmasta keskeiset ydintoiminnot sijaitsevat pääsääntöisesti noin 400–800 metrin etäisyydellä torista. Keskustan rakenteen, kiinnostavuuden ja elävyyden näkökulmasta keskeistä on miettiä, minkälaisia kaupunkitilan paikkoja voidaan kehittää torin ympärille ja vastaavasti myös ns. ”välivyöhykkeelle” noin 150–250 metrin etäisyydelle torista.**



# PAIKKOJEN VERKOSTO HÄMEENLINNASSA





# KÄYTTÄJÄTARPEET ASIOINTI- JA KAUPUNKIYMPÄRISTÖSSÄ

Ihmisten tarpeita liittyen asiointi- ja kaupunkiympäristöön voidaan soveltaen tarkastella Maslow'n tarvehierarkian kautta. Tarvehierarkia on yleisesti tunnettu viitekehys, jonka mukaan hierarkian alaosan tarpeet tulee täyttää ennen kuin voidaan tavoitella hierarkian ylempiä osa-alueita. Sosiaaliset tarpeet, arvonto sekä itsensä toteutus ovat kuitenkin erittäin tärkeitä mietittäessä vetovoimaisia ja elämyksiä tuottavia kaupunki- ja asiointiympäristöjä.

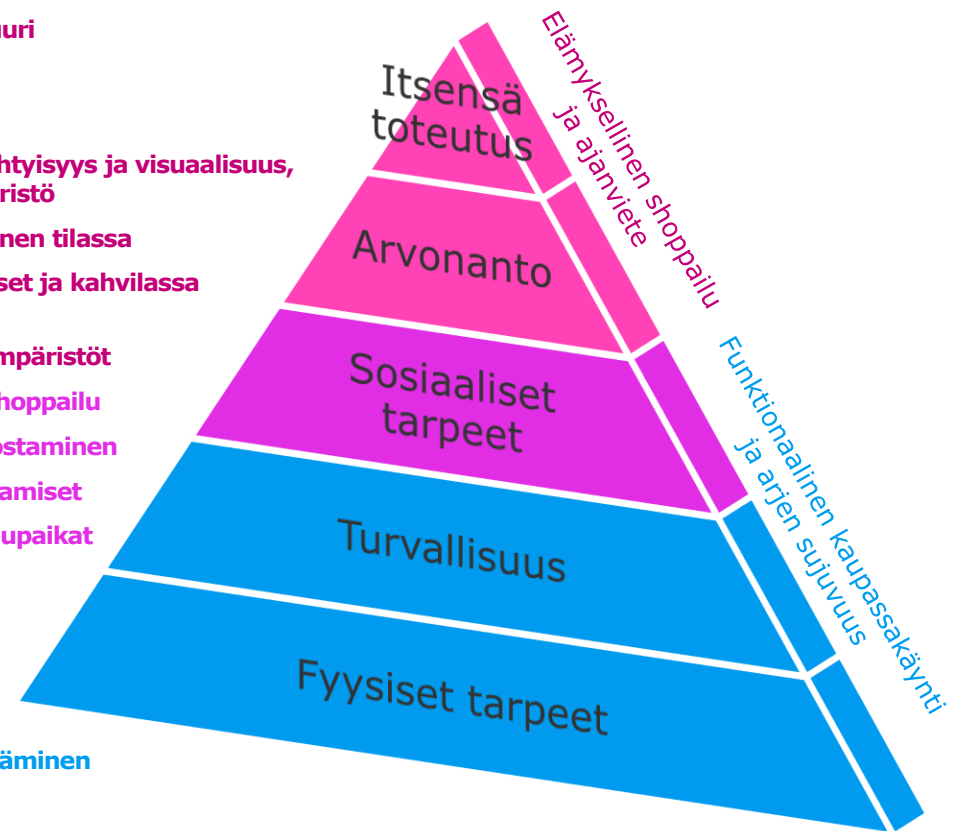
Oheisessa kuviossa on havainnollistettu tarvehierarkian osa-alueita sekä erilaisia esimerkkejä liittyen eri osa-alueisiin.

Kaupassakäynnin kannalta tarkastelu voidaan jakaa myös funktionaaliseen kaupassakäyntiin ja elämykselliseen shoppailuun. Funktionaalinen kaupassakäynti liittyy arjen sujuvuuteen ja normaaleihin arkirutiineihin, elämyksellinen shoppailu puolestaan ajanviettoon ja sosiaaliseen kanssakäymiseen.

Seuraavalla sivulla on kuvattu Hämeenlinnan keskustan eri alueita näistä näkökulmista; mihin tarpeisiin eri alueet kaupallisesti vastaavat?

## Esimerkkejä:

- **Ainutlaatuiset elämykset ja kokemukset**
- **Sosiaalisen median päivittäminen / "Instagram-kohteet"**
- **(Kaupunki)kulttuuri**
- **Tapahtumat**
- **Kohtaamispaikat**
- **Kaupunkitilan viihtyisyys ja visuaalisuus, rakennettu ympäristö**
- **Historian näkyminen tilassa**
- **Ravintolaelämykset ja kahvilassa istuminen**
- **Rannat ja viherympäristöt**
- **Elämyksellinen shoppailu**
- **Muistojen muodostaminen**
- **Sosiaaliset kohtaamiset**
- **Hengailu/oleskelupaikat**
- **Opastus**
- **Saavutettavuus**
- **Liikkuminen**
- **Esteettömyys**
- **Istuminen / lepääminen**
- **WC / lastenhoito**
- **Turvallinen asiointiympäristö**
- **Syöminen / juominen**
- **Arjen ostokset ja kaupassakäynti**
- **Suoja, lämpö**





# ERI ALUEIDEN ROOLIT HÄMEENLINNAN KESKUSTASSA

## Tiiriö ja Kauriala: Funktionaalinen

Arjen ja viikonlopun asiointit, suuret volyymit, erikoiskauppa ja tiva, hypermarketit, autokauppa, hyvä autosaavutettavuus ja helppo pysäköinti, sujuva asiointi

## Elämyksellinen:

Kulttuuri, historia, ympäristö, elämykset, tapahtumat, museot, ajanviete, matkailu, oppiminen

## Funktionaalinen

Matkapalvelut, ravintola-kahvila, lounas, pika-asiointi,

## Elämyksellinen:

rakennetun ympäristön elämykset, matkallelähtö

## Funktionaalinen:

Arjen asiointit, päivittäistavaraostokset, suuret volyymit, hyvät pysäköintimahdollisuudet

## Elämyksellinen:

Ravintolapalvelut, kivijalkakaupat, shoppailu, kaupunkikulttuuri, torielämä, sosiaaliset kohtaamiset, oleskelu, kaupunkitapahtumat, kaupunkikuva, katuelämä, terassit, yllätyksellisyys

## Funktionaalinen

Arjen lähipalvelut ja asiointi, lounastaminen

## Funktionaalinen:

Arjen erikoiskaupat ja palvelut, kahvilassa käynti, lounas, arjen sosiaaliset kohtaamiset

## Funktionaalinen:

Arjen ja viikonlopun kaupassakäynti, päivittäistavaraostokset, turvallinen asiointiympäristö, helppo pysäköinti, sujuva asiointi ja kattavat palvelut

## Elämyksellinen:

shoppailu, ravintoloissa ja kahviloissa käynti, sosiaaliset kohtaamiset, ajanviete

## Funktionaalinen

Matkapalvelut, ravintola-kahvila

## Funktionaalinen:

Arjen ja viikonlopun asiointit, päivittäistavaraostokset, suuret volyymit, pikaruokaravintolat, hyvät pysäköintimahdollisuudet, sujuva asiointi

## Elämyksellinen:

Kulttuuri, taide, viihde ja viihtyminen, vapaa-aika, ravintola, hengailu, kongressit, rakennetun ympäristön tuottamat elämykset, lisäarvopalvelut, luovien alojen toimijat ja palvelut

0 125 250 500 m



# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN KAUPAN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

## TIIVISTELMÄ: SWOT-ANALYYSI

### VAHVUUDET

- Tiivis ruutukaavakeskusta ja selkeät kaupunkiakselit
- Sekoittuneet toiminnot ja rakenne
- Arvokas ja kiinnostava kaupunkikuva, idyllisiä rakennuksia
- Kesällä vilkas torielämä
- Kävelykatu

### MAHDOLLISUUDET

- Ydinkeskustan kehitystä tukevat hankkeet ja väestönkasvu
- Keskustassa mm. korttelin 1 kokonaisuudella iso kehittämispotentiaali
- Keskustan parempi saavutettavuus autolla
- Omaleimaisen profiilin löytäminen ydinkeskustalle
- Asemanseudun kehittäminen ja tiivistäminen (ml. Viipurintien ympäristö)
- Omaleimaisen historian ja nähtävyyksien hyödyntäminen matkailutoiminnassa
- Tapahtumat ja tapahtumien tuomien vierailijoiden ohjaaminen hyödyntämään keskustan palveluita
- Vesiliikenteen kehittäminen ja satamapalvelut

### HEIKKOUEDET

- Ankkuritoiminnon puuttuminen ydinkeskustasta (pl. tori)
- Kylmät julkisivut, tyhjät liiketilat ja katkokset toiminnallisessa rakenteessa
- Keskustan korkeuserot, nousu laidoilta ytimeen
- Ydin- ja ankkuritoimintojen sijoittuminen n. 400-800 metrin päästä ytimestä sijaitsevalle vyöhykkeelle

### UHAT

- Kaupan kehityshankkeiden painottuminen ydinkeskustan ulkopuolelle
- Verkkokaupan vaikutus kauppaan; suurten ankkureiden löytyminen haastavaa
- Kiinteistönomistajien tuotto-odotukset uusista liiketiloista; pystytäänkö keskustaa kehittämään nykyisillä tuotto-odotuksilla?
- Toimintojen (yksityiset + julkiset) painottuminen yhä vahvemmin ydinkeskustan ulkopuolelle (yli 400 m torista)



# KESKUSTAN KAUPALLINEN KONSEPTI SKENAARIOT

# VÄHITTÄISKAUPAN LASKENNALLINEN TILANTARVE

Kanta-Hämeen maakuntakaavan taustaksi laaditussa kaupan palveluverkkoselvityksessä on arvioitu Hämeenlinnan keskustan lisämitoitustarpeeksi noin 104 500 k-m<sup>2</sup> vuoteen 2040 mennessä. Mitoitus perustuu koko Hämeenlinnan kaupungin laskennalliseen lisätilantarpeeseen (192 600 k-m<sup>2</sup>), joka on toimialoittain suunnattu keskustaan ja muille alueille. Arvioitua mitoitusta voidaan pitää suurena, sillä se vastaa yli kolmen Goodmanin verran uutta liiketilaa. Toteutuessaan tämä kerrosala merkitsisi huomattavaa liiketilan ylitarjontaa keskustan alueella. Toisaalta noin 100 000 k-m<sup>2</sup>:n sijoittaminen keskustan alueelle olisi fyysisesti hyvin haastavaa ja tilojen täyttymisen kannalta epävarmaa.

Oheisessa taulukossa on havainnollistettu ostovoimaan perustuvaa vähittäiskaupan laskennallista tilantarvetta vuosille 2019-2025-2035. Tilantarvelaskelman oletukset ovat samat kuin Kanta-Hämeen maakuntakaavan mitoituksessa. Keskustavision alueella tilantarve perustuu tavoitteelliseen väestönkasvuun noin +4 000 henkilöä.

Ydinvaikutusalueella (keskustavision) paikalliseen kysyntään perustuva liiketilantarve kasvaa päivittäistavarakaupassa noin 5 000 k-m<sup>2</sup> ja keskustahakuisessa erikoistavarakaupassa noin 6 000 k-m<sup>2</sup>. Lisäksi kaupallisten palveluiden (ml. ravintolat) tilantarve kasvaa noin 7 000 k-m<sup>2</sup>. Tiva-kaupassa laskennallinen tilantarpeen kasvu on 5 000 k-m<sup>2</sup>, mutta käytännössä tiva-kaupasta suurin osa toteutuu muualla kuin keskusta-alueella.

Laskennallisesti keskustavision alueella pelkkä asukasluvun kasvu (+ 4 000 asukasta) ilman kulutuksen kasvua synnyttäisi päivittäistavarakaupan, keskustahakuisen erikoistavarakaupan sekä kaupallisten palveluiden laskennallista lisätilantarvetta vuoteen 2035 mennessä yhteensä noin 14 000 k-m<sup>2</sup>, mikäli kaikki lisätarve toteutuisi visioalueella. Huomioitavaa on kuitenkin se, että vuonna 2035 Hämeenlinnan keskustan asukkaiden muodostama päivittäistavarakauppa, keskustahakuisen erikoiskaupan ja kaupallisten palveluiden laskennallinen tilantarve on yhteensä noin 33 000 k-m<sup>2</sup>, kun jo nykyisin keskustassa on liiketiloja noin 100 000 k-m<sup>2</sup>. Hämeenlinnan keskusta palvelee luonnollisestikin kaupallisesti myös muita kuin keskustassa asuvia.

|                                       | Päivittäistavarakaupan tilantarve, |               |               | Muutos 2019-2035 |      |
|---------------------------------------|------------------------------------|---------------|---------------|------------------|------|
|                                       | 2019                               | 2025          | 2035          | k-m <sup>2</sup> | %    |
| Ydinvaikutusalue (keskustavision)     | 7 300                              | 9 600         | 12 300        | 5 000            | 68 % |
| Muu Hämeenlinna                       | 60 000                             | 60 200        | 60 900        | 900              | 1 %  |
| Muu vaikutusalue (Hämeenlinnan seutu) | 25 700                             | 25 400        | 25 200        | -500             | -2 % |
| <b>Yhteensä vaikutusalue</b>          | <b>93 000</b>                      | <b>95 200</b> | <b>98 400</b> | 5 400            | 6 %  |

|                                       | Tiva-kaupan tilantarve, |               |               | Muutos 2019-2035 |      |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------|---------------|------------------|------|
|                                       | 2019                    | 2025          | 2035          | k-m <sup>2</sup> | %    |
| Ydinvaikutusalue (keskustavision)     | 5 900                   | 7 900         | 10 400        | 4 500            | 76 % |
| Muu Hämeenlinna                       | 48 500                  | 49 600        | 51 700        | 3 200            | 7 %  |
| Muu vaikutusalue (Hämeenlinnan seutu) | 20 800                  | 20 900        | 21 400        | 600              | 3 %  |
| <b>Yhteensä vaikutusalue</b>          | <b>75 200</b>           | <b>78 400</b> | <b>83 500</b> | 8 300            | 11 % |

|                                       | Keskustahakuisen erikoiskaupan tilantarve, |               |                | Muutos 2019-2035 |      |
|---------------------------------------|--------------------------------------------|---------------|----------------|------------------|------|
|                                       | 2019                                       | 2025          | 2035           | k-m <sup>2</sup> | %    |
| Ydinvaikutusalue (keskustavision)     | 7 400                                      | 9 900         | 13 300         | 5 900            | 80 % |
| Muu Hämeenlinna                       | 60 300                                     | 62 400        | 66 300         | 6 000            | 10 % |
| Muu vaikutusalue (Hämeenlinnan seutu) | 25 800                                     | 26 300        | 27 400         | 1 600            | 6 %  |
| <b>Yhteensä vaikutusalue</b>          | <b>93 500</b>                              | <b>98 600</b> | <b>107 000</b> | 13 500           | 14 % |

|                                       | Kaupallisten palveluiden tilantarve, |               |               | Muutos 2019-2035 |      |
|---------------------------------------|--------------------------------------|---------------|---------------|------------------|------|
|                                       | 2019                                 | 2025          | 2035          | k-m <sup>2</sup> | %    |
| Ydinvaikutusalue (keskustavision)     | 4 100                                | 5 500         | 7 200         | 3 100            | 76 % |
| Muu Hämeenlinna                       | 33 800                               | 34 400        | 35 800        | 2 000            | 6 %  |
| Muu vaikutusalue (Hämeenlinnan seutu) | 14 500                               | 14 500        | 14 800        | 300              | 2 %  |
| <b>Yhteensä vaikutusalue</b>          | <b>52 400</b>                        | <b>54 400</b> | <b>57 800</b> | 5 400            | 10 % |



# VÄHITTÄISKAUPAN LASKENNALLINEN TILANTARVE: ARVIO HÄMEENLINNAN KESKUSTAN OSALTA

Hämeenlinnan keskusta-alue on seudullinen vähittäiskaupan keskus, johon virtaa ostovoimaa myös keskustan ulkopuolelta. Laskennallisesti vähittäiskaupan volyymin kasvattamiselle keskustassa on selkeästi potentiaalia; laskennallisen tilantarpeen ohella kaupan mitoituksen toteutumiseen vaikuttaa kuitenkin hyvien kauppapaikkojen ja vetovoimaisten ankkuritoimintojen löytyminen.

Liiketilojen mitoituksen näkökulmasta on huomioitava muutamia seikkoja:

1. Keskustamaisissa ympäristöissä liiketilojen mittavaa lisärakentamista rajoittaa olemassa oleva tiivis kaupunkirakenne, johon on vaikeaa sovittaa vähittäiskaupan toimintoja sekä tarvittavaa määrää pysäköintiä.
2. Hämeenlinnan keskustan jo olemassa olevat tyhjät liiketilat. Tyhjien liiketilojen taustalla on osittain niiden soveltumattomuus nykyisiin kaupan tarpeisiin (esim. kauppakeskus Linna), mutta tyhjiä liiketiloja on myös Goodmanissa. Liiketilojen kysyntää ei voi täysin määritellä hetkellisen tilanteen perusteella, mutta nykyinen markkinatilanne osoittaa, ettei nykyisiäkään liiketiloja saada täytettyä.
3. Erikoiskaupan rakenne on suuressa muutoksessa kulutuskäyttäytymisen muuttumisen sekä verkkokaupan vuoksi. Tämän vaikutukset ovat nähtävillä niin suomalaisissa kuin ulkomaisissakin kaupunkikeskustoissa. Erikoiskaupan tilat ovat yhä mittavammin siirtymässä palveluiden käyttöön (ravintolat, liikuntapalvelut, hyvinvointi).

Keskustan elinvoimaisuuden näkökulmasta liiketilojen kokonaisvolyymin merkittävän kasvattamisen sijaan tulisi keskittyä siihen, että liiketilat vastaavat toimijoiden tarpeisiin sekä sijaitsevat niin, että ne muodostavat vetovoimaisia ja monipuolisia keskittymiä niin alueen asukkaille kuin muillekin Hämeenlinnan keskustassa asioiville.

# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN ERILAISET ASIAKASRYHMÄT SEKÄ KÄYTTÄJÄTARPEET

Hämeenlinnan keskusta kohdistuu erilaisia asiointi- ja käyttäjätarpeita. Seuraavassa on koottuna keskeisiä käyttäjäryhmiä ja heidän tarpeitaan.

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>Keskusta-alueen asukkaat:</b><br>Arjen asiointi ja palvelut, palveluiden saavutettavuus ja esteettömyys, turvallisuus, hyvät liikenne- ja liikkumisyhteydet, palveluiden monipuolisuus, vapaa-ajanviettopaikat, kohtaamispaikat, julkiset palvelut, kulttuuritarjonta              |
|    | <b>Muut Hämeenlinnan keskustassa asioivat</b><br>Palvelujen monipuolisuus, keskustan helppo saavutettavuus, pysäköintimahdollisuudet, joukkoliikenneyhteydet, vapaa-ajanviettomahdollisuudet, oleskelupaikat, elämykset, tapahtumat, kulttuuritarjonta, kaupunkiympäristö             |
|    | <b>Alueella työssäkäyvät (ml. työasiointi ja -matkat)</b><br>Helppo saavutettavuus, ravintola- ja kahvilatarjonta, palvelujen monipuolisuus, pysäköintimahdollisuudet, hotellitarjonta, co-working- ja kokoustilat, julkisen liikenteen yhteydet (juna), kulttuuritarjonta            |
|   | <b>Vapaa-ajanmatkailijat</b><br>Nähtävyydet, kulttuuritarjonta, ravintola- ja kahvilatarjonta, kaupat, elämykset, kaupunkiympäristö, jalankulkuympäristö, pysäköintimahdollisuudet, junayhteydet, monipuoliset palvelut, hyvä hotellitarjonta, virkistysalueet, illanvietto, liikunta |
|  | <b>Tapahtumakävijät</b><br>Tapahtuma-alueiden saavutettavuus, pysäköintimahdollisuudet, julkisen liikenteen yhteydet, monipuolinen ravintolatarjonta, baarit, illanviettomahdollisuudet, elämykset, majoitus, ajanviettopaikat, opastus                                               |



## KESKUSTAN KAUPALLISTEN JA TOIMINNALLISTEN SKENAARIOIDEN LÄHTÖKOHDAT

Selvityksessä on laadittu kaksi vaihtoehtoa Hämeenlinnan keskusta-alueen kaupallisen ja toiminnallisen kehittämisen näkökulmasta. Skenaariot ovat tarkoituksella toisistaan poikkeavat. Lopullinen tavoitteellinen kaupan ratkaisu voi olla esimerkiksi skenaarioiden eri osien yhdistelmä.

Skenaarioiden lähtökohtana on ollut muodostaa Hämeenlinnan keskustalle houkutteleva ja omaleimainen konsepti, jossa keskustan kokonaisvetovoima muodostuu keskustan eri alueiden synergian kautta.

Skenaariovaihtoehtoista on kuvattu ratkaisun pääperiaatteet, kaupan sijoittuminen ja volyymi sekä eri alueiden kaupalliset roolit. Lisäksi vaihtoehtoista on analysoitu keskeisimmät vaikutukset.

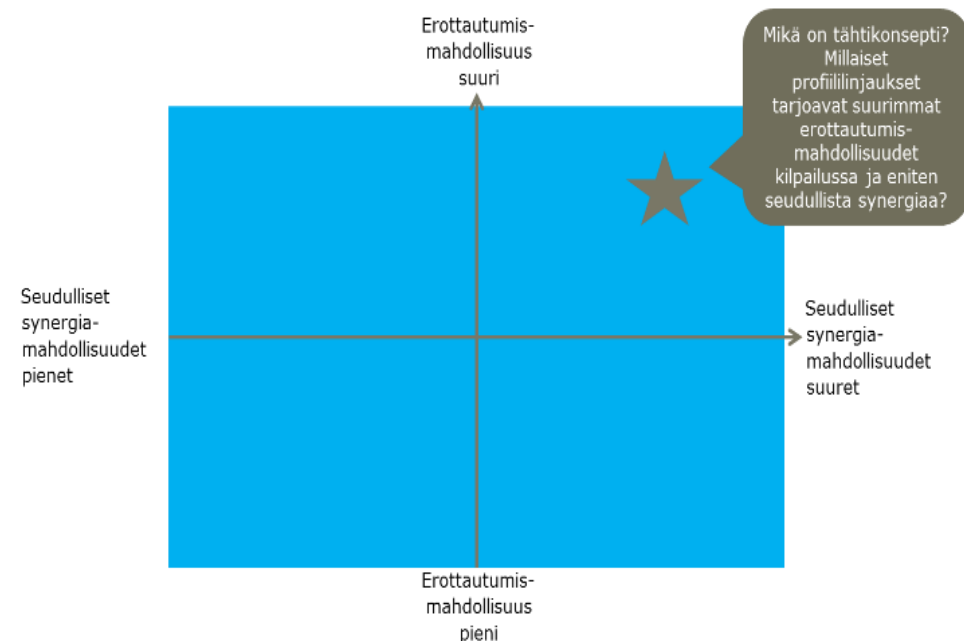


# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN ROOLI JA KAUPALLINEN KONSEPTI

Hämeenlinnan ydinkeskustan (tori + ympäröivät korttelit) kaupallista ja toiminnallista konseptia on lähdeittävä kehittämään olemassa olevan päälle. Kokonaiskonsepti ja toiminnallinen rakenne lähtee toteutumaan olemassa olevia hyviä asioita korostamalla ja heikkoja osa-alueita lieventämällä sekä kehittämällä. Tavoitteena on synnyttää Hämeenlinnan ydinkeskustasta alue, joka on erottuva ja joka synnyttää synergiamahdollisuuksia Hämeenlinnan muihin kaupan alueisiin. Synergiamahdollisuudet syntyvät sekä fyysisiä yhteyksiä ja välejä kehittämällä että onnistuneiden toiminnallisten profiloitien ja roolinmääritysten kautta.

Suhteessa muihin kaupan alueisiin, Hämeenlinnan ydinkeskustan profiloinnissa ja konseptoinnissa keskeistä on synnyttää erityisesti elämyksiä ja kokemuksia. Mahdollisia teemoja voisivat olla esimerkiksi seuraavat:

- Lähiruokaelämykset ja paikallisyrittäjyys, kauppahalli tai toripaviljonki
- Hyvän palvelutason supermarketmyymälä
- Pienet putiikit, design- ja erikoismyymälät, harrastajien kaupat, erikoistunut tarjonta (esim. antiikki, keräilyesineet, kiertotalous)
- Verkkokaupan showroom-toiminnot
- Pop up- ja tilapäistoiminnot
- Kauppojen ja ravintoloiden avautuminen katutilaan, kaupunkiympäristön viihtyisyys ja kaupunkikulttuurin hyödyntäminen kaupallisesti vetovoimatekijänä
- Kaupunkikulttuurin edistäminen ja torin aktivointi ympärivuotisesti esimerkiksi tapahtumien avulla ja tapahtumien vuosikellon muodostaminen





# KESKUSTAN KAUPALLINEN KONSEPTI: TAVOITTEELLINEN RATKAISU



**KEHITTYÄÄKSEEN HÄMEENLINNAN YDINKESKUSTA TARVITSEE VAHVAN ANKKURITOIMINNON, JONKA SIJOITTUMINEN MAHDOLLISTETAAN KEHITTÄMÄLLÄ KESKUSTAN SAAVUTETTAVUUTTA KAIKILLA KULKUMUODOILLA**



# TAVOITTEELLINEN KONSEPTI

Hämeenlinnan keskustan tavoitteellinen kaupan konsepti on muodostettu edellä esitettyjen vaihtoehtojen pohjalta. Tavoitteellinen konsepti ja mitoitus on esitetty karkealla tasolla ja niin, että kaavoitukseen jätetään liikkumavaraa. Käytännössä alueiden toteutuminen riippuu kuitenkin vahvasti sekä kaavoituksen luomista mahdollisuuksista että erityisesti kaupallisten toimijoiden ja kiinteistönomistajien päätöksistä.

Tavoitteellisessa konseptissa **Hämeenlinnan keskusta profiloituu erityisesti elämyksellisenä kauppapaikkana, jossa toteutetaan monipuolisia ja sekoittuneita ympäristöjä. Keskustan pysäköintiratkaisujen tehostaminen luo osaltaan edellytyksiä keskustan kiinteistöjen kehittämiseksi sekä liiketilojen uudistamiselle keskusta-alueella. Keskustaan tullaan tulevaisuudessa ennen kaikkea viettämään aikaa, minkä vuoksi ravintola- ja kahvilapalvelut, liikuntapalvelut sekä muut vapaa-ajanviettopaikat (kaupalliset ja ei-kaupalliset) ovat keskeisessä asemassa keskustan tarjonnassa.** Keskustan tärkein vetovoimatekijä on idyllisen ja tiiviin kaupunkirakenteen luomat mahdollisuudet synnyttää mielenkiintoista ja alati vaihtuvaa kaupunkielämää ja -tapahtumaa.

**Kaupallisen ytimen muodostaa ensivaiheessa torin, Goodmanin ja Hämeensaaren muodostama kolmio**, jonka välisiä yhteyksiä kehitetään ja joita profiloidaan toisistaan erilaisiksi niin, että alueiden välille muodostuu synergiahyötyjä. Goodman on tulevaisuudessakin Hämeenlinnan tärkein keskustahakuisen erikoiskaupan keskittymä. Hämeensaareessa korostuu hypermarkettarjonta ja sen ympärilleen muodostama liikuntapalvelutarjonta ja muut kaupalliset toiminnot. Ydinkeskustan ja torin kaupallisena ankkuritoimintona puolestaan ovat ruokatarjontaan keskittyvät kokonaisuudet.

Tulevaisuudessa **Hämeenlinnan radanvarsistatusta korostetaan kehittämällä asemanseudun ympäristöä** ja yhdistämällä radan itäpuolen hajanaiset päivittäistavarakaupan toiminnot houkuttelevaksi kokonaisuudeksi. Keskuksen yhteyteen syntyy myös erikoiskaupan sekä kaupallisten palveluiden tarjontaa erityisesti alueen asukkaille sekä aseman käyttäjille. Alueella on mahdollista kehittää myös mm. toimisto- ja co-working -tiloja sekä majoitusta.

Tavoitteellisen konseptin **toteutumisen edellytyksenä on keskustan hyvä saavutettavuus kaikilla kulkumuodoilla sekä keskustan sisäisten kävely-yhteyksien ja ympäristöjen miellyttävyyteen panostaminen.** Keskeisten solmukohtien (pysäköinti, linja-autoasema, rautatieasema) kytkeytymistä kaupunkitilaan ja kaupalliseen ympäristöön tulee edistää ja kehittää. Keskustan kaupallista kehittymistä tukee myös muun maankäytön tiivistäminen, erityisesti asumisen ja työpaikkojen lisääminen keskusta-alueella; nämä toiminnot tuovat kaupalle ja kaupallisille palveluille (ravintolat, kahvilat, kauneuden- ja terveyshoito yms.) tärkeää lähikysyntää. Sekoittunut ympäristö varmistaa myös sen, että kaupallisiin palveluihin kohdistuu kysyntää tasaisesti koko päivän ajan.



**Esitetty vain kehitettävien  
liiketilojen k-m<sup>2</sup>, lisäksi  
kadunvarsien kivijalkaliiketilaja**

**Uutta / uudistuvaa liiketilaa  
enimmillään noin 14 000-23 000  
k-m<sup>2</sup>**

**Lisäksi korkeatasoinen hotelli  
n. 7 000 k-m<sup>2</sup>**

**Kortteli 1 (Ruusukortteli)  
5 000 k-m<sup>2</sup>**

Liiketilaa pääosin 1. kerroksessa.  
Design- ja pop up -myymälöitä,  
ravintola- ja elämystoimintaa,  
liikuntapalveluita.

Liiketilojen avautuminen kävelykadulle  
ja katutilaan. Co-working tiloja ja/tai  
toimistotilaa 2. kerroksessa.

**Kauppakeskus Tavastila  
6 000 k-m<sup>2</sup>**

Pt-myymälä,  
erikoiskauppoja, arjen  
palveluita, kahvila- ja  
ravintolatarjontaa.

**Torikauppa ja -paviljonki  
500 k-m<sup>2</sup>**

Toripaviljonki, pientuottajien food  
court, terassi, avautuminen torille,  
julkiset palvelut.

**Arjen lähipalveluiden ja  
asemapalveluiden kehittäminen**

Liikkumisen ja arjen palveluita

**Asumisen ja työpaikkojen  
kehittämisyöhyke  
1 000 - 5 000 k-m<sup>2</sup>**

Nykyinen ja uusi kerrosala yhteensä. Nykyiset myymälät  
siirtyvät "saman katon alle".

Lähipalvelut: lähikauppoja, kaupallisia  
palveluita, liikuntapalveluita, kahvila-  
ravintolapalveluita.

**Kauppakäytävä ja sisäpiha  
500 - 1 000 k-m<sup>2</sup>**

Keskustaerikoiskauppaa, pop up -tiloja,  
kahvila- ja ravintolapalveluita, yhteys  
tori-linja-autoasema -väliille.

**Hämeensaaren alue, 10 000 - 15 000 k-m<sup>2</sup>  
Uutta liiketilaa n. 1 000-6 000 k-m<sup>2</sup>,  
lisäksi uudistuvaa liiketilaa**

Liikunta- ja elämyskeskus. Liiketilat erityisesti  
ravintola- ja kahvilatoimintaa, mutta myös pt-  
kauppaa (Citymarket) sekä liikuntatoimintoja  
palvelevaa erikoistavarakauppaa

0 125 250



# HÄMEENLINNAN KESKUSTAN KAUPALLINEN MITOITUS

Tavoitteellisessa kaupan ratkaisussa Hämeenlinnan keskustan kaupallinen kokonaismoitus ei juurikaan kasvaisi, mutta nykyistä tyhjää liiketilaa korvattaisiin uudemmilla kaupan ja palveluiden kokonaisuuksilla. [Yhteensä uutta tai uudistuvaa liiketilaa olisi enimmillään 14 000 – 32 000 k-m<sup>2</sup>, mikä vastaa keskustavision alueen väestönkasvuun perustuvaa vähittäiskaupan ja palveluiden lisätilantarvetta.](#)

Merkittävin kaupan kehityskohde keskustassa on [kortteli 1 \(Ruusukortteli\)](#), jossa kauppakeskus Linnan tilalle olisi mahdollista toteuttaa esim. 5 000 k-m<sup>2</sup> kokonaisuus sekä kehittää kivijalkaliikkeitä Reskan varressa. [Hämeensaaren kehittyminen](#) uudistaisi keskustavision alueen kaupallista tarjontaa ja toisi samalla alueelle uusia liikuntapalveluita ja toimintoja. Alueen kokonaismoitus kasvaisi nykyisestä arviolta noin 1 000 - 5 000 k-m<sup>2</sup>. [Asemanseudun ympäristössä](#) on mahdollisuuksia laajaankin kaupalliseen kehittämiseen. Tässä selvityksessä kokonaismoitukseksi on esitetty noin 1 000 – 5 000 k-m<sup>2</sup> perustuen vastaavatyypisiin benchmark-kohteisiin sekä siihen, ettei alueelle muodostuva kaupallinen kokonaisuus kuitenkaan kilpailisi ydinkeskustan kanssa. Osa asemanseudulle toteutettavista toiminnoista voisi olla nykyisten hajallaan sijaitsevien toimintojen keskittämistä Hätilän alueelta samaan keskittymään.

Keskustavision alueelle esitetty mitoitus on selkeästi pienempi kuin Kanta-Hämeen maakuntakaavan taustaksi laaditussa palveluverkkoselvityksessä esitetään lisäpinta-alantarpeeksi. Mitoitus on kuitenkin realistinen huomioiden Hämeenlinnan väestönkasvun, kaupan kehitysnäkymät sekä liiketilojen nykyisen käytön. Kaavoituksellisesta näkökulmasta eniten joustomahdollisuuksia on asemanseudun alueen kaavoituksessa. Vaiheistamalla kehitys voidaan tarkastella liiketilan tarvetta myöhemmin uudelleen suhteessa senhetkiseen markkinatilanteeseen; mikäli liiketiloille näyttääkin olevan ennakoitua suurempi kysyntä, on asemanseudun kaupallista mitoitusta mahdollista laajentaa.

## VAIHE 1 (0-10 v.)



*Ydinkeskustan länsiosan kolmion (tori-Goodman-Hämeensaari) vahvistaminen ja toiminnallinen kehittäminen*

Toteutettavat toimenpiteet:

- Toripaviljongin / kauppahallin toteuttaminen ml. Kaupalliset ja julkiset toiminnot
- Reskan kävelykadun perusparannus (osittainen kattaminen, kadun lämmitys, katu ympäristön kehittäminen ja viihtyisyyden parantaminen)
- Kävely-ympäristön ja yhteyksien kehittäminen torin ja Hämeensaaren välillä
- Korttelin 1 kaupallisten toimintojen kehittäminen, kytkökset kävelykatuun
- Hämeensaaren alueen kehittäminen, liiketilojen ja kaupan tarjonnan monipuolistaminen
- Goodman-Verkatehdas –akselin kehittäminen kortteliväleittäin (Goodman → kauppa ja liiketilat → aktiivinen toriympäristö → kahvila- ja museovyöhyke → rannan toiminnot → Verkatehdas)
- Julkisia palveluita ydinkeskustaan tukemaan alueen kehittymistä

## VAIHE 2 (10+ v.)



*Tori-uusi asemankeskus –akselin kehittäminen, akselin uusi ja vetovoimainen päätepiste asemanseudulle*

Toteutettavat toimenpiteet / mahdollisuudet:

- Viipurintien ympäristön kehittäminen toimintoja yhdistämällä ja toiminnallisuutta parantamalla. Sekoittuneen kokonaisuuden toteuttaminen (asuminen, liiketilat, toimistot ja co-working, elämyspalvelut, matkailupalvelut)
- Mahdollista tarkastella kaupallista mitoitusta uudelleen peilaten senhetkisiin näkyymiin kaupan tilantarpeesta Hämeenlinnan keskusta-alueella.



# KEHITYSKOHTTEIDEN KUVAUS

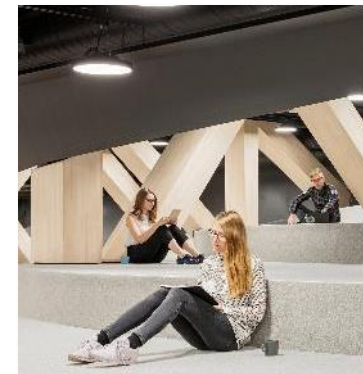
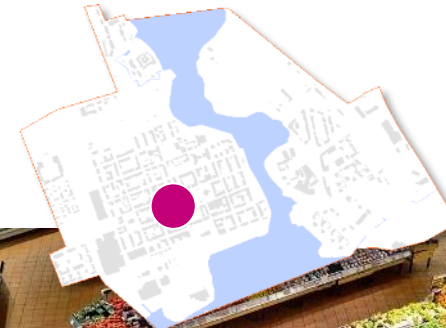
# YDINKESKUSTAN KONSEPTI KORTTELI 1 (RUUSUKORTTELI)

Tehostettu pysäköinti ja keskustan parempi autosaavutettavuus mahdollistaisi toria ympäröivien kortteleiden tehokkaamman hyödyntämisen ja suuremman kaupan kerrosalan. Keskustan kaupalliset korttelit tarjoavat tiloja erityisesti paikallisille liikkeille, jotka eivät sijoitu kauppakeskusmaiseen ympäristöön.

**Keskustan vetovoimatekijänä toimii korttelin 1 tarjonta, joka koostuu mm. seuraavista kokonaisuuksista:**

- erikoiskauppaa (esim. muotikauppa, design- ja outlet-liikkeitä)
- kahviloita ja ravintoloita, viihde- ja viihtymistiloja
- pop up –tiloja
- kaupallisia palveluita, hyvinvointipalveluita
- liikuntatiloja (kuntosali, tanssistudio, yms.)
- julkisia palveluita ja yhteisöllisiä tiloja (esim. oppimis- ja työskentelytilaa, kirjastopalveluita)

Kävelykatua kehitetään korttelit yhdistävänä ulkotilana, jonka kattaminen on myös mahdollista.





# KAUPPAHALLI / TORIPAVILJONKI

Hämeenlinnassa kauppahalli on ollut suunnitelmissa jo yli sata vuotta. Kauppahallin sijaintipaikoiksi on ehdotettu mm. torin reunaa, korttelia 1 sekä linja-autoaseman korttelia. Kauppahallille ehdottomasti potentiaalisin sijoittumiskohde olisi torin länsireuna, jossa halli voisi muodostaa myös arkkitehtonisesti ja kaupunkikuvallisesti vetovoimaisen kokonaisuuden sekä toimia synergiassa toritoimintojen kanssa.

Kauppahallit sekä lähi- ja pientuottajatoiminta on ollut viime vuosina voimakkaasti nousussa ja halleista on muodostunut kaupunkilaisten kohtaamispaikkoja.

**Tavoitteena olisi kehittää laadukas katettu sisätila, joka mahdollistaisi ympärivuotisen toiminnan. Kokonaisuuteen voisi sijoittua esim. pientuottajien suoramyyntiä, käsityöliikkeitä, kahviloita ja ravintoloita, pyörävuokraamo yms. Kauppahallin/toripaviljongin toimintaa voitaisiin tukea esim. sijoittamalla julkisia palveluita (matkailu-/kaupunki-info, julkisten palveluiden pop up -tiloja, teatterin lipunmyyntiä yms.. Hämeenlinnassa kauppahallin/ toripaviljongin sopiva kokoluokka olisi esim. 700-1 000 m<sup>2</sup>:**

- Päivittäistavaran erikoismyymälät: 200 - 400 m<sup>2</sup>
- Ravintolat ja kahvilat: 200 - 300 m<sup>2</sup>
- Julkiset palvelut (matkailuinfo, kunnan asiointipiste, näyttelytila): 100 - 200 m<sup>2</sup>
- Kioski 100 m<sup>2</sup>



VE1 - AMFITEATTERI



VE2 - KORTTELIPUUTARHA



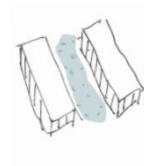
VE3 - KYLÄ



VE4 - BLOB



VE5 - SUORAKULMIO



VE6 - VIIVAKOODI



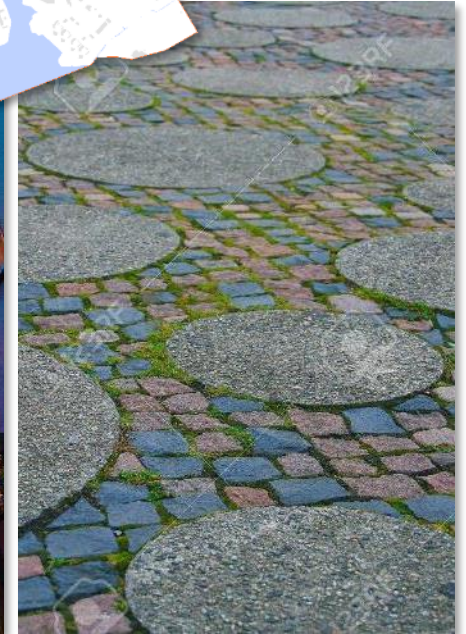
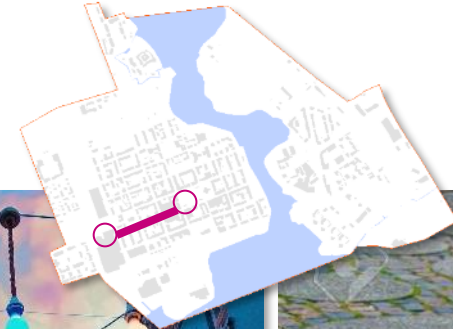
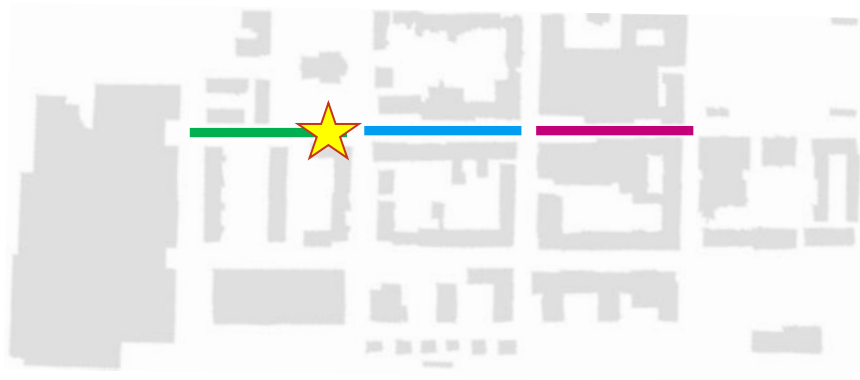
VE7 - VIIVAKOODI 2

# TORI-GOODMAN -AKSELIN KEHITTÄMINEN

Tori-Goodman -akseli on keskeinen kehitettävä kokonaisuus, jotta Goodmanin vierailijoita pystytään houkuttelemaan käyttämään myös ydinkeskustan palveluita ja päinvastoin.

Kokonaisuutena askelia tulee kehittää intensiivisenä liiketilojen vyöhykkeenä, jossa on monipuolisesti erilaisia toimintoja. Kesäisin liiketilat levittäytyvät myös kävelykadulle. Koko kävelykadun elävyyttä voidaan parantaa esimerkiksi seuraavin toimenpitein:

- Kaupunkitilojen ja aukioiden kehittäminen akselilla, risteysalueiden muokkaaminen kävelijöiden tilaksi
- Valaistuksen ja kaupunkitaiteen hyödyntäminen
- Tapahtumat ja vuodenaikojen mukaiset teemat
- Kadun pintamateriaalien laatu
- 1. kerroksen liiketilojen julkisivun korostaminen
- Istutukset ja viherympäristö - viherrakentaminen
- Kohtaamistilat, penkit ja pöydät
- Osittainen kattaminen / sääsuoja
- Kadun lämmitys / sulanapito
- Goodmanin ja Reskan "sisäänkäyntien/porttien" korostaminen





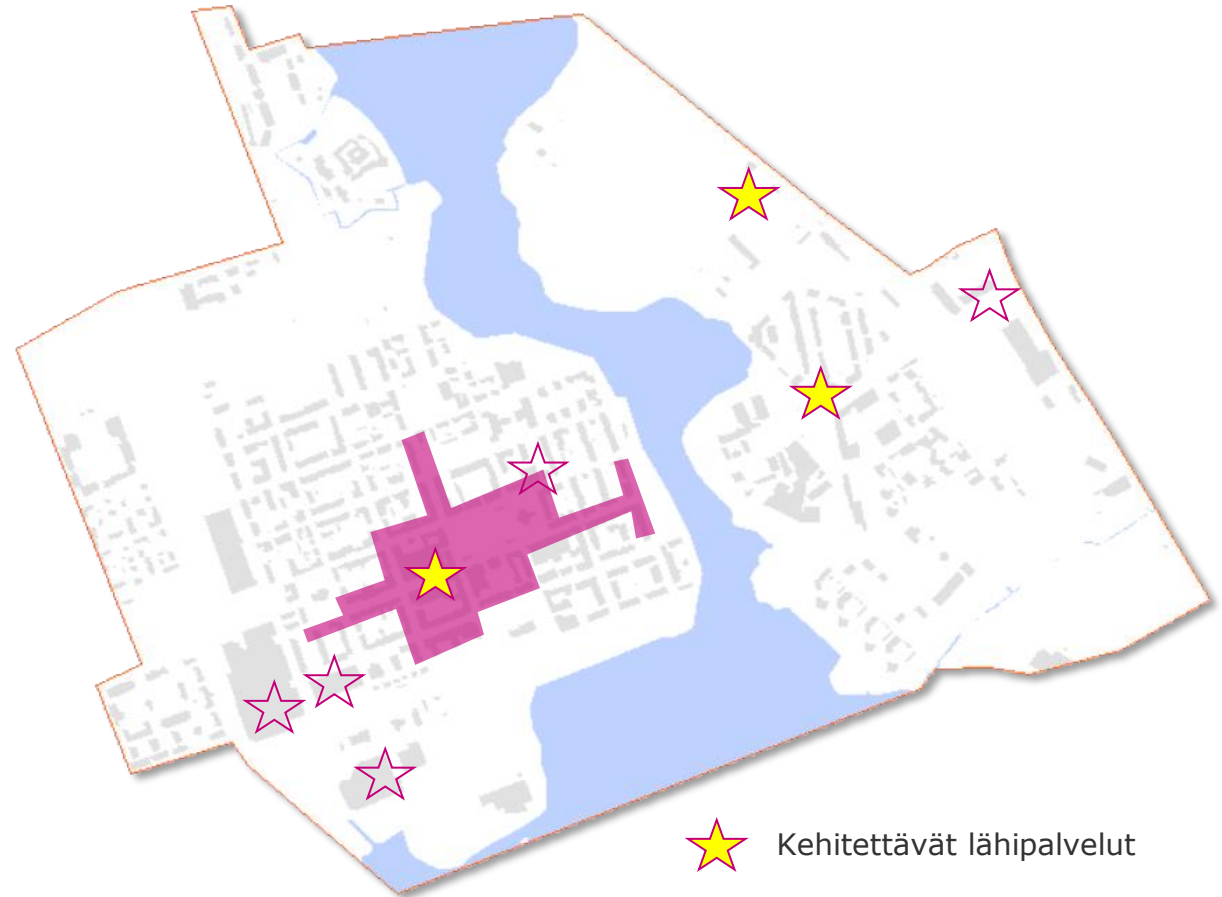
# YHTENÄISET KATUTASON LIIKETILAVYÖHYKKEET YDINKESKUSTASSA

Yhtenäiset ja tiiviit katutasen liiketilavyöhykkeet luovat aktiivista ympäristöä, joka houkuttelee ihmisiä kävelemään ja käyttämään palveluita.

Katutasen liiketilojen kohdalla tulee kiinnittää erityistä huomiota siihen, että niillä tuetaan kehitettävien kaupunkiakselien elävyyttä.

Oheisella kartalla on kuvattu vyöhyke, jonka alueella tulisi kiinnittää erityistä huomiota katutasen liiketilojen rytmitykseen, julkisivujen aktiivisuuteen sekä toimintojen monipuolisuuteen.

Tähdellä on merkitty nykyisiä ja kehitettäviä, kävelen saavutettavien lähipalveluiden kohteita.



★ Kehitettävät lähipalvelut

★ Olemassa olevat lähipalvelut

## RANTOJEN TOIMINNALLISET KEHITTÄMÄHDOLLISUUDET

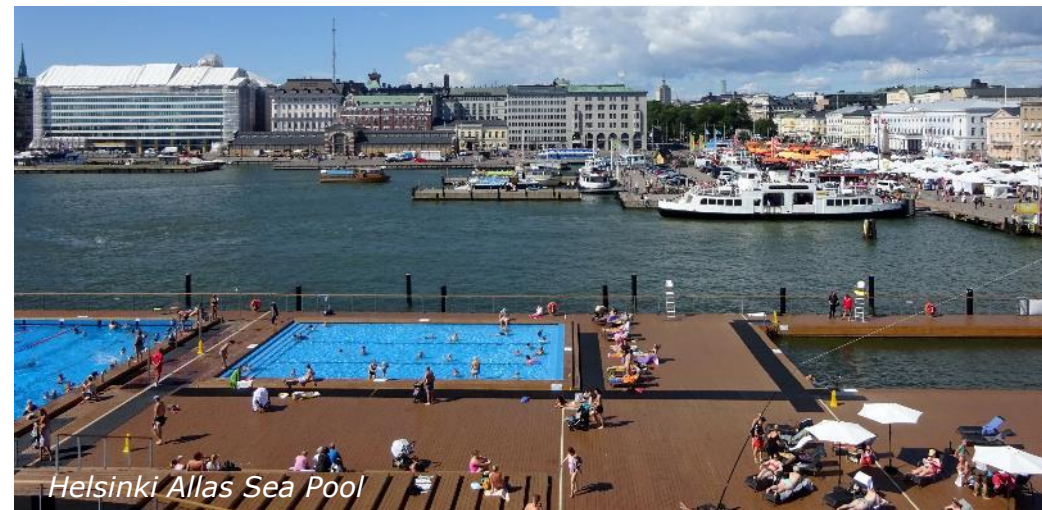
Vanajavesi jakaa fyysisesti ja toiminnallisesti Hämeenlinnan ydinkeskustan. Sillalta avautuu upeat näköalat järvelle ja keskustan rakennettuun ympäristöön. Aluetta toiminnallisesti aktivoimalla voitaisiin muodostaa solmupiste, joka yhdistäisi alueita ja muodostaisi vetovoimaisen keskittymän.

Useissa kaupungeissa on toteutettu tai vireillä erilaisia sauna- ja kylpylähankkeita vesistöjen rannalla. Kokonaisuuksissa yhdistyvät elämyksellisyys, vapaa-aika, virkistäytyminen, kulttuuri sekä kaupalliset toiminnot ja palvelut (esimerkiksi kahvilat, ravintolat ja terassit sekä hyvinvointipalvelut).

Hämeenlinnassa elämyksellinen rantakokonaisuus voisi sijoittua esimerkiksi Linnansalmen rannalle, jossa se aktivoisi ympäristöä ja sijoittuisi Goodman-rautatieasema -kaupunki-akselin yhdeksi solmu- ja vetovoimapisteeksi. Alue toimisi myös luonnollisena jatkeena Verkatehtaan elämystoiminnoille. Lisäksi kohde toimisi koko rannan virkistyskäytön monipuolistajana. Muita sijaintivaihtoehtoja ovat esimerkiksi Hämeensaaren ympäristö tai Keinusaari-Kantola -alue. Hämeenlinnassa kokonaisuutta voi konseptoida myös eri lähtökohdista kuin muissa kaupungeissa ja kokonaisuuteen voidaan yhdistää esim. vierasvenesatama ja sen palvelut, mikäli kohde sijoittuu esimerkiksi Hämeensaaren.



*Turun kulttuurijokilautta-kilpailun voittanut "Kaarna" (Töölö Urban Oy)*



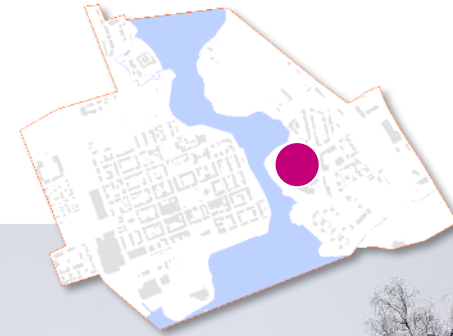
*Helsinki Allas Sea Pool*



## VERKATEHTAAN ALUE

Verkatehdas on jatkossakin merkittävä kulttuuri-, viihde ja kokous-/kongressikeskittymä, joka sijaitsee arvokkaassa ja ainutlaatuisessa rakennetussa ympäristössä. Verkatehtaalla sijaitsee myös 40 erilaista huoneistoa, jotka soveltuvat työ- ja liiketilaksi. Erityisesti alueella sijaitsee erilaisia luovien alojen toimijoita.

Tavoitteena on edelleen kehittää alueen tapahtuma- ja kulttuuritoimintoja. Verkatehtaan toimintoihin synergisesti liittyviä palveluita ovat esim. erilaiset viihde- ja vapaa-ajanpalvelut sekä kahvilat, ravintolat ja baarit. **Verkatehtaan kokonaisuuden toimintaa voidaan tukea myös ympäröivää kaupunkirakennetta kehittämällä (esim. synergiat rannan toimintojen aktivointiin ja Goodman-tori-asema -akselin kehittämiseen sekä uudistuvaan asemanseutuun).**



Hämeenlinnan viestintä

# HÄMEENLINNAN TAPAHTUMIEN JA MATKAILIJOIDEN OHJAAMINEN KÄYTTÄMÄÄN KESKUSTAN PALVELUITA

Hämeenlinnan tulisi pystyä täysimittaisesti hyödyntämään tapahtumakävijöiden ja matkailijoiden tuoma ostovoima. Matkailijavirtoja tulisi ohjata paremmin hyödyntämään keskustan palveluita. Esimerkiksi kesällä 2017 Kantolan tapahtumapuistossa vieraili Guns N' Rosesin keikalla 55 000 vierailijaa.

Vierailijoita voitaisiin ohjata Hämeenlinnan keskustaan esimerkiksi vesiliikennettä hyödyntäen. Mahdollisia sijaintivaihtoehtoja olisivat esim.

- **Asemanranta - kantakaupunki:** junalla tulevien matkailijoiden ohjaaminen keskustaan. Lautta toimisi myös matkailunähtävyytenä ja synnyttäisi uuden tavan lähestyä keskustaa ja linnaa.
- **Kantolan tapahtumapuisto – kantakaupunki:** tapahtumien ajaksi toteutettava yhteys, joka mahdollistaisi vierailijoiden ohjaamisen myös keskusta-alueelle ja käyttämään keskustan palveluita.





# VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

# VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

## **Tori-Goodman-Hämeensaari –kolmion kehittäminen tukee tiiviin ja houkuttelevan kaupallisen ympäristön muodostamista.**

Alueella on helppo kulkea keskustasta toiseen jalan ja pyörällä. Alue on myös joukkoliikenteellä hyvin saavutettavissa.

## **Kehittämällä kaupunkitilan paikkoja sekä parantamalla liikekiinteistöjen julkisivuja muodostetaan aktiivisempaa**

**kaupunkitilaa**, joka houkuttaa ihmisiä asioimaan keskustassa ja liikkumaan keskusta-alueella jalan. Kävely-ympäristöjen kehittyminen vahvistaa katutilan liiketilojen menestymisedellytyksiä.

Keskustan eri alueille ja akseleille muodostuu **selkeitä rooleja ja profiileja**, joita voidaan vahvistaa myös katutilan kehittämisellä; Goodman on kaupallinen ydin, Hämeensaarella yhdistyvät kauppa ja liikuntapalvelut ja torin ympäristössä korostuvat omaleimainen kaupunkikuva ja historia yhdistettynä houkuttelevaan tarjontaan (ruokaelämykset, ajanviete, kivijalan erikoiskauppa). Tori säilyy kaupungin sydämenä ja on vuorovaikutuksessa reunojen vyöhykkeiden kanssa (Goodman = kauppa / Linna = historia / Hämeensaari = virkistys / Verkatehdas = kulttuuri).

Uusissa kaupan ympäristöissä on mahdollista huomioida **tilojen monikäyttöisyys ja muuntojoustavuus**, jotta pystytään vastaamaan paremmin tulevaisuuden trendi- ja kysyntäjoustoihin. Houkuttelevat ympäristöt ovat yhä useammin mixed-use-kohteita, joissa kaupallisten toimintojen lisäksi sijaitsee mm. co-working -tiloja, majoitustoimintaa, asumista, yksityisiä ja julkisia palveluita sekä elämyskohteita. Hämeenlinnassa muuntojoustavuutta on mahdollista kehittää esim. korttelissa 1 Hämeensaaren alueella sekä mahdollisesti uudistuvalla asemanseudulla.

Pitkällä aikavälillä radan ympäristön kehittäminen ja asematoimintojen siirtäminen Viipurinsillan yhteyteen **korostaa Hämeenlinnan statusta radanvarsikaupunkina** sekä mahdollistaa toiminnallisesti monipuolisen ja sekoittuneen ympäristön kehittämisen. Alueelle on mahdollista keskittää myös nyt hajallaan olevat keskustan itäpuolen kaupat, mikä luo edellytyksiä monipuolisen lähipalvelukeskuksen muodostumiselle.

**Ratkaisu ohjaa liiketilojen käyttöä niin, että eri alueille muodostuu houkuttelevia kaupallisia keskittymiä sekä näiden välille aktiivista kaupunkitilaa kivijalkakauppoineen.** Uusia ja uudistuvia liiketiloja on markkinaehtoisesta totetumisesta riippuen noin 14 000 - 32 000 k-m<sup>2</sup>, mikä vastaa alueen väestönkasvuun perustuvaa liiketilan lisätarvetta. Merkittävimmät kaupan kehittymisalueet ovat ydinkeskustan kävelykatua ympäröivät korttelit (Kortteli 1) ja Hämeensaari.



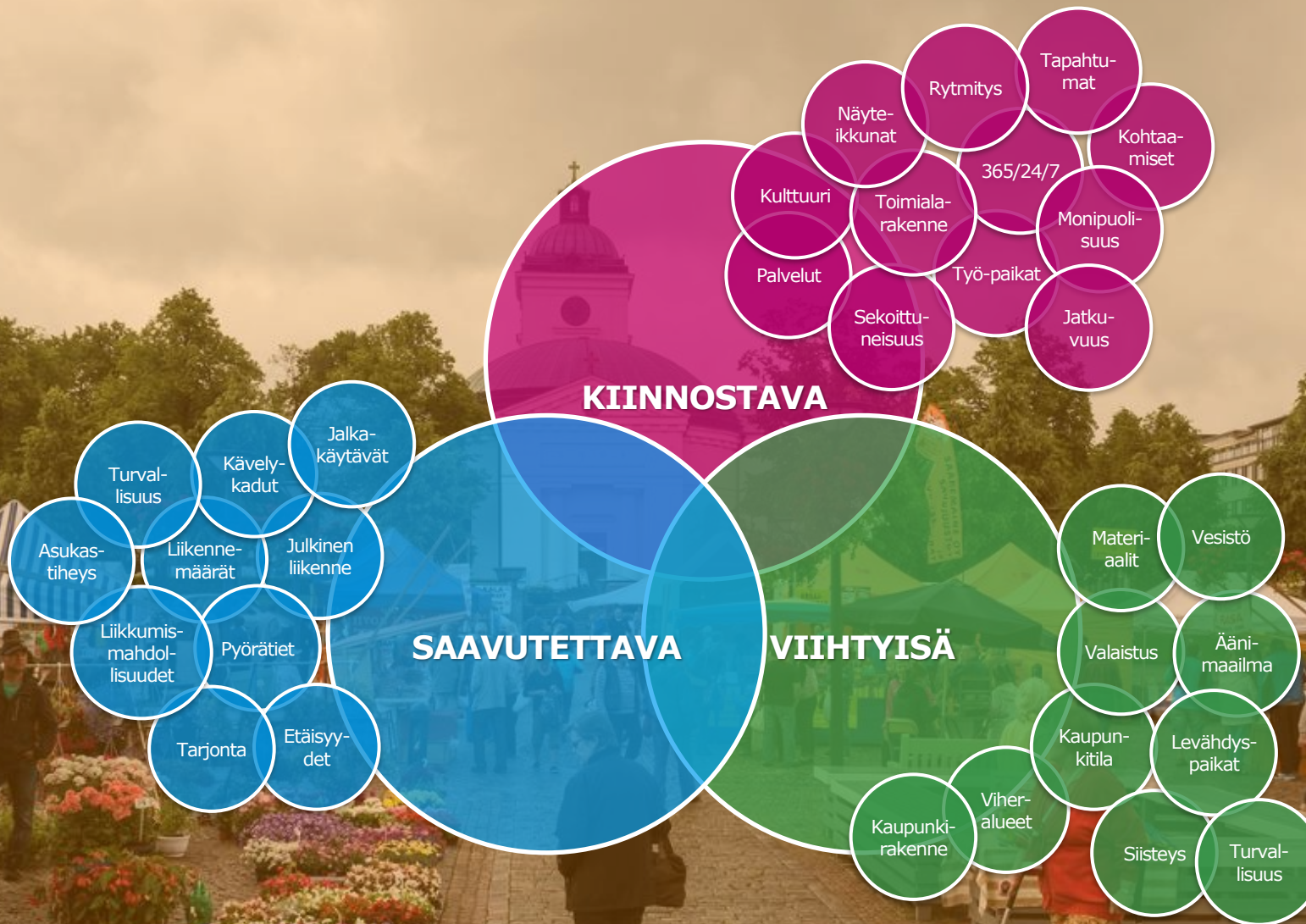
# TOTEUTUMISEN TODENNÄKÖISYYS JA RISKIT

| Riski / epävarmuustekijä                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Toimenpidemahdollisuudet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Uudet liiketilat nostavat tuotto-odotusta ja vuokratasoa; saadaanko uutta liiketilaa kehitettyä keskustaan niin, että se on taloudellisesti kannattavaa liiketilojen omistajille ja toisaalta potentiaalisille toimijoille?                                                                                                               | Julkisia palveluita keskustaan ankkuritoiminnoiksi ja vuokralaisiksi. Sekoittunut rakenne ja riittävät volyymit myös asuinrakentamiselle. Keskustan kokonaisvetovoimaisuuden kehittäminen.                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Ydinkeskustan kehittyminen riippuu vetovoimaisesta ankkuritoiminnosta, jonka synnyttämien asiointivirtojen myötä keskustaan voi sijoittua myös muita palveluita (erikoiskauppaa ja kaupallisia palveluita). Ankkuritoiminnon (monipuolinen pt-kauppa, tavaratalo, erikoiskaupan keskittymä) löytyminen keskustaan on kuitenkin haastavaa. | Julkisia palveluita keskustaan ankkuritoiminnoiksi. Keskustan kokonaisvetovoiman kehittäminen ja saavutettavuuden turvaaminen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Liiketilojen kehittäminen olemassa olevaan kaupunkirakenteeseen ja kiinteistöihin on haastavaa. Varsinkin osuuksilla, joilla halutaan muodostaa aktiivista jalankulkuympäristöä (Reska).                                                                                                                                                  | Tutkitaan mahdollisuuksia kehittää 1. kerroksen liiketilarakennetta keskeisimmillä osuuksilla. Työhön otetaan mukaan alueen kiinteistönomistajat ja toimijat. Sisäpihojen hyödyntäminen ja uudet kaupunkitilat.                                                                                                                                                                                                                               |
| Keskustaa ei pystytä kehittämään toiminnallisena kokonaisuutena johtuen toimijoiden ja kiinteistönomistajien hajanaisuudesta. Omistussuhteiltaan selkeämmät kauppakeskukset ja kaupan alueet jatkavat kehittymistään keskustan kustannuksella.                                                                                            | Tutkitaan mahdollisuuksia muodostaa ”kauppakeskusmaisia” osuuksia keskustan rakenteeseen (ml. yhteinen manageeraus, vuokralaishankinta, pelisäännöt, ja markkinointi). Esimerkiksi 1. kortteli + Reskan muodostama kokonaisuus.                                                                                                                                                                                                               |
| Verkkokauppa mullistaa fyysisen kaupan tilantarpeen. On hyvin epävarmaa, kuinka paljon fyysistä tilaa tarvitaan tulevaisuudessa. Tämä heijastuu sekä kaupan alueisiin, kauppakeskuksiin kuin keskusta-alueisiin.                                                                                                                          | Varaudutaan tilantarpeen muutoksiin muuntojoustavilla tiloilla ja myös sallivilla kaavamerkinnoilla. Tilojen suunnittelussa pitää ottaa huomioon myös muut käyttötarpeet sekä esim. tilojen koko; tulevaisuudessa tilantarve tehostuu ja kaupat sijoittuvat yhä pienempiin liiketiloihin. Houkutteleville ja näkyville kauppapaikoille on kuitenkin tulevaisuudessakin kysyntää, sillä kivijalkakauppa on samalla brändin fyysinen ilmentymä. |
| Keskustan kehittämisestä ei saada tehtyä päätöksiä. Kiinteistöjen kehityshankkeet eivät lähde käyntiin.                                                                                                                                                                                                                                   | Yhteistyömallien kehittäminen ja organisoituminen. Yhteisen tahtotilan löytäminen vuorovaikutuksen kautta.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

# JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET



# YHTEENVETO: MISTÄ HYVÄ KESKUSTAYMPÄRISTÖ MUODOSTUU



# KEHITTÄMISSUOSITUKSIA – KESKUSTAN ASIOINTIYMPÄRISTÖ JA MONIPUOLISTUVAT TOIMINNOT

| KEHITYSKOHDE                                                                   | KUVAUS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ydinkeskustan kokonaisvaltainen elävöittäminen ja imagon kehittäminen</b>   | <p>Keskustan saavutettavuuden kehittäminen ja liikkumisympäristön kokonaisvaltainen kehittäminen. Keskustan kävely-ympäristön miellyttävyyden, helppouden, kiinnostavuuden ja turvallisuuden kehittäminen. Tori-Reska -yhteyden tiivistäminen.</p> <p>Keskusta-alueen imagon ja brändin kehittäminen koko aluetta sekä kaupunkiakseleita kehittämällä; esimerkiksi katutilan elävöittäminen sekä historian ja akseleiden teemojen tuominen osaksi kadun visuaalista ilmettä (esimerkiksi historia-teeman esiintuominen valaistuksen ja elävän tulen kautta).</p> <p>Toriympäristön elävöittäminen ja ympärivuotisuuden kehittäminen toripaviljongilla sekä tapahtumilla. Torin pohjoisreunan (aurinkoinen osa) kehittäminen eri tapahtumia ja toimintoja varten.</p> |
| <b>Hämeenlinnan radanvarsistatuksen korostaminen asemanseutua kehittämällä</b> | <p>Viipurintien ympäristön kehittäminen uudeksi, tiiviiksi ja tehokkaaksi asemanseutu ympäristöksi. Kokonaisuuteen voidaan kehittää esim. kauppaa ja palveluita, matkailutoimintoja, työpaikkoja ja co-working -tiloja sekä asumista. Uusi keskus varmistaa Hämeenlinnan radanvarsistatuksen kehittymisen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Julkisten palveluiden tuominen ydinkeskustaan</b>                           | <p>Julkiset palvelut toimivat keskustan vetovoimakohteena (esim. kirjasto, oppimis- ja kokoontumistilat, vrt. Oodi). Lisäksi julkiset palvelut ovat yksittäisiä hyviä ankkuritoimintoja ja -vuokralaisia uudistuvissa kiinteistöissä.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Matkailun kehittäminen</b>                                                  | <p>Uusi keskustahotelli toisi keskustaan modernia lisäkapasiteettia.</p> <p>Tapahtumien koordinointi ja markkinointi. Tapahtumien tuoman hyödyn maksimointi niin, että kävijävirtoja ohjataan käyttämään myös keskustan palveluita.</p> <p>Historian korostaminen ja näkyväksi tuominen Hämeenlinnan kaupunkikuvassa.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |



## KEHITTÄMISSUOSITUKSIA – TILAT JA KIINTEISTÖT

| KEHITYSKOHDE                                                                                    | KUVAUS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Varmistetaan tilojen monikäyttöisyys ja muuntojoustavuus</b>                                 | Muuntojoustavilla tiloilla pystytään vastaamaan trendi- ja kysyntä-muutoksiin. Tilojen ja ympäristöjen muuntojoustavuus tulee huomioida myös erityisesti asemakaavoituksessa; ei liian rajaavia kaavamerkintöjä.                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Riittävän joustavalla kaavoituksella varaudutaan toimintaympäristön muutoksiin</b>           | Kehitetään toiminnoiltaan monipuolisia mixed use –ympäristöjä. Huomioidaan asemanseutujen merkityksen kasvu sekä yksityisten ja julkisten palveluiden sekoittuminen. Mahdollistetaan myös esim. tuotannollisten tilojen sekä myyntitilojen yhdistelmät (ns. urban manufacturing).                                                                                                                                                                          |
| <b>Kehitetään vuoropuhelua kiinteistönomistajien kanssa</b>                                     | Keskustan kokonaisvaltainen kehittäminen edellyttää tiivistä vuoropuhelua kiinteistönomistajien ja keskustan toimijoiden välillä; kehitetään erilaisia yhteistyöfoorumeita tiedonvaihtoon.                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Hyödynnetään keskustan taka- ja sisäpihat</b>                                                | Keskustaympäristön tekeminen entistä mielenkiintoisemmaksi ottamalla käyttöön esim. talojen ja kortteleiden takapihat käyttöön; mahdollista toteuttaa esim. pieniä oleskelutiloja, katettuja tiloja, etappeja ja maamerkkejä.                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Keskustan ilmeestä huolehtiminen</b>                                                         | Passiivisten julkisivujen minimointi kiinteistöissä, 1. kerroksen ”shopfronttien” näkyväksi tekeminen sekä korkealaatuinen ilme, näyteikkunoiden teippauksiin yhteiset pelisäännöt (teippauksilla ei passivoida liiketilojen ilmettä), katutilan hyödyntäminen myymälöiden ja palveluiden jatkeena, ympäristön esteettömyydestä huolehtiminen sekä epäjatkuvuutta synnyttävien esteiden poistaminen erityisesti kävelykadulta.                             |
| <b>Tutkitaan mahdollisuuksia innovatiivisille rahoitusratkaisuille keskustan kehittämiseksi</b> | Tutkitaan erilaisia mahdollisuuksia rahoittaa keskustan kehittämistoimenpiteitä. Julkisen rahoituksen lisäksi esim. kunta- ja joukkorahoitusvaihtoehdot pienten kehityskohteiden rahoitusmuotona. Vrt. Tampereen esimerkki <a href="https://www.tampere.fi/tampereen-kaupunki/paatoksenteko/osallistu-ja-vaikuta/joukkorahoituskokeilu.html">https://www.tampere.fi/tampereen-kaupunki/paatoksenteko/osallistu-ja-vaikuta/joukkorahoituskokeilu.html</a> . |

## KEHITTÄMISSUOSITUKSIA – LIIKENNE JA LIIKKUMINEN

| KEHITYSKOHDE                                                               | KUVAUS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Keskustan saavutettavuuden parantaminen kaikilla kulkumuodoilla</b>     | Keskusta on hyvin saavutettavissa kaikilla liikennemuodoilla. Keskustan kaupunkiympäristön viihtyisyyttä kehitetään erityisesti kävelyä ja pyöräilyä painottaen. Ajoneuvoliikennettä ohjataan entistä enemmän keskustan kehille. Keskustaan toteutetaan tehostettu pysäköintiratkaisu, joka ohjaa pysäköintiliikennettä pois ydinkeskustasta ja vähentää tarvetta kadunvarsipaikoille. Koko keskustan pysäköinnin saavutettavuuden varmistaminen esim. reaaliaikaisella opastuksella ja informatiikalla. |
| <b>Pyöräilyn ja jalankulun reittien kehittäminen</b>                       | Katutilan esteettömyydestä ja turvallisuudesta huolehtiminen. Koetun saavutettavuuden parantaminen mielenkiintoista kävely-ympäristöä kehittämällä.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Reskan kävelykadun perusparannus</b>                                    | Reskan kävelykadun perusparannus (osittainen kattaminen, kadun lämmitys, katu ympäristön kehittäminen ja viihtyisyyden parantaminen). Reskan ja torin yhteyksien tiivistäminen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Kehitetään vesiliikennettä ja rannan toimintoja kokonaisvaltaisesti</b> | Vierasvenesatama, vesiliikenteen palvelut, sisäiset lauttayhteydet. Rantojen elävyyden kehittäminen ja eri alueiden profilointi; esim. rannassa olevien kivijalkaliiketilojen levittäytyminen ulos ja rantavyöhykkeelle. Rannoista ja vesiliikenteestä Hämeenlinnan yksi brändi- ja imagotekijä.                                                                                                                                                                                                         |





*Jokainen matka kaupungin halki on koettava kuin jännittäväksi kirjoitettu romaani.*

*Jokaisen askeleen on synnyttävä uusia jännitteitä, tuotettava uusia oivalluksia, sen on annettava jotain uutta.*

*Vuorokautista valon ja varjon leikkiä on hyödynnettävä. Tarvitaan julkisivujen jäsentelyä niin pysty- kuin vaakalinjassa sekä harkittua värien käyttöä. Kunkin osan monimuotoisuuden ja vuodenaikojen myötä vaihtelevan sopusuhtaisen kokonaisuuden on määritettävä kaupungille ominainen kokemusmaailma.*

*Hermann Knoflacher (1995) Kaupungin ja liikenteen harmonia: vapaus autolla ajamisen pakosta. s. 113.*



# LÄHTEET



- Gehl, Jan Gemzøe Lars (2000) New City Spaces. Danish Architectural Press.
- Heikkilä, Mikko Karppinen, Seppo Santasalo, Tuomas (1998) Parempi kaupunkikeskusta seitsemän kaupunkikeskustan kehittäminen. Ympäristöministeriö: Suomen ympäristö 186: Vantaa.
- Heikkilä, Mikko Santasalo, Tuomas Karppinen, Seppo (1996) Suomalaisia kävelykeskustoja. Ympäristöministeriö: Suomen ympäristö 23: Helsinki.
- Hämeenlinnan kaupunki (2019) Keskustavisio 2035.
- Hämeenlinnan kaupunki (2018) Kantakaupungin yleiskaava 2035. Kaavaselostus.
- Hämeenlinnan kaupunki (2016) Hämeenlinnan keskustan pysäköintistrategia.
- Hämeenlinnan kaupunki (2016) Keskustan kehittäminen, liikenneverkko.
- Hämeenlinnan kaupunki (2014) Keskustavisio 2014.
- Hämeen liitto (2018). Kanta-Hämeen maakuntakaava. Maakuntakaavaehdotus, kaavaselostus.
- Hämeen liitto (2016). Kanta-Hämeen maakuntakaavan 2040 kaupan palveluverkkoselvitys. Hämeen liitto ja WSP Oy.
- Kauppakeskisyhdistys Ry (2018) Kauppakeskukset 2018.
- Knoflacher, Hermann (1995) Kaupungin ja liikenteen harmonia. Vapaus autolla ajamisen pakosta. (alkuteos Zur Harmonie von Stadt und Verkehr: Freiheit vom Zwang zum Autofahren 1993, Suomeksi toimittaneet Jarmo Kalanti ja Pekka Ryttilä) Liikennesuunnittelun Seura ry.
- MDI (2021). Hämeenlinnan väestöennuste. Hämeenlinnan kaupungin ennustettu väestönkehitys kolmessa skenaariossa vuoteen 2040.
- Pulkkinen, Matti ja Harri Spåre (1999). Erikoistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus. LTT-tutkimus Oy. Sarja B 151. Helsinki 1999.
- Päivittäistavarakauppa Ry (2018) Päivittäistavarakauppa Suomessa 2017.
- Ramboll Finland Oy (2018) Vähittäiskaupan ketjutietokanta.
- Schauman & Nordgren Architects (2019) Hämeenlinnan Toripaviljongit
- Spåre, Harri ja Matti Pulkkinen (1997). Päivittäistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus. Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos. Sarja B 139. Helsinki 1997.
- Santasalo, Tuomas Heusala, Heli (2002) Erikoiskauppa kaavoituksessa. Tuomas Santasalo Ky: Helsinki.
- Tilastokeskus (2018) PXWeb-tietokannat (<http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/>)
- Tilastokeskus (2018) Yritys- ja toimipaikkarekisteri 2010-2016.
- Tilastokeskus (2017) Ruututietokanta 2016.
- TNS Gallup Oy / Kaupan liitto (2015) Verkkokauppatilasto 2014.
- Uudenmaan liitto (2018) Uusimaa-kaava 2050. Kaavaluonnos 2018.
- Ympäristöministeriö (2013) Vähittäiskaupan suuryksiköiden kaavoitus. Ympäristöhallinnon ohjeita 3/2013.
- Ympäristöministeriö (2008) Liikennetarpeen arviointi maankäytön suunnittelussa. Ympäristöministeriön raportteja 27/2008.
- Ympäristöministeriö (2007) Kauppa maakuntakaavoituksessa. Ympäristöministeriön raportteja 23/2007.

Eero Salminen  
+358 (50) 3257830  
eero.salminen@ramboll.fi

---

Ramboll  
PL 25  
Itsehallintokuja 3  
02601 ESPOO  
<https://fi.ramboll.com>