

An aerial photograph of a city street grid. A railway line runs diagonally from the top center towards the bottom right. The railway line and its immediate surroundings are highlighted with a thick orange outline. The text is overlaid on the left side of the image.

SEINÄJOEN ASEMANSEUTU KAUPALLINEN SELVITYS

Raportti 31.3.2020

RAMBOLL

Bright ideas. Sustainable change.

SISÄLTÖ

- Työn tausta ja tavoitteet
- Kaupan trendejä
- Lähtökohdat Seinäjoella
- Konseptikuvaus
- Yhteenveto



TYÖN TAUSTA & TAVOITTEET



Seinäjoella on käynnissä asemanseudun kehityshanke. Alueella on toteutettu jo aikaisemmin useita erilaisia suunnittelutehtäviä.

Seinäjoen kaupallinen markkinatilanne on muuttunut syksyllä 2019 avatun Ideaparkin myötä. Tässä tarjottavan kaupallisen selvityksen tavoitteena on määritellä asemanseudun eri toimintojen laajuus markkinalähtöisesti. Tarkoituksena on mitoitaa eri toiminnot siten, että taloudelliset reunaehdot toteutuvat ja eri toimintojen mitoitukset vastaa kysyntää. Mitoituksessa huomioidaan myös se, että toiminnot tukevat ja täydentävät toisiaan, ts. muodostavat toimivan kokonaisuuden.

Työssä on tavoitteena saada näkemys palveluiden mitoitukseen ja vaiheistukseen seuraavasti:

- Kaupallinen konsepti voisi perustua hotelli-kokoustila-toimitila-painotukseen, jota täydennetään hyvinvoinnin ympärille raketuvalla kokonaisuudella, jossa on SOTE-keskus ja kylpylä ja hotelli. Nyt rakenteilla on jo 60 huonetta lisää aseman yhteyteen.
- Seinäjoen kaupungilla on tavoitteena toteuttaa Asemakeskus-rakennukseen SOTE-keskus ja Frami 2 -toimitiloja. Myös asuntoja tulisi Asemakeskuksen puolelle toimitilojen lisäksi.

ASEMANSEUDUN YLEISSUUNNITELMA

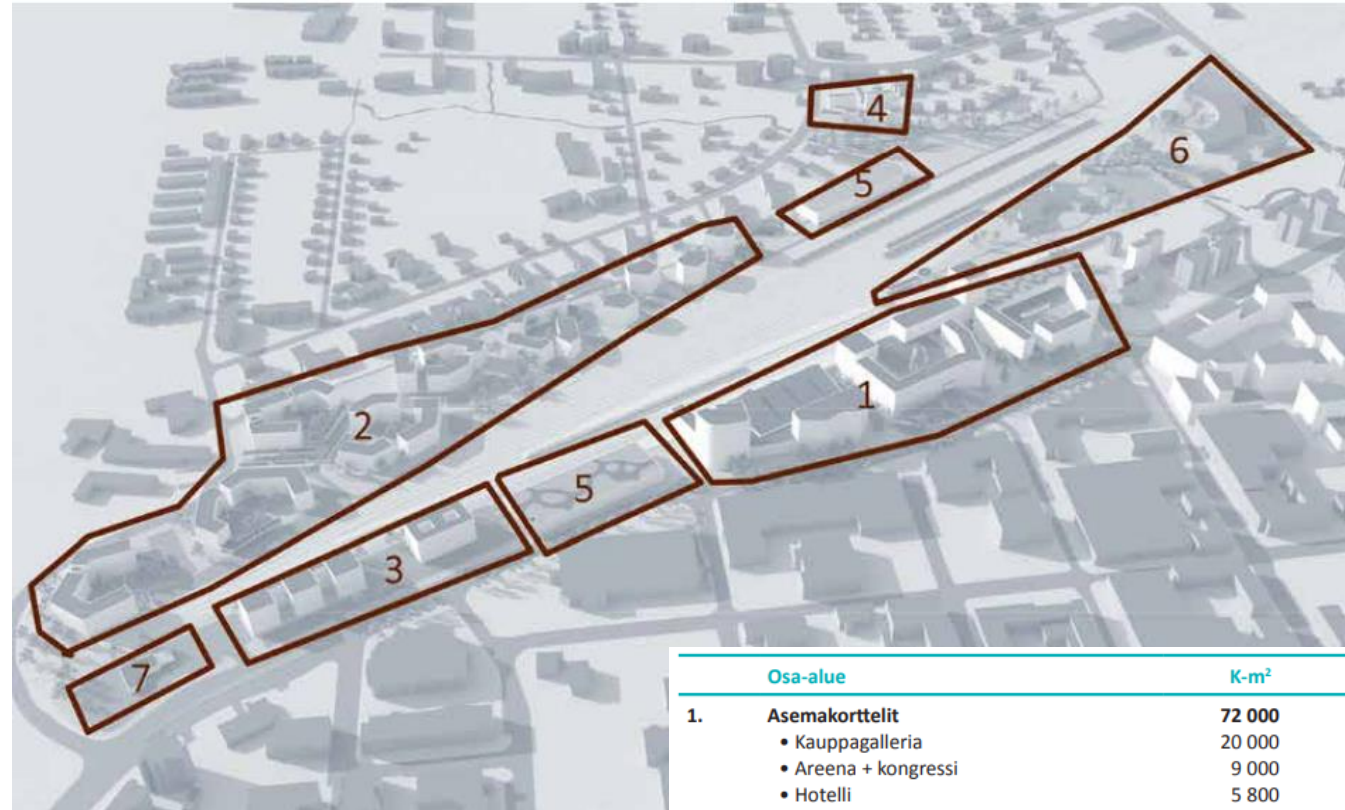
Seinäjoen asema-alueen (yht. 18 ha) kokonaisvaltaisen kehittämisen lähtökohtana on keskusta-alueen ja asema-alueen tiivistäminen. Asema-alue nähdään liikenteen ja logistiikan, asumisen, palveluiden ja osaamisintensiivisen yritystoiminnan kehittämisalustana, jossa on paljon mahdollisuuksia.

Alueelle on vuonna 2018 valmistunut yleissuunnitelma (Sito Oy). Asema-alueen yleissuunnitelma palvelee laadittavana olevaa ydinkeskustan yleiskaavoitusta ja alueen tulevaa asemakaavoitusta. Suunnitelma on maankäytön, liikenteen, liikkumisen ja yleisten alueiden yleissuunnitelma.

Lopputuloksena/visiona on laadukas, kansallisesti erottuva ja vetovoimainen asemanseutu, joka linkittyy saumattomasti sekä kaupunkikeskustaan että Pohjan asuinalueeseen. Alueella on monimuotoista asumista ja yritystoimintaa luoden viihtyisyyttä ja elävyyttä Seinäjoen kaupunkikeskustaan.

Yleissuunnitelman mukainen alueen kokonaismitoitus on 114 000 k-m². Liiketiloja on esitetty Kauppagalleriaan 20 000 k-m² sekä kivijalkaliikkeisiin 1 800 k-m². Lisäksi alueelle on esitetty hotellia (5 800 k-m²), toimistorakentamista (12 000 k-m²+7 300 k-m²), areena- ja kongressirakennusta (9 000 k-m²) sekä asumista yhteensä noin 58 100 k-m² (1 500 asukasta).

1. Asemakorttelit
2. Mutterikorttelit
3. Toimistokorttelit
4. Lappajärvenpuisto
5. Liityntäpysäköintilaitos
6. Veturitallien kulttuurikeskittymä
7. Huolto- ja logistiikkapalvelut



Osa-alue	K-m ²
1. Asemakorttelit	72 000
• Kauppagalleria	20 000
• Areena + kongressi	9 000
• Hotelli	5 800
• Asuminen (noin 800 asukasta)	23 400
• Toimisto	12 000
• Kivijalkaliikkeet	1 800
2. Mutterikorttelit (650 asukasta)	32 300
3. Toimistokortteli	7 300
4. Lappajärvenpuisto (50 asukasta)	2 400
Yhteensä	114 000 k-m²

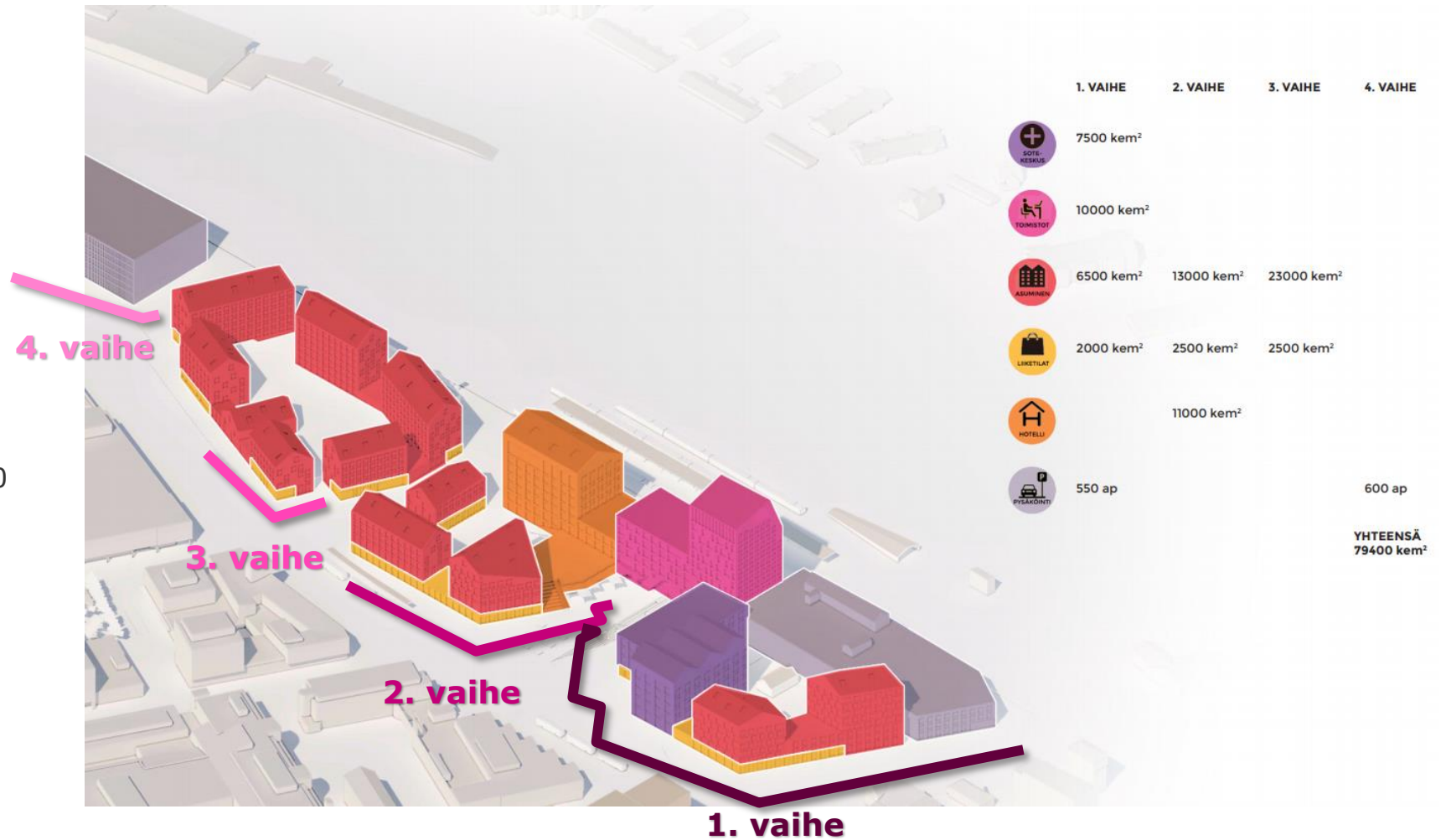
HANKESUUNNITELMAN LUONNOS 1/2020

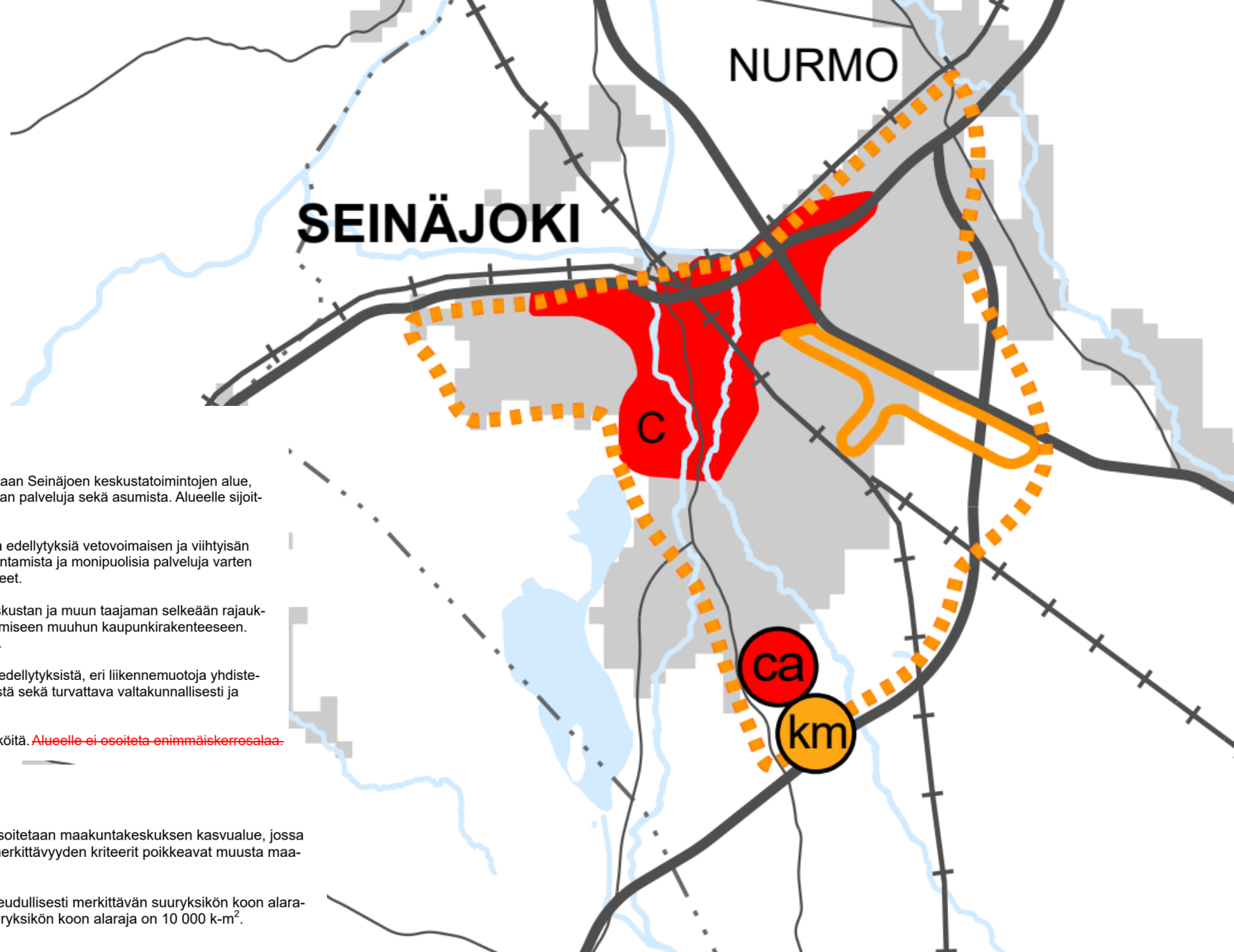
OOPEAA

Asemanseudun hankesuunnitelmassa on tarkennettu ja konkretisoitu yleissuunnitelmaa sekä vaiheistettu kehitystä.

Asemanseudun kehittyminen lähtisi liikkeelle alueen eteläreunasta ja etenisi neljässä vaiheessa kohti pohjoista.

Liiketiloja suunnitelman mukaan asemakeskukseen tulisi pääasiassa kivistaloihin sijoittuneena yhteensä 7 000 k-m², joista noin 2 000 k-m² toteutuisi hankkeen 1. vaiheessa.





C Keskustatoimintojen alue, (C)

Merkinnän tarkempi kuvaus ja suunnitteluperiaate: Merkinnällä osoitetaan Seinäjoen keskustatoimintojen alue, johon sijoittuu keskustahakuisia hallinto-, kauppa-, hyvinvointi- ja vapaa-ajan palveluja sekä asumista. Alueelle sijoittuu eri liikennemuotoja yhdistelevä matkakeskus.

Suunnittelumääräys: Yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa tulee luoda edellytyksiä vetovoimaisen ja viihtyisän kaupunkikeskuksen kehittämiselle varaamalla alueita tiivistä kaupunkirakentamista ja monipuolisia palveluja varten sekä määrittelemällä korkeatasoisen kaupunkikuvan kehittämisen periaatteet.

Keskusta-alueen kehittämisessä tulee kiinnittää erityistä huomiota ydinkeskustan ja muun taajaman selkeään rajaukseen, keskusta-alueen viihtyisyyteen ja esteettömyyteen sekä alueen liittymiseen muuhun kaupunkirakenteeseen. Alueen kehittymistä tulee tukea täydentämällä olevaa kaupunkirakennetta.

Alueiden käytön suunnittelussa on huolehdittava joukkoliikenteen toimintaedellytyksistä, eri liikennemuotoja yhdistelevistä matkaketjuista, turvallisista ja kattavista kevyen liikenteen yhteyksistä sekä turvattava valtakunnallisesti ja maakunnallisesti arvokkaat kulttuuriympäristöt.

Alueelle saa sijoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä. ~~Alueelle ei osoiteta enimmäiskerrosalaa.~~

Kaupallinen vyöhyke, (km²)

Merkinnän tarkempi kuvaus ja suunnitteluperiaate: Merkinnällä osoitetaan maakuntakeskuksen kasvualue, jossa alueen omaan ostovoimaan perustuen vähittäiskaupan seudullisen merkittävyyden kriteerit poikkeavat muusta maakunnasta.

Suunnittelumääräys: Vyöhykkeen alueella päivittäistavarakaupan seudullisesti merkittävän suuryksikön koon alaraja on 5 000 k-m² ja erikoistavarakaupan seudullisesti merkittävän suuryksikön koon alaraja on 10 000 k-m².

KAAVAMUUTOSHANKKEET KESKUSTA-ALUEELLA

Keskusta, korttelit 6, 11, 12, 15 ja 16

Kaavamuutos, luonnosvaihe. Kaavamuutoksella pyritään mahdollistamaan asuin- ja liikerakentamista sekä maanalaista pysäköintiä. Alueella pyritään tehostamaan asuinrakentamista. Asemakaavoitus toteutetaan vaiheittain.

Keskusta, kortteli 32

Kaavamuutos. Rakentumaton Torikeskuksen kulmaus, joka toimii pysäköintialueena. Kaavamuutoksella tutkitaan rakennusoikeus, autopaikoitus ja kerroskorkeudet. Erityishuomio Suojeluskunta- ja Lotta Svärd -museon asemaan kaupunkirakenteessa.

Keskusta, kortteli 32 ja 33, Torikeskus ja Kauppatori

Kaavamuutos, esisuunnitteluvaihe. Tavoitteena uudisrakentamisen sijoittuminen alueelle. Ensimmäisiin kerroksiin kaupallisia palveluita ja päälle liike- ja toimistotiloja. Tavoitteena ydinkeskustan kaupallisen vyöhykkeen vetovoiman vahvistaminen.

Marttila, kortteli 32

Kaavamuutos. Entisen Rantalan lakkitehtaan tontille sekä viereiselle tontille suunnitteilla asuinkerrostaloja. Entisen lakkitehtaan säilymisedellytykset tutkitaan.

Pohja, kortteli 55

Käyttötarkoituksen muutos asumiseen. Esisuunnittelu 2018.

Pohja, kortteli 44

Kaavamuutos, asuinalueen maankäytön tehostaminen

Asemanseutu I

Lakeuden puisto

Kehittämissuunnitelma, ideasuunnittelu käynnistymässä. Puiston roolin vahvistaminen ja toiminnallinen kehittäminen. SOTE-rakennuksen sijoittumista puiston itäreunalle tutkitaan.

Uppa, kortteli 3

Asemakaavamuutos. Entisen paloaseman tontin ja viereisen viheralueen kehittäminen keskusta-asumiseen. Alueen asuinrakentamisen tehostaminen.

0 125 250 500 m

KAUPAN TRENDEJÄ

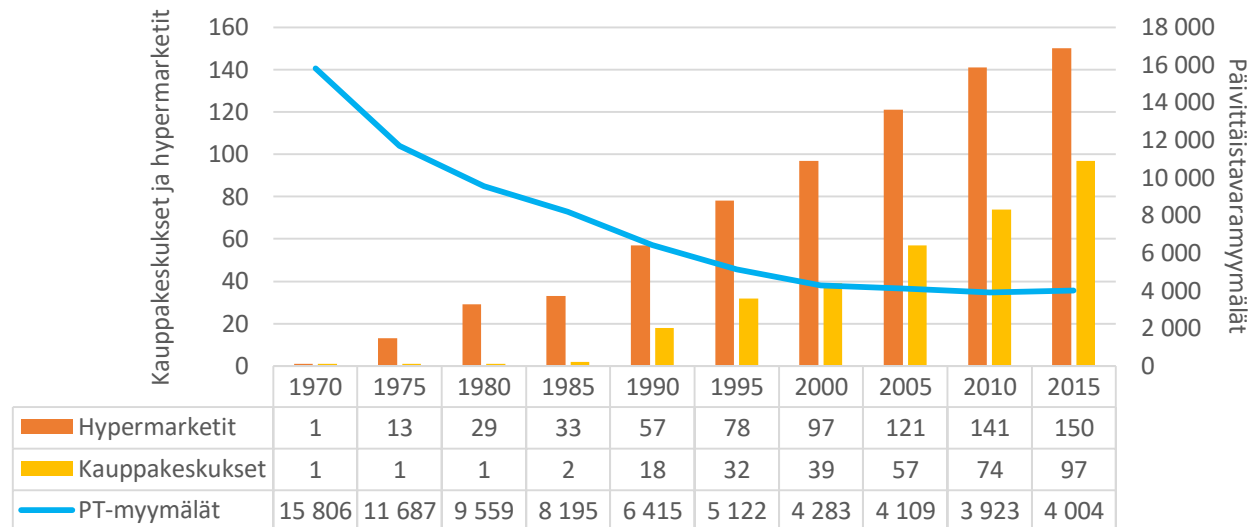


KAUPPOJEN LUKUMÄÄRÄ JA LIIKEVAIHTO

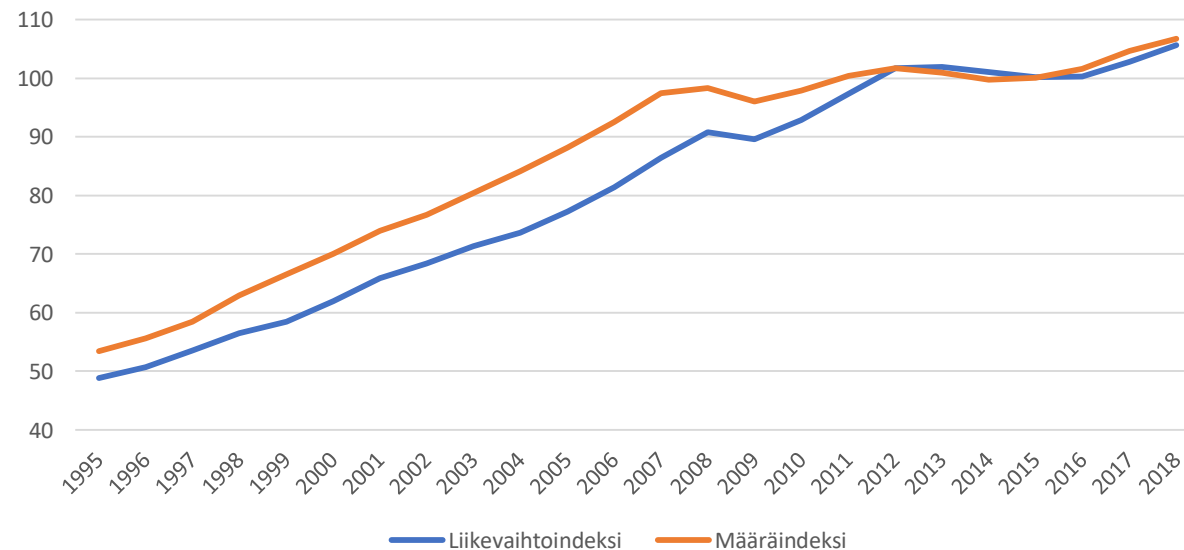
Vähittäiskaupan rakenne on keskittynyt ja ketjuuntunut voimakkaasti. Suuryksiköiden määrä (kauppakeskukset, hypermarketit) on kasvanut ja vastaavasti pienempien myymälöiden määrä on laskenut. Erityisesti 2010-luvulla trendi on kuitenkin tasoittunut ja eräänlaisena vastatrendinä on havaittavissa erityisesti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

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

Kauppojen lukumäärän kehitys 1970-2015



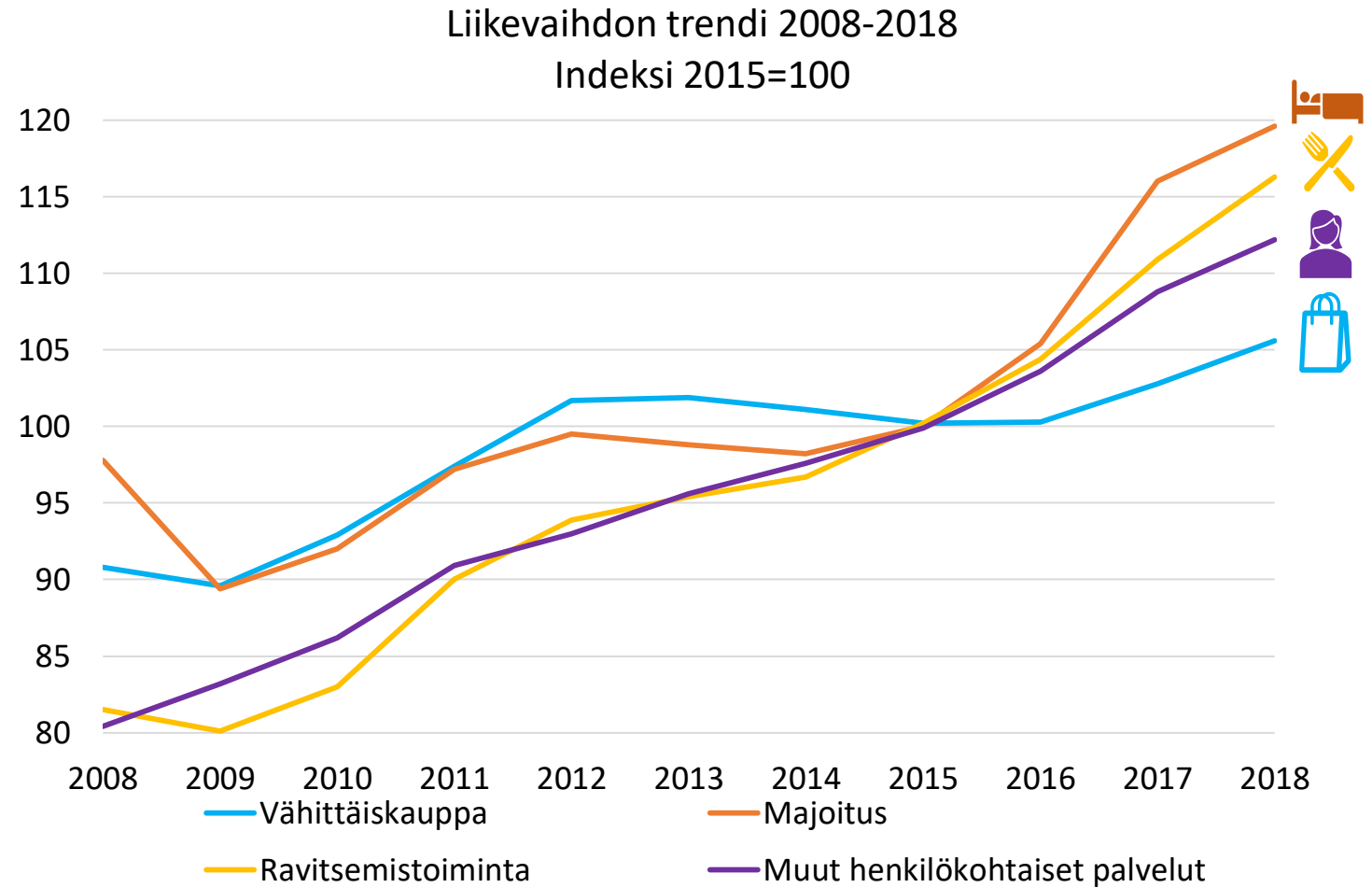
Vähittäiskaupan liikevaihdon ja määrän kehitys Suomessa 1995-2018
(indeksi 100 = vuosi 2015)



PALVELUT JA ELÄMYKSET KOROSTUVAT

Kaupoista haetaan yhä enemmän elämyksiä ja viihtymistä.

Palveluiden osuus on kasvamassa, mikä näkyy esimerkiksi liikeilojen käytössä.



[Add text]

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN MYNNIN KEHITYS

Vuonna 2017 koko Suomen päivittäistavaramyynnistä 37 % toteutui isoissa supermarketeissa ja 28 % hypermarketeissa. Lukumääräisesti suurimman myymälätyypin, isojen valintamyymälöiden, osuus päivittäistavaramyynnistä oli 12 %.

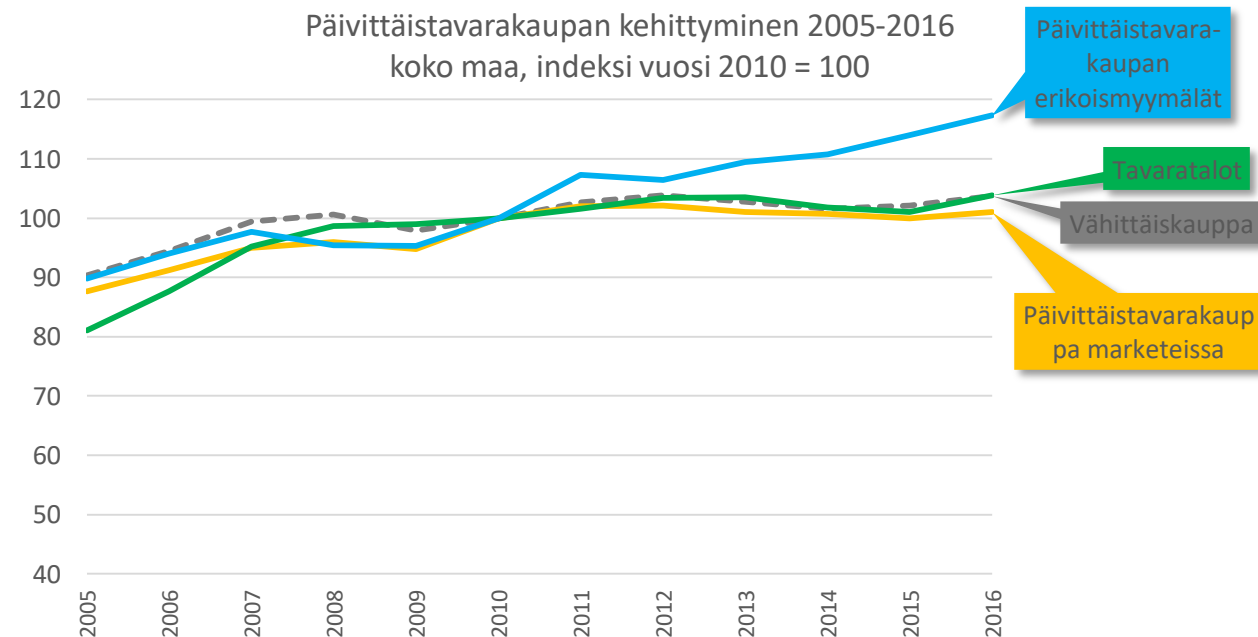
Vuosina 2010-2017 hypermarkettien myynti on kasvanut 1,12 miljoonaa euroa (+29 %), suurten supermarketien 1,58 miljoonaa euroa € (+32 %) ja erikoismyymälöiden ja kauppahallien 88 miljoonaa euroa (+48 %). Tavaratalojen päivittäistavaramyynti on pienentynyt 101 miljoonaa euroa (-18 %).

Pienempien erikoistuneiden yksiköiden rooli päivittäistavara-kaupassa on jälleen hieman korostumassa, mikä mahdollistaa esim. paikallisten pienten erikoispalveluiden kehittämisen.

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

Suomen päivittäistavaramyymälät 2017 (www.pti.fi).

	Myynti, milj. €		Muutos 2010-16	
	2010	2016	Milj. €	%
Hypermarketit (myyntipinta-ala yli 2 500 m ²)	3 802	4 923	1 121	29 %
Tavaratalot	558	457	-101	-18 %
Supermarketit, isot (1 000-2 500 m ²)	4 913	6 497	1 584	32 %
Supermarketit, pienet 400-999 m ²	1 776	1 901	125	7 %
Valintamyymälät, isot 200-399 m ²	2 306	2 151	-155	-7 %
Valintamyymälät, pienet 100-199 m ²	473	356	-117	-25 %
Pienmyymälät Alle 100 m ²	317	203	-114	-36 %
Erikoismyymälät ja hallit	185	273	88	48 %

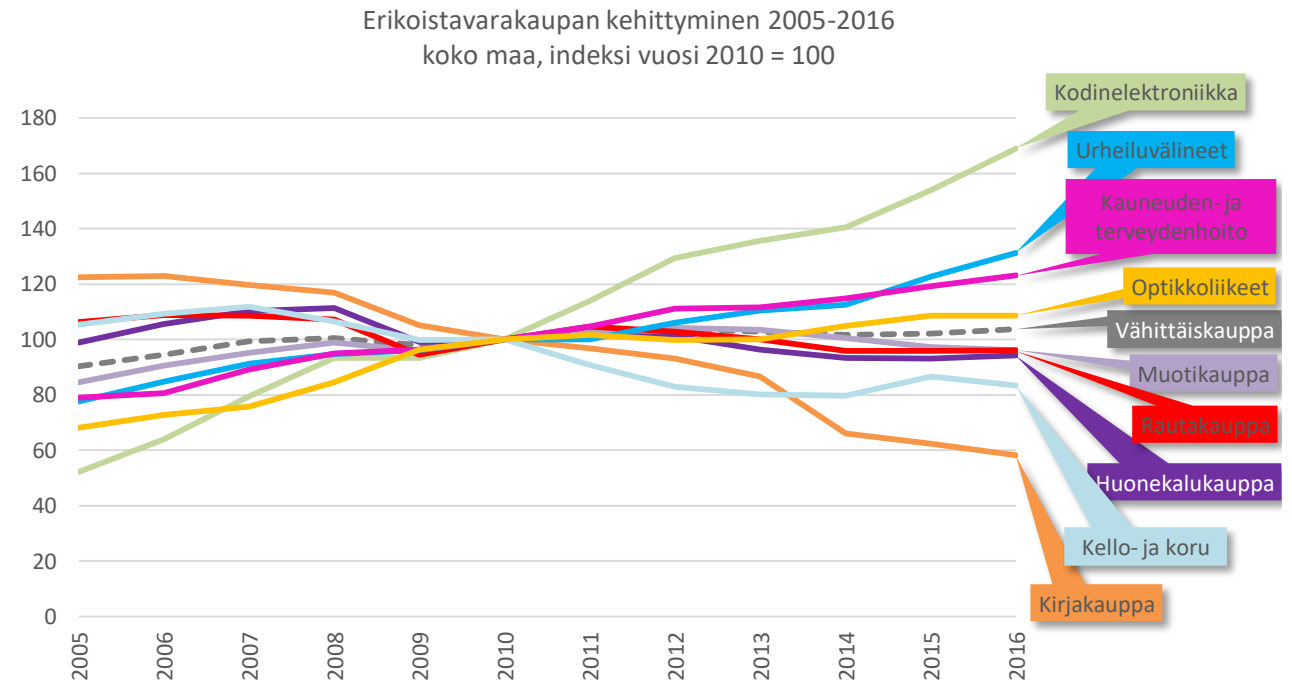


ERIKOISTAVARAKAUPAN LIIKEVAIHDON KEHITYS

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 ennakoitaankin muuttuvan merkittävästi verkkokaupan kasvun myötä.



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 %.

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

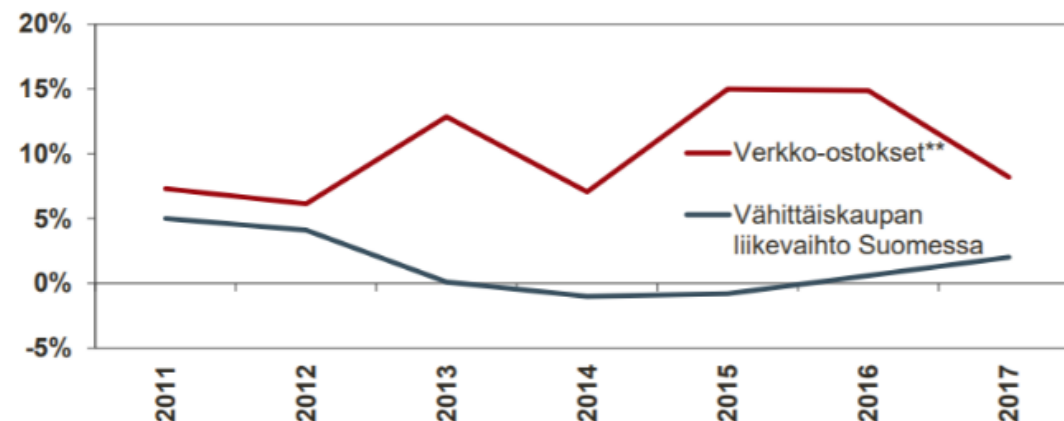
Jos kuluttajat saisivat itse valita, heidän tilauksensa toimitettaisiin suoraan kotiin lukittuun ja turvalliseen pakettilaatikkoon. Mitä nuorempia kuluttajat ovat, sitä halukkaampia he ovat kokeilemaan innovatiivisia toimitusvaihtoehtoja.

Uusimpina Suomen markkinoille tulleina click&collect sekä showroom-konsepteina ovat Box by Posti sekä Keskon kylmäsäilytystilat sisältävä noutopistekonsepti. Tällaisissa kokonaisuuksissa tavoitteena on yhdistellä eri noutotarpeita (päivittäistavarat, erikoistavarat) sekä toteuttaa esittelytiloja brändeille.

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 %

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.

Lähteet: Kaupan liitto: Digitaalinen kauppa 2017, Postnord: Verkkokauppa Pohjoismaissa 2018

LIIKETILAKYSYNTÄÄN VAIKUTTAVIA KEHITYSTRENDEJÄ

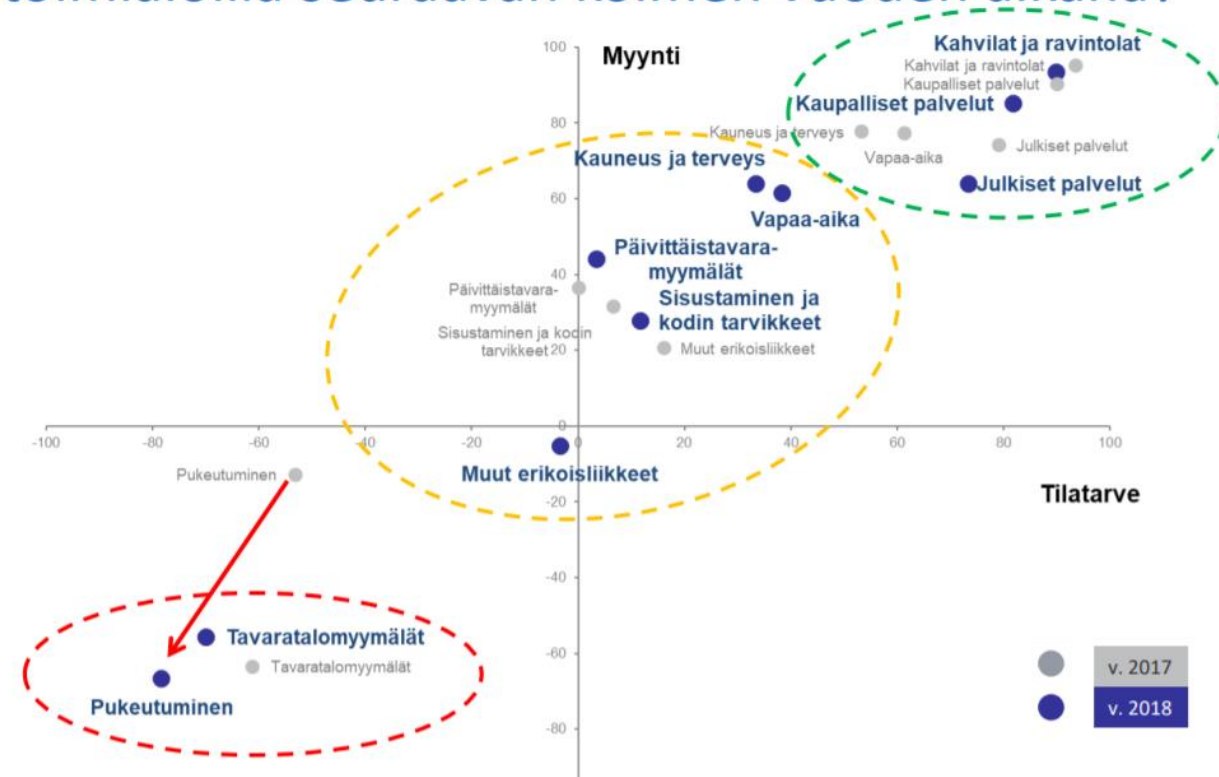
Kulutuskohteet muuttuvat yksilöllisemmiksi ja ”suuri massa” kutistuu, mikä johtuu osin siitä, että kulutusmahdollisuudet ja -kohteet ovat monikertaistuneet. Kaupan kanssa kulutuksesta kilpailevat erityisesti ravintolat, viihde ja matkailu, jolloin kauppaan kohdistuvan kulutuksen suhteellinen osuus vähenee.

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 päivittäistavara ja tilaa vievä kauppa) tai **asioinnin täytyy olla niin miellyttävää, että asiakas haluaa viettää aikaa ostosympäristössä**, jolloin myymälämiljöön elämyksellisyys korostuu.

Kauppakeskusyhdistys ry: Kauppakeskusbarometri 2018

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



Kaupalliset palvelut pitää sisällään mm. viihdepalvelut

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.



TIIVISTELMÄ: MUUTOSTRENDIT PESTE-KEHIKOSSA

Poliittiset ja lainsäädännölliset	Ekonomiset	Sosiaaliset	Teknologiset	Ekologiset
- Maankäyttö- ja rakennuslain muutokset kaupan sijainninohjausta koskien - Toimialojen ja toimintojen sekoittuminen korostuva ilmiö, haaste kaavoitukselle - Aukiolo- ja alkoholilainsäädännön vaikutukset pienempien markettien ja lähipalveluiden toimintaedellytyksiin; sääntelyn vapautuminen vienyt kilpailuedun - Julkisen palveluverkon keskittyminen vaikuttaa myös kaupan sijaintipäätöksiin, yksityisten ja julkisten palveluiden synergiahyödyt korostuvat ja niiden väliset rajat hämärtyvät	- Asukasmäärän kehitys ja kasvava ostovoima houkuttelee myös kaupan investointeja - Kaupan ja palveluiden tilojen tehokkuusvaatimukset kasvavat; esim. Hypermarkettien supistuminen käyttötavaraosastojen kustannuksella - Tilojen monikäyttöisyyden ja joustavuuden tarve kasvaa; tilojen hybridikäyttö sekä erilaisten toimintojen sekoittuminen - Pop up- ja start up -toiminta edellyttää lyhyempiä ja joustavampia vuokrasopimuksia - Halutaan entistä pienempiä myymälätiloja keskeisemmillä sijainneilla, esim. tilaa vievän kaupan express/city -konseptit) - Liikepaikkoina korostuvat keskustat, olemassa olevat kaupan alueet sekä liikenteen (erit. raideliikenne) asemat ja solmukohdat	- Väestön ikääntyminen, tarve kaupan saavutettavuudelle, saatavuudelle ja esteettömyydelle (-2030 vuoteen) - Pirstoutuva kulutuskäyttäytyminen sekä ihmisten muuttuvat kulutustottumukset ja arvot; massakulutuksen loppu ja kulutuksen siirtyminen entistä enemmän palveluihin - Vapaa-ajan arvostus kasvaa; nousevia esim. ravintola- ja viihdepalvelut, liikunta, elämyksellisyys - Maahanmuutto synnyttää uusia palvelutarpeita ja -mahdollisuuksia - Paikallisuuden korostuminen imagotekijänä, esim. lähiruoka, paikallistuotanto, urbaani elintarviketuotanto - Kaupan sosiaalinen vastuu ja vastuunkanto kasvavat → kaupasta ja palveluista osa yhteisöä - Julkisen tilan merkitys kasvaa kohtaamispaikkana myös kaupallisissa ympäristöissä - Kuluttajien välinen kauppa lisääntyy, jakamistalouden merkitys kasvaa	- Digitaalisuus, verkkokauppa ja monikanavaisuus muuttavat kaupan toimintalogiikkaa; monipuoliset osto- ja noutomahdollisuudet - Tarve verkkokaupan nouto- ja varastopisteille; päivittäistavarakaupan "dark store" –yksiköt, joissa ainoastaan tuotteiden keräily ja lähetys - Uudet kuljetustavat ja jakelukanavat, esim. drone-logistiikka ja erilaiset click&collect –palvelut yleistyvät - Kotiinkuljetettavat palvelut ja tuotteet lisäävät tarvetta esim. Palvelueteisille sekä noutopisteille 3D-printtauksen tuomat mahdollisuudet; varaosien printtaaminen kotona / keskitetyissä palvelupisteissä - Virtuaalikulutuksen lisääntyminen - Show room -konseptien lisääntyminen; tuotteiden fyysinen / virtuaalinen kokeilu ja tuotteiden kuljetus kotiin	- Ympäristövaatimukset kiristyvät: energiankäyttö ja resurssitehokkuus keskiöön, kiertotalouden huomioiminen myös kaupan toiminnassa - Ekologinen jalanjälki tulee yhä laajemmin näkyviin kaupan toiminnassa (kiinteistö, tuotanto- ja kuljetusketju ja asiointit) - Kaupan saavutettavuuden turvaaminen keskeistä asiointimatkatuotoksen hillitsemisessä; erityisesti lähisaavutettavuus kävellen ja pyörällä sekä kaupan palveluiden korostuminen joukko liikenteen asema- ja solmukohdissa

LÄHTÖKOHDAT SEINÄJOELLA



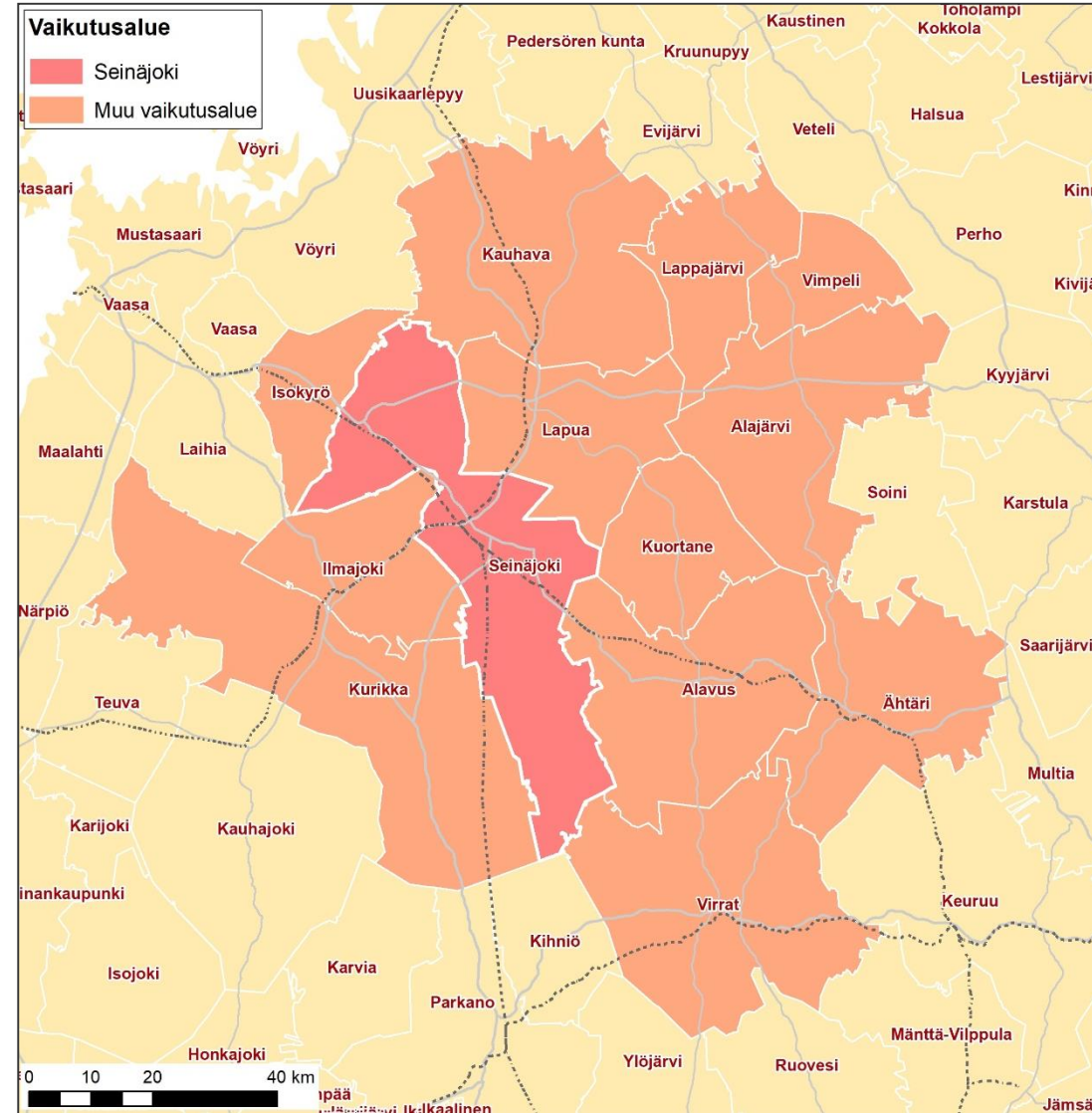
VAIKUTUSALUEEN VÄESTÖ

Seinäjoella asui vuonna 2018 yhteensä noin 63 300 asukasta. Tilastokeskuksen syksyllä 2019 julkistaman väestöennusteen mukaan Seinäjoen väestömäärän arvioidaan kasvavan vuoteen 2040 mennessä lähes 5 700 asukkaalla (+8,9 %, keskimääräinen vuosikasvu noin 0,4 %).

Oheisella kartalla on esitetty Seinäjoen kaupan markkina-alue (TNS Gallup). Vaikutusalue ulottuu laajalle yli seutu- ja maakuntarajojenkin. Seinäjoki on Etelä-Pohjanmaan merkittävin kaupallinen keskittymä. Vaikutusalueen sisään jää mm. Alavus, jossa sijaitsee Veljekset Keskisen kyläkauppa. Vaikutusaluetta rajaavat erityisesti lännestä Vaasa, etelästä Kauhajoki ja Tampere, idästä Jyväskylä ja pohjoisesta Kokkola.

Vaikutusalueella asui vuonna 2018 yhteensä 171 800 asukasta. Väestöennusteen mukaisesti väestömäärän arvioidaan pienenevän peräti noin 15 000 asukkaalla (-8,7 %) vuoteen 2040 mennessä. Vaikutusalueen kunnista Seinäjoki on ainoa, jossa väestön arvioidaan kasvavan.

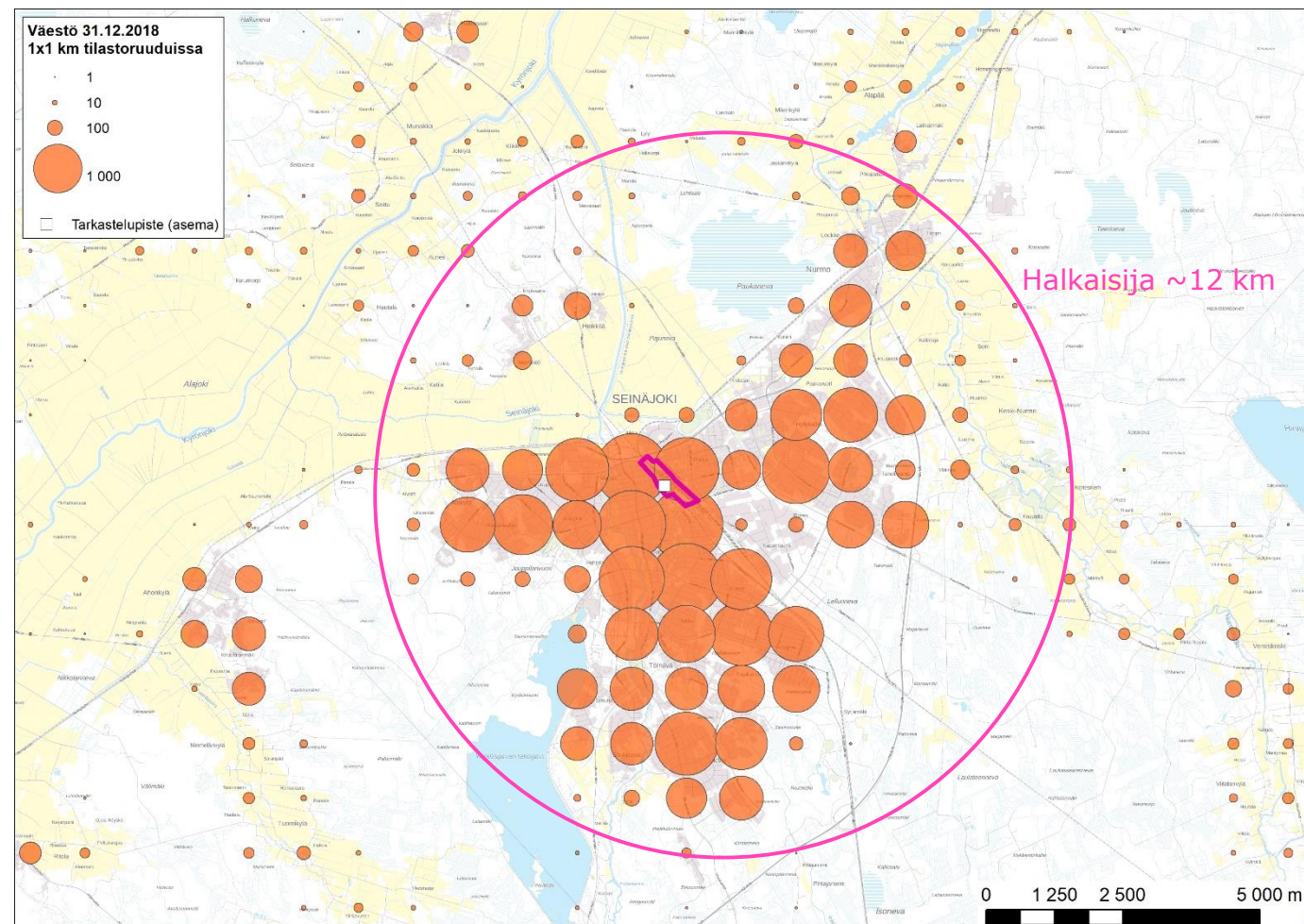
Kunta	Seutu	Väestö						Muutos 2018-2040	
		2018	2020	2025	2030	2035	2040	As.	%
Seinäjoki	Seinäjoen	63 288	64 311	66 388	67 936	68 774	68 949	5 661	8,9 %
Ilmajoki	Seinäjoen	12 187	12 227	12 225	12 144	12 038	11 912	-275	-2,3 %
Kauhava	Seinäjoen	16 022	15 581	14 602	13 744	13 019	12 413	-3 609	-22,5 %
Kurikka	Seinäjoen	20 952	20 393	19 118	17 963	16 900	15 958	-4 994	-23,8 %
Lapua	Seinäjoen	14 427	14 296	13 955	13 625	13 291	13 022	-1 405	-9,7 %
Alajärvi	Järviseudun	9 700	9 472	8 952	8 475	8 079	7 735	-1 965	-20,3 %
Lappajärvi	Järviseudun	3 078	2 970	2 761	2 587	2 437	2 317	-761	-24,7 %
Alavus	Kuusiokuntien	11 544	11 253	10 608	10 023	9 504	9 048	-2 496	-21,6 %
Kuortane	Kuusiokuntien	3 572	3 478	3 259	3 070	2 922	2 803	-769	-21,5 %
Ähtäri	Kuusiokuntien	5 703	5 474	5 001	4 630	4 336	4 089	-1 614	-28,3 %
Isokyrö	Kyrönmaan	4 601	4 487	4 220	3 987	3 792	3 637	-964	-21,0 %
Virrat	Ylä-Pirkanmaan	6 739	6 508	6 018	5 633	5 315	5 045	-1 694	-25,1 %
Markkina-alue yht.		171 813	170 450	167 107	163 817	160 407	156 928	-14 885	-8,7 %



VÄESTÖ SEINÄJOEN KESKUSTA-ALUEELLA

Oheisella kartalla on havainnollistettu Seinäjoen keskusta-alueen väestön määrää ja sijoittumista vuoden 2018 lopulla.

Ympyrällä rajatun alueen (halkaisija noin 12 km) sisällä sijaitsee yhteensä noin 52 000 asukasta. Seinäjoen taajama-aste on 91,1 %.

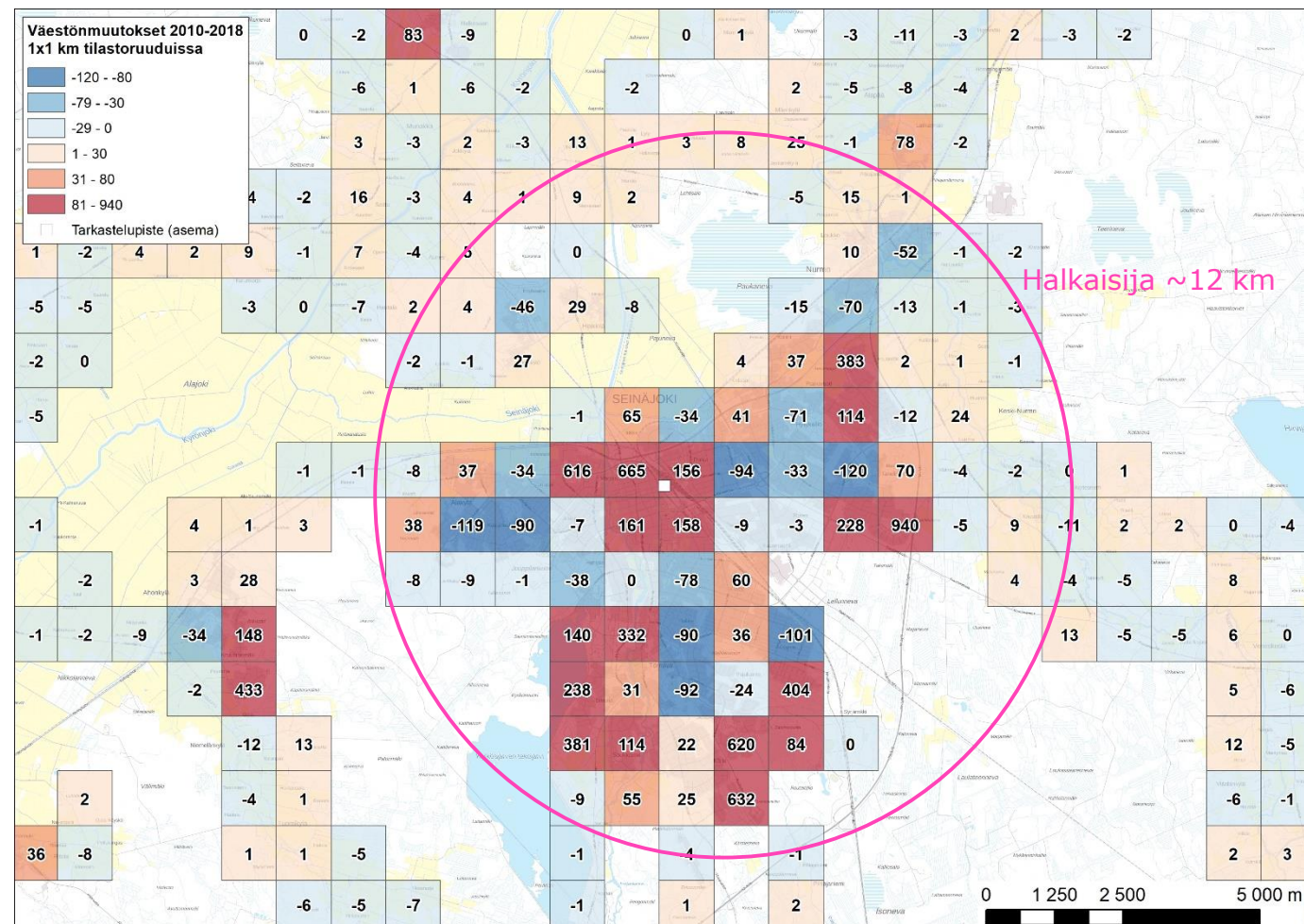


VÄESTÖNMUUTOKSET 2010-2018

Oheisella kartalla on esitetty väestönmuutokset Seinäjoen keskusta-alueella vuosina 2010-2018. Muutokset on esitetty kilometrin tilastoruuduissa. Punainen väri osoittaa väestömäärän kasvua ja sininen puolestaan vähentymistä.

Vuosina 2010-2018 ympyrällä rajatun, halkaisijaltaan noin 12 km:n, alueen väestömäärä on kasvanut noin 6 000 asukkaalla (+13 %, keskimääräinen vuosikasvu noin 1,5 %).

Väestömäärä on kasvanut erityisesti keskusta-alueella sekä keskustan eteläpuolella sijaitsevilla uusilla asuinalueilla (Pajuluoma-Kärki-Soukkajoki).

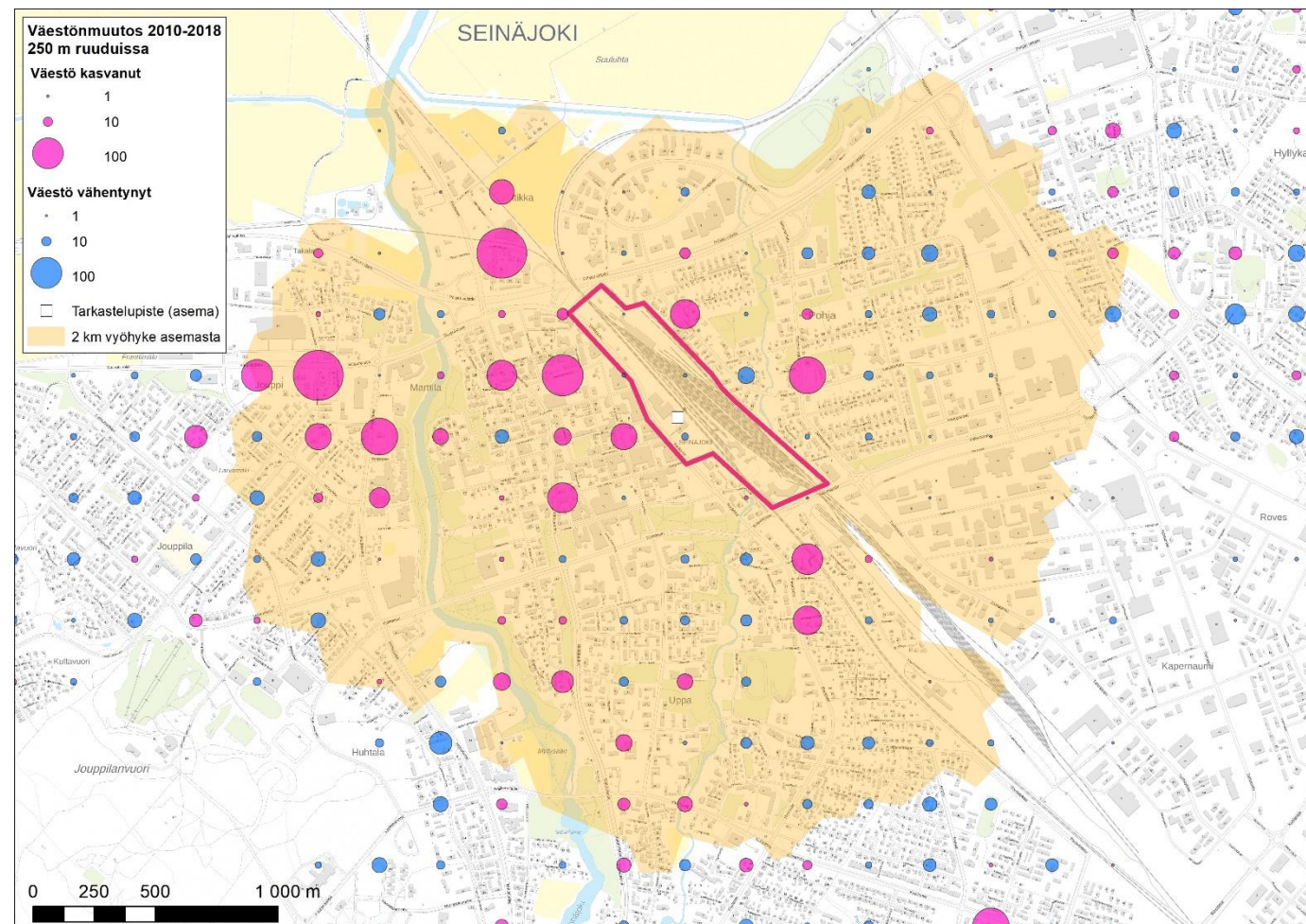
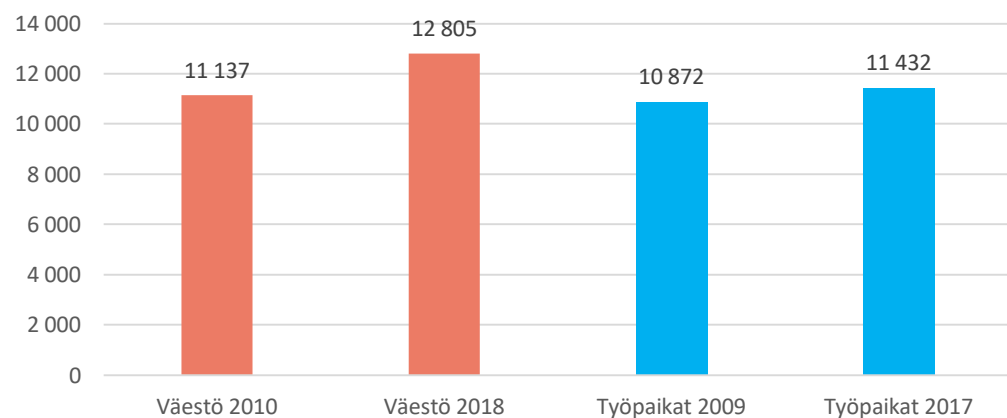


VÄESTÖ- JA TYÖPAIKKAMUUTOKSET KESKUSTASSA

Seinäjoen keskustan väestömäärä kasvanut 2 km:n säteellä asemasta noin 1 670 asukkaalla vuosina 2010-2018 (vuosikasvu noin 1,8 %). Väestö on kasvanut erityisesti ydinkeskustassa radan länsipuolella, Joupissa ja Itikassa.

Työpaikkojen määrä puolestaan on vastaavalla alueella kasvanut noin 560 kappaleella vuosina 2009-2017 (vuosikasvu 0,6 %).

Väestö- ja työpaikkamuutokset 2 km vyöhykkeellä



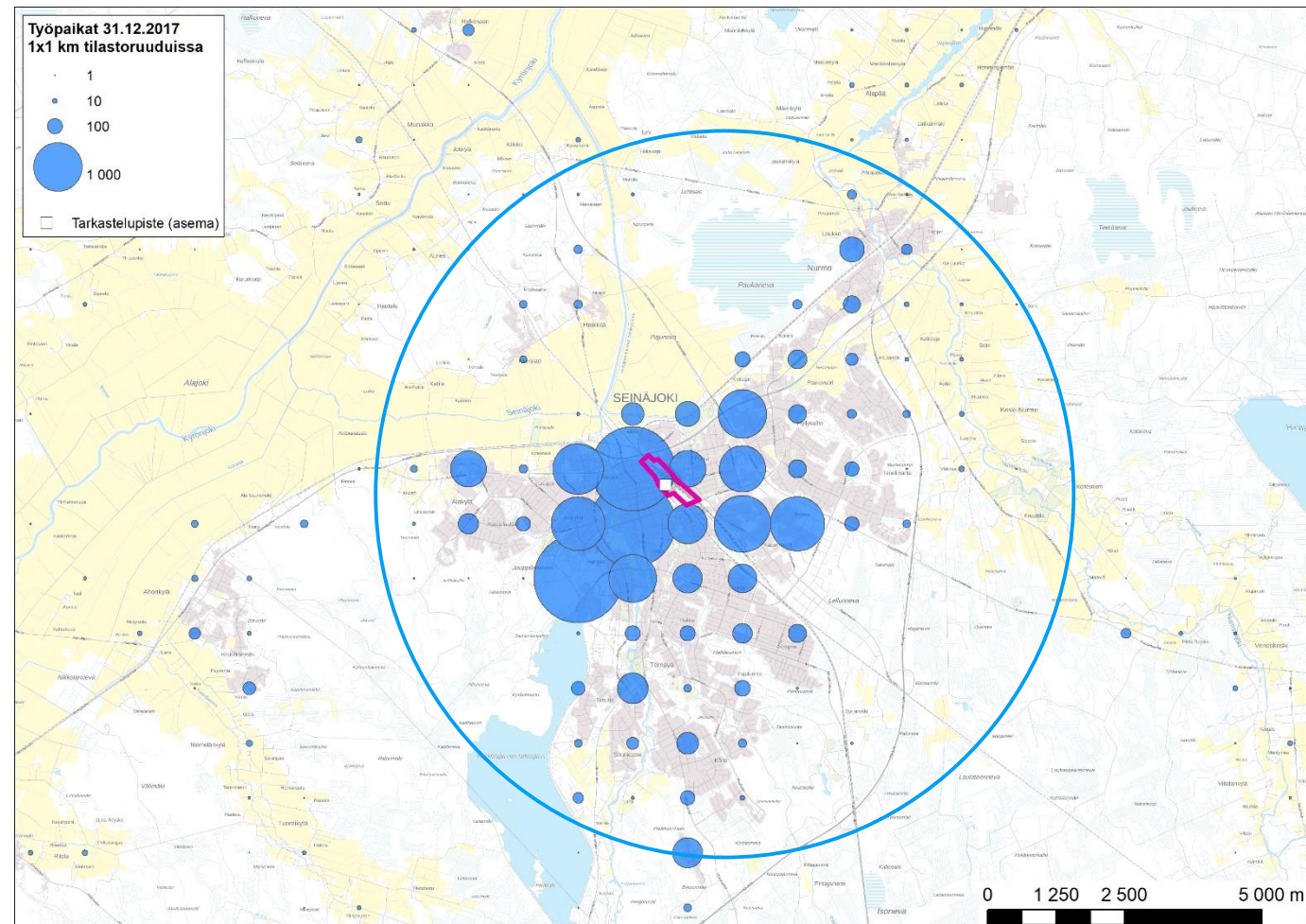
TYÖPAIKAT SEINÄJOEN KESKUSTA-ALUEELLA

Oheisella kartalla on esitetty työpaikkojen sijoittuminen Seinäjoen keskusta-alueella vuoden 2017 lopulla. Työpaikat painottuvat erityisesti ydinkeskustaan, radan länsipuolelle.

Ympyrällä rajatun alueen sisällä sijaitsee noin 24 100 työpaikkaa. Vuosina 2009-2017 työpaikkojen määrä kyseisellä alueella on kasvanut noin 2 300 kappaleella (11 %).

Seinäjoen työpaikkaomavaraisuus vuonna 2017 oli noin 112 %. Eniten Seinäjoelle pendelöidään Ilmajoelta, Lapualta sekä Kurikasta.

Asuinkunta	Työssäkäynti Seinäjoella	Työssäkäynti Seinäjoelta	Nettopendelöinti Seinäjoelle
Seinäjoki	21 574		0
Ilmajoki	1 960	569	1 391
Lapua	1 312	525	787
Kurikka	1 086	606	480
Kauhava	531	567	-36
Alavus	368	243	125
Vaasa	295	474	-179
Kauhajoki	284	201	83
Isokyrö	277	141	136
Kuortane	194	124	70
Alajärvi	155	82	73
Tampere	139	189	-50
Helsinki	117	165	-48
Laihia	117	74	43
Ähtäri	86	18	68
Muut	1 128	917	211
Yhteensä	29 623	26 469	3 154

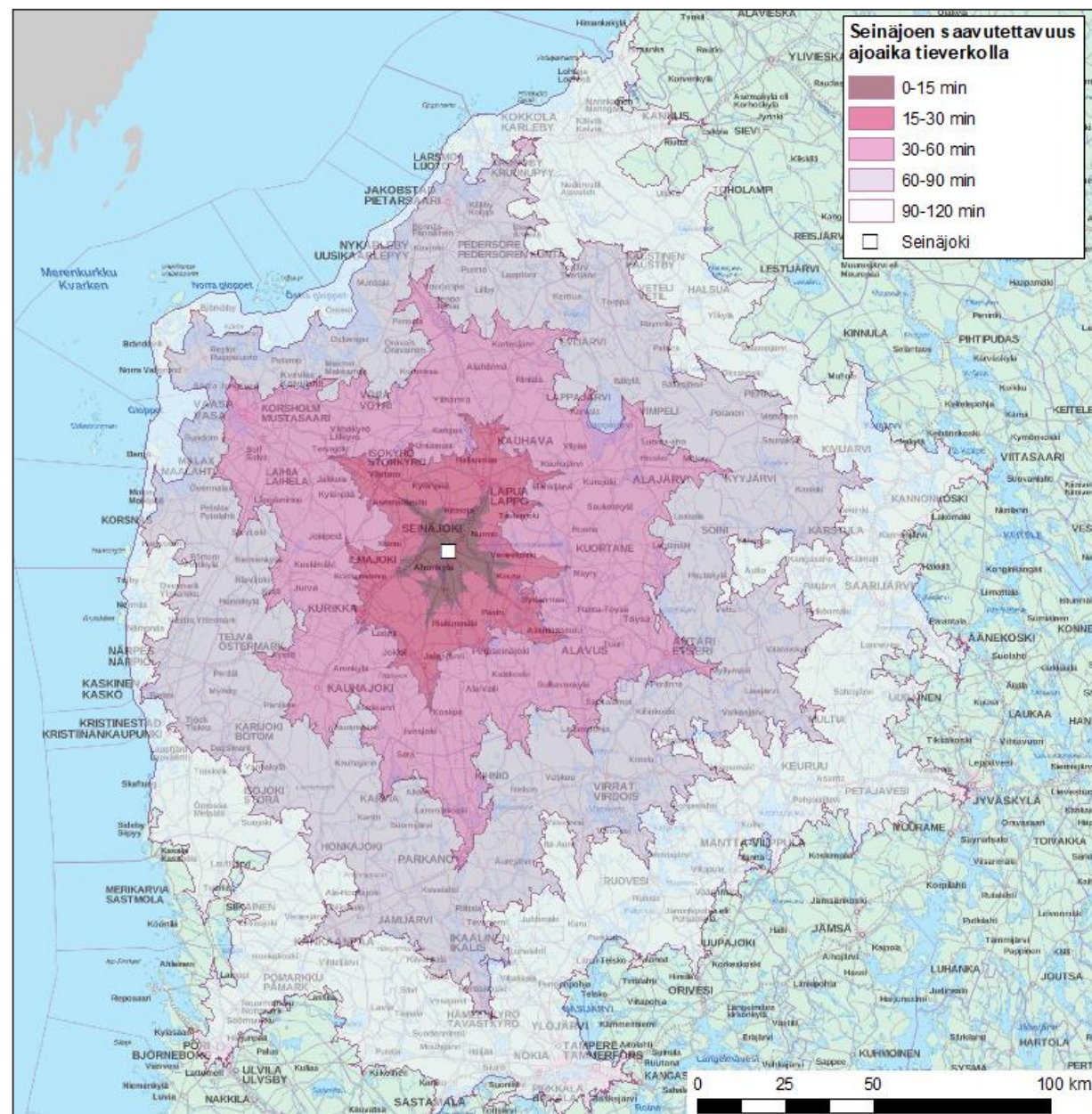
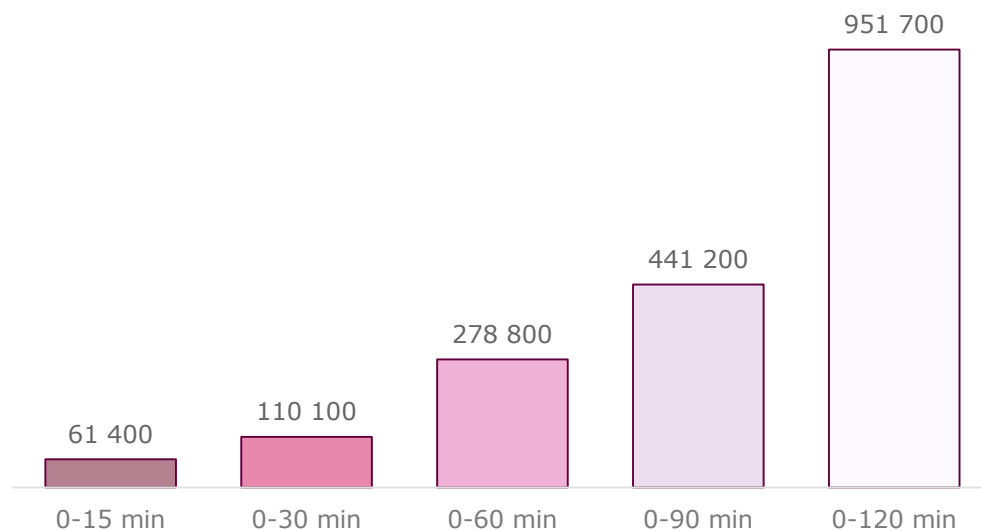


SEINÄJOEN SAAVUTETTAVUUS

Oheisella kartalla on havainnollistettu Seinäjoen saavutettavuutta ajoaikana tieverkkoa pitkin. Saavutettavuusanalyysissä ei ole huomioitu ruuhkia.

Seinäjoen saavuttaa puolessa tunnissa noin 110 000 asukasta ja tunnin ajoajan säteellä asuu lähes 280 000 asukasta.

Väestö vyöhykkeittäin 31.12.2018

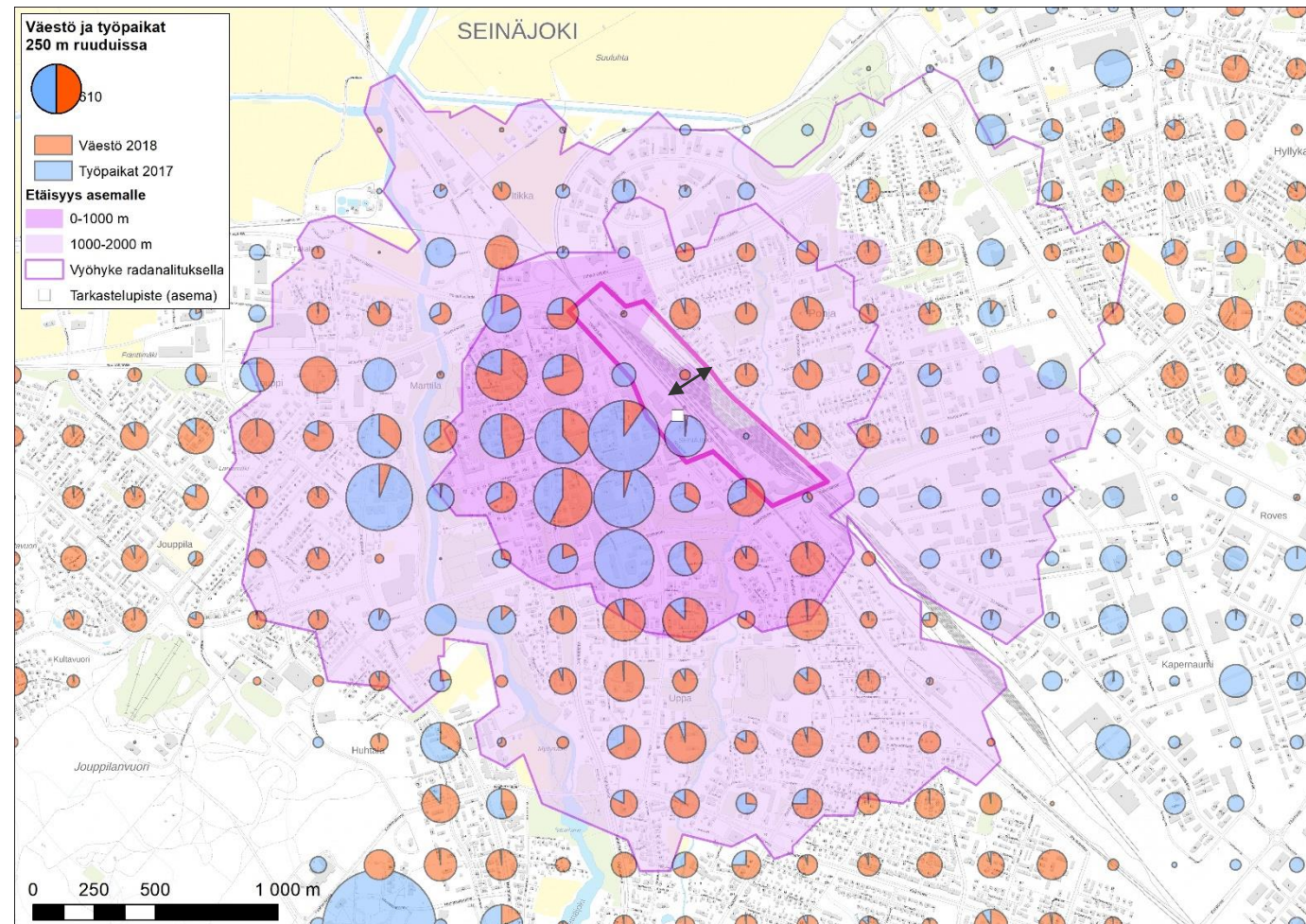
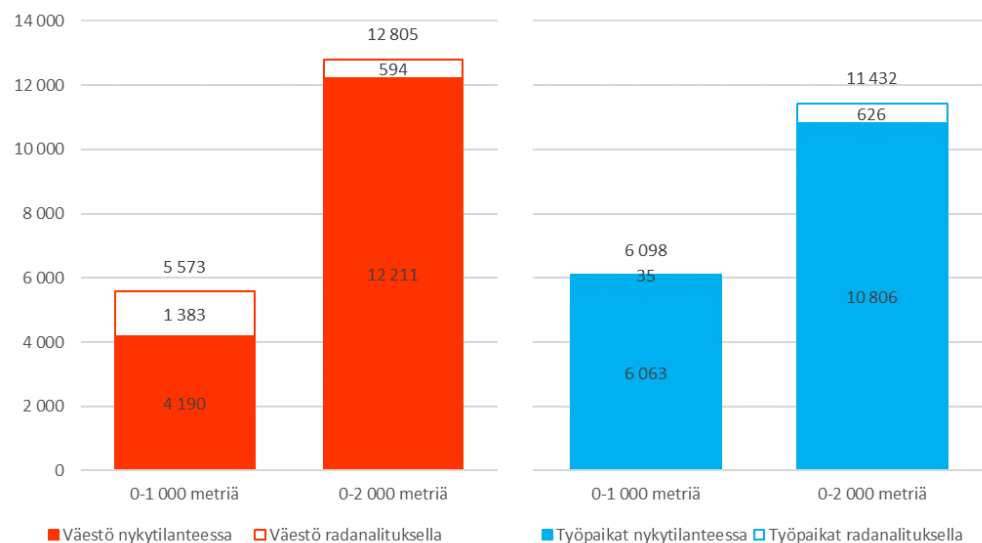


ASEMANSEUDUN SAAVUTETTAVUUS

Asemanseutu on erittäin hyvin saavutettavissa koko keskusta-alueelta. Tieverkkoa pitkin mitattuna kilometrin etäisyydellä asuu nykytilanteessa noin 4 200 asukasta ja kahden kilometrin etäisyydellä noin 12 200 asukasta.

Asemanseudun saavutettavuuden kannalta keskeistä on radan estevaikutuksen pienentäminen ja radan alittavan/ylittävän yhteyden muodostaminen. Oheisella kartalla ja kaavioissa on havainnollistettu yhteyden vaikutusta saavutettavuuteen.

Keskusta on tällä hetkellä hyvin työpaikkapainotteinen, mutta rakenteilla ja vireillä olevat asuinrakentamishankkeet muuttavat tilannetta tulevaisuudessa.



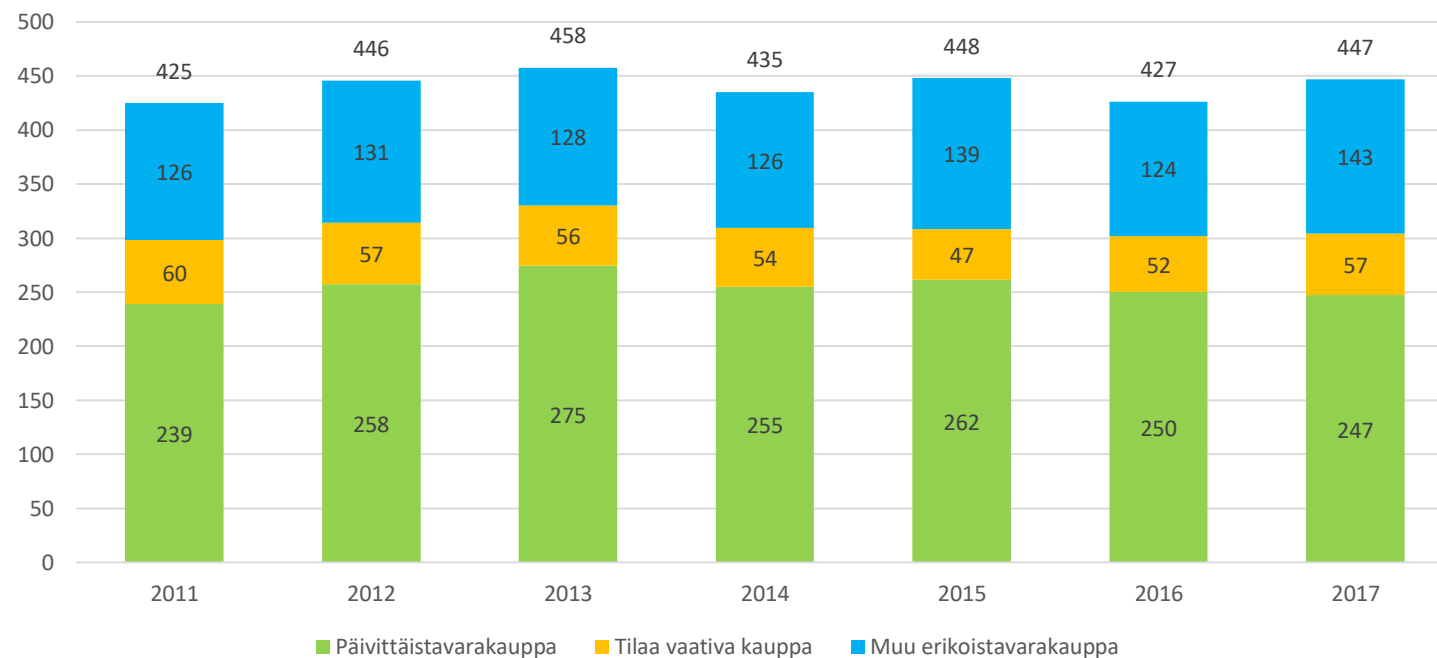
VÄHITTÄISKAUPAN LIIKEVAIHTO SEINÄJOELLA 2011-2017

Vähittäiskaupan (TOL 47*) liikevaihto oli Seinäjoella noi 450 miljoonaa euroa vuonna 2017. Liikevaihdosta noin 250 milj. € (55 %) toteutui päivittäistavarakaupan ja tavaratalojen toimialaryhmässä.

Vähittäiskaupan liikevaihto on pysytellyt melko tasaisesti samalla tasolla vuodesta 2011 (kasvua noin 5 %).

* Ei huomioitu toimialaryhmiä 473 polttoaineiden vähittäiskauppaa eikä 479 myyntiä muualla kuin myymälöissä.

Vähittäiskaupan liikevaihto, milj. € (Seinäjoki)

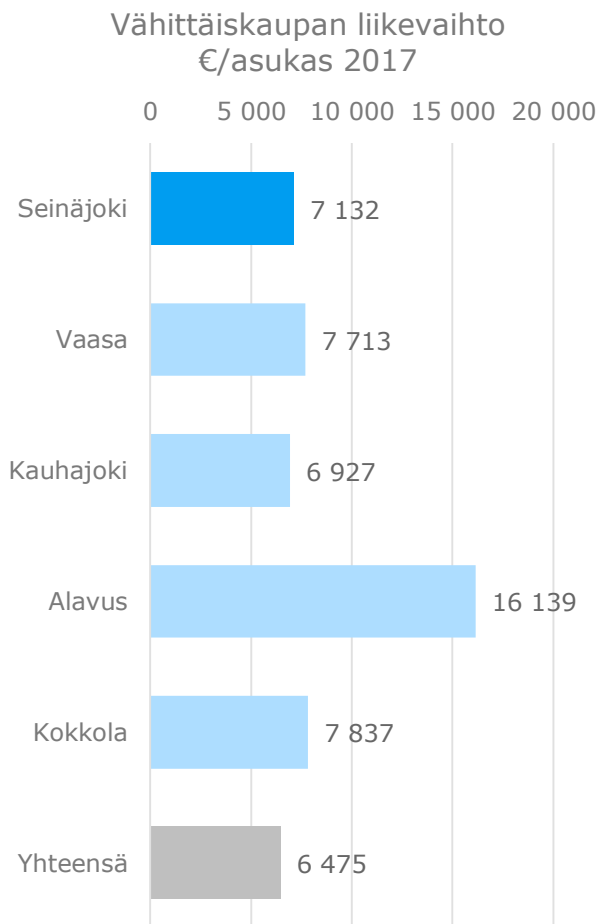


VÄHITTÄISKAUPAN LIIKEVAIHTO €/ASUKAS

Seinäjoella toteutui vuonna 2017 vähittäiskaupan (päivittäis- ja erikoistavarakauppa) liikevaihtoa asukasta kohden noin 7 130 €. Tämä on noin 10 % enemmän kuin koko maassa keskimäärin. Seinäjoelle virtaa näin ollen vähittäiskaupan ostovoimaa. Tarkastelussa ei ole huomioitu autokauppaa.

Tunnuslukuja tarkasteltaessa nousee esiin myös esimerkiksi Seinäjoen lähikuntien monipuolinen kaupan tarjonta. Alavudella Veljekset Keskisen Kyläkauppa vetää puoleensa asiointeja laajasti koko maasta, minkä vuoksi asukaslukuun suhteutettu liikevaihto on alavudella noin 2,5-kertainen koko maan tasoon verrattuna.

Koko maan tasolla Seinäjoki sijoittuu kuntien joukossa sijalle 43 vertailtaessa asukaskohtaista vähittäiskaupan liikevaihtoa (pl. autokauppa).



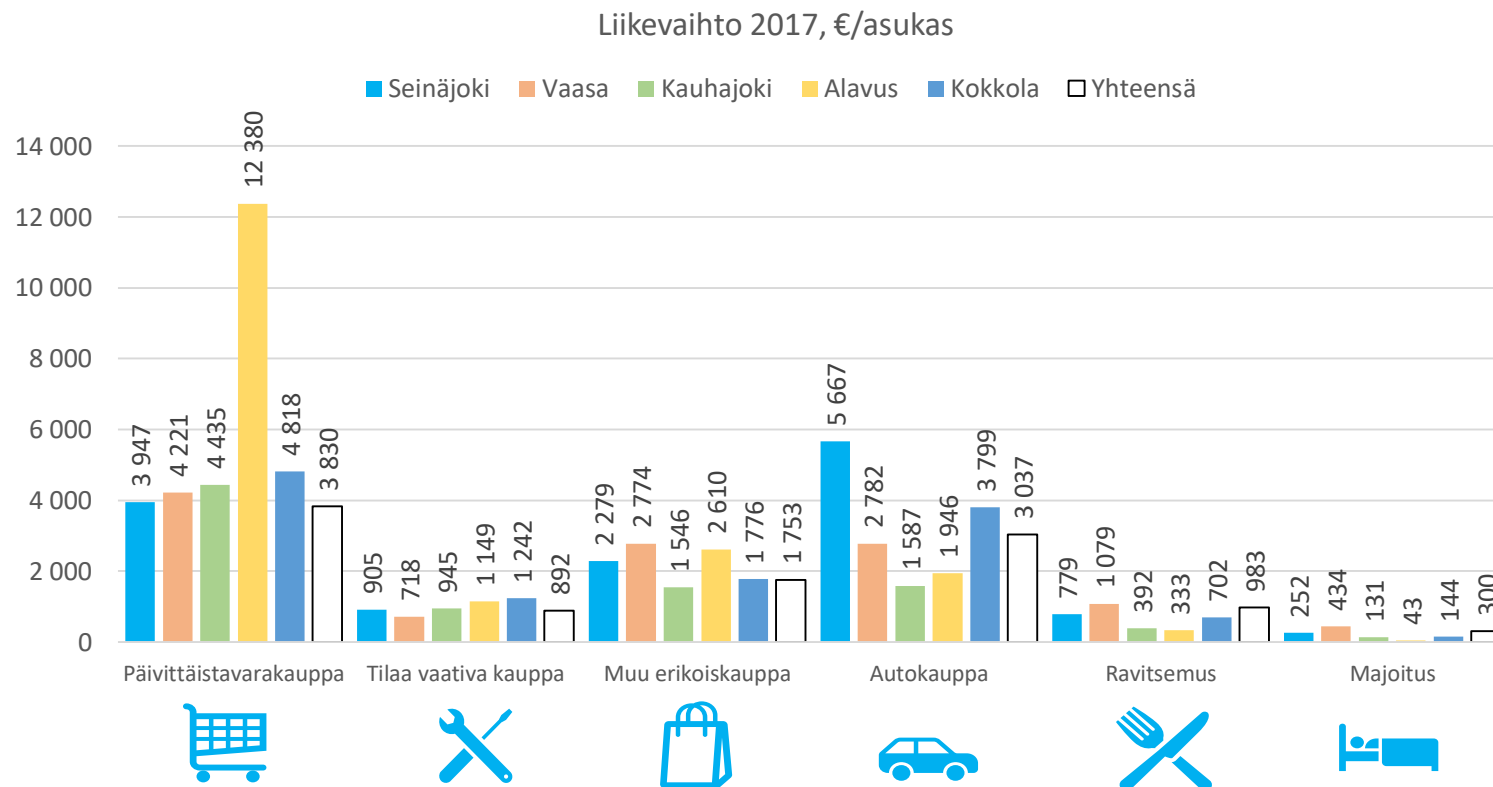
	#	Kunta	Väestö	Liikevaihto	
				milj. €	€/asukas
TOP10	1	Raisio	24 234	437	18 045
	2	Utsjoki	1 242	22	17 574
	3	Alavus	11 713	189	16 139
	4	Jomala	4 859	78	15 975
	5	Ylivieska	15 251	211	13 827
	6	Enontekiö	1 893	26	13 707
	7	Inari	6 869	92	13 343
	8	Kittilä	6 421	71	11 025
	9	Kolari	3 854	42	10 949
	10	Pirkkala	19 237	209	10 855
Sijat 11-74	11	Lempäälä	22 829	234	10 250
	20	Lappeenranta	72 909	626	8 581
	24	Vantaa	223 027	1 845	8 273
	28	Lahti	119 573	943	7 885
	29	Kokkola	47 723	374	7 837
	31	Pori	84 587	659	7 789
	34	Vaasa	67 392	520	7 713
	35	Kempele	17 535	133	7 602
	36	Helsinki	643 272	4 874	7 576
	43	Seinäjoki	62 676	447	7 132
	46	Turku	189 669	1 348	7 105
	47	Jyväskylä	140 188	994	7 092
	49	Joensuu	76 067	537	7 059
	50	Tampere	231 853	1 637	7 058
	51	Hämeenlinna	67 662	478	7 058
	52	Kuopio	118 209	828	7 008
	63	Oulu	201 810	1 367	6 773
	65	Rovaniemi	62 420	423	6 772
	69	Kotka	53 539	356	6 646
	70	Järvenpää	42 572	282	6 626
	71	Salo	52 984	349	6 579
	74	Koko maa	5 513 130	35 696	6 475

LIKEVAIHTO 2017, €/ASUKAS

Toimialoittain tarkasteltuna Seinäjoella liikevaihto on koko maan tasoa korkeampi päivittäistavarakaupassa (+3 %), tiva-kaupassa (+1,4 %), keskustahakuisessa erikoiskaupassa (+30 %), autokaupassa (+87 %). Näillä toimialoilla Seinäjoelle virtaa ostovoimaa muualta, esim. laajemmin markkina-alueelta sekä matkailusta.

Seinäjoella asukaslukuun suhteutettu liikevaihto jää koko maan tason alapuolelle ravitsemuksessa sekä majoitustoiminnassa.

Ideaparkin tulo markkinoille muuttaa tilannetta. Ideaparkin tavoitteellinen kävijämäärä on 3 miljoonaa vuosittain. Esimerkiksi keskimyynnillä 30 € /vierailija tämä tarkoittaisi 90 miljoonan vuosimyyniä jakautuen päivittäis- ja erikoistavarakauppaan sekä palveluihin.



AUTOKAUPPA SEINÄJOELLA

Seinäjoki on merkittävä autokaupan keskittymä. Autokaupassa (TOL 45) liikevaihtoa toteutui vuonna 2017 yhteensä noin 355 milj. euroa, mikä tarkoittaa noin 5 670 euroa / asukas. Koko maan tasolla asukaskohtaisella liikevaihdolla mitattuna Seinäjoki sijoittuu yhdeksänneksi.

*Autokaupan (TOL45) liikevaihto
kuntatasolla vuonna 2017*

#	Kunta	Väestö	Liikevaihto	
			milj. €	€/asukas
1	Vantaa	223 027	3 837	17 205
2	Raisio	24 234	321	13 257
3	Isokyrö	4 673	46	9 854
4	Ylivieska	15 251	104	6 823
5	Virolahti	3 207	21	6 670
6	Espoo	279 044	1 681	6 025
7	Hyvinkää	46 739	281	6 022
8	Keminmaa	8 296	49	5 956
9	Seinäjoki	62 676	355	5 667
10	Iisalmi	21 639	112	5 176



KAUPAN ALUEET SEINÄJOELLA

Suomen Ympäristökeskuksen (SYKE) kaupan tietopankin mukaan Seinäjoella oli vähittäiskaupan kerrosalaa vuonna 2017 yhteensä noin 290 000 k-m². Tämän jälkeen on valmistunut loppuvuodesta 2019 Ideapark, jonka pinta-ala on lähes 70 000 k-m².

Seinäjoella on useita keskustan ulkopuolisia alueita. Merkittävimpinä keskittyminä tilaa vaativan kaupan ja autokaupan vyöhykkeenä profiloituva VT19:n varsi Joupista Hylllykallioon sekä Päivölän alue Kuortaneentien varrella.

Keskusta on Ideaparkin ohella merkittävin keskustahakuisen erikoiskaupan sekä kaupallisten palveluiden keskittymä.

Ideapark (n. 69 000 k-m²)

K-Citymarket, Clas Ohlson, Luhta Brand Store, Jysk, Masku, Musti ja Mirri, New Yorker, Power, Pentik, Unikulma, Stadium, XXL, Duudsonit Activity Park, muotikauppaa, keskustaerikoiskauppaa, palveluita

Rengastie (n. 20 000 k-m²)

Motonet, Hong Kong, Hööks, Sotka, Asko Jysk, Stark, Stemma, Isku, Gigantti, Hoplop, autoliikkeitä

Hylllykallio (n. 72 000 k-m²)

Prisma, Alko, Masku, auto- ja varaosaliikkeitä

Jouppi (n. 22 000 k-m²)

S-market, Halpa-Halli, Sopuraha, K-Rauta, J. Rinta-Jouppi, autoliikkeitä

N. 13 000 k-m² tyhjä tila (ent. K-Citymarket)

Päivölä (n. 27 000 k-m²)

K-Citymarket, Minimani, Alko, Lidl, Biltema, Tokmanni, autokauppoja, Vaasan leipomomyymälä.

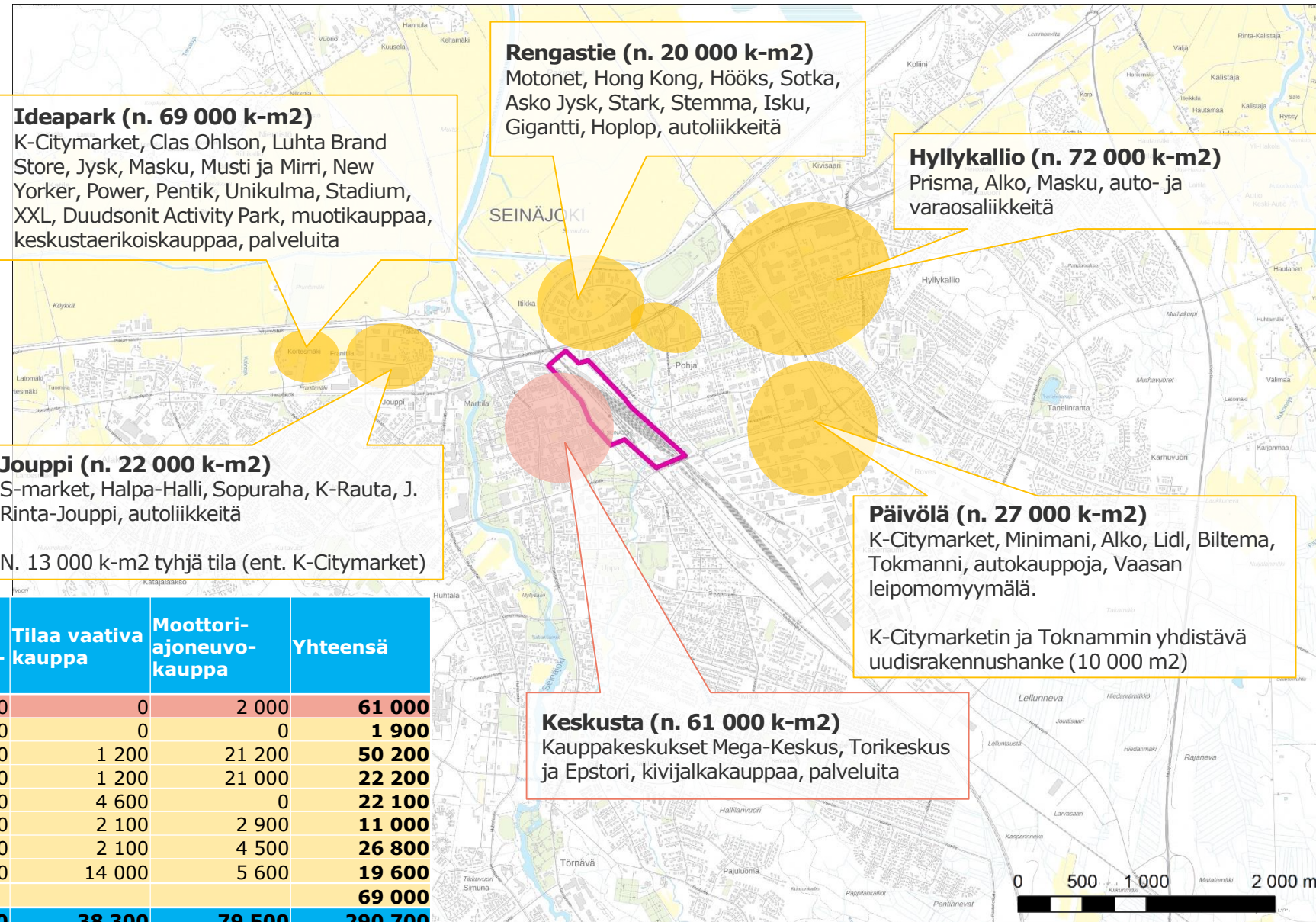
K-Citymarketin ja Toknammin yhdistävä uudisrakennushanke (10 000 m²)

Keskusta (n. 61 000 k-m²)

Kauppakeskukset Mega-Keskus, Torikeskus ja Epstori, kivijalkakauppaa, palveluita

Kaupan kerrosala alueittain:

	Päivittäis-tavara- ja tavaratalo-kauppa	Keskusta-hakuinen erikoistavara-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Moottori-ajoneuvo-kauppa	Yhteensä
Seinäjoen keskusta	18 500	40 500	0	2 000	61 000
Keskustan reuna-alue (Lidl)	1 900	0	0	0	1 900
Itä-Kivisaari (Hylllykallio)	25 800	2 000	1 200	21 200	50 200
Länsi-Kivisaari (Hylllykallio)	0	0	1 200	21 000	22 200
Jouppi	17 500	0	4 600	0	22 100
Vakkurinkadun alue (Jouppi)	6 000	0	2 100	2 900	11 000
Kuortaneentie (Päivölä)	20 200	0	2 100	4 500	26 800
Rengastie	0	0	14 000	5 600	19 600
Ideapark*					69 000
Seinäjoki yhteensä (2017)	122 200	50 700	38 300	79 500	290 700



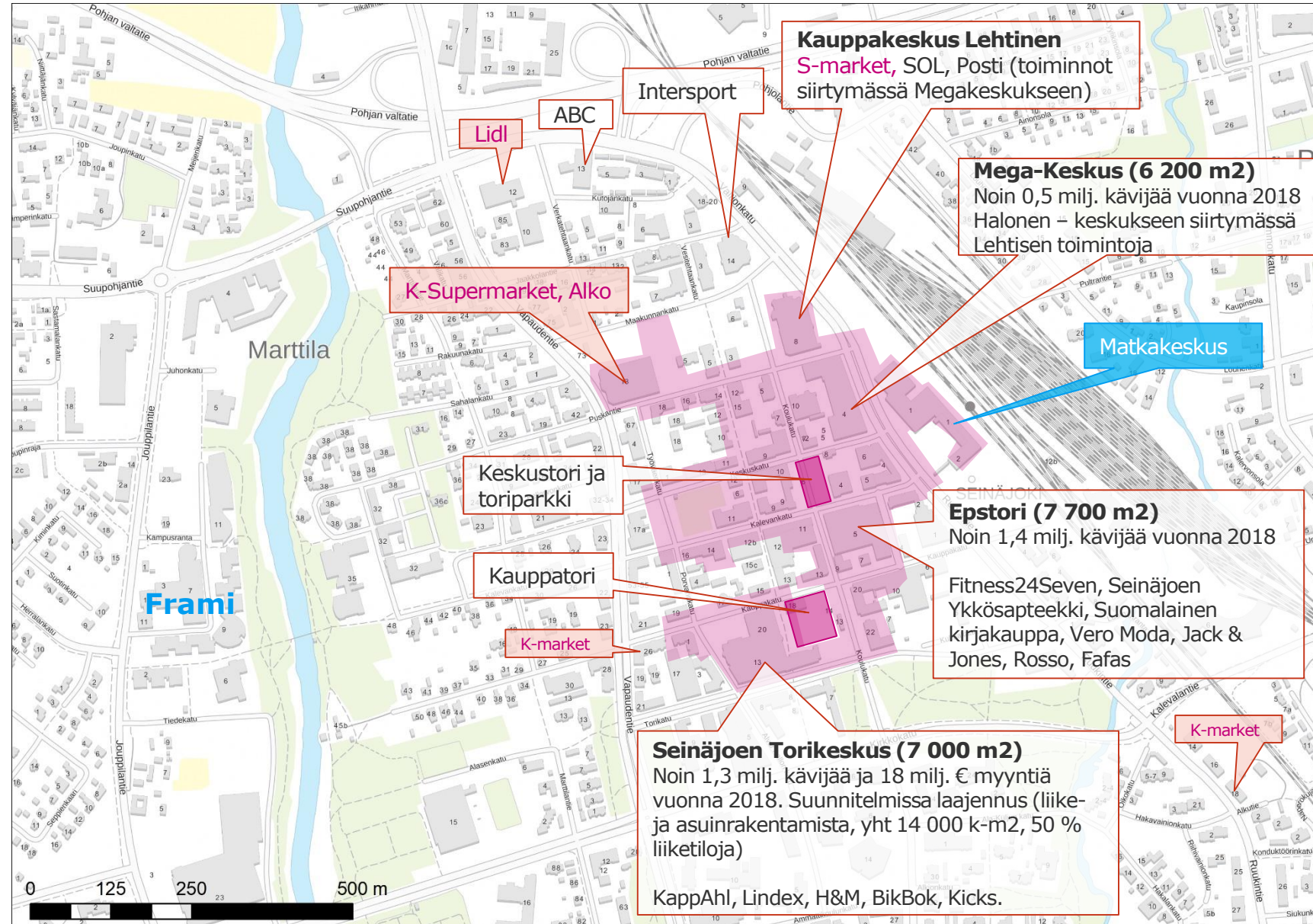
KAUPPA JA MUUT TOIMINNOT SEINÄJOEN KESKUSTASSA

Seinäjoen keskustan kaupallinen rakenne sijoittuu suhteellisen tiiviisti noin 500*500 metrin alueelle. Kaupallisesti keskeisimpiä katuja ovat itä-länsisuuntaiset Kauppakatu, Kalevankatu ja Keskuskatu.

Etäisyys Seinäjoen keskustorilta rautatieasemalle on noin 200 metriä. Asema-alue sijoittuu näin ollen keskeisesti osaksi ydinkeskusta-alueetta.

Uudet **toimistotilat** keskittyneet keskustan ja Kyrönjoen länsipuolelle (Frami). Vapaa-ajan toiminnot (mm. Seinäjoki Areena, jalkapallostadion sekä urheilu- ja uimahalli) ovat sijoittuneet ydinkeskustan etelä- ja länsipuolelle.

Keskustassa sijaitsee useita **päivittäistavarakauppoja** (supermarket- ja valintamyymäläkokoluokka). Seinäjoen suuremmat hypermarket-kokoluokan myymälät sijaitsevat keskustan ulkopuolella.

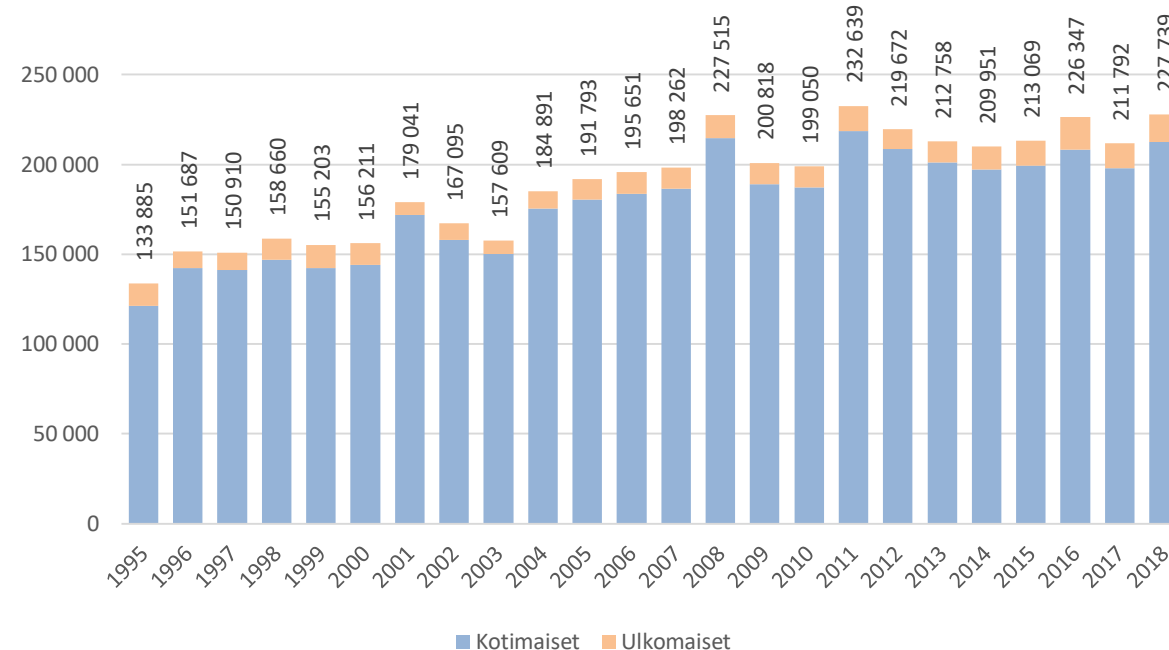


MATKAILU SEINÄJOELLA

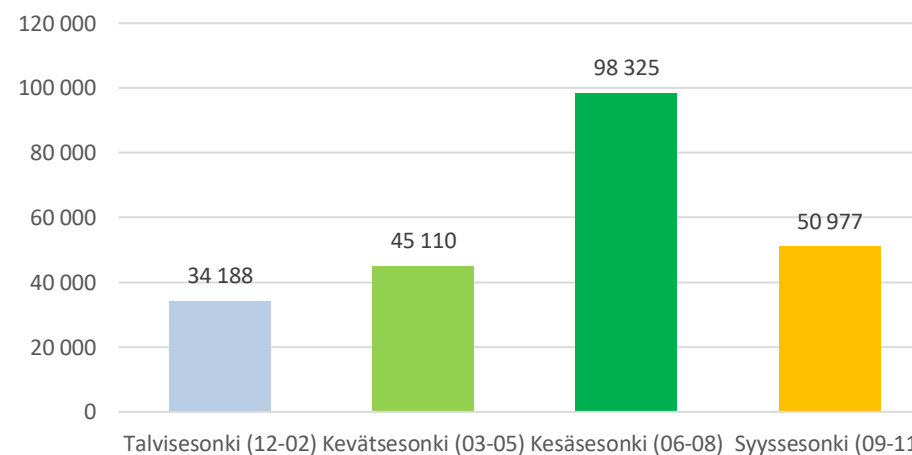
Seinäjoen matkailijamäärät eivät ole juurikaan kasvaneet 2010-luvulla. Seinäjoella rekisteröitiin noin 228 000 yöpymistä vuonna 2018. Yöpymisistä yli 93 % oli kotimaisten matkailijoiden.

Yöpymisistä noin 43 % tapahtui kesäsesongin (kesä-elokuu) aikana.

Yöpymiset Seinäjoella 1995-2018 (kpl)



Yöpymiset Seinäjoella 2018 sesongeittain (kpl)

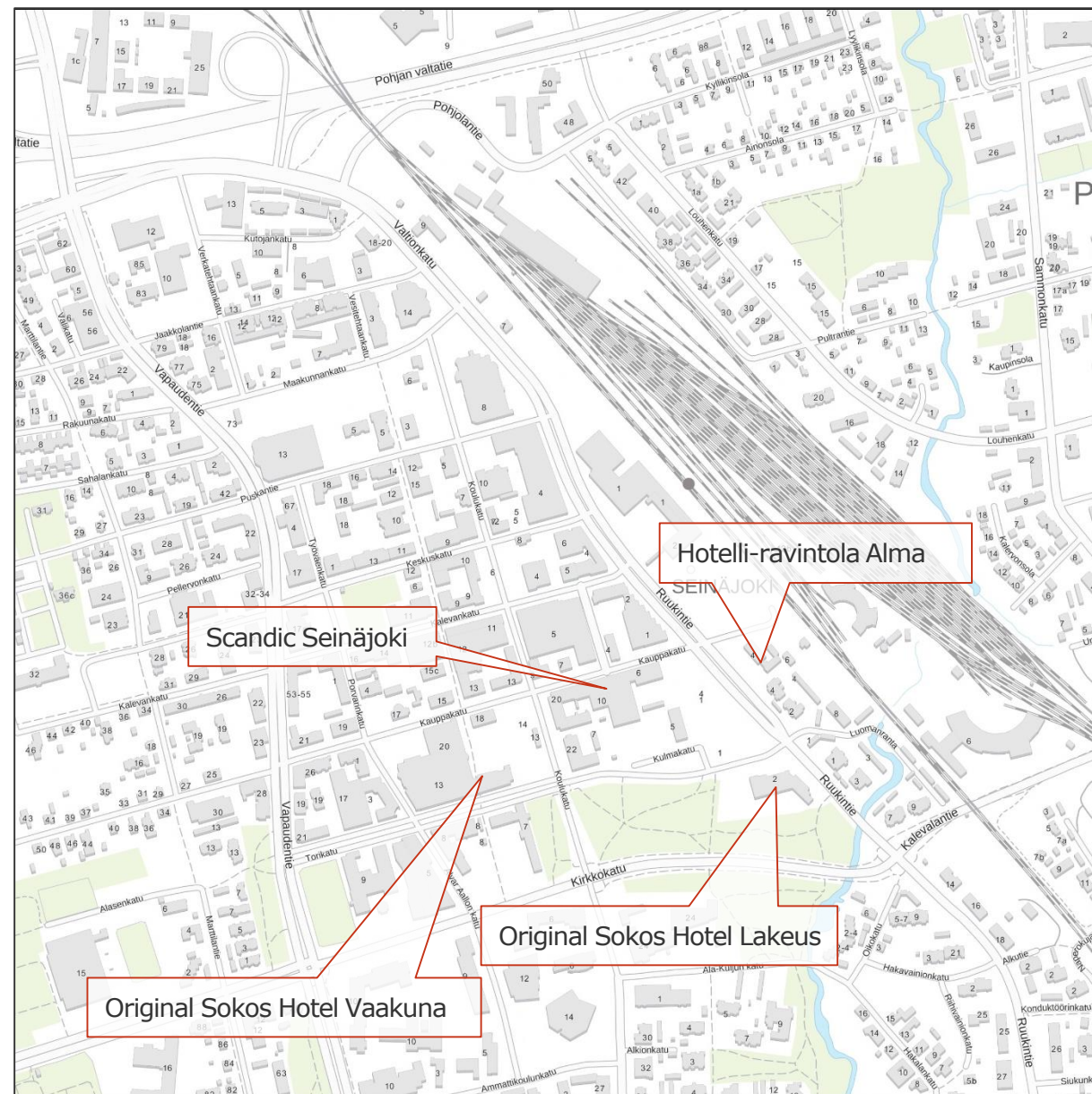
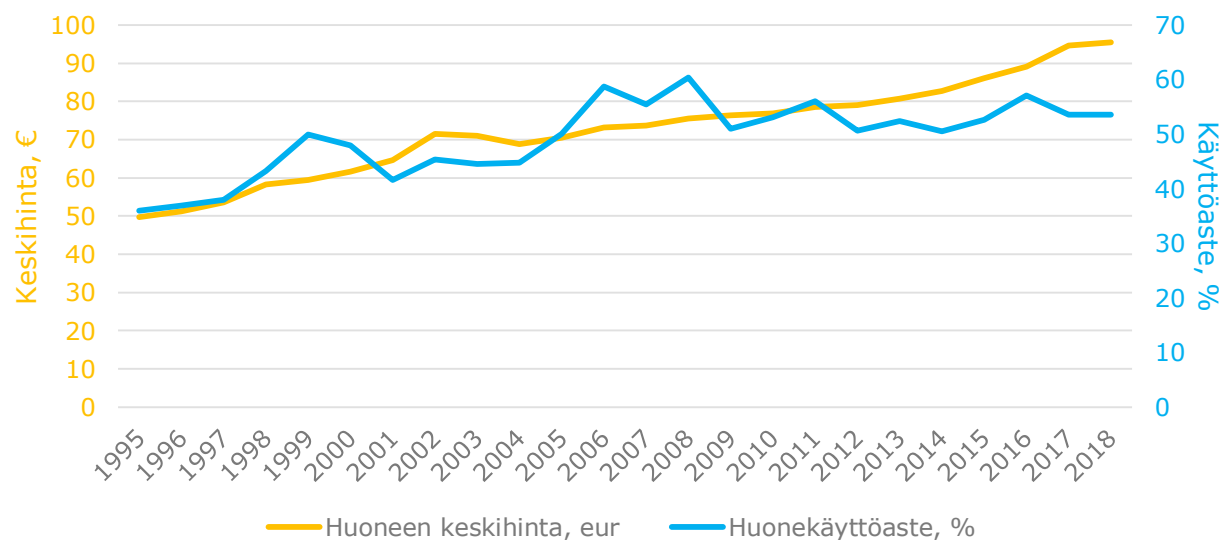


HOTELLIKAPASITEETTI JA SEN KÄYTTÖ

Seinäjoella vuonna 2018 yhteensä seitsemän hotellia, joissa 671 huonetta ja 1321 vuodetta.

Hotellihuoneiden vuositason käyttöaste on pysytellyt melko tasaisesti noin 50-60 %:n välillä. Vuonna 2018 vilkkaimpana matkailukuukautena (heinäkuu) huoneenkäyttöaste oli 64,4 %.

Hotellihuoneiden käyttöaste (%) ja keskihinta (€) Seinäjoella



OSTOVOIMA & TILANTARVE



OSTOVOIMA- JA TILANTARVELASKELMAT - PERUSTEET

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

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

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

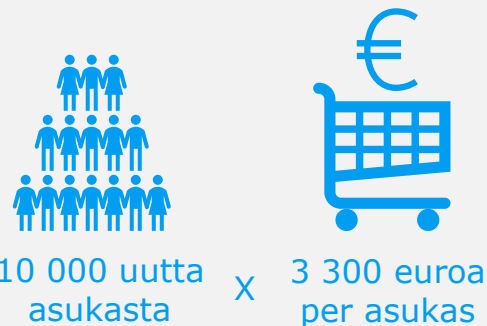
Seuraavalla sivulla esitetään ostovoima- ja tilantarvelaskelmaskenaariorito perustuen väestöennusteisiin sekä arvioituun kulutuksen kasvuun.

OSTOVOIMA- JA TILANTARVELASKELMAN PERUSTEET

OSTOVOIMA

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

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



$$10\,000 \text{ uutta asukasta} \times 3\,300 \text{ euroa per asukas}$$

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

TILANTARVE

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

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



$$\text{€/m}^2$$

$$33 \text{ milj. €} / 7\,500 \text{ €/m}^2$$

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

OSTOVOIMA- JA TILANTARVELASKELMAT - SKENAARIOT

Asemanseudulle suuntautuva ostovoima ja tilantarve on laskettu eri väestö- ja kulutusennusteiden kautta.

Väestöennusteissa on hyödynnetty Tilastokeskuksen syksyllä 2019 julkistettua kuntakohtaista ennustetta sekä Seinäjoen keskustan kasvuarvioita.

Kulutuksen osalta mitoitusta on arvioitu ns. normaalilla kulutuksen kasvulla sekä nollakasvun vaihtoehdolla. Vähittäiskauppa käyttää nykyisin liikepaikkapäätöstensä taustalla yhä voimakkaammin pelkästään väestönkasvuun perustuvia kasvuarvioita.



KULUTUS

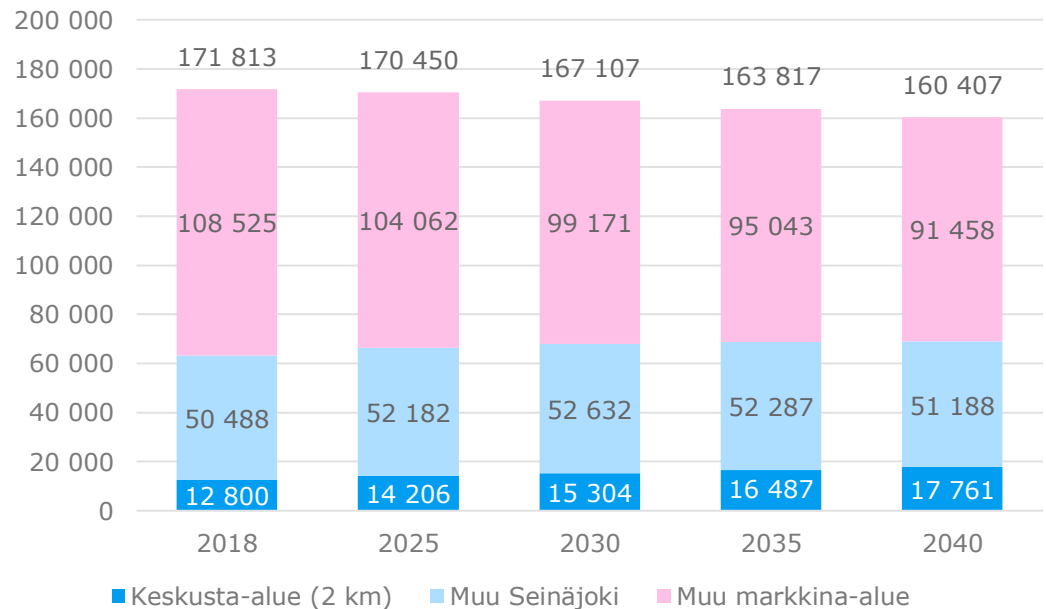


VÄESTÖ- ENNUSTE

	KULUTUS	
	A	B
1	Asukkaiden kulutus kauppaan ja palveluihin kasvaa pt-kaupassa 0,5 %/vuosi ja erikoiskaupassa sekä palveluissa 1 % / vuosi	Asukkaiden kulutus kauppaan ja palveluihin ei kasva. Ainoa kasvu tapahtuu väestönkasvun kautta.
2		
Väestö kasvaa keskusta-alueella (2 km:n säde asemakeskuksesta) 1,5 % vuodessa 2018-2040, muualla markkina-alueella Tilastokeskuksen ennusteen mukaisesti	1A	1B
Väestö kasvaa keskusta-alueella (2 km:n säde asemakeskuksesta) 2 % vuodessa ja koko Seinäjoen väestönkasvu on 1 % 2018-2040, muualla markkina-alueella Tilastokeskuksen ennusteen mukaisesti	2A	2B

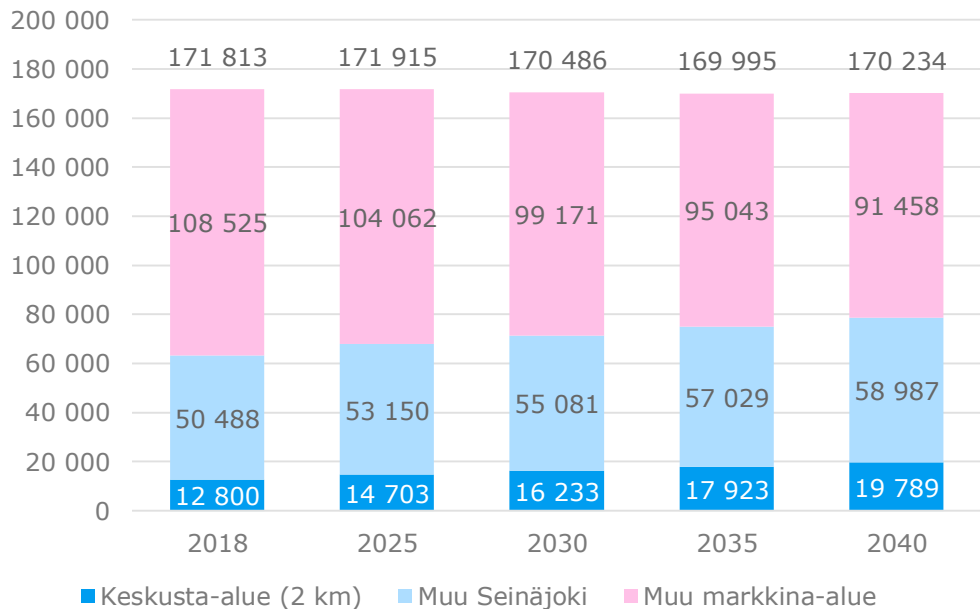
VÄESTÖN MUUTOKSET SKENAARIOISSA

Väestö, skenaariot 1 A ja B



Väestö kasvaa keskusta-alueella (2 km:n säde asemakeskuksesta) 1,5 % vuodessa 2018-2040, muualla markkina-alueella Tilastokeskuksen ennusteen mukaisesti

Väestö, skenaariot 2 A ja B



Väestö kasvaa keskusta-alueella (2 km:n säde asemakeskuksesta) 2 % vuodessa ja koko Seinäjoen väestönkasvu on 1 % 2018-2040, muualla markkina-alueella Tilastokeskuksen ennusteen mukaisesti

SKENAARIO 1A

KESKUSTA 1,5 % VUOSIKASVU, MUU TK:N MUKAISESTI

PT 0,5 %, ET JA PALV 1 %

€

Ostovoiman muutos, milj. €

	Päivittäistavarakauppa				
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	6,5	5,2	5,8	6,4	24,0
Muu Seinäjoki	12,1	6,3	3,5	0,7	22,6
Muu markkina-alue	-2,6	-8,4	-6,3	-4,7	-22,0

	Keskustahakuinen erikoistavarakauppa				
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	5,2	4,3	4,9	5,5	19,9
Muu Seinäjoki	11,7	7,2	5,6	3,8	28,3
Muu markkina-alue	6,5	0,4	1,7	2,7	11,4

	Ravintolat ja kahvilat				
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	2,4	2,0	2,3	2,6	9,2
Muu Seinäjoki	5,4	3,3	2,6	1,8	13,1
Muu markkina-alue	3,0	0,2	0,8	1,3	5,3

	Yhteensä				
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	14,1	11,5	12,9	14,5	53,1
Muu Seinäjoki	29,2	16,8	11,7	6,3	64,0
Muu markkina-alue	6,9	-7,9	-3,7	-0,7	-5,4

m²Laskennallinen pinta-alantarpeen muutos, k-m²

	Päivittäistavarakauppa				
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	1 130	909	1 004	1 109	4 152
Muu Seinäjoki	2 098	1 089	613	124	3 925
Muu markkina-alue	-453	-1 462	-1 085	-821	-3 820

	Keskustahakuinen erikoistavarakauppa				
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	2 254	1 868	2 115	2 394	8 631
Muu Seinäjoki	5 062	3 117	2 427	1 661	12 266
Muu markkina-alue	2 822	167	753	1 186	4 928

	Ravintolat ja kahvilat				
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	781	647	732	829	2 989
Muu Seinäjoki	1 753	1 079	840	575	4 247
Muu markkina-alue	977	58	261	411	1 706

	Yhteensä				
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	4 165	3 423	3 851	4 332	15 771
Muu Seinäjoki	8 912	5 286	3 880	2 360	20 438
Muu markkina-alue	3 347	-1 237	-72	776	2 814

SKENAARIO 1B

KESKUSTA 1,5 % VUOSIKASVU, MUU TK:N MUKAISESTI 0-KASVU KULUTUKSESSA

€

Ostovoiman muutos, milj. €

Päivittäistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	4,8	3,7	4,0	4,3	16,9
Muu Seinäjoki	5,8	1,5	-1,2	-3,8	2,4
Muu markkina-alue	-15,2	-16,7	-14,1	-12,2	-58,2

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	3,0	2,3	2,5	2,7	10,6
Muu Seinäjoki	3,6	1,0	-0,7	-2,4	1,5
Muu markkina-alue	-9,6	-10,5	-8,8	-7,7	-36,5

Ravintolat ja kahvilat					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	1,4	1,1	1,2	1,3	4,9
Muu Seinäjoki	1,7	0,4	-0,3	-1,1	0,7
Muu markkina-alue	-4,4	-4,8	-4,1	-3,5	-16,9

Yhteensä					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	9,2	7,2	7,7	8,3	32,4
Muu Seinäjoki	11,1	2,9	-2,3	-7,2	4,6
Muu markkina-alue	-29,2	-32,0	-27,0	-23,4	-111,6

m²Laskennallinen pinta-alantarpeen muutos, k-m²

Päivittäistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	831	649	699	753	2 934
Muu Seinäjoki	1 002	266	-204	-650	414
Muu markkina-alue	-2 639	-2 892	-2 441	-2 120	-10 093

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	1 304	1 018	1 097	1 182	4 600
Muu Seinäjoki	1 571	417	-320	-1 019	649
Muu markkina-alue	-4 139	-4 536	-3 828	-3 325	-15 827

Ravintolat ja kahvilat					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	451	353	380	409	1 593
Muu Seinäjoki	544	145	-111	-353	225
Muu markkina-alue	-1 433	-1 571	-1 326	-1 151	-5 480

Yhteensä					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	2 587	2 020	2 176	2 344	9 127
Muu Seinäjoki	3 117	828	-634	-2 022	1 288
Muu markkina-alue	-8 211	-8 999	-7 595	-6 596	-31 400

SKENAARIO 2 A

SEINÄJOKI YHT +1 %, KESKUSTA +2 %, MUU TK PT 0,5 %, ET JA PALVELUT 1 %

€

Ostovoiman muutos, milj. €

Päivittäistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	8,3	6,9	7,8	8,8	31,7
Muu Seinäjoki	15,5	11,7	12,3	12,8	52,3
Muu markkina-alue	-2,6	-8,4	-6,3	-4,7	-22,0

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	6,3	5,4	6,3	7,3	25,3
Muu Seinäjoki	13,9	10,9	11,7	12,6	49,1
Muu markkina-alue	6,5	0,4	1,7	2,7	11,4

Ravintolat ja kahvilat					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	2,9	2,5	2,9	3,4	11,7
Muu Seinäjoki	6,4	5,0	5,4	5,8	22,7
Muu markkina-alue	3,0	0,2	0,8	1,3	5,3

Yhteensä					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	17,5	14,8	16,9	19,4	68,7
Muu Seinäjoki	35,8	27,6	29,4	31,2	124,1
Muu markkina-alue	6,9	-7,9	-3,7	-0,7	-5,4

m²Laskennallinen pinta-alantarpeen muutos, k-m²

Päivittäistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	1 434	1 188	1 345	1 522	5 490
Muu Seinäjoki	2 691	2 034	2 127	2 219	9 071
Muu markkina-alue	-453	-1 462	-1 085	-821	-3 820

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	2 748	2 345	2 721	3 157	10 972
Muu Seinäjoki	6 024	4 713	5 076	5 455	21 268
Muu markkina-alue	2 822	167	753	1 186	4 928

Ravintolat ja kahvilat					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	952	812	942	1 093	3 799
Muu Seinäjoki	2 086	1 632	1 757	1 889	7 364
Muu markkina-alue	977	58	261	411	1 706

Yhteensä					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	5 135	4 345	5 008	5 773	20 260
Muu Seinäjoki	10 801	8 379	8 960	9 563	37 703
Muu markkina-alue	3 347	-1 237	-72	776	2 814

SKENAARIO 2 B

SEINÄJOKI YHT +1 %, KESKUSTA +2 %, MUU TK

0-KASVU KULUTUKSESSA

€

Ostovoiman muutos, milj. €

Päivittäistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	6,5	5,2	5,8	6,4	23,8
Muu Seinäjoki	9,1	6,6	6,6	6,7	29,0
Muu markkina-alue	-15,2	-16,7	-14,1	-12,2	-58,2

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	4,1	3,3	3,6	4,0	15,0
Muu Seinäjoki	5,7	4,1	4,2	4,2	18,2
Muu markkina-alue	-9,6	-10,5	-8,8	-7,7	-36,5

Ravintolat ja kahvilat					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	1,9	1,5	1,7	1,8	6,9
Muu Seinäjoki	2,6	1,9	1,9	1,9	8,4
Muu markkina-alue	-4,4	-4,8	-4,1	-3,5	-16,9

Yhteensä					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	12,4	10,0	11,0	12,2	45,7
Muu Seinäjoki	17,4	12,6	12,7	12,8	55,6
Muu markkina-alue	-29,2	-32,0	-27,0	-23,4	-111,6

m²Laskennallinen pinta-alantarpeen muutos, k-m²

Päivittäistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	1 125	905	999	1 103	4 133
Muu Seinäjoki	1 574	1 142	1 152	1 158	5 026
Muu markkina-alue	-2 639	-2 892	-2 441	-2 120	-10 093

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	1 765	1 419	1 567	1 730	6 481
Muu Seinäjoki	2 469	1 791	1 807	1 816	7 882
Muu markkina-alue	-4 139	-4 536	-3 828	-3 325	-15 827

Ravintolat ja kahvilat					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	611	491	543	599	2 244
Muu Seinäjoki	855	620	626	629	2 729
Muu markkina-alue	-1 433	-1 571	-1 326	-1 151	-5 480

Yhteensä					
	2018-25	2025-30	2030-35	2035-40	2018-2040
Keskusta-alue (2 km)	3 501	2 815	3 109	3 432	12 858
Muu Seinäjoki	4 898	3 552	3 584	3 602	15 637
Muu markkina-alue	-8 211	-8 999	-7 595	-6 596	-31 400

KAUPAN JA PALVELUIDEN MITOITUS

Oheisissa kaavioissa on esitetty kaupallinen mitoitus perustuen laskennalliseen tilantarpeeseen sekä sen suuntaamiseen asemanseudulle. Suuntaus on tehty arvioimalla %-osuutta, kuinka suuri osa kunkin alueen asukkaiden ostovoiman kasvusta suuntautuisi asemanseudulle ja toteutuisi liiketilana.

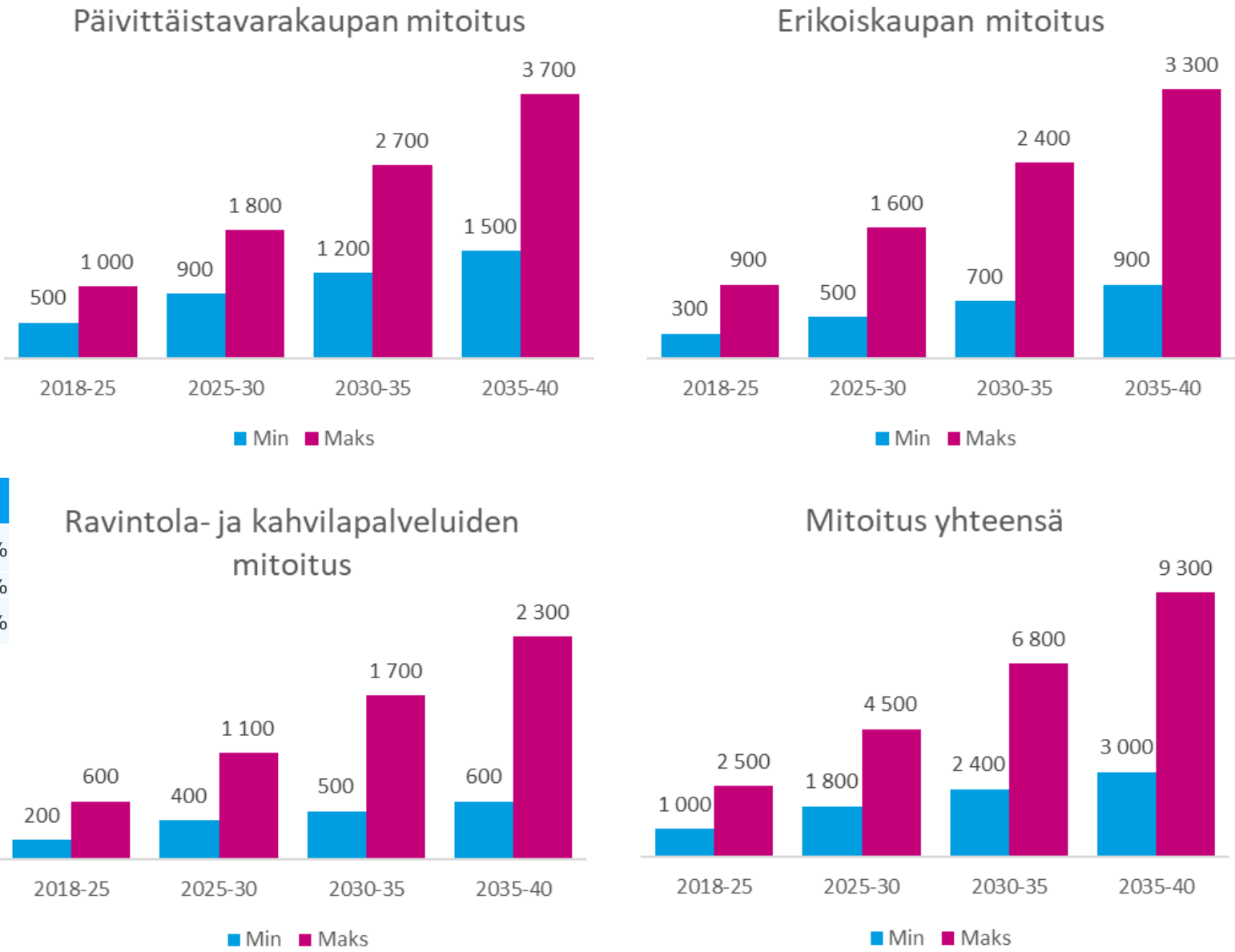
Suuntauksina on käytetty seuraavia:

	Päivittäis- tavarakauppa	Erikoistavara- kauppa	Ravintolat ja kahvilat
Keskusta-alue (2 km)	50 %	20 %	40 %
Muu Seinäjoki	10 %	5 %	10 %
Muu markkina- alue	0 %	0 %	0 %

Muualta markkina-alueelta ei ole suunnattu ostovoiman kasvua asemanseudulle, koska kasvu on joko negatiivista tai hyvin pientä.

Suuntaukset ovat suuntaa-antavia ja perustuvat arvioihin tyypillisistä asiointien suuntautumisista. Lisäksi on huomioitava se, että suuntauksen edellytyksenä on riittävän houkutteleva kaupan ja palveluiden tarjonta asemanseudulla – ainoastaan palvelutarjonta houkuttelee asiointeja.

Minimi- ja maksimitoitus toimialoittain, kerrosneliömetriä:



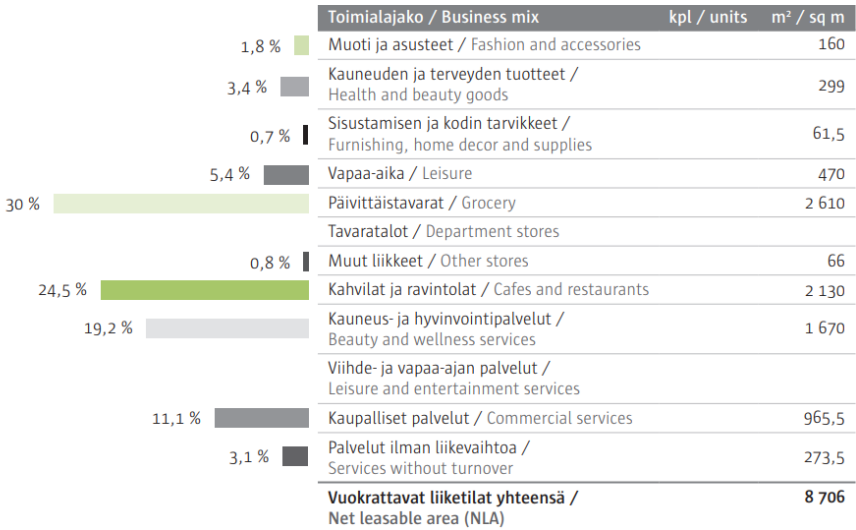
ASEMAN KÄYTTÄJIEN TUOMA POTENTIAALI

Seinäjoen asemalla on vuosittain noin 1,2 miljoonaa kävijää, mikä lisää kohteeseen suuntautuvaa ostovoimaa ja synnyttää tarvetta erilaisille palveluille.

Asema- ja joukkoliikennekohteissa keskimyynti vaihtelee noin 5-7 €/kävijä välillä (esim. Tikkurilan Dixi 4,7 € ja Kamppi 7,4 €). Pieni keskimyynti johtuu kauppakeskuksen roolista läpikulkupaikkana.

Keskimyyynnillä kerrottuna tämä tarkoittaisi noin 6-8 miljoonan euron myyntiä pelkästään aseman käyttäjiin perustuen. Keskimääräisellä myyntiteholla 5 000 €/k-m2 jaettuna tämä tarkoittaisi **noin 1 200 – 1 600 k-m2 tilantarvetta pelkästään aseman matkustajavirtoihin perustuen.**

Aseman käyttäjien tilantarvetta ei voida jakaa eri palvelutyypeille, mutta käytännössä valtaosa ostovoimasta suuntautuu päivittäistavarakauppoihin (kaupat, kioskit) sekä ravintola- ja kahvilapalveluihin.



Dixi, Tikkurila, Vantaa
(8 600 m²)
9,3 milj. kävijää, 43,3 milj. € myynti
= keskimyynti 4,7 € / kävijä

Noin 30 liikettä:
S-market, K-market, kuntosali
Kahviloita ja ravintoloita
Arjen palveluita, hyvinvointipalveluita
Vantaa-info + Toimistoja 8 400 m²

ALUEEN TYÖPAIKKOJEN TUOMA POTENTIAALI LOUNASKYSYNTÄ

Asemanseudun hankesuunnitelmassa (luonnos) on alueelle osoitettu 1. vaiheessa 10 000 k-m² toimistotiloja. Arvioituna keskimääräisellä tilantarpeella 20 m²/työntekijä tämä tarkoittaisi 1. vaiheessa asemanseudulle sijoittuvan noin 500 työpaikkaa.

Lounaskysyntänä tämä tarkoittaisi 1. vaiheessa (500 työpaikkaa) seuraavilla oletuksilla:

- 47 työviikkoa / vuosi
 - Keskimäärin 3 lounasta / viikko / työntekijä
 - Lounaan keskihinta 10 €
- Noin 700 000 euroa vuodessa
- 200-300 m² laskennallista tilatarvetta



LÄHIPALVELUT

- **Lähialueen asukas- ja matkustajapohja sekä keskustasijainti mahdollistaa lähipalveluiden kehittämisen asema-alueelle.**
 - Asukaspohjasta riippuen lähipalveluille saattaa olla tarvetta jopa radan molemmin puolin, mikäli ns. Pohjan alueen asukaspohja nousee merkittäväksi.
 - Pohjan alue vähintäänkin yhdistettävä saumattomasti radan yli/ali keskustaan ja asemanpalveluihin.
- Pieni päivittäistavaramyymälä vaatii 2000 - 3000 asukasta lähialueelle
 - Liikenteellinen sijainti tai muut asiakasvirtoja lisäävät tekijät, kuten keskustasijainti, pienentävät vaadittavaa asukaspohjaa
- Keskustan puolella lähipalveluiden toimintaedellytyksiä parantavat myös keskustan muut asiakasvirrat ja aseman matkustajavirrat
 - Lähipalvelut sijoitettava lähellä matkustajavirtoja
 - Tulevaisuudessa päivittäistavarakauppa sijoitettava myös lähelle parkkihallia tai vaihtoehtoisesti tarjottava keräily- ja noutopalvelua, jossa ostokset toimitetaan suoraan autolle.

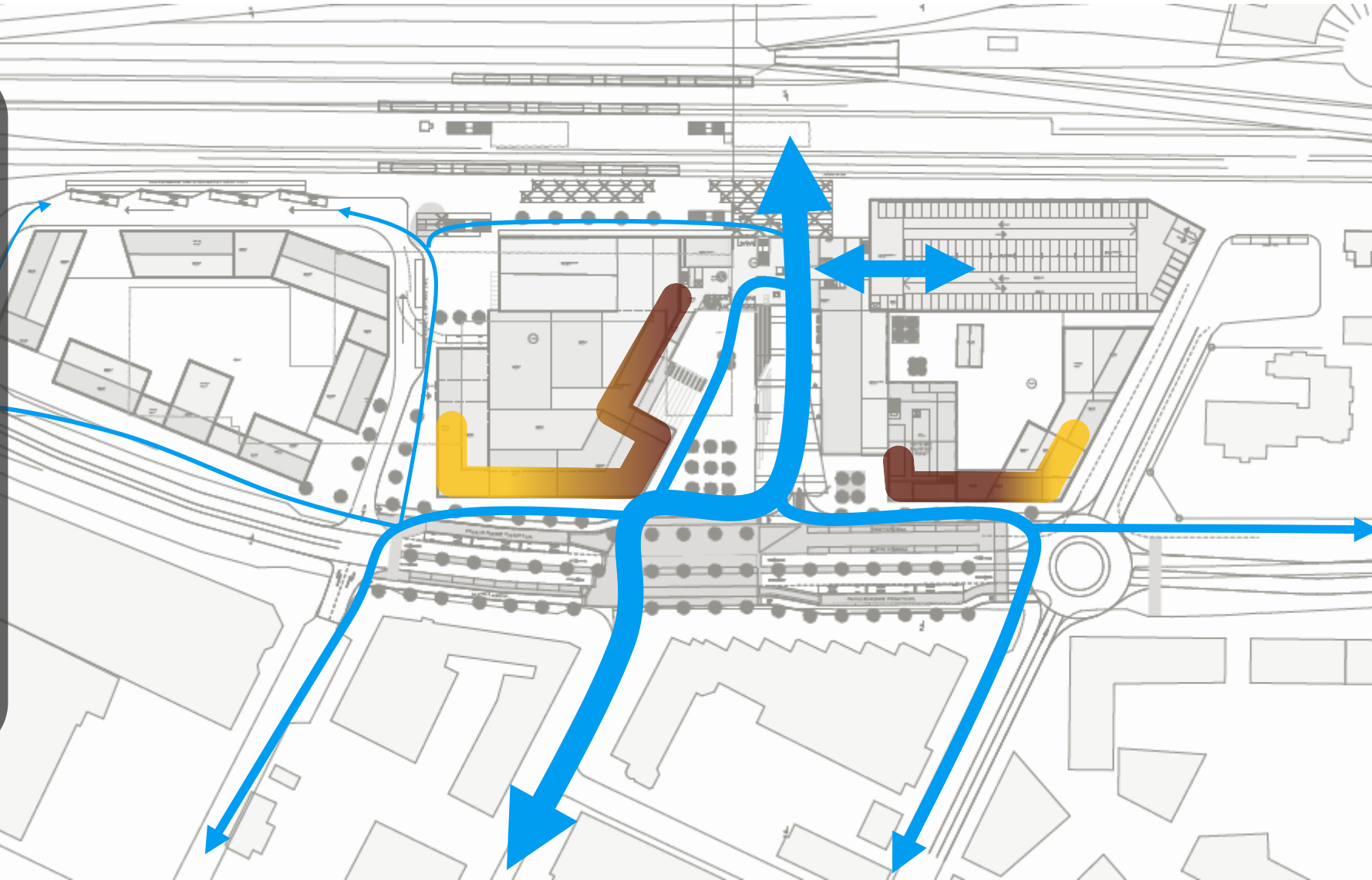
ASIOINTIVIRRRAT ALUEELLA (KONSULTIN KARKEA ARVIO)

Oheisella kartalla on esitetty karkealla tasolla asiointivirtojen suuntautuminen alueella. Asiointivirrat määrittävät myös kivijalkaliiketilojen houkuttelevuutta liikepaikkoina.

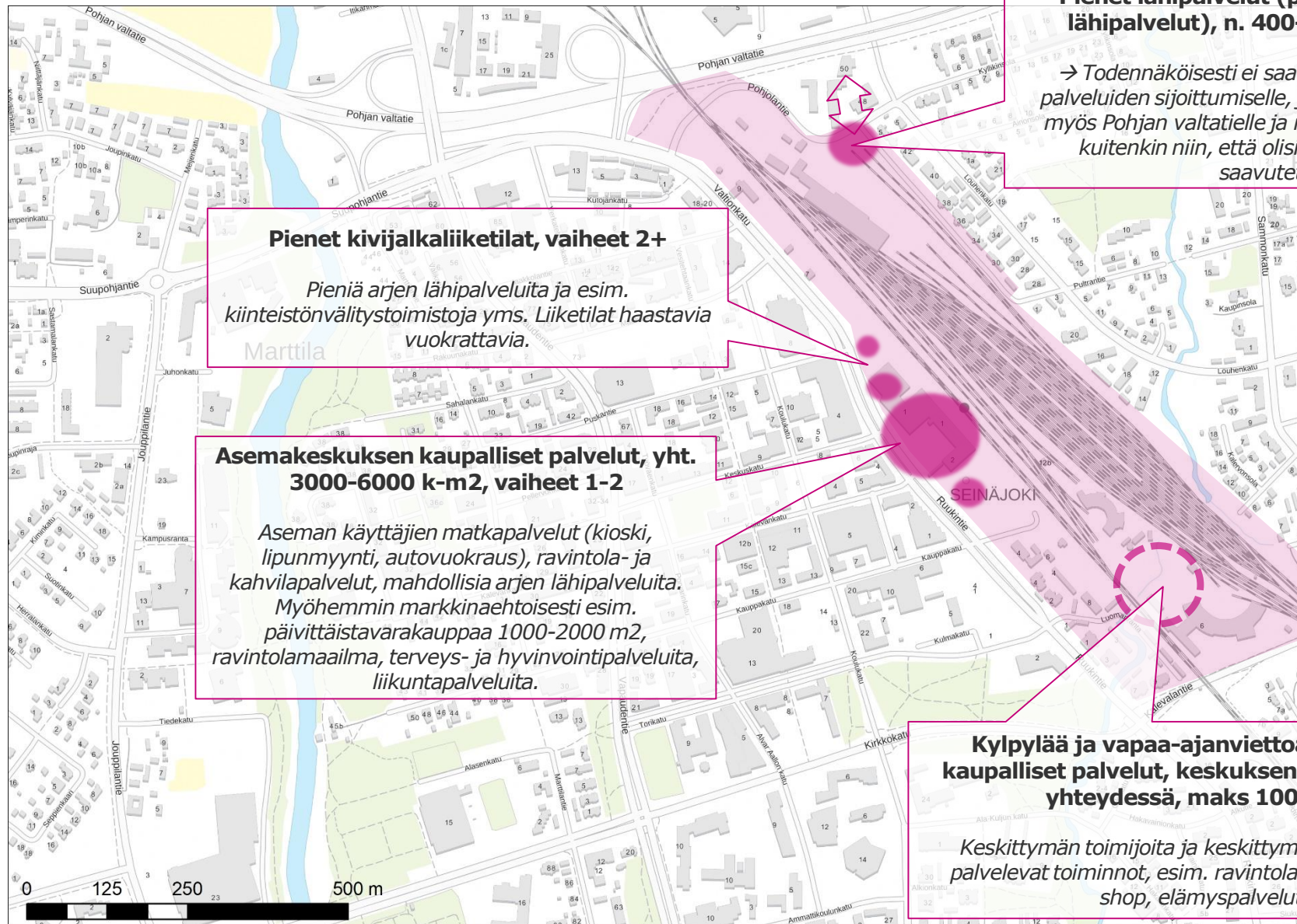
Koko asemanseudun konseptin näkökulmasta on mietittävä, mikä on suhde ja painotus liikkumisen sujuvuudella keskustan ja laitureiden välillä sekä sillä, että asiointivirtojen määrä palveluiden läheisyydessä maksimoidaan.

Asiointivirtojen näkökulmasta keskeisiä ovat yhteydet keskustasta erityisesti Kalevankatu pitkin sekä liityntäpysäköinnistä asemakeskukseen.

Kaupallisesti heikoimmat edellytykset ovat läntisillä kolmannen vaiheen korttelin liiketiloilla, jotka jäävät syrjään asemakeskuksesta sekä alueen luonnollisista asiointivirroista.



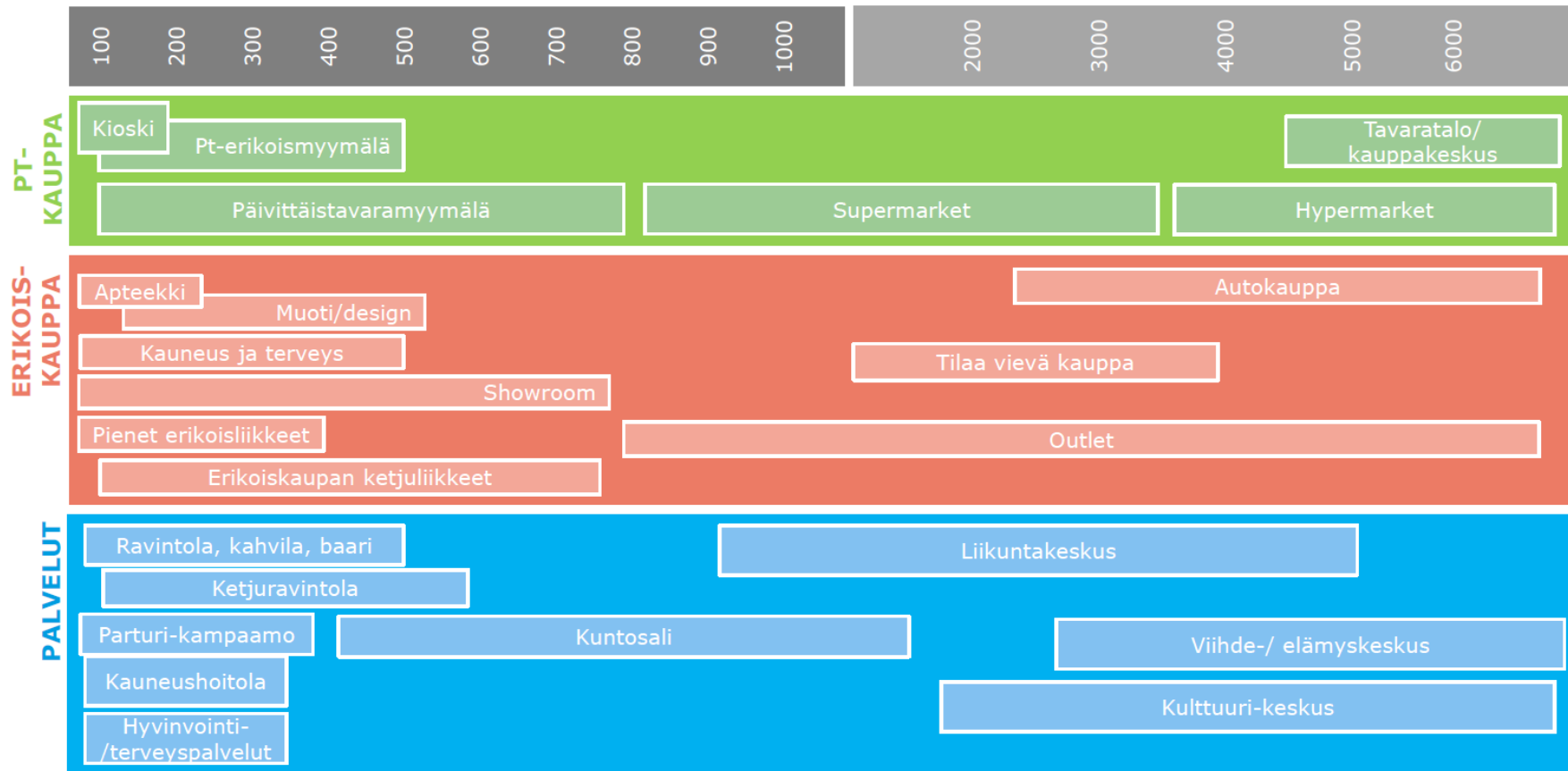
KAUPAN JA PALVELUIDEN SIJOITTUMISPEIRAATTEET SUUNNITTELUALUEELLA



PINTA-ALATARPEET TOIMINNOITTAIN (M2)

Oheisessa kaaviossa on karkealla tasolla esitetty erityyppisten toimijoiden liiketilojen tyypillisiä kokovaatimuksia.

Viime vuosina tehokkuus liiketiloissa on kasvanut, minkä vuoksi tarvitaan yhä enemmän moderneja, näkyviä ja kohtalaisen pieniä myymälätiloja.



JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET

- Päivittäistavarakauppa
 - Pienikin myymälä vaatii 2 000–3 000 asukasta lähivaikutusalueelleen
 - Asemanseudun kehittämisen 1. vaiheessa päivittäistavarakaupan palvelut toteutetaan pienimuotoisimpina kioskipalveluina
 - Toisessa ja kolmannessa vaiheessa mahdollista sijoittaa supermarket-kokoluokan myymälä (1 000 – 2 000 m²). Päivittäistavarakaupan sijoittumisessa keskeisiä tekijöitä ovat vilkkaat asiointivirrat, huollon järjestäminen sekä pysäköinti lähellä kauppaa (esim. Liityntäpysäköinti)
- Erikoiskauppa
 - Tilaa vievä kauppa ei suuren tilavaatimuksensa mukaisesti sovi alueelle; toisaalta tilaa vievässä kaupassa ja esim. Autokaupassa olisi mahdollisuuksia erityislaatuisten showroom- ja keskustakonsepteille, jotka voisivat tuoda ainutlaatuista tarjontaa valtakunnallisellakin tasolla.
 - Keskustahakuisen erikoiskaupan tarjonta on keskittynyt Ideaparkiin ja keskustaan; asemanseudulla on haastavaa kehittää vetovoimaista erikoiskaupan konseptia.
 - Käytännössä ei mahdollista kehittää erikoiskauppaa pienessä mittakaavassa asemakeskusalueelle: kehitettävä joko paljon tai ei lainkaan. Pienestä yksiköstä ei muodostu vetovoimaista ydinkeskustan laajemman tarjonnan rinnalla.
 - Erikoiskaupan markkina on käytännössä Seinäjoella saturoitunut Ideaparkin avautumisen myötä, joten erikoiskaupan sijoittaminen asemanseudulle ei ole mittavissa määrin tavoiteltavaa.
 - Erikoiskaupan tulee liittyä toiminnallisesti aseman muihin palveluihin ja profiliin esim. tuomalla esiin paikallisuutta ja paikallisia yrityksiä.
- Asemanseudulle tavoiteltavia palveluita ovat esim.
 - Kioski/päivittäistavarakauppaluut (nopea ja helppo ostaminen, take away –ruuat)
 - Kahvilat ja ravintolat
 - Palveluita, joita voi käyttää odottaessa
 - Henkilökohtaiset palvelut (kauneudenhoito, terveys)
 - Liikuntapalvelut (esim. kuntosali)
 - Nettikaupan noutopiste
 - Kauppaa matkailijoille, esim. kauppahalli/matkamuiistomyymälä tai oheistuotteet muun toiminnan yhteydessä (esim. kahvilan yhteydessä)
- Matkailijoita palvelevan konseptina varsinainen kaupan pinta-ala voi olla asemakeskuksena pienempikin. Tällöin asemakeskuksen rooliksi jää toimia erityisesti liikkumisen hubina.
- Asemakeskukselle sijoittuva sote-keskus mahdollistaa myös siihen kytkeytyvää liiketoimintaa, esim. majoitusta, terveyspalveluita, konsultointia yms.
- Palveluiden sijoittumisen näkökulmasta tulisi maksimoida ns. kuumat alueet sekä toisaalta turvata kaupan ja palveluiden kehittämisedellytyksiä ohjaamalla asiointivirtoja myös niiden ääreen. Erityisesti toisen vaiheen kaupallisen ratkaisun ja konseptin toteutuksella on suuri merkitys asemakeskuksen roolin ja brändin kehittymisen näkökulmasta.
- Konseptivaihtoehtoja ja tavoiteltavia toimintoja on tarkemmin tarkasteltu erillisessä liitteessä.

ASEMAKESKUKSEN KONSEPTI JA BRÄNDI



ASEMAKESKUKSEN ASEMOINTI SEINÄJOELLE

LÄHTÖKOHDAT JA REUNAEDOT

- Ideaparkin synnyttämä haaste keskustalle; miten kehitetään elinvoimaa ja täydennetään palvelutarjontaa?
 - Fyysisen myymälätilan tarpeen muutokset
 - Asiakaskäyttäytymisen muutos
 - Verkkokaupan kasvu
- Tarve muuntojoustaville tiloille ja sekoittuneille toiminnoille

MITÄ TARVITAAN TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISEKSI?

- Vetovoimainen ankkuritoiminto
- Monipuolinen palvelutarjonta ja sekoittuneet toiminnot
- Toimintojen ja toimijoiden välistä synergiaa
- Kiinnostavuutta, elämyksellisyyttä ja yllätyksellisyyttä
- Paikallisia ominaispiirteitä ja yrittäjiä

TAVOITTEET

- Vetovoimainen ja ainutlaatuinen asemakeskus, jossa monipuolisesti toimintoja
- Asiakkaiden houkuttelu laajasti asemanseudun alueelta, keskustasta ja sen ulkopuolelta
- Viipymän kasvattaminen
- Hyvinvoinnin ja terveyden keskittymän synnyttäminen

TARVITAAN BRÄNDI JA KONSEPTI, JOKA EROTTAUTUU JA JOLLA ON SUURET SYNERGIAMAHDOLLISUUDET MUIHIN LÄHIALUEEN TOIMINTOIHIN (kts. seuraava sivu)

ASEMAKESKUKSEN KONSEPTIVAIHTOEHDOT - ASEMOINTI

Suuret erottautumismahdollisuudet

Pienet
synergia-
edut

- Peruspalvelut alueen käyttäjille
- Ei toimintojen välistä synergiaa
- Kilpailee keskustan kanssa

- Seinäjoen ruokaklusteriin kiinnittyvät toiminnot (lähiruokamyymälät ja -ravintolat)
- Hyvinvoinnin ja terveyden maakunnallinen keskittymä
- Autokaupan elämyskonsepti ja lippulaivakohde
- Paikallisen osaamisen esiintuominen (yritysten showroom / vierailukeskus)
- Yhteinen nettikaupan noutopiste

ALUEBRÄNDI

- Aluebrändin lähtökohtana on paikan (erityis-/ainutlaatuiset) vetovoimatekijät.
- Brändin kehittäminen on yksinkertaisimmillaan paikan lisäarvon kasvattamista ja erilaistamista kilpailijoista.
- Brändissä on kolme osatekijää: identiteetti, imago ja viestintä.
 - Identiteetti: Alueen ominaispiirteet ja paikan henki + brändin luojan tahtotila – miten haluamme, että brändi näkyy, mikä on sen sanoma?
 - Imago: Miten paikan brändi todellisuudessa koetaan?
 - Viestintä: Tärkein osa, jotta identiteetti ja imago ovat yhtenäisiä.



Lähde: Sari Klinga, 2011: https://www.keskisuomi.fi/filebank/22392-Klinga_SariPres8_11_2011.pdf

ALUEBRÄNDIN OSATEKIJÄT



SEINÄJOEN ASEMANSEUDUN BRÄNDI?

SUJUVA ARKI

Kaikki tarvittavat palvelut helposti saavutettavissa aseman käyttäjille, alueen asukkaille ja työssäkäyville

KOHTAAMISET JA YHTEISÖLLISYYS

Tilojen monikäyttöisyys ja sekoittuneisuus, co-working ja co-living. Yhdessä järjestettävät tapahtumat.

PAIKALLISUUS

Erikoistuminen paikallisella tarjonnalla; ruokatuotanto, ravintolat, butiikit, tapahtumat. Kokemus Seinäjoesta ja pohjalaisuudesta.

HYVINVOINTI JA TERVEYS

Pohjanmaan monipuolisin ja kattavin hyvinvointipalvelujen keskittymä

SEINÄJOEN
ASEMA-
KESKUS

SEINÄJOEN ASEMANSEUTU ON..

...**Seinäjoen asukkaiden kaupunkilainen olohuone**, jonne tullaan levähtämään ja rentoutumaan

...**hyvinvoinnin ja terveyden keskittymä...**

...**palveleva**

...**kohde itsessään**, sinne tullaan viettämään iltaa lasillisen, ruokailun, shoppailun ja yhdessäolon merkeissä.

...**mukavasti keskellä kaikkea ja osana matkan palveluketjua**; sinne pysähtytään meno- tai paluumatkalla

...**suunnattu paikallisille** asukkaille, mikä autenttisuudellaan **houkuttelee myös matkailijoita**

...**mielenkiintoinen uuden tyyppisen kaupan konsepti**

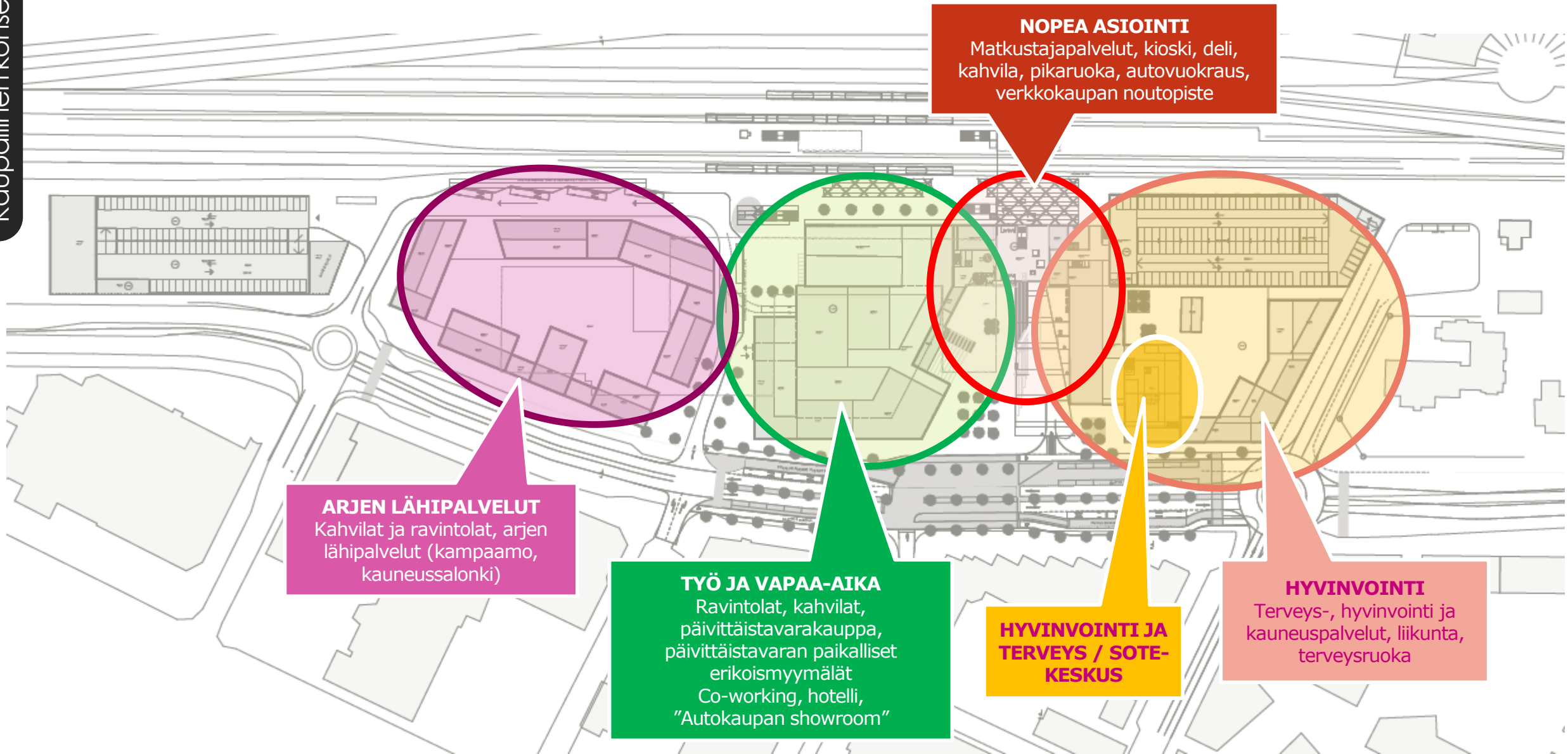
Co-living, co-working

...**alueella työssäkäyvien palvelukeskittymä**

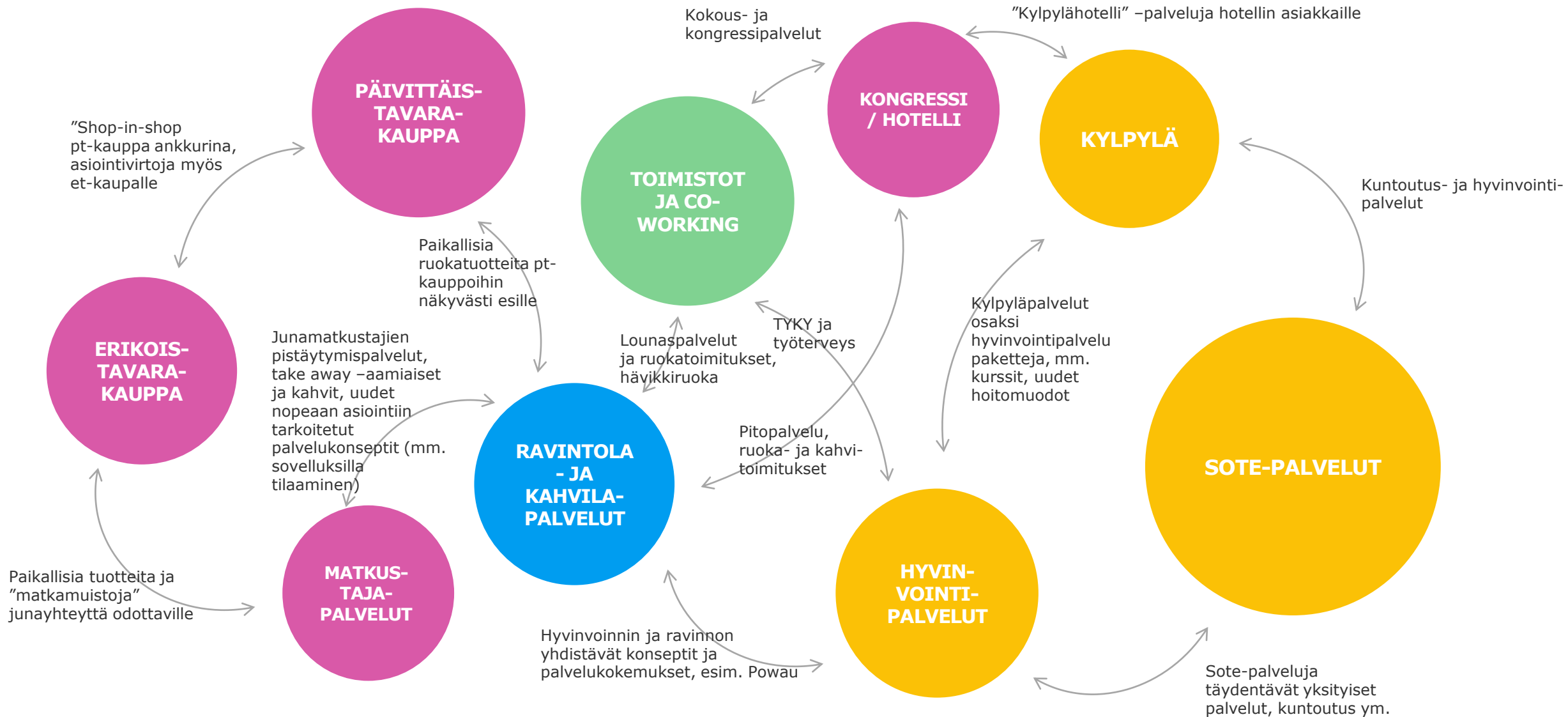
KONSEPTIN STRATEGINEN ASEMOINTI



ERI ALUEIDEN PROFIILIT JA TEEMAT



KONSEPTIN PALVELUKOKONAISUUKSIEN KYTKÖKSET SEINÄJOEN ASEMANSEUDULLA



KAUPALLISTEN PALVELUIDEN KONSEPTI

Asemakeskuksen kaupallinen konsepti perustuu paikallisuuteen, uusiin rohkeisiin avauksiin, tilojen monikäyttöisyyteen ja sekoittuneisuuteen, hyvinvointiin sekä aseman käyttäjille tarjottaviin pikapalveluihin.

Asemakeskus tarjoaa verkkokaupan noutopisteiden ja showroomien rinnalla ostosmahdollisuuksia niin matkustajille kuin asukkaillekin. Erikoistavarakauppa täydentää keskustan tarjontaa mm. butiikkien muodossa. Kaupallinen konsepti kytkeytyy monipuolisesti alueen muuhun tarjontaan tuoden lisäarvoa keskuksen kokonaisuuteen (esim. gastro- ja hyvinvointi).

Täysin uudenlaista ja koko maan tasollakin ainutlaatuista tarjontaa alueelle olisi mahdollista tuoda esim. keskustaantuotavan autokaupan lippulaivan / showroomin hybridikonseptin muodossa. Konseptissa yhdistyvät autojen esittely, co-working -tilat, galleriat yms. Autokauppakonsepti toisi esiin Seinäjoen vahvuuksia autokaupan keskittymänä ja samalla asemanseudulle sijoittuvana mahdollistaisi innovatiivisen keskittymän muodostamisen. Konseptista esimerkkinä ovat esim. Tukholman Lobby-kokonaisuus tai New Yorkissa sijaitseva Cadillac House.

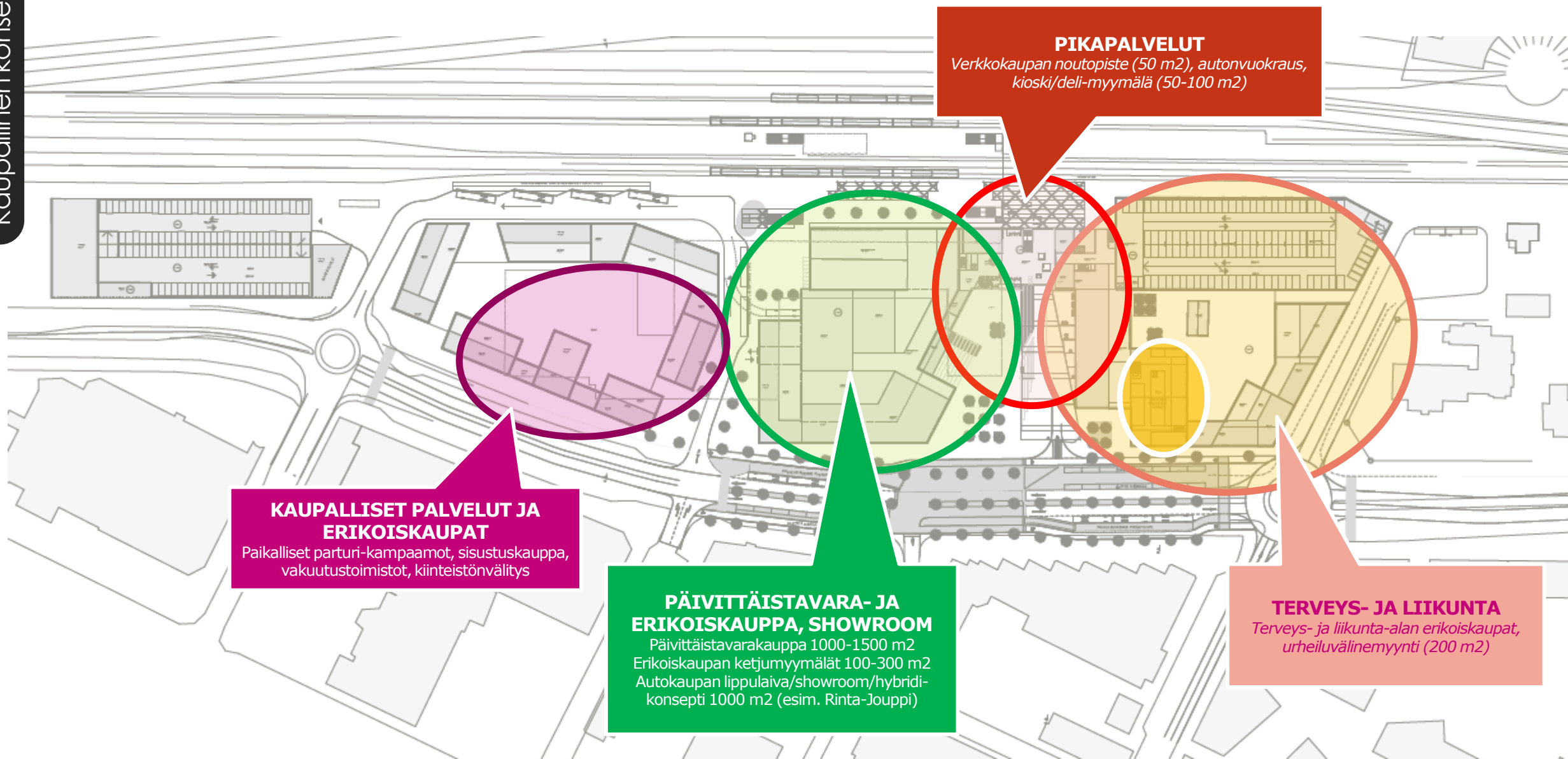


KAUPALLISTEN PALVELUIDEN SIJOITTUMISPERIAATTEITA

- Palvelut tulee keskittää asiointivirtojen äärelle, näkyville paikoille tarjoutumaan läpi- ja ohikulkijoille → **asiointivirtojen ohjaaminen palveluiden luo on ensiarvoisen tärkeää**
- Kaupallisesti parhaat sijainnit ovat asemahallin ja keskusaukion ympäristössä → **1. kerroksen kaupallisten tilojen määrä tulisi maksimoida, esimerkiksi neuvottelutiloihin löydetään myös 2. kerroksessa (käyttö on ennalta suunniteltua, ei ex tempore)**
- Päivittäistavarakaupalla on suuri huoltotarve ja ruokaostokset suoritetaan useasti henkilöautolla → **huoltoajo tulee mahdollistaa sujuvasti, ja pt-kaupan sijaita lähellä pysäköintiä**
- Asemahallin yhteydessä tulee sijaita junamatkustajille suunnattuja palveluja → **Asemahalliin kioski-, kahvila- ja ravintolapalveluita sekä aseman liikkumispalvelut (mm. autovuokraus, lipunmyynti)**



TOIMINTOJEN SIJOITTUMINEN JA POTENTIAALISET TOIMIJAT



MYYMÄLÄKONSEPTIT: SHOWROOM CADILLAC HOUSE

Sijainti: Showroom Cadillac House, New York

Konsepti: New Yorkiin avattu showroom on esimerkki uudesta ajatustavasta. Tilassa on esillä Cadillacin malleja, mutta myös mm. hengailuun tarkoitettu lounge, taidegalleria ja kahvila, ja pop-up designmyymälä, jossa alueen vaatesuunnittelijat voivat esitellä ja myydä uusinta mallistoaan. Sijainnilla kivijalassa on tarkoitus esitellä Cadillac-brändiä potentiaalisille asiakkaille, joilla ei ehkä aikaisemmin ole ollut tarvetta omistaa autoa. Showroomin on tarkoitus toimia kokoontumistilana "trend settereille", olivat nämä sitten muotimaailmasta, taidepiireistä tai start-up innovaattoreita. Mikäli potentiaalinen asiakas on halukas ostamaan Cadillacin, ohjaa henkilökunta tämän sopivaan Cadillac-liikkeeseen lähistöllä. Erityisesti tilan taidegalleria sidosryhmineen on vakiinnuttanut paikkansa New York Cityn taide-elämässä.

Palvelut:

- Oleskelutilaa
- Taidegalleria
- Kahvila
- Cadillac-mallien esittely



MYYMÄLÄKONSEPTIT: NOUTOPISTEET

Sijainti: Walmartit, Westfield-ostoskeskus Lontoossa

Konsepti: Walmartin liikkeissä sijaitsevat omatoimikioskit, "Pickup Tower:it", mahdollistavat nettiostosten sujuvan noudon. Walmart-sovelluksella asiakas voi ilmoittaa liikkeelle noutoajankohdan ja varmistaa, että tuotteet ovat hänen saapuessaan valmiina. Kioskilla asiakas skannaa tilausvahvistuskoodin, ja kioskki luovuttaa tuotteen.

Westfieldin ostoskeskuksessa sijaitsee click-and-collect -tyyppinen pop-up Zara, joka auttaa asiakkaita verkkokauppa-ostosten, palautusten ja vaihtojen kanssa. QR-koodilla toimiva automatisoitu varasto mahdollistaa ostosten noudon ilman henkilökuntaa.

Palvelut:

- Sujuva verkkokaupan tuotteiden nouto



YHDISTELMÄPALVELUT: KAMPAAMO + PESULA

Sijainti: Tokio, Japani

Konsepti: Hull –konseptissa yhdistyvät pesula ja kampaamo – pyykkejä odotellessa asiakas voi hoitaa hiustenleikkuun. Konseptin ovat suunnitelleet arkkitehti ja taiteellinen johtaja, jotka ovat kiinnittäneet erityistä huomiota tilan viihtyisyyteen ja brändiin.

Palvelut:

- Kampaamo ja parturi
- Itsepalvelupesula



Lähteet ja kuvat: Spoon & Tamago

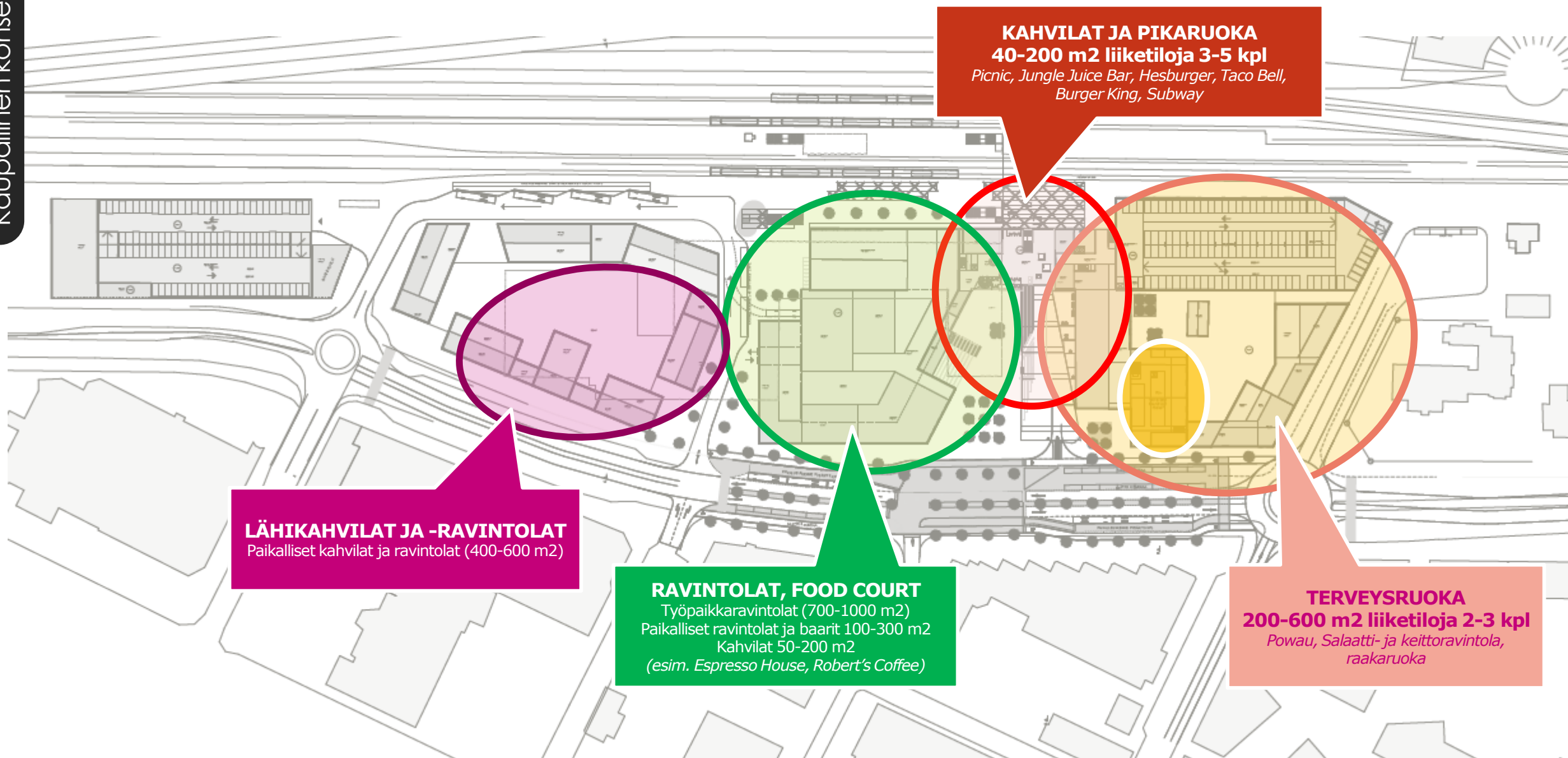
GASTRO-KONSEPTTI

Gastro-konsepti perustuu Seinäjoen ruokaklusteriin (Ruokaprovinssi) kiinnittyviin tuotteisiin ja ravintoloihin. Asema liikenteen solmupaikkana on oivallinen piste testata uusia ruokainnovaatioita käyttäjillä, esitellä ja myydä uusia elintarvikkeita sekä kohtauttaa elintarvikealan TKI-toimijoita.

- Ravintolat, joista voi ostaa paikallista ruokaa mukaan
- Ravintolat, joihin voi tuoda mukanaan ruoka-aineet joista annokset valmistetaan toiveiden mukaan
- Food court –tyyppinen fast casual -alue, joka tuo yhteen eri ravintoloissa asioivia asiakkaita ja helpottaa seurueen ravintolavalintaa → mahdollisuuksia näyttävämpään ja yhtenäisempään ravintolakokemukseen, tilan konseptointi perustuen seinäjokelaisiin elementteihin, palvelee myös junan odottajia (esim. pendelöijät), olemassa olevien seinäjokelaisten ravintoloiden sivupisteitä
- Elintarvikealan tutkimus- ja kehitystoimintaa asema-alueen yrityshubissa



TOIMINTOJEN SIJOITTUMINEN JA POTENTIAALISET TOIMIJAT



RAVINTOLAMAILMA K25

Sijainti: Tukholma

Konsepti: K25 on Tukholman keskustassa Kungsgatanilla sijaitseva "food court" -tyyppinen ravintolakokonaisuus, jossa on 11 eri ruokapaikkaa ja kahvilaa. Ruoat haetaan mieluisalta tiskiltä, ja pöytäpaikan voi valita vapaasti.

Yksityiskohtana takaseinälle rakennettu "teatterikatsomo", jossa istutaan vierekkäin ja nousevien penkkirivien väliin on rakennettu pienet, tarjottimen kokoiset pöydät.

Palvelut: Kokoelma eri tyyppisiä ravintoloita



YHDISTELMÄPALVELUT: HYVINVOINTI, LIIKUNTA, RAVINTO: POWAU

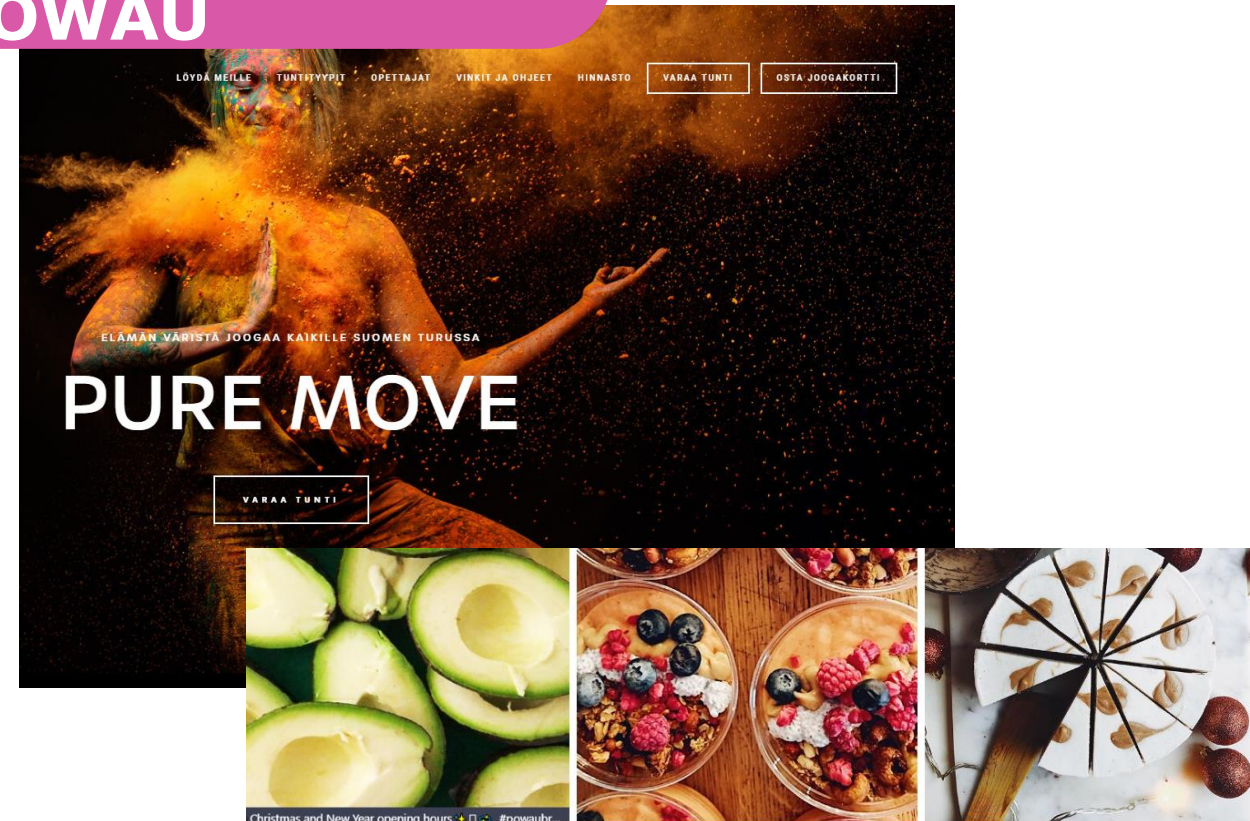
Sijainti: Helsinki, Turku, Tampere

Konsepti: Powaun kahvilat tarjoavat terveellistä ruokaa ja herkkuja niin kahvilassa nautittavaksi kuin tilauksesta. Tuotevalikoimassa on mm. lähituotantoa ja sesonkikasviksia, raakakakkuja ja vegaanista jäätelöä. Kesällä Turun kahvila laajentuu konttikahvilaksi jokirantaan.

Turussa Powau tarjoaa myös joogaa. Tutustumiskuukautena 50 euron hintaan voi joogata rajattomasti. Mahdollisuutena on myös valita kursseja, workshopeja ja yksityistunteja.

Palvelut:

- Kahvila ja ravintola
- Jooga



Meistä 

#POWAU

Tarjoamme ravinteikasta ja herkullista ruokaa päivän jokaiseen hetkeen. Aloita päiväsi maukkaalla aamiaisella, tule nauttimaan ravitsevaa lounasta tai terveellistä välipalaa. Meiltä saat smoothiet, raakakakut ja muut herkut – myös kokouksiin ja muihin tilaisuuksiin.

Lähteet ja kuvat: Powau, Pure Move

TERVEYS JA HYVINVOINTI

Terveys- ja hyvinvointipalveluiden keskittymästä muodostuu koko maakunnan ja valtakunnallisestikin merkittävä hyvinvointi- ja tarveysklusteri, jossa kattavat palvelut yhdistyvät terveysteknologiaan sekä holistiseen terveysnäkökulmaan; alueelta löytyy palveluita aina terveydenhoidosta hyvinvointi- ja liikuntapalveluihin.

Palvelut sijoittuvat asemakeskuksen 1. vaiheessa rakentuvaan sote-keskukseen. Korostuvina tekijöinä ovat esim:

- Hyvä saavutettavuus – palveluita tullaan käyttämään kauempaakin
- Monipuolinen kokonaisuus – kaikki palvelut koko perheelle saman katon alta
- Hyvinvointi- ja terveysteknologian hyödyntäminen ja esittely
- Holistinen terveys – keho, liikunta, mieli, ravinto



TERVEYS JA HYVINVOINTI

Arjen yläpuolella

Hyvinvointi ja liikunta

6. krs

Aikuisten palvelut

Liikuntatilat, tanssistudio, jooga, koulutustila, personal trainer, day spa, hieronta, fysioterapia, toimintaterapia, uniklinikka

Terveydeksi

Terveys- ja lääkäripalvelut

5. krs

Aikuisten palvelut

Yksityinen lääkäriasema ja työterveys Laboratorio- ja kuvantamispalvelut

4. Krs

Suun terveydenhuolto

Yksityinen hammaslääkäriasema

Lasten kaupunki

Lapset ja perheet

3. krs

Lasten ja perheiden palvelut

Neuvola, lasten liikunta ja leikki, kerhotoiminta

2. Krs

Lasten ja perheiden palvelut

Yksityinen päivähoido

Sujuva arki

Vierailijoiden vastaanotto ja arjen pikapalvelut

1. krs

Yhteiset palvelut

Palvelutori ja yhteispalvelupisteet (kela, maistraatti, kaupunki), health lobby, auditorio, showroom ja infopiste, apteekki ja terveyskauppa

Rauhoittavat ja viihtyisät odotustilat

Health Tech showroom

Paikallinen voimaravinto

Lasten palvelupaketit

Monipuolinen liikuntatarjonta

Holistinen hyvinvointi

TERVEYS JA HYVINVOINTI – ALUSTAVA TILAOHJELMA

YHT. 7 500 M²

TOIMINTOJEN MITOITUS

POTENTIAALISIA TOIMIJOITA

Arjen yläpuolella

Hyvinvointi ja liikunta

6. Krs
750 m²

Aikuisten palvelut

Liikuntatilat (400 m²)
Koulutustila/tanssi/joogastudio (200 m²)
Hieronta, fysioterapia –ym.
palveluntuottajat (3x50 m²)

Elixia, Fressi, Forever kuntoklubi, LadyLine, Fitness24Seven

Terveydeksi

Terveys- ja
lääkäripalvelut

5. Krs
750 m²

Aikuisten palvelut

Lääkäriasema + laboratorio- ja
kuvantamispalvelut (750 m²)

Terveystalo, Mehiläinen, Synlab, Lääkärikeskus
Aava, Pihlajalinna

4. Krs
1 665 m²

Suun terveydenhuolto

Yksityinen hammaslääkäriasema +
lääkäriasema 1 krs (yht. 1 665 m²)

Oral-hammaslääkärit, Plusterveys

Lasten kaupunki

Lapset ja perheet

3. Krs
1 665 m²

Lasten ja perheiden palvelut

Neuvola, lasten liikunta ja leikki,
kerhotoiminta

Mehiläinen Felicitas, Äitiysneuvola Aava

2. Krs
1 665 m²

Lasten ja perheiden palvelut

Yksityinen päivähoito (700 – 1000 m²),
kerhohuoneet ja seikkailupuisto (500 m²)

Touhula, Norlandia, Pilke-päiväkodit, Jump, Trio

Sujuva arki

Vierailijoiden vastaanotto ja
arjen pikapalvelut

1. Krs
750 m²

Yhteiset palvelut

Palvelutori ja yhteispalvelupisteet, health
lobby, auditorio, showroom ja infopiste,
apteekki ja terveyskauppa

Kela, maistraatti, apteekki, terveyskauppa

Seinäjoen kaupungin palvelupiste, auditorio,
showroom

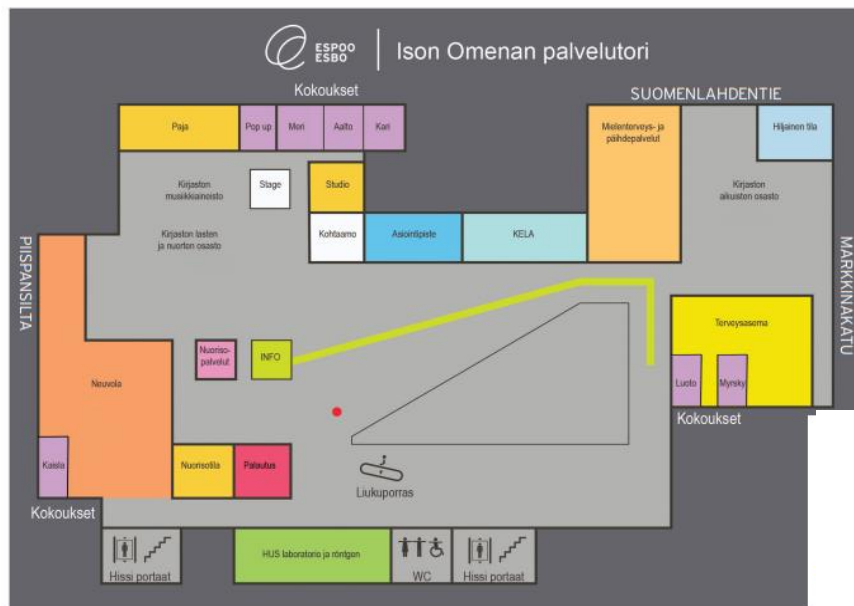
PALVELUTORIT: ISO OMENA

Sijainti: Kauppakeskus Iso Omena, Espoo, 3. krs.

Konsepti: Ison Omenan palvelutori on uusi julkisten palvelujen palvelukonsepti, jonka tavoitteena on helpottaa kuntalaisten arkiasiointia.

Palvelut: kirjasto, nuorisopalvelut, neuvola, terveysasema, mielenterveys- ja päihdepalvelut, Kelan, asiointipiste, Työllisyyden palvelutori, varattavia tiloja tapahtumille tai kokouksille, sekä HUS:n laboratorio- ja kuvantamistoiminnot.

Kävijämäärä: Keskimäärin 5 000 asiakasta / arkipäivä



Lähteet ja kuvat: Espoon kaupunki

PALVELUTORIT: SKANSSI

Sijainti: Skanssin kauppakeskus, Turku (2. krs.)

Konsepti: "Asiointipiste Monitori on Turun kaupungin, Varsinais-Suomen työ- ja elinkeinotoimiston, Kelan, Poliisin sekä Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän yhteinen palvelupiste."

Palvelut:

- Maksuttomat nettipisteet
- Työnhakuneuvontaa ti, ke ja to klo 9–16, opastusta TE-palveluiden Oma asiointi -verkkopalvelun käyttöön sekä yleistä neuvontaa TE-toimistoon liittyvissä ja koulutusasioissa
- Kelan palvelut ajanvarauksella ke-pe ja ma-ti vuoronumerolla klo 12–15.30.
- Kirjastopalvelut: lainaus, palautus ja varausten noutopiste
- Fölin korttien myynti ja lataus
- TVT-asuntojen (kaupungin vuokra-asunnot) ja Vason (asumisoikeusasunnot) esitteitä ja hakemuksia
- Liikuntakorttien, Seniorirannekkeiden ja Kimmoke-rannekkeiden myynti ja lataus
- Kaupungin henkilöstön TYKY-rannekkeiden nouto ja lataus.
- Kalastuslupien myynti
- Eurooppatiedotuksen materiaalit
- Fendarin ja työkeskuksen tuotteiden myynti



Lähteet ja kuvat: Turun kaupunki

OSAAMINEN JA YHTEISTYÖ

Seinäjoki on Suomen yritysmyönteisin ja yritteliäin kaupunki. Yrityselämä ja innovaatiot tuodaan esiin jo asemanseudulla showroomien sekä lobby-tilojen muodossa. Asemanseudusta muodostuu vierailukeskus, jossa esittäytyvät niin asemanseudun yritykset kuin laajemminkin seudun yrityselämä. Alueella on myös joustotiloja, joita voivat vuokrata työntekijöilleen co-working -tiloiksi sekä kokouksiin, tapahtumiin ja konferensseihin muutkin kuin alueen yritykset.

Vierailukeskus on mahdollista toteuttaa 2. vaiheen yhteydessä sekä sote-palveluiden osalta sote- ja hyvinvointikeskuksen 1. kerrokseen.

Vierailukeskuksessa esim:

- Showroom- ja neuvottelutiloja
- Yrityselämän ja innovaatioiden esittely
- Näyttely- ja koulutustilaa
- Co-working, kohtaamisympäristöjä



LOBBY-KONSEPTTI

Sijainti: Tukholma

Konsepti: Konsepti vastaa kasvavaan verkkokaupan trendiin, ja sen tarkoitus on yhdistää verkkokaupan ja fyysisen liikkeen tarjoamat kokemukset. Tila toimii kauppapaikan lisäksi showroomina ja kohtaamis- ja tapahtumapaikkana, jossa esitellään valikoituja skandinavialaisia merkkejä ja pyritään näyttämään asiakkaille sneak peekkeja seuraavista teknologian, muodin ja designin trendeistä. Tämä tarkoittaa kuukausittain vaihtelevaa esillepanoa.

Fyysinen tila lisää arvoa verkkokaupan kokemukseen tarjoamalla useita toimintoja samaan aikaan (esim. baari/ravintola, tapahtumat). Tuotemerkit voivat joustavasti vuokrata 2-20 neliömetrin tiloja lyhyemmäksi tai pidemmäksi aikaa esimerkiksi lanseerausten yhteydessä.

Palvelut:

- Ostokset
- Showroom
- Ravintola / baari
- Kohtaamis- ja tapahtumapaikka (muotinäytökset, jooga)



Lähteet ja kuvat: Fagerhult and AMF Fastigheter

TYÖSKENTELYTILAT: UMA WORKSPACE

Sijainti: Useita toimipisteitä kansainvälisesti, Helsingissä Esplanadilla akateemisen kirjakaupan yläkerrassa (kulku tiloihin kirjakaupan kautta) ja Keilaniemen ja Teurastamon alueella

Konsepti: Co-working –tilat esimerkiksi yritysten työntekijöille ja yksityisyrittäjille ympäri kaupunkia lähellä palveluita ja muita yrityksiä. Tiloissa on työpisteiden lisäksi myös kokoushuoneita catering-palvelulla, puhelinkopit, printtausmahdollisuus sekä kaapit arvotavaroille. Paikan päällä auttaa yhteisömanageri, ja tiloissa järjestetään myös yhteisöllisiä tapahtumia.

Palvelut:

- Co-working –tilat
- Tapahtumatilat
- Kahvila tai ilmainen kahvi/tee



Lähteet ja kuvat: UMA Workspace

YRITYSELÄMÄN ESITTELY: VIERAILUKESKUS JOKI

Sijainti: Turku, Kupittaa

Konsepti: Vierailukeskus joki on näyteikkuna Turun seudun elinkeinoelämään ja kaupunkikehitykseen. Vierailukeskuksessa esitellään, mitä yrityksiä Turun seudulla toimii, miltä näyttää tulevaisuuden Turku ja minkälaisia innovaatioita alueen korkeakouluissa tehdään?

Turun tiedepuistossa sijaitseva Joki on Suomen ensimmäinen alueellinen vierailukeskus, jossa Turun seudun yritykset esittelevät toimintaansa. Joki on monipuolinen ja vuorovaikutteinen elämyskokonaisuus, jonka interaktiiviset näyttelyt tarjoavat näköalapaikan Turun seudun elinkeinoelämään ja kaupunkikehitykseen.

Joen tilat



Showroom

Showroomissa ovat esillä yhteistyökumppanimme erilaisten videototeutuksien ja kosketusnäyttöjen avulla.



Turku Futurescapes

Toisessa kerroksessa sijaitseva Turku Futurescapes -tila on omistettu Turun seudun ja kaupunkikehityksen visioiden esittelyyn.



Partner Expo

Partner Expo -tilassa Joen kumppanit voivat esitellä toimintaansa rakentamalla sinne lyhytaikaisen messuosastomaisen näyttelyyn.

TYÖSKENTELYTILAT: STAPLES CONNECT-YHTEISTYÖTILA

Sijainti: Useita pisteitä Bostonin alueella sekä Kanadassa

Konsepti: Tunti- tai kuukausiperusteisesti laskutettavien co-working -tilojen lisäksi konsepti tarjoaa tilat tapahtumien järjestämiseen, esimerkkinä puhujatilaisuudet, työpajat ja seminaarit. Lisäksi konsepti tarjoaa ammattimaiset fasilitetit ja apua podcast-äänitykseen. Tarjolla on myös palveluita esimerkiksi teknologian, markkinoinnin ja verotuksen asiantuntijoilta.

Palvelut:

- Co-working -tilat
- Tilat ja apu podcast -äänitykseen
- Yhteisötapahtumat
- Mm. tekniset, markkinoinnin ja verotuksen palvelut



Lähteet ja kuvat: Staples Connect

BOX BY POSTI-KONSEPTTI

Sijainti: Helsinki

Konseptti: Konsepti vastaa Postin palveluiden muutokseen, ennen kaikkea pakettilähetysten kasvavaan määrään ja koventuneeseen kansainväliseen kilpailuun. Box yhdistää verkkokaupan ja asiakkaat fyysisessä tilassa ja toimii testilaboratoriona tulevaisuuden palveluille. Postin palvelumuotoilutiimin työtila on Boxissa lähellä asiakkaita, joka mahdollistaa asiakaslähtöisten palveluiden kokeilut ja kehittämisen. Tulevaisuudessa on tarkoitus luoda myös co-creation community asiakaskohtaamisia, työpajoja ja tapahtumia varten.

Palvelut:

- Maailman suurin pakettiautomaatti Helsingin keskustassa
- Verkkokauppaostosten avaaminen ja sovitus
- Pakkausmateriaalien kierrätys
- Väliaikainen verkkokauppa fyysisessä ympäristössä esim. kampanjan, pilotin tai sesongin ajan



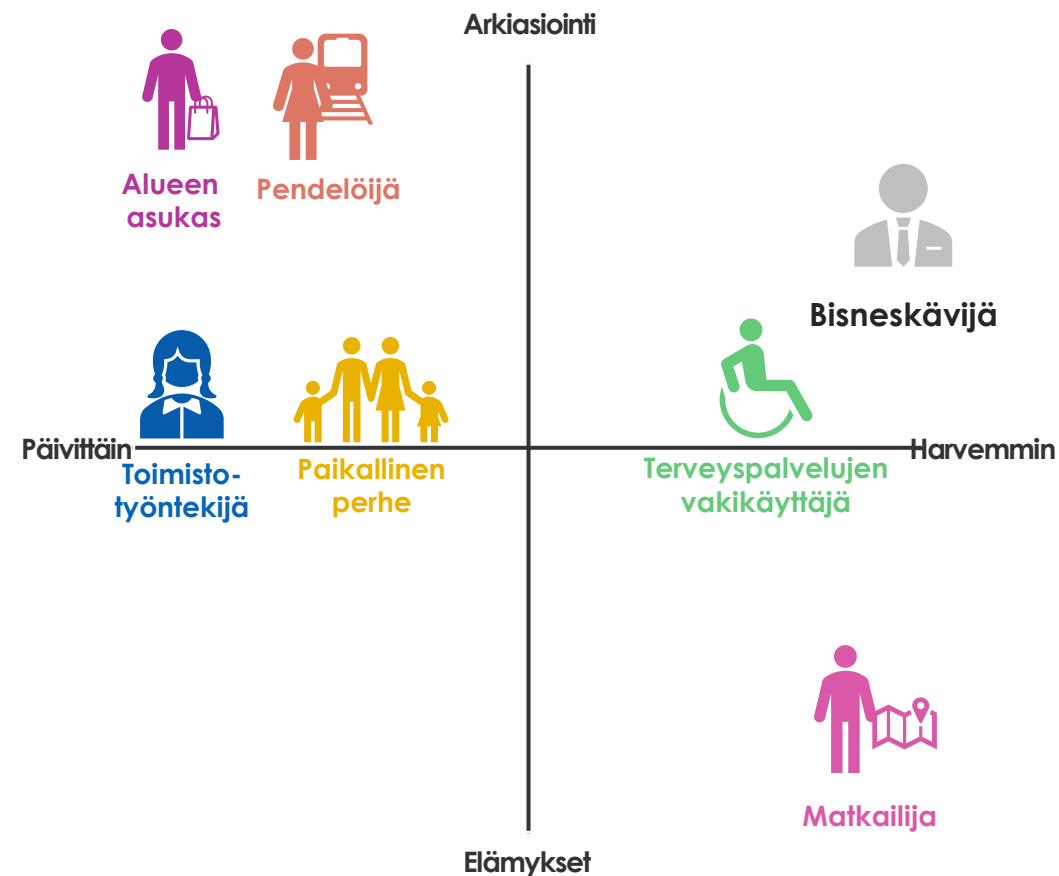
Lähteet ja kuvat: Box by Posti

KONSEPTIN JALKAUTUMINEN - KÄYTTÄJÄNÄKÖKULMA



ASEMAKESKUKSEN TAVOITELLUT KÄYTTÄJÄRYHMÄT

- Asemakeskuksen monipuolinen asumisen, työn ja palvelut yhdistävä konsepti palvelee useita eri käyttäjäryhmiä
- Tavoitetilassa asemakeskus ei ole vain liikenteen läpikulkupaikka, vaan sinne tullaan sekä piipahtamaan päivittäisasiainnin merkeissä ja saavutaan kauempaankin hyvien palvelujen perässä
- Asemakeskuksen potentiaali varmistetaan sijoittamalla palvelut usean eri käyttäjäryhmän reitille huomioiden jokaisen käyttäjäryhmän yksilölliset tarpeet ja ryhmien väliset synergiat
- Asemakeskuksen potentiaalisista käyttäjäryhmistä on tehty kevyt tarkastelu, jossa tuodaan esille ko. käyttäjäryhmien taustatiedot, kulkutavat, asiainnin perustiedot, palvelutarpeet ja menestyksen edellytykset
- Menestyksen edellytykset ovat asioita, joiden tulee toteutua, jotta asemakeskus palvelee ko. käyttäjäryhmää



TAVOITELLUT KÄYTTÄJÄRYHMÄT

Tavoitellut käyttäjät



Toimisto-
työntekijä



Alueen
asukas



Paikallinen
perhe



Terveyspalvelujen
vakikäyttäjä



Pendelöijä



Bisneskävijä



Matkailija

Asiointi asemakeskuksessa

Palvelutarpeet

Tyypillisiä kulkutapoja

Motivaattorit

Kriittiset menestystekijät

Asiainnin volyymi suhteessa
muihin käyttäjäryhmiin



RAMBOLL

Asukas

TAUSTA

- Asunut Seinäjoella koko ikänsä. Asuu asemakeskuksella.
- Opiskelee ammattikorkeakoulussa

KULKUTAVAT



ASIOINTI ASEMAKESKUKSESSA

- Käyntimäärä: 2-5 krt / vko

• Keskiostos:

0 €

150 €

MOTIVAATTORIT

- Vapaa-ajan vietto ja viihtyminen
- Ystävien ja uusien ihmisten tapaaminen
- Opiskelu yhteisöllisesti, oma rauha
- Sujuva saavutettavuus, nopea asiointi ja toisaalta oleskelun mahdollisuus

KESKEISET PALVELUTARPEET

- Päivittäis- ja erikoistavarakaupat
- Viihdepalvelut
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikunta- ja hyvinvointipalvelut

MENESTYKSEN EDELLYTYKSET

- Palvelutarjonnan valikoima nuorille aikuisille, jatkuva uudistuminen
- Asemakeskuksen elävyys ja aukioloajat (ei hiljene virka-aikojen ulkopuolella, opiskelu kirjastossa myös pikkutunneille)



Toimistotyöntekijä

TAUSTA

- Asuu Seinäjoen ulkopuolella
- Työskentelee asemakeskuksessa sijaitsevassa yrityksessä ja saapuu toimistolle päivittäin
- Pitää hyvinvointi-aiheista blogia harrastuksenaan, ja käyttää paljon aikaa ja rahaa hyvinvointipalveluihin ja niihin erikoistuneisiin myymälöihin

KULKUTAVAT



ASIOINTI ASEMAKESKUKSESSA

- Käyntimäärä: 5 krt / vko

- Keskiostos:

20

0 € 150 €

MOTIVAATTORIT

- Työssäkäynti, ml. seminaarien järjestäminen
- Lounastaminen työpaikan läheisyydessä
- Oman hyvinvoinnin ylläpitäminen arjen keskellä, uusia palveluja testattavaksi
- Päivittäisasiointi kotimatalla

KESKEISET PALVELUTARPEET

- Ravintolat ja kahvilat
- Neuvottelu- ja seminaaritilat
- Liikunta- ja hyvinvointipalvelut
- Päivittäisasiointi ja erikoiskauppa

MENESTYKSEN EDELLYTYKSET

- Sujuvat tilojen vuokrauskäytännöt, tilojen edustavuus ja käytännöllisyys
- Lounasvalikoima, josta varaa valita, vaihtelu
- Kattavat hyvinvointipalvelut, uusimmat trendit testattavaksi
- Hyvinvointipalvelujen saavutettavuus virka-aikojen ulkopuolella

Perhe

TAUSTA

- Asuu 5 km Seinäjoen keskustasta
- Perheessä on vanhemmat ja kaksi lasta
- Perheen isä työskentelee asemakeskuksessa sijaitsevassa yrityksessä, ja lapset käyvät asemakeskuksen päiväkotia sen kätevän sijainnin vuoksi

KULKUTAVAT



ASIOINTI ASEMAKESKUKSESSA

- Käyntimäärä: 5 krt / vko

• Keskiostos:

0 €

150 €

MOTIVAATTORIT

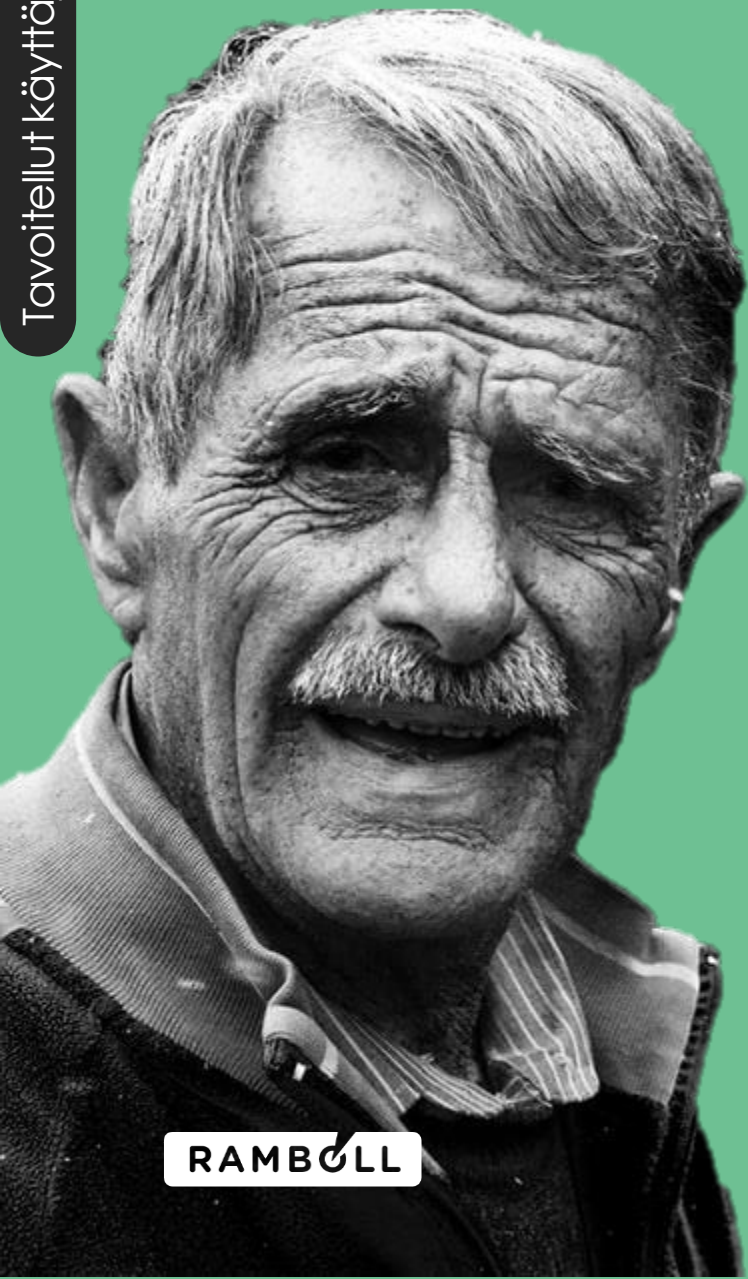
- Lasten päivähoitoon vienti työmatkan varrella, ehtiminen töihin ajoissa
- Ruuhkavuosien arjen sujuvuus: logistiikka, ruokahuolto, terveys, leikki ja lapsuus
- Koko perheen yhdessäolo vapaa-ajalla, lapsuusajan muistojen syntyminen

KESKEISET PALVELUTARPEET

- Päiväkotia
- Päivittäistavarakaupat
- Neuvola
- Viihde ja kulttuuri
- Leikkipaikat

MENESTYKSEN EDELLYTYKSET

- Lasten kanssa asioimisen helppous: perheiden keskitetyt palvelut, leikkipaikat, lapsiystävälliset ravintolat, lapsille kohdistettua viihdettä
- Päiväkodin ja toimistojen välinen sujuva yhteys



RAMBOLL

Terveyspalvelujen vakikäyttäjä



TAUSTA

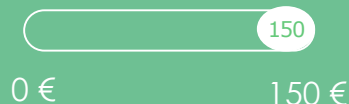
- Asuu 30 kilometrin päässä Seinäjoelta
- Elämäntilanteeseen vaikuttavat pitkäaikaissairaudet, jotka edellyttävät säännöllistä hoitoa ja on osaksi vienyt liikuntakyvyn
- Liikkuu pyörätuolilla

KULKUTAVAT



ASIOINTI ASEMAKESKUKSESSA

- Käyntimäärä: X krt / vko
- Volyymi:
- Keskiostos:



MOTIVAATTORIT

- Oman terveyden ylläpitäminen
- Tarvitsee terveydentilansa vuoksi säännöllisesti erikoispalveluja, joita ei saa omalta asuinpaikkakunnalta

KESKEISET PALVELUTARPEET

- Erikoislääkäri / kuntoutus
- Neuvola-, perhe- ja nuorisopalvelut
- Hammashoito
- Kela, työllisyys-, sosiaali-, asumis-, mielenterveys- ja päihdepalvelut

MENESTYKSEN EDELLYTYKSET

- Terveyspalvelujen kattavuus, saavutettavuus ja asiointin sujuvuus
- Esteetön kulkeminen
- Rauhallinen ympäristö



RAMBOLL

Pendelöijä

TAUSTA

- Asuu Parkanossa yhden päiväkotikäikäisen lapsen kanssa
- Työskentelee seinäjokelaisessa yrityksessä, joka sijaitsee ydinkeskustan ulkopuolella Framin yrityskeskitymässä.

KULKUTAVAT



ASIOINTI ASEMAKESKUKSESSA

- Käyntimäärä: 3 krt / vko
- Keskiostos:

0 €

150 €

MOTIVAATTORIT

- Mahdollisimman sujuva matkaketju työpaikalle nykyisestä asuinpaikasta käsin, vaihto junasta bussiin
- Pendelöintiin yhdistetyt asiointimatkat, mm. lapsen päiväkotiin vienti, aamupalan ja päivittäisostosten nappaaminen matkalla

KESKEISET PALVELUTARPEET

- Junasta bussiin vaihtaminen
- Odotustilat
- Päiväkot
- Päivittäisasiointi

MENESTYKSEN EDELLYTYKSET

- Sujuva vaihtoyhteys, ml. bussipysäkille siirtyminen, odotustilat myös lapsille
- Nopea yhteys päiväkodille



RAMBOLL

Bisneskävijä

TAUSTA

- Asuu Tampereella
- Tekee säännöllisiä työasiointimatkoja yhteistyökumppaneiden luo Seinäjoelle
- Yöpyy silloin tällöin matkojen yhteydessä Seinäjoella

KULKUTAVAT



ASIOINTI ASEMAKESKUKSESSA

- Käyntimäärä: 0,5 krt / vko

Keskiosτος: 0 € 150 €

MOTIVAATTORIT

- Tavata tehokkaasti asiakkaita ja yhteistyökumppaneita, nopeat siirtymät
- Helppo saavutettavuus aamujunalla
- Hyvät ja monipuoliset lounaat ja välipalat, eväät junamatkalle
- Hyvä hotellihuone

KESKEISET PALVELUTARPEET

- Neuvottelu- ja kokouspalvelut
- Majoituspalvelut
- Ravintola- ja kahvilapalvelut
- Autonvuokraus

MENESTYKSEN EDELLYTYKSET

- Hyvät varausmahdollisuudet esim. kokouspalvelut ja -tarjoilut
- Hyvät ja sujuvat junayhteydet



RAMBOLL

Matkailija

TAUSTA

- Vierailulla Suomessa, saapuvat Helsingistä tutustumaan seinäjokelaiseen arkkitehtuuriin
- Majoittuvat asemakeskuksessa

KULKUTAVAT



ASIOINTI ASEMAKESKUKSESSA

- Käyntimäärä: X krt / vko

Keskiosτος: 0 € 150 €

MOTIVAATTORIT

- Majoittua keskeisten kulkuyhteyksien äärellä, nopea pääsy kohteille
- Kokea lyhyessä ajassa paikalliset nähtävyydet, elämykset ja elämänmeno
- Tutustua paikallisiin tuotteisiin, ostaa matkamuita
- Hoitaa majoituksen yhteydessä perustarpeet

KESKEISET PALVELUTARPEET

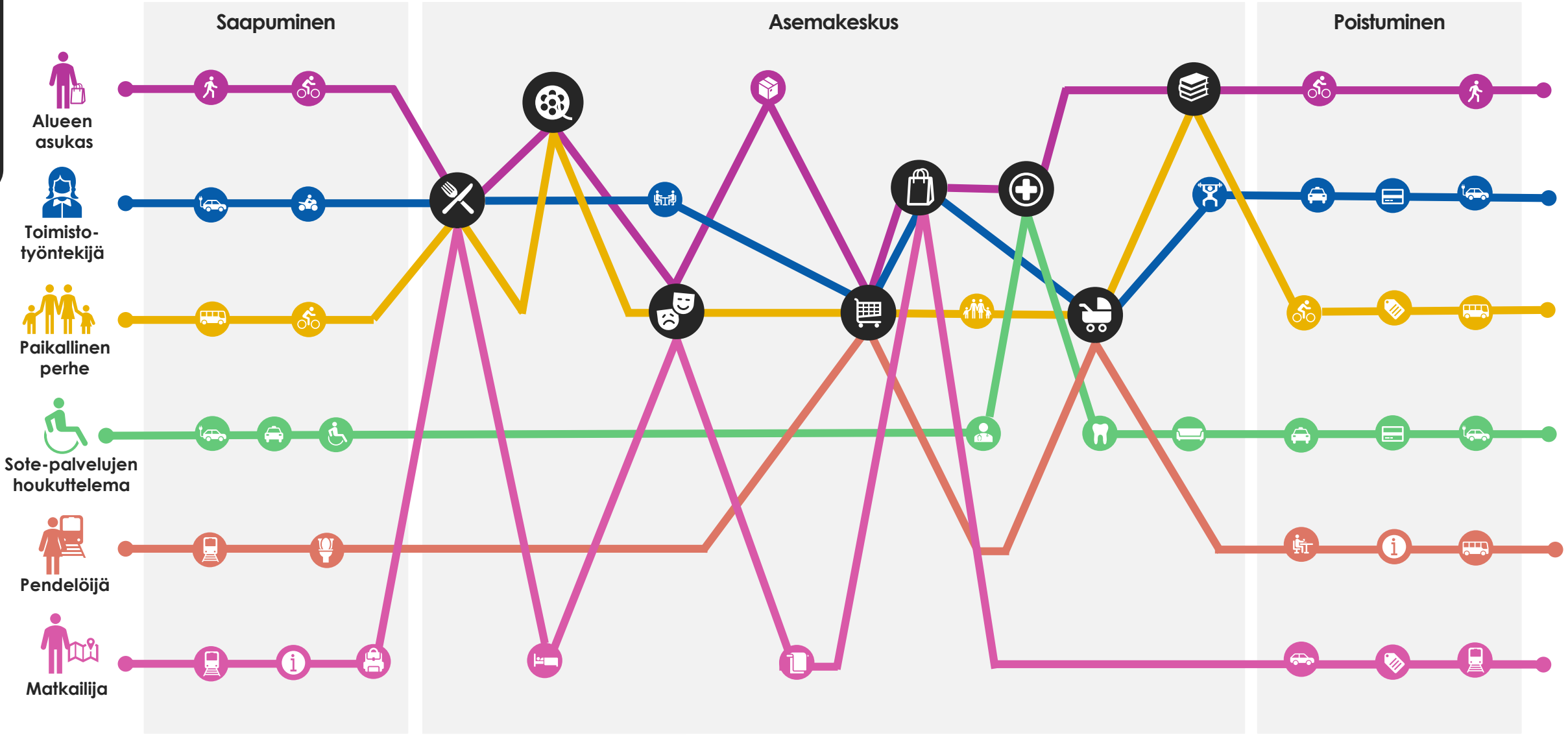
- Majoituspalvelut
- Ravintola- ja kahvilapalvelut
- Erikoiskauppa ja showroom
- Kylpyläpalvelut
- Kulttuuri ja viihde
- Autonvuokraus

MENESTYKSEN EDELLYTYKSET

- Paikallisten tuotteiden ja ominaispiirteiden tarjoutuminen asemakeskuksessa
- Paketit matkailijoille asemakeskuksen palveluvalikoimasta

TAVOITELTUJEN KÄYTTÄJIEN PALVELUVERKOSTO

Yhteenveto eri käyttäjäryhmien käyttökokemuksen etenemisestä ja käyttämistä palveluista asemakeskuksessa.



SYMBOLIEN SELITTEET

Saapuminen & perusfasiliiteitit

 Kävelen saavutettavuus, katutilaan avautuminen

 Saapumisväylät ja pysäköinti (ml. latauspisteet, erityisryhmien huomiointi)

 Kalustovuokraus

 Julkisen liikenteen yhteydet

 Kevyen liikenteen yhteydet ja parkki

 Esteettömyys

 Taksi, tolppa ja saattopaikka

 Matkustaja-informaatio, sujuvat vaihdot

 Säilytyspalvelut

 WC, lastenhoito-huone

Kaupalliset palvelut

 Päivittäis-tavarakauppa

 Erikoiskauppa ja showroom

 Majoituspalvelut

 Kahvila- ja ravintolapalvelut

 Viihdepalvelut

 Tapahtumat ja kulttuuri

 Kirjasto

 Kylpylä

 Nouto- ja pakettipalvelut

 Kokous- ja työtilat (coworking, toimistohotelli)

Hyvinvointipalvelut

 Terveyskeskus / työterveys, labra

 Erikoislääkäri / kuntoutus

 Neuvola-, perhe- ja nuorisopalvelut

 Hammashoito

 Kela, työllisyys-, sosiaali-, asumis-, mielenterveys- ja päihdepalvelut

 Päivähoito

 Liikunta- ja hyvinvointipalvelut

Poistuminen

 Lipun ostaminen

 Odotustilat

 Pysäköinnin maksaminen

Bright ideas. Sustainable change.

