

# Valkeakosken kaupallinen selvitys



18.4.2019

wsp

## Sisältö

<b>1.</b>	<b>Johdanto</b> .....	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Kaupan nykytila Valkeakoskella</b> .....	<b>4</b>
2.1.	Kaupan palveluverkko.....	4
2.2.	Keskustan kaupallinen rakenne ja sen muutokset.....	6
2.3.	Keskustan kaupallinen rakenne Valkeakoskella ja vertailu kaupungeissa.....	12
2.4.	Vähittäiskaupan myynti ja toimipaikat.....	14
2.5.	Ostovoiman siirtymät Valkeakoskella .....	16
2.6.	Päivittäistavarakaupan verkko.....	17
<b>3.</b>	<b>Kaupan markkinoiden kehitys</b> .....	<b>21</b>
3.1.	Väestön kehitys.....	22
3.2.	Ostovoima ja ostovoiman kehitys.....	22
3.3.	Liiketilatarve ja liiketilat 2018.....	24
3.4.	Liiketilän lisätarve.....	25
3.5.	Valkeakosken kaupan mitoitus.....	26
<b>4.</b>	<b>Kaupan kehittäminen Valkeakoskella</b> .....	<b>28</b>
4.1.	Työpaja keskustan kehittämisestä .....	28
4.2.	Keskustan kehittäminen.....	30
4.3.	Kanavarannan kehittäminen.....	34
4.4.	Muut kauppapaikat Valkeakoskella.....	41
4.5.	Kaupungin brändi.....	43
	<b>Liite 1 Valkeakosken kaupallisen selvityksen työpaja 28.1.2019, Osallistujat</b> .....	<b>47</b>

## 1. JOHDANTO

Valkeakosken kaupunki käy läpi rakennemuutosta, jossa haetaan uutta identiteettiä vanhalle teollisuuskaupungille. Kaupunki on muuttumassa vanhasta teollisuuskaupungista uudeksi palvelukaupungiksi. Onko palvelukaupunki lupaavin kehityssuunta Valkeakoskella, onko kaupungilla muita kehitystä kantavia vahvuuksia. Näitä pohditaan selvityksessä.

Valkeakosken kanavan eteläpuolisen alueen keskustan kehittäminen on käynnistetty. Keskustan alueella on vireillä osayleiskaava. Asemakaavan (Kanavaranta) laatimisen tavoitteiden tarkentamiseksi on aloitettu kuntalaisten ja eri yhteistyöryhmien kuuleminen ja alustavien tavoitekuvioiden laatiminen ja erilaisten selvitysten tekeminen. Yhtenä selvityksenä tehdään kaupallisten tarpeiden arviointi, joka palvelee sekä yleis- että asemakaavoitusta.

Kaupallisessa selvityksessä kootaan tiedot kaupan nykytilasta ja tutkitaan vähittäiskaupan markkinoita sekä niiden kehitystä Valkeakoskella. Kaupan nykytilan ja markkinapotentiaalin pohjalta arvioidaan kaupan kehitysmahdollisuuksia kaupungissa.

Selvityksessä hahmotellaan Valkeakoskelle sopiva kaupan palveluverkko, kaupan ja kaupan palvelujen sijainti sekä mitoitus, joka pohjautuu väestön kulutustarpeisiin, vastaa kaupungin tavoitteisiin sekä vahvistaa toimintaedellytyksiä yrityksille. Lisäksi arvioidaan kaupungin brändin kehittymistä tulevan palvelurakenteen näkökulmasta.

Erikseen arvioidaan Kanavarannan maankäyttöluonnoksia kaupallisten palveluiden näkökulmasta. Hahmotellaan minkä tyyppisille kaupan palveluille on alueella kysyntää sekä kuinka suuria tiloja ja mihin tilojen tulisi alueella sijoittua, jotta ne palvelevat hyvin asukkaita, mutta niin että myös kaupalla on toimintaedellytyksiä alueella.

Kaupallisen selvityksen on tilannut Valkeakosken kaupunki. Ohjausryhmässä ovat olleet mukana Sirpa Jokela, Alf Lindström, Mila Mäenluoma, Petri Ahonen, Jani Kiiskilä, Raimo Koskela ja Sara Tuomola. Työn yhteydessä järjestettiin myös työpaja ohjausryhmää laajemmalle osallistujajoukolle. Osallistujat on kirjattu liitteeseen. Työpajasta on tehty yhteenveto tähän selvitykseen ja tuloksia on käytetty hyväksi suosituksia tehtäessä.

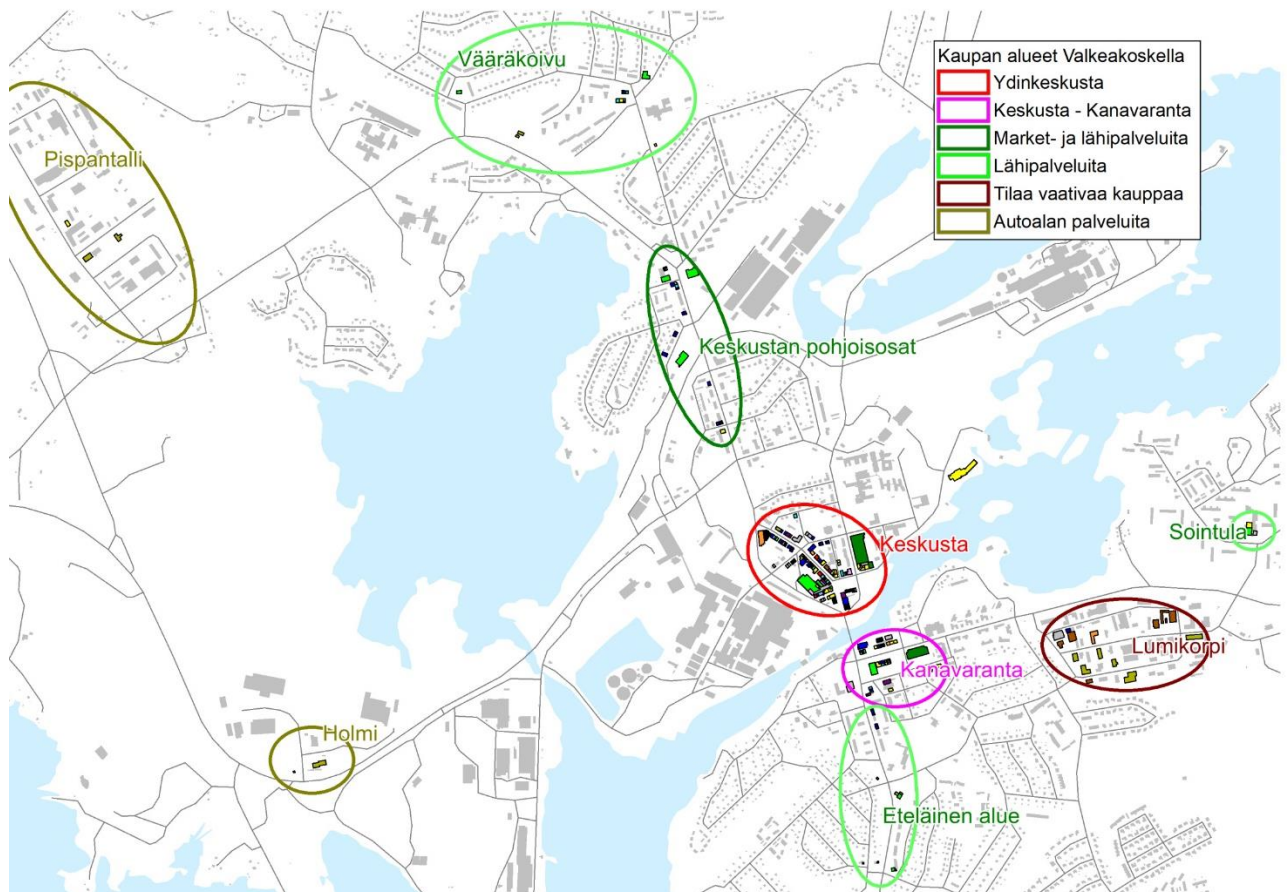
Selvitystyöstä vastaavat WSP Finland Oy:stä kaupan asiantuntijat Katja Koskela ja Tuomas Santasalo sekä brändiasiantuntija Susanne Markkanen-Pipoli ja liikenneasiantuntija Timo Kärkinen.

## 2. KAUPAN NYKYTILA VALKEAKOSKELLA

Valkeakosken kaupan nykytilaa analysoidaan tilastojen ja kartoitusten pohjalta. Kaupan sijoittumista on tutkittu kartoittamalla nykyiset palvelut ja palvelupisteet Valkeakoskella. Kartoitus on tehty marraskuussa 2018 ja samalla on verrattu liiketilojen toiminnan sisällön kehitystä aikaisempaan vuonna 2004 tehtyyn kartoitukseen. Kaupan rakenteessa tapahtuu jatkuvasti pieniä muutoksia, liikkeet vaihtavat paikkaa, yksittäisiä liikkeitä lopettaa ja tilalle tulee uusia. Vaikka kaupan rakenne elää koko ajan, kokonaisuus pysyy yleensä pitkän aikaa vakaana.

### 2.1. Kaupan palveluverkko

Kaupalliset palvelut ovat Valkeakoskella keskittyneet keskustaan, kanavan molemmille puolille. Kaupallisia palveluita on myös keskustan pohjoispuolella ja vähäisesti myös eteläpuolella. Tilaa vaativaa kauppaa on sijoittunut Lumikorven alueelle, autoalan palveluita on vähäisesti myös Pispantallin ja Holmin alueella. Valkeakoskella kaupan suuret yksiköt ovat keskustassa, jolloin suuret asiakasvirrat tulevat myös keskustaan.



#### Kaupun palveluverkko Valkeakoskella 2018

Lähde: WSP kartoitus

Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastotietokanta ja maastokartta 10/2018

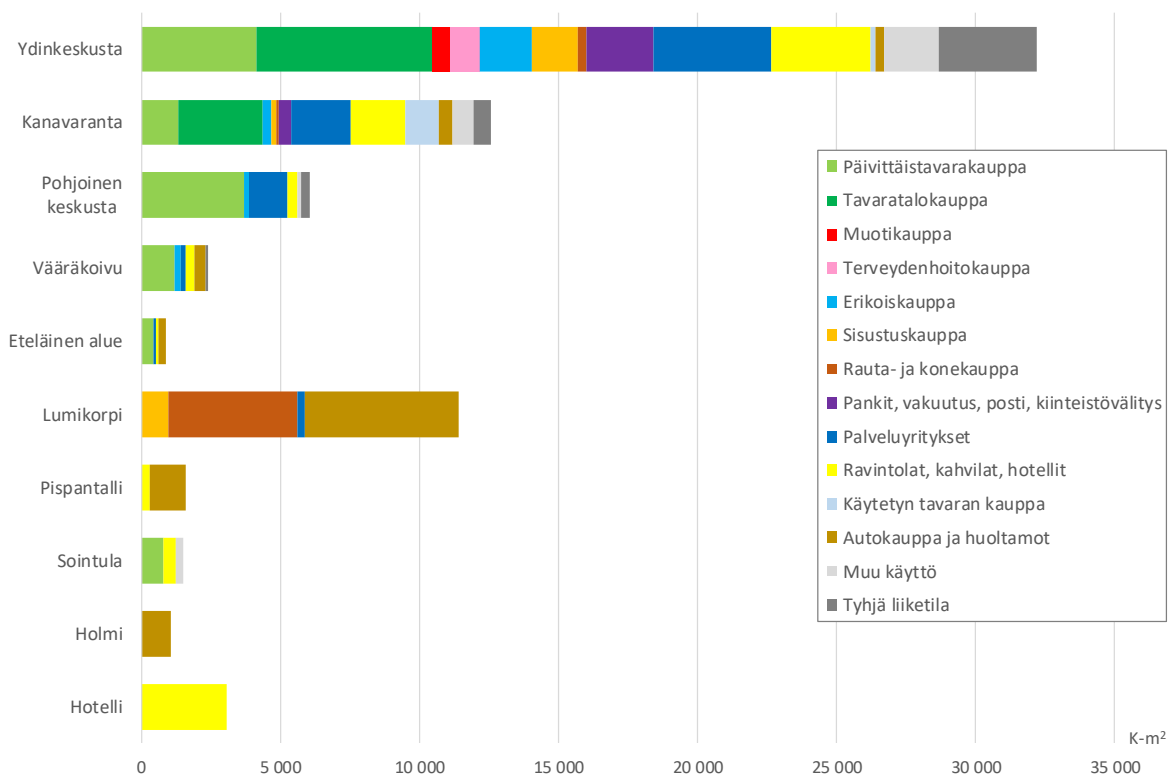
Ydinkeskusta ja Kanavarannan alue muodostavat Valkeakosken kaupallisen keskustan. Keskustaan on sijoittunut valtaosa kaupungin erikoiskaupoista ja kaupallisista palveluista, mikä erottaa keskustan muista kaupan alueista.

Ydinkeskustan reunoilla ja ulkopuolella kauppapalveluiden painopiste on lähipalveluissa eli päivittäistavarakaupassa ja palveluissa. Keskustan pohjoispuoleisilla asuinalueilla on marketkauppaa ja kaupallisia lähipalveluita keskittynyt Lempääläntien varteen. Lähipalveluita on myös Vääränkoivun ja Mäntylän asuinalueilla.

Keskustan eteläpuolella palveluita on jonkin verran Sääksmäentien varressa. Keskustan itäpuolella Sointulassa on pieni lähipalvelukeskus, jossa on päivittäistavarakauppa ja palveluita.

Lumikorven työpaikka-alueelle on keskittynyt tilaa vaativaa kauppaa. Alueella on myös paljon muuta yritystoimintaa. Alue onkin tyypillinen työpaikka-alue, joka on kehittynyt osittain kaupan alueeksi, mutta kaupan painopiste on enemmän yrityksiä kuin kuluttajia palvelevassa kaupassa.

Pispantallin työpaikka-alueella on myös vähäisesti palveluita, mutta ainoastaan pari autoalan palvelua ja lounasravintola. Holmin alueella on samoin autokauppaa ja huoltopalveluita.



### Liiketilojen pinta-ala Valkeakosken kaupan keskittymissä 2018

Lähde: WSP kartoitus 2018



Kartoituksen pohjalta on laskettu kaupallisten palveluiden pinta-ala. Liikkeen pinta-ala on laskettu rakennuksen pohjapinta-alan mukaan ja se pitää sisällään myymälätilan lisäksi mm. takatilat, varastot, porraskäytävät sekä seinät. Hotelleista on karttaan piirretty ensimmäinen kerros. Pinta-alat eivät ole yhteneviä rakennusluvan kerrosalan kanssa, mutta liikkeiden pinta-alat ovat kuitenkin alueittain keskenään verrannolliset.

Keskustassa on liikepinta-alaa molemmat keskustan puolet mukaan lukien noin 45.000 k-m<sup>2</sup>. Tästä noin 32.200 k-m<sup>2</sup> sijoittuu kanavan pohjoispuolelle ja 12.600 k-m<sup>2</sup> kanavan eteläpuolelle. Keskustan kaupan rakenne on monipuolinen ja kaupunkikeskustalle varsin tyypillinen. Valkeakosken keskustan vahvuutena voidaan pitää sitä, että keskustakauppa ja -palvelut eivät ole lähteneet hajautumaan keskustan ulkopuolisiin kaupan keskittymiin. Keskustan ulkopuolisilla kaupan alueilla ei Valkeakoskella riitä vetovoimaa, koska Lempäälän Ideapark on syönyt erikoiskaupan markkinat Valkeakosken ympäristössä.

Keskustan pohjoinen osa Lempääläntien varsi on hieman irrallaan kaupallisesta ydinkeskustasta. Alueella on liiketilaa noin 6000 k-m<sup>2</sup>, josta suurin osa on market-kauppaa ja näiden ympärille keskittyneitä palveluita. Alue sijoittuu asutuksen yhteyteen ja palvelee koko kaupungin pohjoista aluetta.

Vääränkoivun alueella, eteläisillä asuinalueilla ja Sointulassa palveluiden kaupan ja palveluiden pinta-ala jää kokonaisuudessaan varsin vähäiseksi. Vääränkoivun alueella palveluita on noin 2400 k-m<sup>2</sup>, mutta Sointulassa ja eteläisellä alueella vielä tätäkin vähemmän.

Lumikorven alue on keskustan jälkeen kaupan pinta-alaltaan suurin kauppapaikka, jossa on liikepinta-alaa noin 11.500 k-m<sup>2</sup>. Alueen tarjonta painottuu rautakauppaan sekä autoalan kauppaan ja palveluihin.

## 2.2. Keskustan kaupallinen rakenne ja sen muutokset

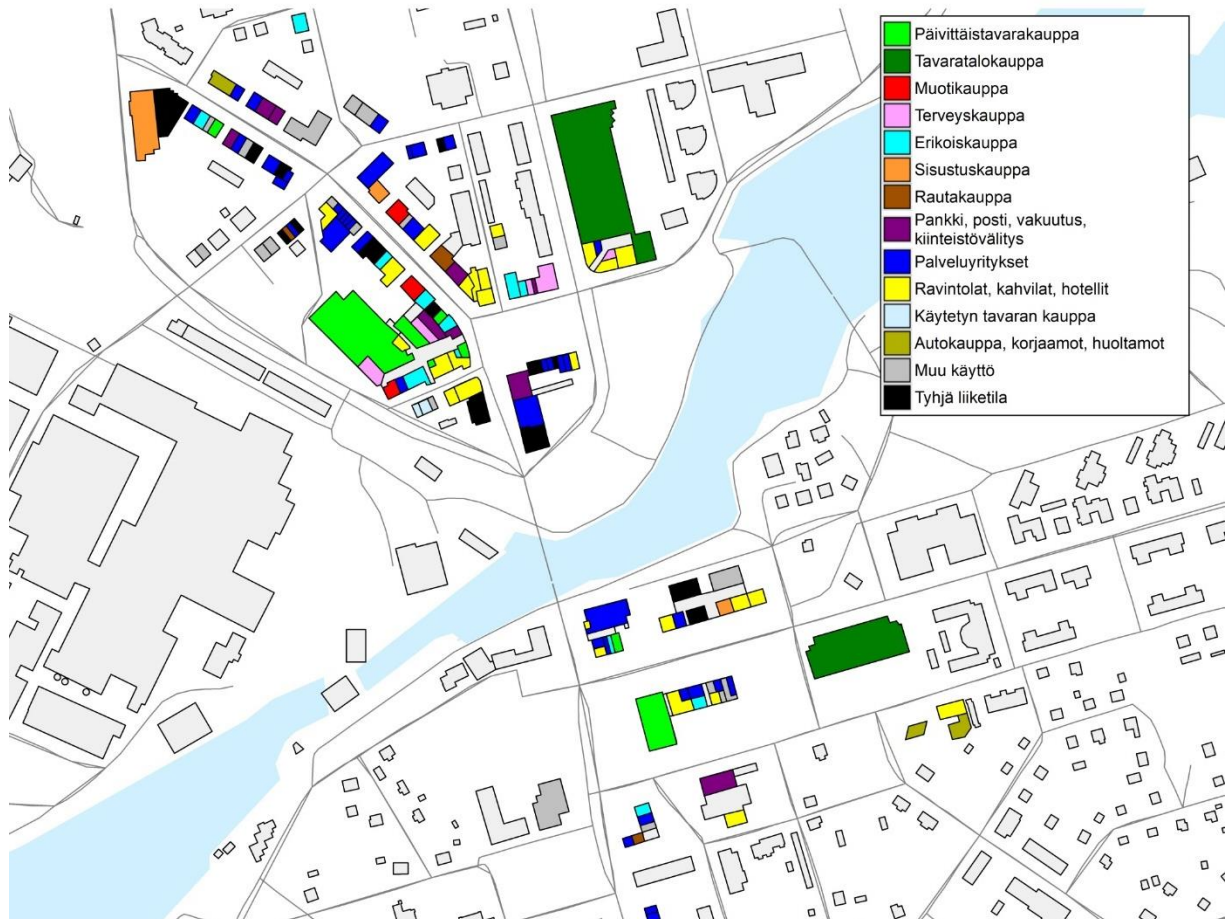
Valkeakosken keskusta on jakautunut kahteen kaupallisesti tiiviiseen osaan ydinkeskustaan ja Kanavanrannan keskustaan, joita erottaa toisistaan keskustan halkaiseva kanava. Keskustan osat ovat myös toiminnallisesti itsenäisiä alueita, vaikka ne yhdistyvät toisiinsa kahdella sillalla. Maaston muodoista johtuen näköyhteys keskustojen välillä jää heikoksi.

Kanavan pohjoiselle puolelle sijoittuu kaupallinen ydinkeskusta, jossa palveluiden määrä on suurempi kuin Kanavarannan puolella. Ydinkeskusta on kaupunkirakenteeltaan vanha kaupakatualueen rakenne kaupakatuineen ja toreineen, jota on myöhemmin täydennetty kaupakeskuksella ja suurilla myymälöillä. Ydinkeskusta on rakenteeltaan tyypillinen kaupunkikeskusta. Keskustassa on Koskikaran kaupakeskus, joka toimii kaupallisesti hyvin kahdessa kerroksessa. Ylemmät kerrokset ovat muun liiketoiminnan käytössä. Kaupakeskuksen veturina on S-Market. Ydinkeskustan itälaitaan on rakennettu Citymarketin hypermarket-keskus, jossa on lisäksi muutamia kaupallisia toimintoja.

Valtakatu on kehittynyt bulevardina vahvaksi kauppakaduksi. Se on aikanaan ollut tärkein kauppakatu, johon vetovoimaisimmat liikkeet ovat sijoittuneet. Nykyisin se on vahva enää eteläpäästä torin ja kaupakeskuksen läheisyydestä. Valtakadun pohjoispään kaupallinen luonne on heikentynyt ja sinne on keskittynyt enemmän kaupallisia palveluita kuin kaupaa.

Kaupan palvelut ovat keskustassa sijoittuneet torin ympäristöön ja ydinkeskustan keskeisiin kortteleihin. Vaikka torin merkitys on kaupallisesti pieni, sillä on vahva keskustan identiteettiä vahvistava ja asukkaita kokoava merkitys. Tori on nyt suurelta osin pysäköintipaikkana, mikä heikentää sen mahdollisuutta vahvistaa kaupallista tiiveyttä, vaikka pysäköinti vahvistaa ydinkeskustan hyvää saavutettavuutta. Torin eteläreunalla olevat liiketoiminnot hieman kärsivät

heikommasta liikepaikasta kuin pohjoisreunalla olevat. Valtakatu on eteläiseltä kärjeltään rakennettu kävelykaduksi. Kävelykadun kaupallinen ilme on jäänyt kuitenkin heikoksi, koska kadun varressa liiketoiminta on passiivista. Osa tiloista on tyhjiällä tai vasta rakenteella. Pankki ja lääkärikeskus eivät konsepteillaan tuo kaupallista vilkkautta kävelykadulle.



### Liiketilat Valkeakosken keskustassa 2018

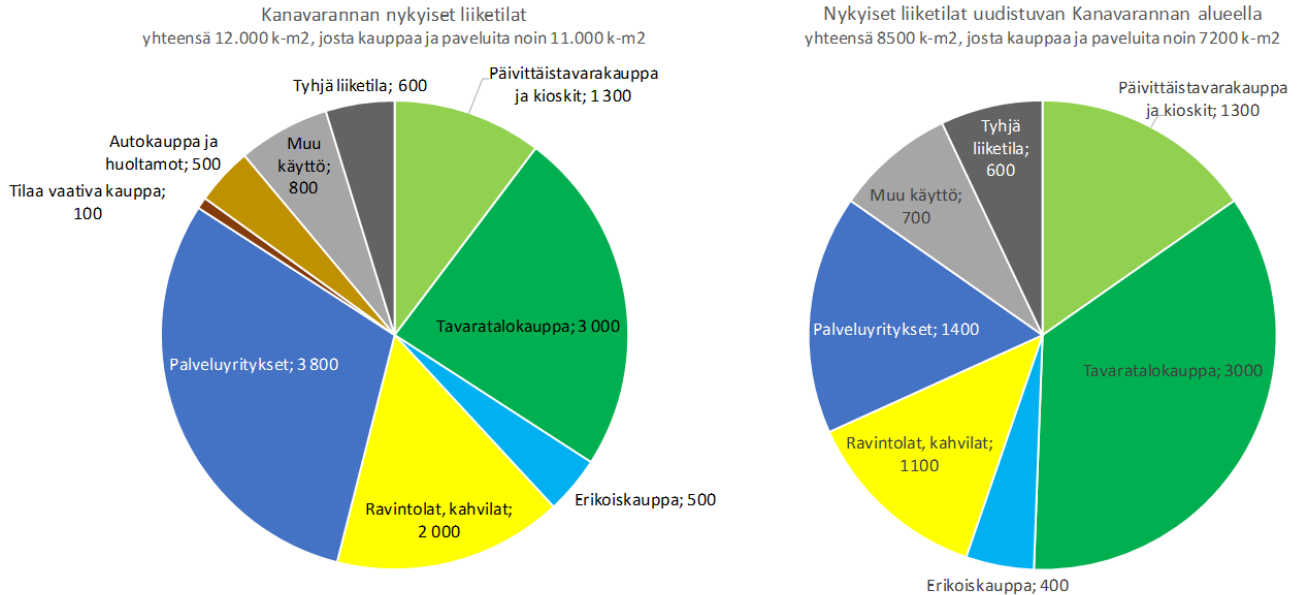
Lähde: WSP kartoitus,

Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastotietokanta ja maastokartta 10/2018

Kanavaranta keskusta on kanavan eteläpuolella. Kanavaranta on uudempaa kaupunkirakennetta ja se on rakentunut linja-autoaseman ympäristöön. Tältä osin keskusta on rakentunut yksittäisinä suurina liikerakennuksina, joissa on useita liikkeitä, mutta niistä ei muodostu kaupakatuksi tiivistä liiketilarajaa kadunvarteen kuten ydinkeskustan puolella. Väljyyttä kaupalliseen ilmeeseen tuovat leveä Apiankatu ja kiinteistöjen eteen rakennetut pysäköintialueet. Vaikka näin turvataan keskustan hyvä saavutettavuus, niin samalla heikennetään sen toimivuutta tiiviinä kaupallisena kokonaisuutena.

Kanavarannan keskustan kaupan rakenne painottuu päivittäistavara- ja tavaratalokauppaan. Niiden palvelutarjontaa täydentävät erilaiset kaupalliset palvelut sekä kahvila- ja ravintolatoiminnot. Erikoiskauppaa on Kanavarannan keskustassa hyvin vähän.

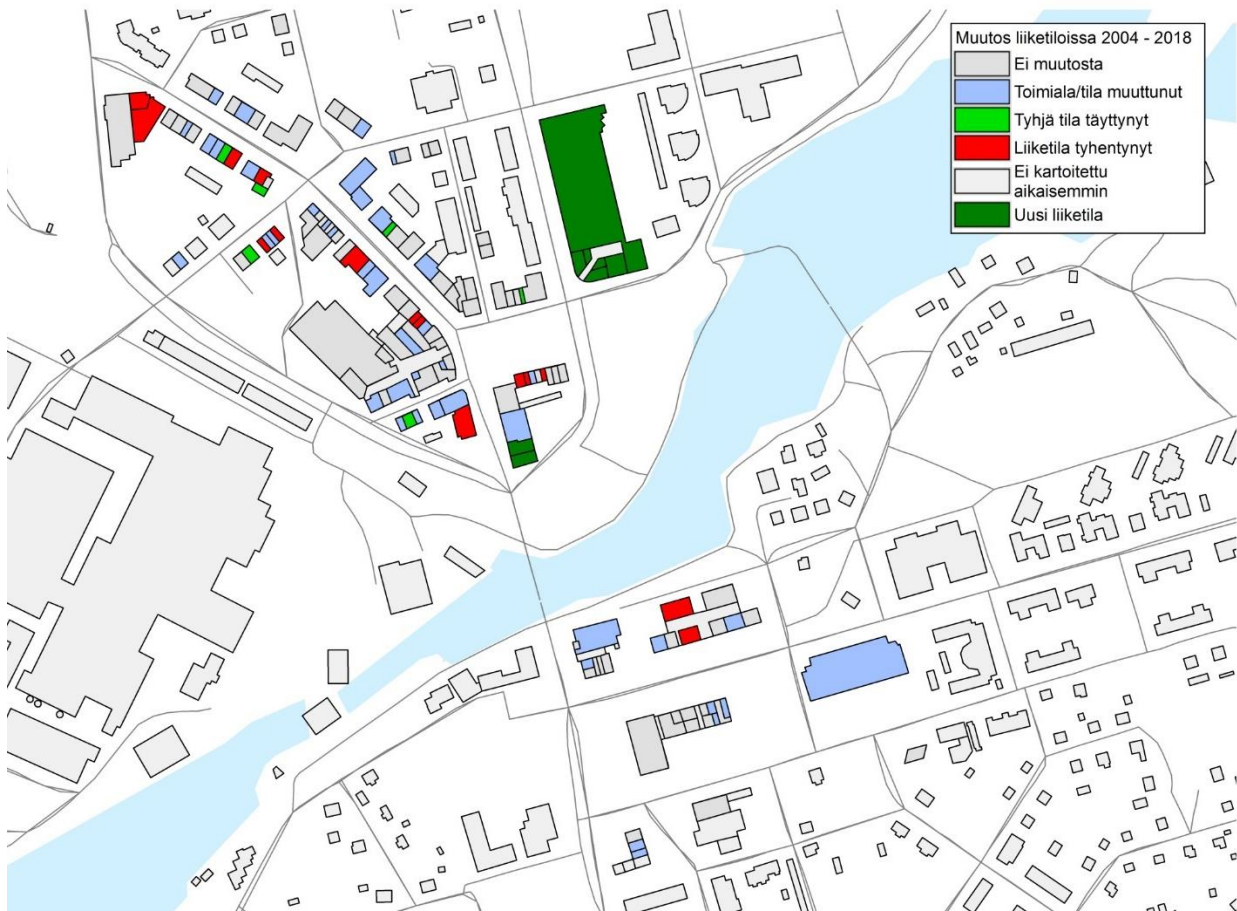
Kanavarannan liiketiloista on tällä hetkellä kaupan ja palveluiden käytössä noin 11.000 k-m<sup>2</sup>. Ja loput ovat muussa käytössä (mm. toimisto, Kela, näyttelytila ja Taxi) tai tyhjinä. Kanavarannan uudistuvissa kortteleissa on kauppaa ja palveluita yhteensä 7200 k-m<sup>2</sup>, josta K-market on noin 1200 k-m<sup>2</sup> ja Tokmanni 3000 k-m<sup>2</sup>. Kivijalkakauppaa- ja palveluita on uudistuvalla alueella tällä hetkellä yhteensä noin 2900 k-m<sup>2</sup>.



Valkeakosken keskustan kaupallinen rakenne on kartoitettu viimeksi vuonna 2004 edellisen kaupallisen selvitystyön yhteydessä. Tällöin ei muita kaupungin osia kartoitettu. Liiketiloihin tapahtuneita muutoksia on tutkittu tarkemmin vertaamalla uutta kartoitusaineistoa edelliseen aineistoon. Vertailussa ovat mukana vain ne alueet/liiketilat, jotka on kartoitettu myös vuonna 2004. Muutoksista on kirjattu, kun liiketila on täyttynyt tai tyhjentynyt ja kun toimiala liiketilassa on muuttunut tai jos liiketila on muuttunut rakenteellisesti oleellisesti. Lisäksi on kirjattu mukaan täysin uudet liikerakennukset tai liiketilat sekä puretut tilat.

Valkeakoskella on liiketilamuutoksia tapahtunut 14 vuoden aikana kohtalaisen paljon. Muutoksia on tapahtunut noin puolessa liiketiloista. Ydinkeskustaan on rakentunut Citymarketin hypermarket etumyymälöineen sekä vielä rakenteilla ovat liiketilat uuden korkean asuintalon katusalla kävelykadun varrella. Ydinkeskustan liiketiloissa on tapahtunut myös jonkin verran toimialamuutoksia, jotka ovat tyypillistä liiketoiminnan kehittymistä. Tyhjentyneitä liiketiloja on 3000 k-m<sup>2</sup> ja muutamia vuonna 2004 tyhjinä olleita on täyttynyt. Muutoksia on tapahtunut tasaisesti koko keskustan alueella. Uudet liiketilat ovat rakentuneet keskustan reunoille.





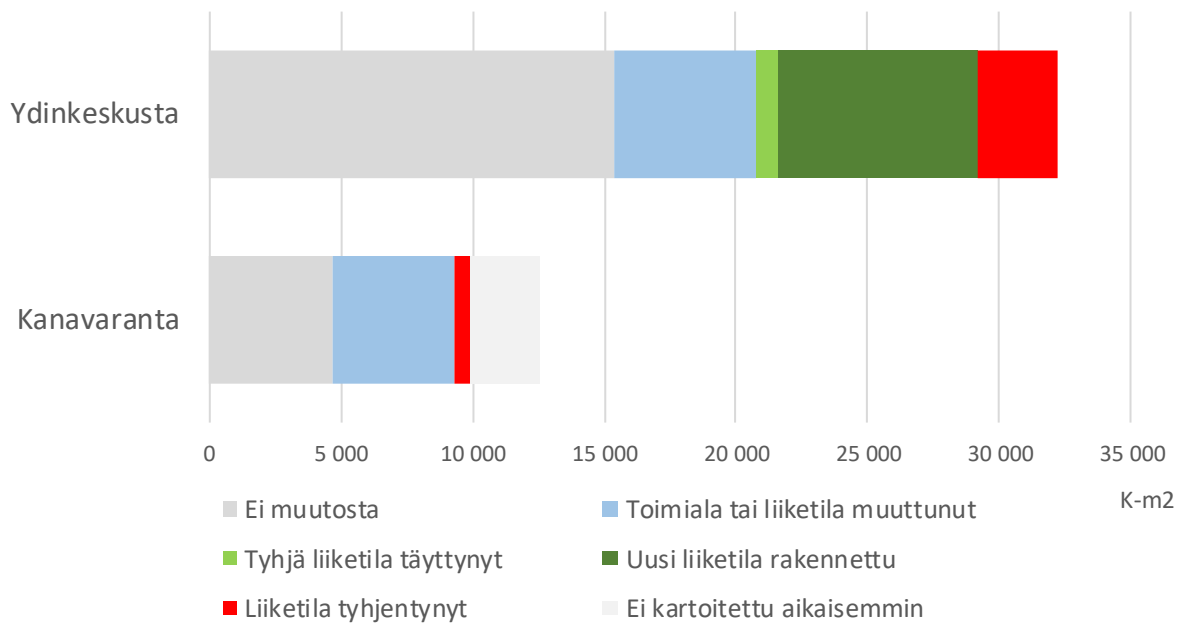
### Liiketilojen muutokset Valkeakosken keskustassa 2004 - 2018

Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastotietokanta ja maastokartta 10/2018

Lähde: WSP/Santasalo Ky kartoitus 2004 ja 2018

Yleisesti tyhjää liiketilaa on ydinkeskustassa kohtalaisen paljon, yli 10 % koko liiketilakannasta. Tyhjät liiketilat painottuvat ydinkeskustan etelä- ja pohjoispäihin. Yksittäisiä tyhjiä liiketiloja on myös torin ympäristössä.

Kanavarannan keskustassa muutokset ovat pääosin toimialamuutoksia. Suurimmat muutokset ovat K-supermarketin muuttuminen Tokmannin tavaratalokaupaksi sekä Ruokavaraston myymälän muuttuminen kuntosaliksi. Tyhjentyneitä tiloja on vain vähäisesti. Uutta liiketilaa ei ole Kanavarannan puolelle rakennettu. Aikaisemmin Kanavarannan puolella ei kartoitettu 2. kerroksen tiloja eikä reuna-alueita.

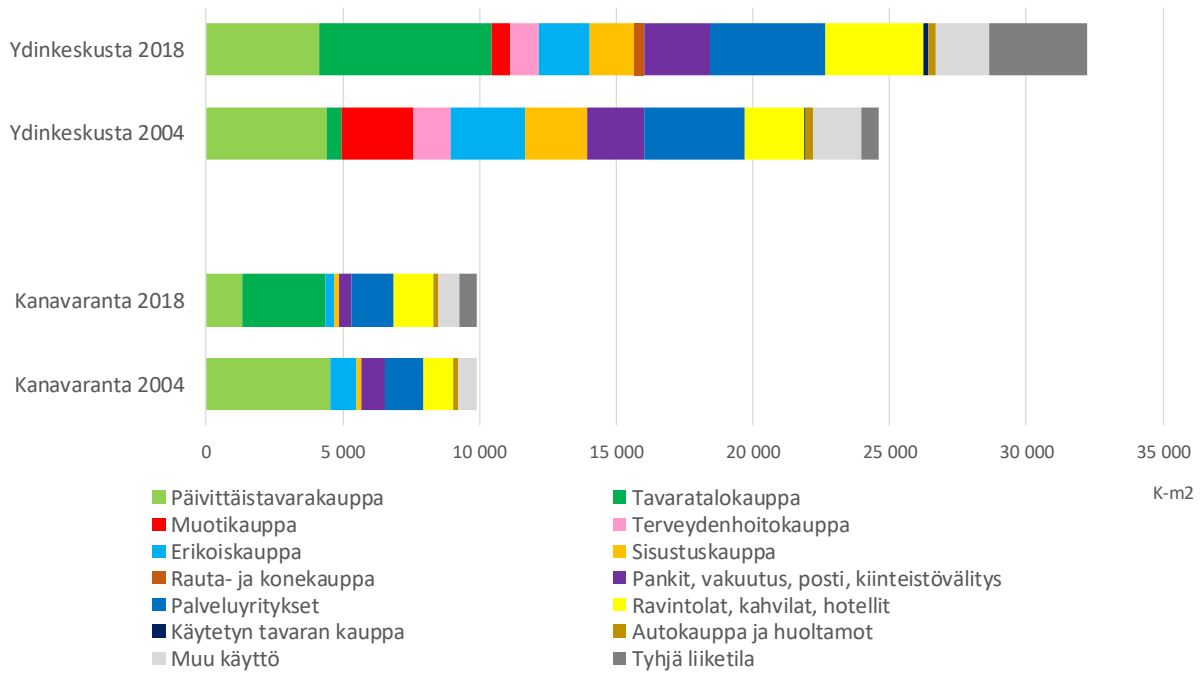


### Liiketilöiden muutokset Valkeakosken keskustassa 2004 - 2018

Lähde: WSP/Santasalo Ky kartoitus 2004 ja 2018

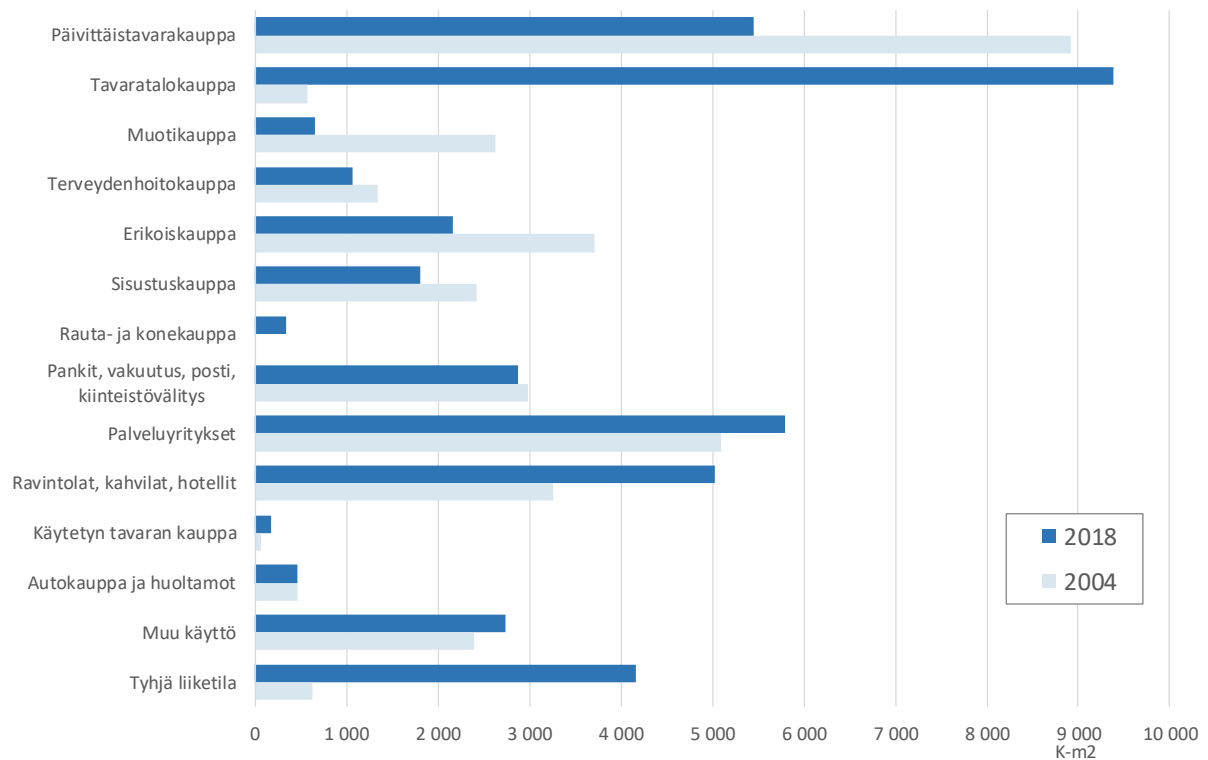
Toimialarakenne on Valkeakosken keskustassa kehittynyt 14 vuoden aikana tavaratalopainotteiseen suuntaan. Ydinkeskustaan on rakentunut Citymarket ja Kanavarannan puolelle on K-supermarketin tilalle tullut Tokmanni. Erikoiskaupan pinta-ala on vähentynyt, sekä muotikaupassa, terveydenhoitoalan kaupassa, sisustuskaupassa että muussa erikoiskaupassa. Ravintola- ja kahvilapalveluiden sekä muiden kaupallisten palveluiden pinta-ala on kasvanut, samoin tyhjien liiketilöiden määrä.

Erikoiskaupassa ja palveluissa tapahtuneet muutokset ovat varsin tyypillisiä aikakauden muutoksia suomalaisissa pienien kaupunkien keskustoissa. Valkeakoskella erityisesti muotikaupan vähentymiseen on vaikuttanut ketjuliikkeiden hakeutuminen suurimpien kaupunkien keskustoihin ja kauppakeskuksiin. Ketjuliikkeiden kärkitoimijat eivät ole sijoittuneet Valkeakoskelle.



**Kaupan toimialarakenne Valkeakosken ydinkeskustassa ja Kanavarannan alueella 2004 ja 2018**

Lähde: WSP/Santasalo Ky kartoitus 2004 ja 2018



**Kaupan toimialarakenne keskustassa 2004 ja 2018**

Lähde: WSP/Santasalo Ky kartoitus 2004 ja 2018



Suurin tarkastelujaksolla tapahtunut kaupan uudistus on Citymarketin rakentaminen keskustaan ja Tokmannin sijoittuminen vanhan K-supermarketin kiinteistöön

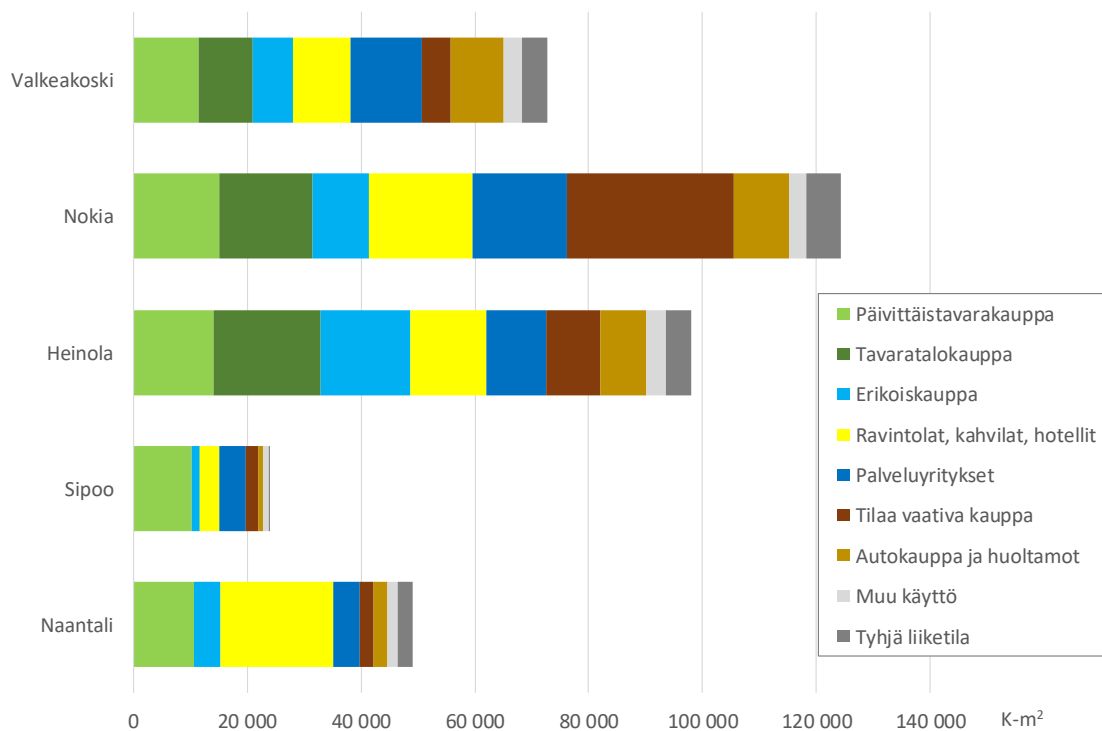
### 2.3. Keskustan kaupallinen rakenne Valkeakoskella ja vertailu kaupungeissa

Valkeakosken kaupan rakennetta ja liiketilämäärää on verrattu muutamaa suunnilleen saman kokoisin kaupungin kaupalliseen tarjontaan, josta löytyy WSP:n ajantasaisia kartoitustietoja. Vertailu on tehty kaupan tarjonnasta koko kaupungissa sekä erikseen keskustassa.

Vertailussa on mukana Heinola (2018), Naantali (2015), Nokia (2017) ja Sipoo (2016). Heinola on oma itsenäinen markkina-alueensa, joka palvelee myös läheisiä pienempiä kuntia sekä loma-asukkaita. Osittain Heinola kuuluu myös Lahden vaikutusalueeseen. Naantali on Turun vaikutusalueella, Nokia Tampereen ja Sipoo pääkaupunkiseudun sekä Porvoon. Erilaiset markkinalähtökohdat vaikuttavat kaupungin kaupalliseen tarjontaan.

Asukkaat 2017	
Heinola	19 128
Naantali	19 167
Nokia	33 322
Sipoo	20 310

Lähde: Tilastokeskus



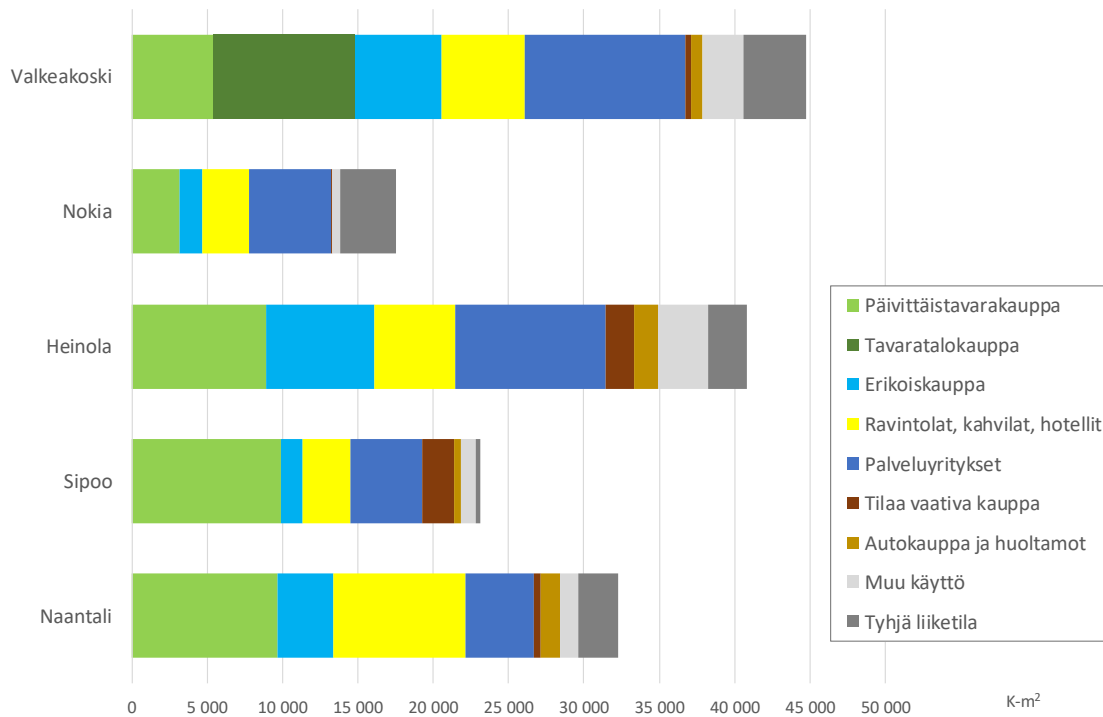
### Liiketilat Valkeakoskella 2018 ja vertailukaupungeissa 2015-2018

Lähde: WSP kartoitukset

Valkeakoskella kaupan tarjonta on toimialoittain tarkasteluna varsin tasapainoinen, tilaa vaativaa kauppaa on vähäisesti verrattuna muuhun tarjontaan. Nokiolla tilaa vaativan kaupan tarjonta sen sijaan korostuu kaupan rakenteessa. Sipoossa korostuu päivittäistavarakauppa ja Naantalissa ravintola- ja hotellipalvelut.

Kun tarkastellaan koko kaupungin kaupallista tarjontaa, niin Nokiolla on liiketilaa kaupan palveluiden käytössä vertailukaupungeista selvästi kaikkein eniten, mutta Nokia on myös asukasluvultaan näistä kaupungeista suurin. Lisäksi Kolmenkulman kaupan alue sijoittuu aivan Tampereen rajalle ja palvelee osin myös tamperelaisia. Heinolassa tarjontaa on toiseksi eniten, mutta sen markkina-alue on laajempi kuin Valkeakosken. Valkeakoskella kaupan tarjontaa on kolmanneksi eniten. Sipoossa kaupan tarjonnassa näkyy pääkaupunkiseudun läheisyys, Naantalissa Turun läheisyys.





### Liiketilat Valkeakosken 2018 ja vertailukaupunkien keskustoissa 2015-2018

Lähde: WSP kartoitukset

Kun verrataan keskustojen kaupallista tarjontaa, on Valkeakoskella liiketilaa kaikkein eniten. Tarkastelussa Valkeakosken keskusta sisältyy ydinkeskusta ja Kanavaranta. Valkeakoskella on hyvin vähän kaupan alueita keskustan ulkopuolella, mikä on vaikuttanut keskustan vahvaan kaupalliseen rakenteeseen. Valkeakoskella erikoiskaupan pinta-ala keskustassa jää kuitenkin hieman alhaisemmaksi kuin Heinolassa. Sen sijaan tyhjää liiketilaa on hieman enemmän.

Valkeakoskella on keskustaan sijoittunut tavaratalokauppaa (Citymarket ja Tokmanni), jota ei muissa keskustoissa ole. Nokialla Yrityskadun market- ja tiva-alueita ei ole laskettu mukaan keskusta-alueeseen ja Citymarketin alue on selvästi keskustan ulkopuolella. Heinolassa on Citymarket keskustan ulkopuolella moottoritien varressa. Naantalissa ja Sipoossa ei ole hypermarketteja eikä tavarataloja.

## 2.4. Vähittäiskaupan myynti ja toimipaikat

Vähittäiskaupan myyntiä ja toimipaikkoja on tarkasteltu Tilastokeskuksen yritystilaston pohjalta, tilasto koskee koko kaupungin vähittäiskauppaa. Tilastokeskuksen yritystilastosta on saatu liikevaihto, johon on laskettu päälle arvonlisävero. Myynti on näin verrannollinen ostovoimaan, joka myös pitää sisällään arvonlisäveron. Uusimmat yritystilaston tiedot ovat vuodelta 2016.

Mikäli jollakin toimialalla on alle kolme toimipaikka, ei myyntitietoja ole saatavilla. Nämä myyntitiedot on arvioitu toimialojen keskimyyntien pohjalta niin, että vähittäiskaupan kokonaissumma on sama kuin vähittäiskaupan myynti Tilastokeskuksen tilastossa.

Yritystilasto on tehty toimialaluokituksen TOL 2008 mukaisesti. Päivittäistavarakauppaan kuuluvat päivittäistavaramarketit ja lähikaupat, etniset päivittäistavarakaupat, Alkot, päivittäistavarakaupan erikoismyymälät (mm. leipomot, makeiskaupat, jäätelökioskit, kalakaupat, luontais-tuotekaupat) sekä kioskit. Tavaratalokauppa-luokassa ovat hypermarketit, tavaratalot ja muut laajan tavaravalikoiman myymälät, Valkeakoskella Citymarket ja Tokmanni.

Tilaa vaativaan erikoiskauppaan sisältyvät rauta- ja rakennustarvikekauppa, kodintekniikka-kauppa, puutarhakauppa, huonekalukauppa ja venekauppa. Muuhun erikoiskauppaan sisältyy keskustahakuinen erikoiskauppa eli mm. muotikauppa, urheilukauppa, kulta- ja kellokauppa, kukkakauppa, apteekit, sisustuskauppa, matkapuhelinkauppa ja optikot. Vähittäiskaupan lisäksi tarkastellaan autokauppaa ja ravintolatoimintaa. Autokauppa sisältää autokaupan, varaosakaupan, autohuollon ja huoltamotoiminnan (pl. automaattiasemat).

#### Vähittäiskaupan ja palveluiden toimipaikat ja myynti Valkeakoskella 2016

	Toimipaikat	Myynti milj. €
Päivittäistavarakauppa, Alkot ja kioskit	21	45
Tavaratalokauppa	2	26
Tilaa vaativa kauppa	12	16
Muu erikoiskauppa	36	15
<b>Erikoiskauppa yhteensä</b>	<b>48</b>	<b>31</b>
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>71</b>	<b>102</b>
Auto-, varaosa- ja rengaskauppa	14	28
Huoltamot (ei automaatteja)	4	6
Auton huolto ja korjaus	19	4
<b>Autokauppa yhteensä</b>	<b>37</b>	<b>38</b>
Ravintolat ja kahvilat	43	11
Korjaustoiminta	8	1
Muu henk. palvelut	59	3
<b>Kauppa ja palvelut yhteensä</b>	<b>218</b>	<b>156</b>

Lähde: Tilastokeskus

Valkeakoskella oli vuonna 2016 yhteensä 71 vähittäiskaupan toimipaikkaa, ja niillä myyntiä runsas 100 miljoonaa euroa. Vähittäiskaupan myynnistä 45 % tulee päivittäistavara-kaupoista, ja 30 % erikoiskaupasta, sisältäen tilaa vaativan kaupan. Tavaratalokauppoja on Heinolassa kaksi, ja niiden myynti 26 miljoonaa euroa eli noin 25 % koko vähittäiskaupasta.

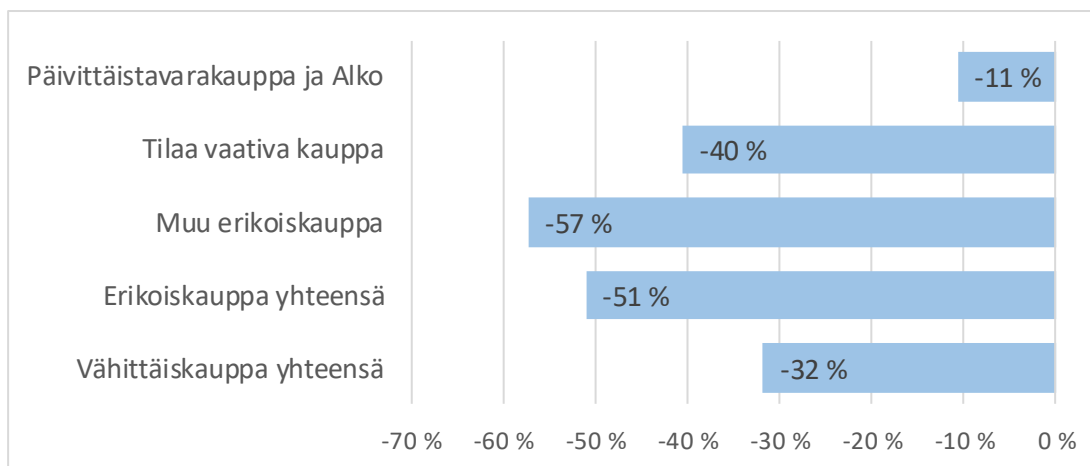
Autokauppaa, sisältäen autovaraosakaupan ja rengasliikkeet, on Valkeakoskella lukumääräisesti kohtalaisen paljon ja niiden myyntikin on kohtalainen, vaikka suurin osa uusien autojen kaupasta käydäänkin Valkeakosken ulkopuolella. Ravintola- ja kahvilapalveluita on Valkeakoskella lukumääräisesti paljon, mutta niiden myynti on arvoltaan pientä. Valkeakoski ei profiloitu nyt matkailukaupunkina, mikä vaikuttaa ravintolamyynnin tasoon. Tätä on kuitenkin mahdollista kehittää.

Vähittäiskaupan ja ravintolapalveluiden lisäksi Valkeakoskella on suuri määrä muita lähinnä pieniä palvelutoimijoita. Henkilökohtaisia palvelutoimijoita (esim. kampaamot, kauneushoitolat, pesulapalvelut, hautaustoimistot) oli yhteensä lähes 60, mutta niiden liikevaihto jää hyvin alhaiseksi.

## 2.5. Ostovoiman siirtymät Valkeakoskella

Ostovoima kuvaa yksityisen kulutuksen kysyntää. Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima on laskettu Tilastokeskuksen kulutustutkimuksen sekä vähittäiskaupan myyntitilastojen pohjalta. Ostovoima kertoo alueen paikallisen väestön ostokyvystä ja sen kohdistumisesta kaupan eri toimialoille. Ostovoima kertoo alueen asukkaiden markkinapotentiaalin, mutta ei sitä, missä asukkaat todellisuudessa rahansa käyttävät, eli missä ostovoima toteutuu myyntinä.

Ostovoiman siirtymät kertovat osaltaan, miten Valkeakosken vähittäiskauppa palvelee kaupunkilaisiaan. Siirtymät saadaan vertaamalla vähittäiskaupan toimialoihin kohdistunutta paikallista ostovoimaa toteutuneeseen myyntiin. Myynnin lähteenä on käytetty Tilastokeskuksen yritystilastoa. Ostovoima ja ostovoiman siirtymät on laskettu vuodelle 2016, koska uusimmat kuntakohtaiset vähittäiskaupan myyntitiedot ovat vuodelta 2016.



### Ostovoiman siirtymät Valkeakoskella 2016

Yleisesti päivittäistavarakauppa-asiointit hoidetaan lähellä. Arkisin elintarvikkeet tehdään lähellä kotia ja lähinnä viikonloppuisin voidaan käydä lähialuetta hieman kauempana monipuolisemmassa päivittäistavarakaupassa. Erikoiskaupan ostoksia haetaan usein kauempaakin. Mitä harvemmin tuotetta ostetaan, sitä yleisemmin sitä voidaan ostaa kaukaakin. Muotikauppa keskittyy suuriin kaupunkeihin ja niin keskittyvät ostoksetkin. Erikoiskaupan ostosmatkojen yhteydessä hoidetaan myös päivittäistavarakauppa-asiointia, mikä lisää päivittäistavarakaupan siirtymiä monipuolisiin keskittymiin. Suuriin kaupunkeihin on kehittynyt tilaa vaativan kaupan ja autokaupan keskittymiä, joissa asioidaan koko seudulta.

Valkeakoskella ostovoiman siirtymät ovat negatiiviset. Valkeakoski kuuluu Tampereen seudun vaikutusalueeseen ja ostoksilla käydään sekä Tampereella että Lempäälässä. Myös päivittäistavarakaupan siirtymät ovat negatiiviset, vaikka suurin osa päivittäisestä asiointista suuntautuu omaan kaupunkiin. Päivittäistavarakaupan siirtymät kaupungin ulkopuolelle toteutuvat muiden ostosmatkojen sekä työmatkojen yhteydessä. Työpaikkaomavaraisuuden säilyttäminen on tärkeää myös kaupan asiointin kannalta. Erityisesti sillä on vaikutusta päivittäiseen asiointiin.

Vaikka Valkeakosken keskustan kaupan rakenne on varsin monipuolinen, ovat siirtymät erikoiskaupassa varsin suuret. Yli puolet erikoiskaupan ostovoimasta suuntautuu kaupungin ulkopuolelle. Valkeakoskelta löytyy kyllä kohtalaisen laaja joukko erikoiskaupan toimijoita usealta erikoiskaupan toimialalta, mutta vaihtoehdot ovat vähäisiä. Tarjonnan monipuolisuus ei siten ole kysyntään nähden riittävä, eikä verrattavissa läheisen Ideaparkin tai Tampereen tarjontaan.

## 2.6. Päivittäistavarakaupan verkko

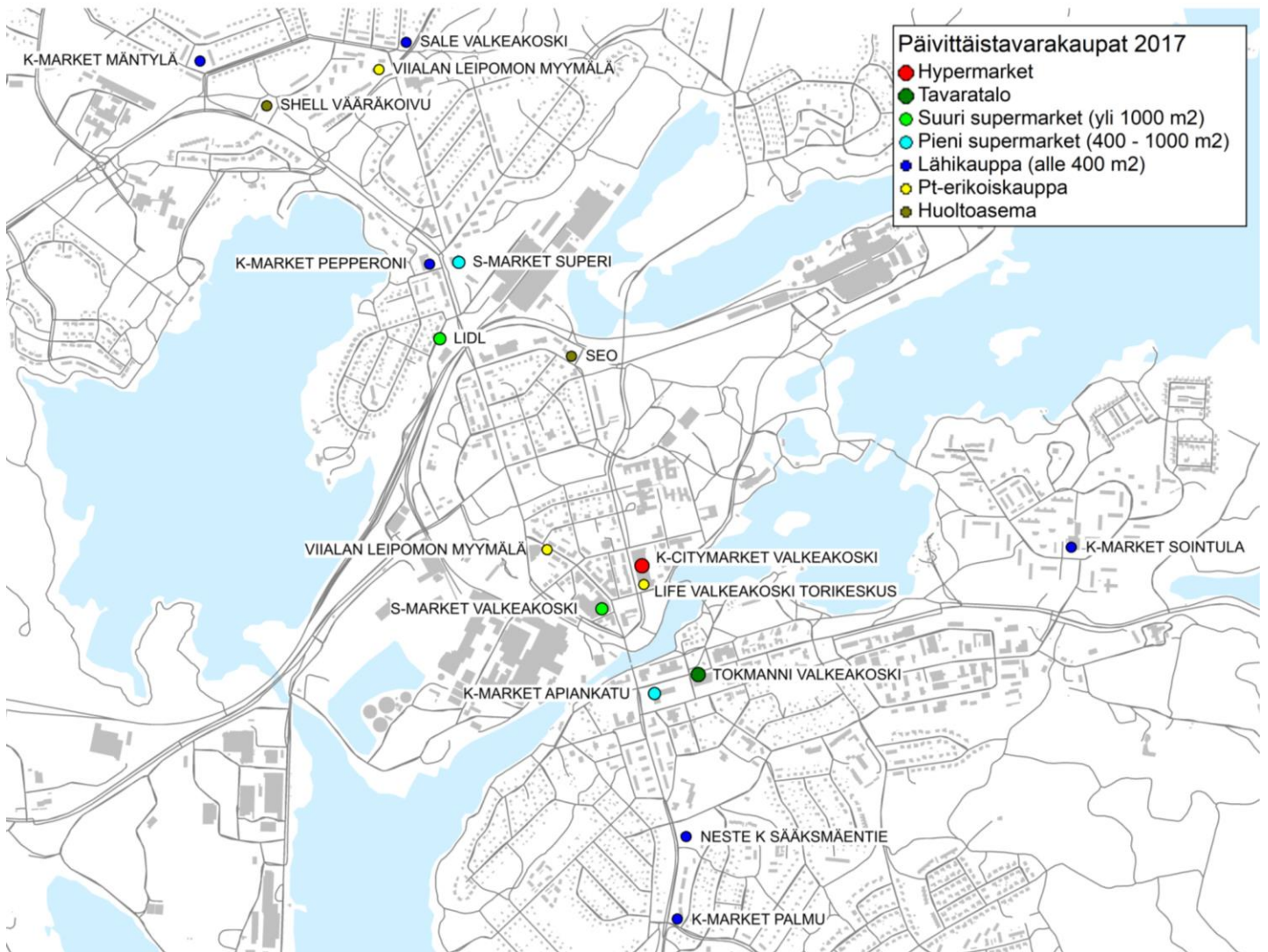
Päivittäistavarakaupan verkon analysointi pohjautuu A.C. Nielsenin päivittäistavarakaupan myymälärekisteriin 2017. Myymälärekisteri kattaa päivittäistavarakaupat, hypermarkettien, tavaratalojen ja ns. halpahintamyymälöiden päivittäistavarakaupan sekä osan päivittäistavaroien erikoismyymälöistä, lähinnä leipomomyymälät ja luontaistuotekaupat. Lisäksi rekisteri sisältää liikenneasemien yhteydessä toimivat päivittäistavarakaupat. Valkeakoskella Nesteen K-market on tilastossa luokiteltu pienmyymäläksi (oheisessa kartassa lähikaupat, alle 400 m<sup>2</sup>), mutta Seo ja Shell. huoltoasemamyymälöiksi. Osa päivittäistavarakaupan erikoiskaupoista ja mm. Alko puuttuvat tilastosta.

Päivittäistavarakaupat sijoittuvat Valkeakoskella keskustaan ja sen lähiympäristöön. Kanavarannan puolella on yksi varsinainen päivittäistavarakauppa K-market, joka luokitellaan pieneksi supermarketiksi, ja Tokmannin tavaratalo, jossa myydään lähinnä kuivaelintarvikkeita. Kaupungin eteläosassa on Sointulassa pieni lähikauppa ja Sääksmäentien varrella Nesteen K-market ja toinen pieni K-market.

Kanavan pohjoispuolella on keskustassa S-market ja Citymarket sekä leipomomyymälä ja luontaistuotekauppa. Keskustan pohjoispuolella on Lidl, S-market ja K-market, sekä tästä vähän pohjoiseen Vääränkoivun ja Mäntylän alueella vielä pari lähikauppaa eli K-market ja Sale.



Keskustan S-marketin yhteydessä toimii myös lounaskahvila



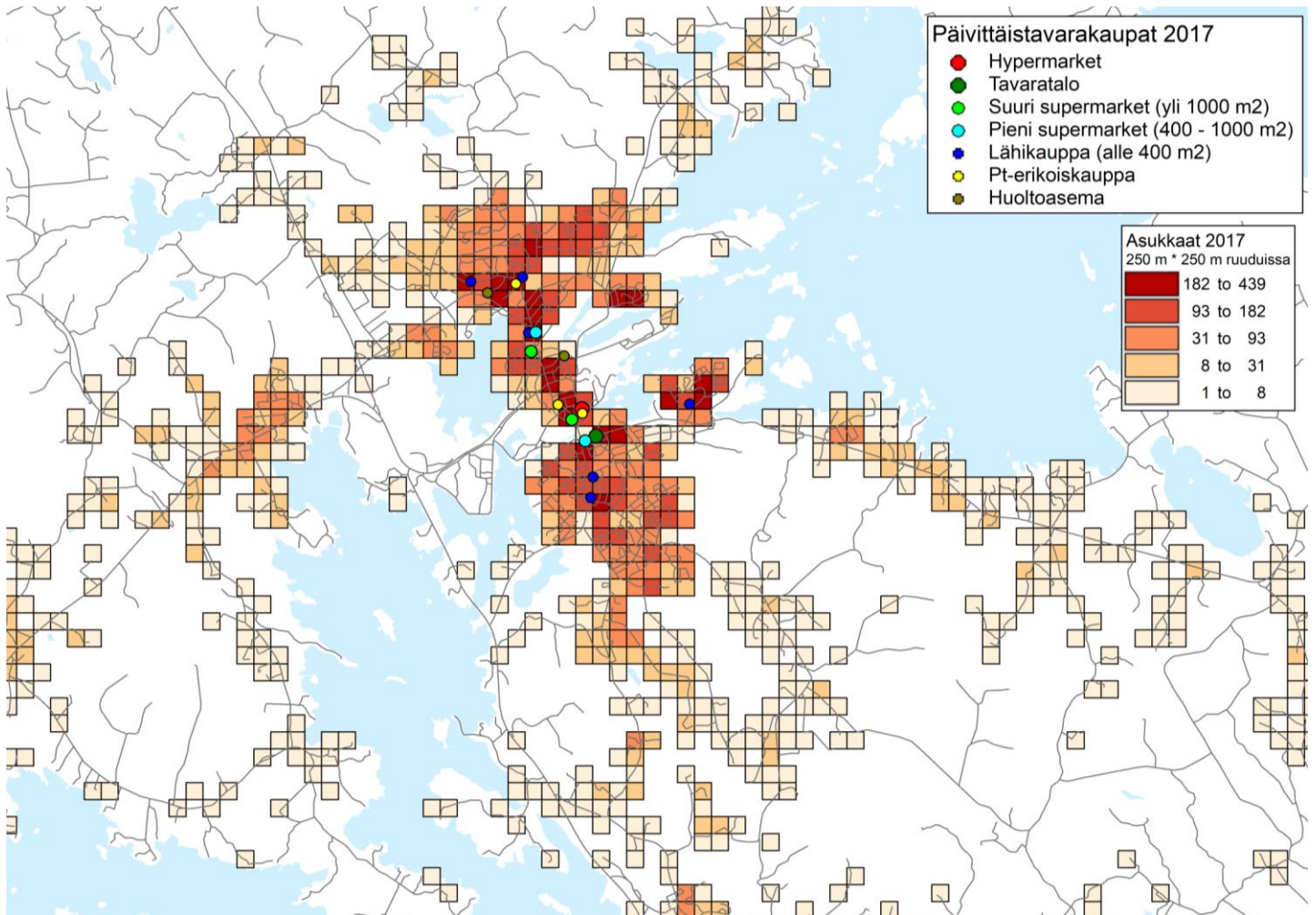
### Päivittäistavarakaupat Valkeakoskella

Lähde: A.C. Nielsen

Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastotietokanta ja maastokartta 10/2018

Kauppa on sijoittunut Valkeakoskella hyvin asutuksen mukaan, keskeiselle taajama-alueelle. Suuria marketteja on keskustassa sekä keskustan pohjoispuolella, jossa on eniten asutusta. Lähikaupat sijoittuvat hieman kauemmaksi keskustasta, mutta alueille jossa on tiheästi asutusta.





### Päivittäistavarakaupat ja väestö Valkeakoskella

Lähde: Valkeakosken kaupunki, Tilastokeskus ja A.C. Nielsen

Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastotietokanta ja maastokartta 10/2018

A.C. Nielsenin myymälärekisterin euromääräiset myynnit ja myyntipinta-alat eivät ole julkista tietoa, joten niitä ei tässä ole sellaisenaan esitetty. Sen sijaan tiedot on esitetty alueittain indeksinä ja suhteutettuna alueen asukasmäärään. Tarkastelussa Valkeakoski on jaettu Kanavan kohdalta pohjoiseen ja eteläiseen alueeseen, ja näiden alueiden päivittäistavarakaupan tarjontaa verrattu keskenään.

Tarkastelussa koko kaupunkia koskevaa lukua kuvataan indeksillä 100. Mikäli alueella indeksi on yli 100, on myyntialaa tai myyntiä asukasta kohden enemmän kuin kaupungissa keskimäärin. Kun myynti asukasta kohden jää keskimääräistä alhaisemmaksi, siirtyy ostovoimaa alueen ulkopuolelle.

### Päivittäistavarakauppa Valkeakoskella 2017

	Lukumäärä	Pinta-ala/as. indeksi	Myynti/as. indeksi	Teho indeksi
Pohjoinen alue	12	159	167	105
Eteläinen alue	6	40	30	76
<b>Valkeakoski</b>	<b>18</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Suomi		89	110	108

Lähde: A.C.Nielsen

Päivittäistavarakauppa keskittyy Valkeakoskella selvästi Kanavan pohjoispuolelle. Alueella on lukumääräisesti huomattavasti enemmän myymälöitä, ja kaikki suuret pt-kaupan myymälät ovat sijoittuneet pohjoiselle alueelle. Kaupungin pohjoisella puolella onkin päivittäistavarakaupan myyntialaa sekä myyntiä asukasta kohden selvästi enemmän kuin eteläisellä puolella.

Valtakunnan tasoon verrattuna on Valkeakoskella päivittäistavarakaupan pinta-alaa enemmän kuin keskimäärin Suomessa. Sen sijaan myynti asukasta kohden on keskimääräistä alhaisempaa, mikä kertoo siitä, että päivittäistavarakaupan ostoksilla käydään myös kaupungin ulkopuolella. Myyntiteho eli päivittäistavaroiden myynti myyntipinta-alaa kohden on Valkeakoskella hieman alhaisempi kuin Suomessa keskimääräin.



Kanavarannan K-market on toimiva kauppapaikka kaupungissa



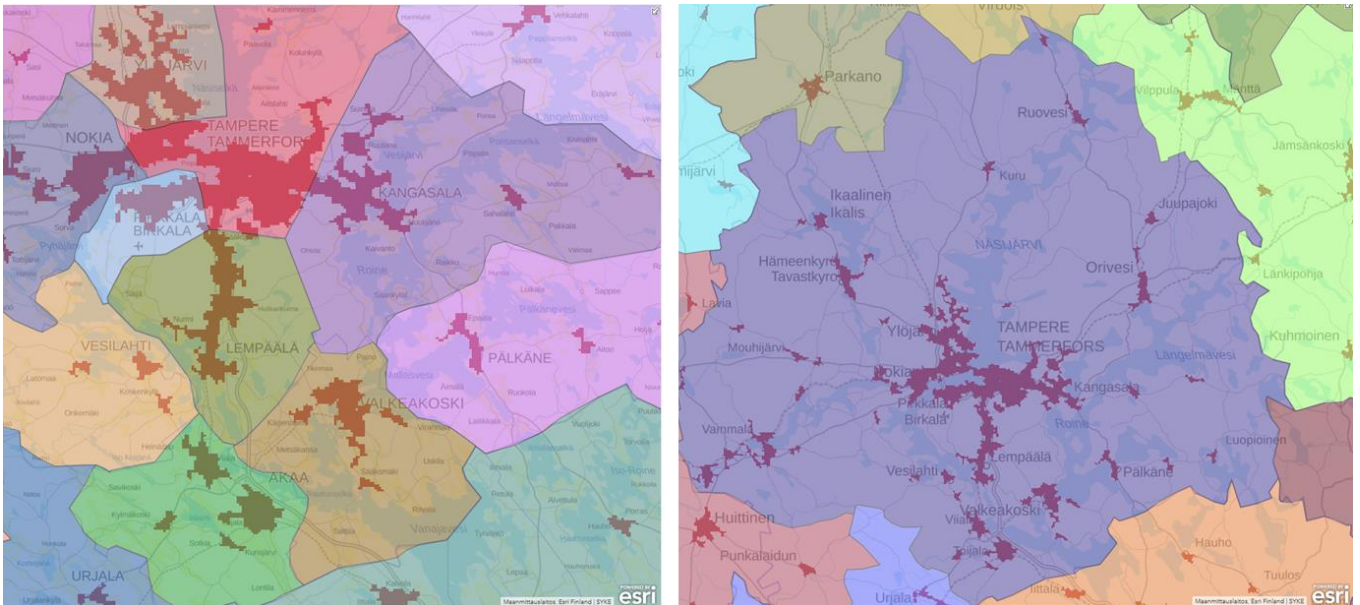
### 3. KAUPAN MARKKINOIDEN KEHITYS

Edellisessä luvussa tarkasteltiin vähittäiskaupan markkinoita kaupan sijainnin ja volyymin lähtökohdista. Tässä luvussa markkinoiden kehitystä tarkastellaan kysynnän suhteen. Kysyntää kuvataan markkina-alueen ostovoimalla.

Suomen ympäristökeskus on tutkinut toiminnallisia alueita Suomessa (ToKaSu 2017). Toiminnallisilla alueilla tarkoitetaan työssäkäyntiin, asiointiin ja muuhun päivittäiseen tai viikoittaiseen liikkumiseen perustuvia yhtenäisiä aluekokonaisuuksia. Hankkeen tuloksena on syntynyt useita eritasoisia työssäkäynti- ja asiointialueiden rajauksia, joita voidaan hyödyntää niin kuntien, maakuntien kuin valtionhallinnon tehtävissä.

Valkeakosken markkina-alueeseen kuuluu pääosin Valkeakosken kaupunki. Valkeakoskella käydään myös jonkin verran ostoksilla lähialueelta mm. Akaasta, Pälkäneeltä ja Iittalasta. Valkeakoskella asioidaan mm. työmatkan yhteydessä. Lisäksi Valkeakosken terveystalvelut sekä vapaa-ajan palvelut (uimahalli) tuovat asiakkaita naapurikunnista. Ulkopuolelta tulevan ostovoiman merkitys on kuitenkin vähäinen. Enemmän vaikutusta Valkeakosken kaupan markkinoihin on lähialueen monipuolisilla kauppapaikoilla kuten Ideaparkilla ja Tampereen kaupan keskuksilla, joihin suuntautuu merkittävässä määrin valkeakoskelaisten asiointia. Valkeakoski kuuluukin Tampereen seudun erikoiskaupan markkina-alueeseen. Jonkin verran asiointia suuntautunee Valkeakoskelta myös Tiiriöön, mutta sen merkitys jää Tamperetta selvästi vähäisemmäksi.

Valkeakoskella päivittäistavarakaupan asiointi hoituu pääosin omassa kunnassa, kun taas erikoiskaupan asiointia kohdistuu sekä Valkeakoskelle sekä lähialueen monipuolisiin kaupan keskuksiin.



**Päivittäistavarakaupan (vasen) ja erikoiskaupan asiointialueet Tampereen seudulla**

Lähde: Toiminnalliset alueet ja kasvuvyöhykkeet Suomessa (ToKaSu) -hanke; Suomen ympäristökeskus 2017

### 3.1. Väestön kehitys

Valkeakoskella on tällä hetkellä asukkaita yli 21.000 Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaan kaupungin asukasmäärä kasvaa hyvin hitaasti vuoteen 2040. Akaassa on niin ikään pientä kasvua, mutta Pälkäneellä asukasmäärä laskee hitaasti.

Pirkanmaan liitto on tehnyt oman väestösuunnitteen. Väestösuunnitteessa tavoitteessa Valkeakosken asukasmäärä kasvaa noin 3500 asukkaalla vuoteen 2040 mennessä. Ostovoiman kasvu ja liiketilan lisätarve kaupungissa lasketaan molemmille väestön kehityksen vaihtoehdoille.

Tilastokeskuksen väestöennuste

	2017	2020	2025	2030	2035	2040	Muutos 2017-40	Vuosi- muutos 2017-40
Valkeakoski	21 136	21 580	21 902	22 111	22 217	22 281	1 145	0,2 %
Akaa	16 923	16 769	17 317	17 417	17 513	17 604	681	0,2 %
Pälkäne	6 627	6 567	6 291	6 207	6 151	6 101	-526	-0,4 %
<b>Yhteensä</b>	<b>44 686</b>	<b>44 916</b>	<b>45 510</b>	<b>45 735</b>	<b>45 881</b>	<b>45 986</b>	<b>1 300</b>	<b>0,1 %</b>

Lähde: Tilastokeskus, väestöennuste 2015

Liiton väestösuunnite

	2017	2020	2025	2030*	2035	2040	Muutos 2017-40	Vuosi- muutos 2017-40
Valkeakoski	21 136			23 100		24 700	3 564	0,7 %
Akaa	16 923			19 300		21 300	4 377	1,0 %
Pälkäne	6 627			7 100		7 500	873	0,5 %
<b>Yhteensä</b>	<b>44 686</b>			<b>49 500</b>		<b>53 500</b>	<b>8 814</b>	<b>0,8 %</b>

2030 on laskettu tasaisen vuosikasvun mukaan

Lähde: Tilastokeskus ja Pirkanmaan väestösuunnite 2040

### 3.2. Ostovoima ja ostovoiman kehitys

Ostovoimaa ja sen kehitystä on tarkasteltu Valkeakosken kaupungissa, joka on Valkeakosken keskustan päämarkkina-alue. Keskustassa käydään myös jonkin verran kaupungin ulkopuolelta, mutta mm. Kangasalan ja Pälkäneen pääasialliset asiointisuunnat vievät kuitenkin toisaalle. Näin ollen Valkeakosken kaupan mitoitukseen ei naapurikunnista tulevalle ostovoimalla ole kovin suurta merkitystä, kun samalla myös Valkeakoskelta käydään ostoksilla paljon myös kaupungin ulkopuolella. Suurin merkitys on kaupungin omalla ostovoimalla, sen kehityksellä ja omassa keskustassa asioinnilla.

Valkeakoskella on vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa 150 miljoonaa euroa, ja auto-kauppa sekä ravintolapalvelut mukaan lukien 245 miljoonaa euroa. Tästä osa suuntautuu Valkeakoskelle osa kaupungin ulkopuolelle.

Ostovoiman kehitykseen vaikuttavat väestönkehitys sekä muutokset kulutuksessa. Ostovoiman kehityksen arviointi pohjautuu yksityisen kulutuksen kasvuun ja rakenteen muutokseen.

Erikoiskauppaan ja palveluihin kohdistuva ostovoima kasvaa pitkällä tähtäimellä nopeammin kuin päivittäistavarakauppaan kohdistuva ostovoima.

2000-luvun alussa vähittäiskaupan myynti ja siihen kohdistuva ostovoima kasvoivat usean prosentin vuosivauhdilla. 2010-luvun vaihteessa kaupan kehityksessä tapahtui muutos, myynnin paikoin kasvu pysähtyi ja vuositasolla laskikin, mutta nyt kaupan kasvua on jälleen nähtävissä.

Toimialoitteiset vaihtelut kaupan kehityksessä ovat suuria. Keskimääräistä nopeammin ovat viime vuosina kehittyneet kodintekniikkakauppa, optinen kauppa, terveyskauppa ja urheilu-kauppa, kun taas esim. kirjakaupan, muotikauppa ja tavaratalokaupan myynti on valtaosin ollut laskussa. Pitkällä aikavälillä kulutuksen ennustetaan yhä kasvavan, mutta huomattavasti hitaammin kuin aikaisemmin. Viime vuosien taantuma voi osaltaan kuitenkin lisätä lähivuosien kulutustarpeita. Taantumavuosien aikana ostotarpeet patoutuvat ja tämän jälkeen saattavat lähteä purkautumaan joillakin toimialoilla voimakkaastikin. Tämä on näkynyt erityisesti kotitalouksien ”investointitavaroissa” kuten kodinkoneissa, huonekaluissa ja autoissa. Kokonaisuudessaan kasvun odotetaan pitkällä aikavälillä kuitenkin hidastuvan aikaisemmasta pitkän aikavälin trendistä.

Tässä selvityksessä ostovoiman on laskettu kasvavan päivittäistavarakaupassa prosentin vuosivauhdilla ja erikoiskaupassa 1,5–2 % vuodessa ja tämän jälkeen kasvun ennustetaan tästä puolittuvan. Ostovoiman kasvu kuvaa reaalista eli määrällistä kasvua. Esiitetty ostovoimaennuste ei siten pidä sisällään inflaatiota. Ennuste on tehty varovaisesti ottaen huomioon kaupan kasvun pitkäaikainen kehityskuva. Ennuste on siis realistinen, kun sitä verrataan vähittäiskaupan toteutuneeseen pitkäaikaiseen kehitykseen. 1990-luvun lopun ja 2000-luvun alun voimakkaisiin kehityslukuihin tuskin enää päästään. Vähittäiskauppaan kohdistuva kulutus on pitkällä tähtäimellä kuitenkin tasaisessa kasvussa. Pidemmällä tulevaisuudessa kasvua tulee suuntautumaan nykyistä voimakkaammin palveluihin, ja osa vähittäiskaupan ostovoimasta suuntautuu verkkokaupan kautta alueen ulkopuolelle.

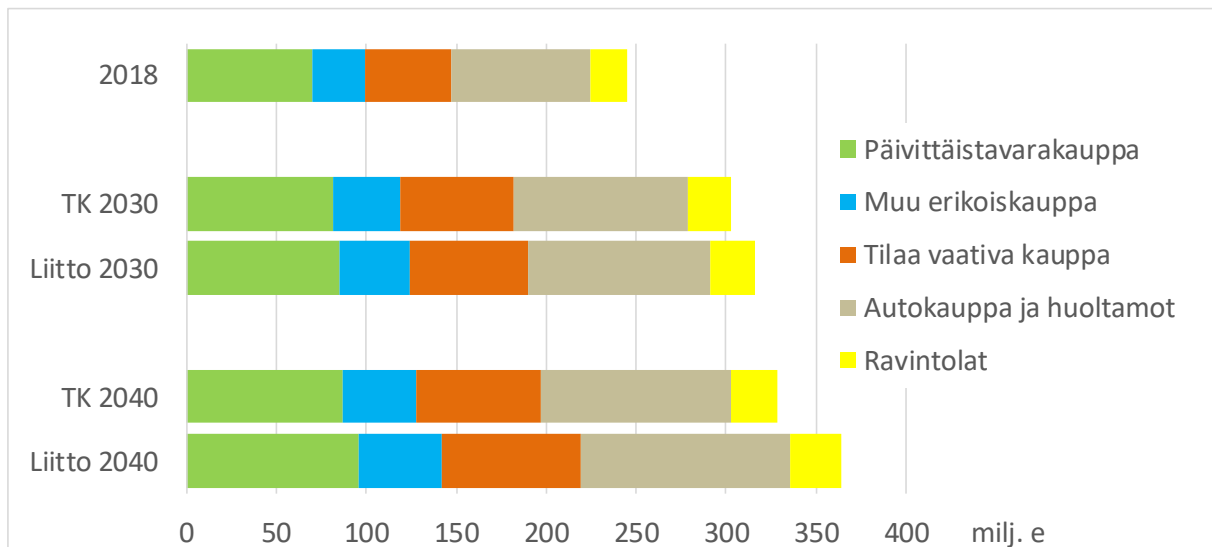
#### Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Valkeakoskella 2018 - 2040

Väestöennuste	Tilastokeskus			Pirkanmaan liitto	
	2018	2030	2040	2030	2040
milj. euroa					
Päivittäistavarakauppa ja Alko	70	82	86	85	96
Tilaa vaativa kauppa	29	37	41	39	46
Muu erikoiskauppa	48	63	70	65	77
Erikoiskauppa yhteensä	77	100	111	104	123
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>147</b>	<b>182</b>	<b>197</b>	<b>190</b>	<b>219</b>
Autokauppa ja huoltamot	78	97	105	101	117
Ravintolat	20	24	25	25	28
<b>Kauppa ja palvelut yhteensä</b>	<b>245</b>	<b>302</b>	<b>328</b>	<b>316</b>	<b>364</b>

Lähde: Santasalo Ky, Ostovoimat

Väestönkehitys vaikuttaa ostovoiman kehitykseen. Ohessa on esitetty kaksi vaihtoehtoista ostovoiman kehityskuvaa eri väestöennusteiden pohjalta laskettuna. Tilastokeskuksen mukaan väestö säilyy nykyisellä tasollaan, mutta koska ostovoima asukasta kohden on kasvussa, kasvaa ostovoima kokonaisuudessaan. Pirkanmaan liiton väestösuunnitteen mukaan väestö Valkeakoskella kasvaa hitaasti, näin ollen tämän ennusteen mukaan ostovoima kasvaa nopeammin kuin Tilastokeskuksen ennusteen mukaan tarkasteltuna.





Ostovoiman kehitys Valkeakoskella eri väestöennusteiden mukaan laskettuna

### 3.3. Liiketilarave ja liiketilat 2018

Kaupun tulevan mitoituksen ohella tarkastellaan alueen nykyistä toteutunutta kaupan tarjontaa verrattuna laskennalliseen tarpeeseen 2018 eli siihen, kuinka paljon kaupungissa tarvittaisiin liiketilaa nykytilanteessa, jos koko kaupunkilaisten ostovoima toteutuisi omassa kaupungissa. Laskelma on teoreettinen, mutta se kertoo alueen tarjonnan nykyisestä tasosta suhteessa ostovoimaan. Se ei kuitenkaan kuvaa todellisia ostovoiman siirtymiä, koska kerrosala ei suoraan kerro toteutunutta myyntiä. Tarve on laskettu keskimääräisillä myyntitehokkuusluvuilla (ks. seuraava luku), jotka todellisuudessa voivat suurestikin vaihdella alueittain ja myymälöittäin.

Laskennallinen liiketilatarve Valkeakoskella ja toteutuneet liiketilat 2018

k-m <sup>2</sup>	Laskennallinen		Toteutunut
	tarve	Toteutunut	vs. tarve
Päivittäistavarakauppa ja Alko	13 800	14 700	107 %
Tilaa vaativa kauppa ja autokauppa	36 100	17 100	47 %
Muu erikoiskauppa	19 600	10 500	54 %
Erikoiskauppa yhteensä	55 700	27 600	50 %
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>69 500</b>	<b>42 300</b>	<b>61 %</b>
Ravintolat ja muut palvelut	20 100	20 300	101 %
<b>Kauppa ja palvelut yhteensä</b>	<b>89 600</b>	<b>62 600</b>	<b>70 %</b>

Tällä hetkellä Valkeakoskella on liiketilaa yhteensä noin 62.000 k-m<sup>2</sup>, josta vähittäis- ja auto-kauppaa on noin 42.000 k-m<sup>2</sup>. Laskennallinen kaupan liiketilatarve kaupungissa on noin 70.000 k-m<sup>2</sup>, joten kokonaisuudessaan noin 60 % kaupan liiketilatarpeesta toteutuu kaupungissa. Tämä kertoo ostovoiman siirtymistä alueen ulkopuolelle eli siitä, että alueelta asioidaan merkittävästi myös muualla seudulla. Päivittäistavarakaupan laskennallisesta tarpeesta toteutuu alueella yli 100 %, kun taas erikoiskaupan toteutunut liiketilamäärä jää puoleen tarpeesta. Palveluissa toteutunut liiketilamäärä on samaa luokkaa kuin kysyntää on alueella. Ostovoiman siirtymiin nähden on tasapainossa.

Valkeakosken liiketilamäärä suhteessa laskennalliseen tarpeeseen vastaa tyypillistä monipuolista pikkukaupungin tarjontaa. Erikoiskaupan tarjonta jää alhaisemmaksi kuin kysyntä ja ostovoimaa suuntautuu kaupungin ulkopuolelle monipuolisempiin keskuksiin, mutta kaupungissa on kuitenkin monipuolinen ja riittävällä tasolla oleva päivittäistavarakaupan sekä palveluiden tarjonta.

### 3.4. Liiketilän lisätarve

Ostovoiman kasvun pohjalta on arvioitu liiketilän laskennallinen lisätarve vuosille 2030 ja 2040. Tarve on laskettu ostovoiman kasvusta keskimääräisillä nykyisillä myyntitehokkuuksilla, jotka on laskettu vähittäiskaupan myynnin ja liiketilakartoitusten pohjalta. Käytetyt myyntitehokkuudet ovat samaa suuruusluokkaa kuin Pirkanmaan liiton palveluverkkoselvityksessä.

Vähittäiskaupan lisäksi myös kaupalliset palvelut tarvitsevat liiketilaa. Palveluiden liiketilatarpeen on laskettu suuntaa-antavasti olevan 20 % kaupan tarpeesta. Lisäksi palveluiden tarpeeseen lisätään ravintolapalvelut. Keskustoissa palvelujen osuus on suurempi kuin muilla kaupan alueilla. Tulevaisuudessa palvelujen osuus tulee olemaan laskettua suurempi, koska ostovoimaa suuntautuu yhä enemmän tuoteostojen sijasta palveluihin. Tällöin kaupan suhteellinen osuus tilatarpeesta tulee olemaan pienempi, mikä näkyy jo nyt mm. kauppakeskuksissa ja osin keskustoissakin.

#### Käytetty myyntitehokkuus

	€/k-m <sup>2</sup>	€/my-m <sup>2</sup>
Päivittäistavarakauppa ja Alko	5 000	7 000
Tilaa vaativa kauppa	1 900	2 600
Muu erikoiskauppa	2 900	3 800
Autokauppa ja huoltamot	5 300	7 100
Ravintolat	2 200	2 900

Kerrosala = 1,33 \* Myyntipinta-ala (pt-kaupassa 1,4)

Liiketilän lisätarve on laskettu kahdelle eri väestönkasvun vaihtoehdolle, Tilastokeskuksen väestöennusteelle sekä Pirkanmaan liiton väestösuunnitteelle. Laskettu liiketilatarve kuvaa pinta-alan nettolisäystä, jossa koko ostovoiman kasvu on suunnattu uusiin neliöihin. Kaupan käytöstä poistuvat tai uudella korvautuvat liiketilat lisäävät tarvetta, mutta tämä ei näy laskelmassa. Myöskään laskelmassa ei ole huomioitu verkkokaupan vaikutusta liiketilän lisätarpeeseen. Verkkokaupan vaikutuksista liiketilän lisätarpeeseen ei ole tutkittua tietoa. Verkkokaupan vaikutus voi joillakin alueilla olla myös positiivinen. Toimiessaan verkossa myymälä voi

laajentaa markkina-alueitaan ja näin kasvattaa myyntiään, jolloin toimija pystyy toimimaan pienemmilläkin paikallisilla markkinoilla. Lisäksi noutopisteet tarvitsevat tilaa.

Liiketilalaskelma kertoo, kuinka paljon tarvitaan laskennallisesti lisää liiketilaa Valkeakoskella, jos koko ostovoiman kasvu toteutuisi uutena kaupan liiketilana. Laskelma ei kuitenkaan kerro suoraan, mihin tämä pinta-alarive kohdistuu. Valkeakoskelta suuntautuu ostovoimaa myös kaupungin ulkopuolelle, ja myös Valkeakoskella suuntautuu ostovoimaa kaupungin ulkopuolelta, mutta selvästi ulosvirtaavaa ostovoimaa vähemmän, joten kaupungin ulkopuolelta tulevaa ostovoimaa ei ole tarkastelussa laskettu mukaan.

#### Liiketilän lisätarve Valkeakoskella

k-m <sup>2</sup>	Tilastokeskuksen väestöennuste		Liiton väestösuunnite	
	2018 - 2030	2018 - 2040	2018 - 2030	2018 - 2040
Päivittäistavarakauppa ja Alko	2 400	3 300	3 100	5 200
Tilaa vaativa kauppa ja autokauppa	7 900	11 400	9 700	16 500
Muu erikoiskauppa	5 200	7 600	6 300	10 500
Erikoiskauppa yhteensä	13 100	19 000	16 000	27 000
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>15 500</b>	<b>22 300</b>	<b>19 100</b>	<b>32 200</b>
Ravintolat ja muut palvelut	4 100	5 700	5 200	8 500
<b>Kauppa ja palvelut yhteensä</b>	<b>19 600</b>	<b>28 000</b>	<b>24 300</b>	<b>40 700</b>

### 3.5. Valkeakosken kaupan mitoitus

Edellisessä luvussa esitetty laskelma kuvaa liiketilän laskennallista lisätarvetta koko Valkeakoskella, mutta ei vielä sitä, minne kauppapaikkaan tarve suuntautuu. Kaupan uusperustantaan on eniten potentiaalia suurissa keskuksissa eli ostovoiman kasvu suuntautuu suurelta osin monipuolisiin keskittymiin. Pienemmissä kaupungeissa tulee huolehtia erityisesti päivittäistavarakaupan ja palveluiden kysynnän toteuttamisessa omassa kaupungissa. Uutta erikoiskauppaa voi kaupunkiin sijoittaa myös, jos alueelle rakentuu uutta vetovoimaista liiketilaa keskeiselle liikepaikalle.

Valkeakosken uuden liiketilän mitoitus on arvioitu ostovoiman kasvun sekä Valkeakosken nykyisen liiketilakannan pohjalta. Laskennallisesta liiketilatarpeesta arvioidaan suuntautuvan Valkeakoskella yhtä paljon kuin laskennallisesti suuntautuu nykyäänkin (ks. luku 3.3). Päivittäistavarakaupan ja palveluiden liiketilatarpeen lasketaan suuntautuvan kokonaisuudessaan Valkeakoskelle, mutta erikoiskaupan tarpeesta vain puolet. Tällä kasvulla Valkeakoski pystyisi tarjonta säilyttämään nykyisen asemansa palvelevana pikkukaupunkina. Jos Valkeakoski onnistuisi profiloitumaan nykyistä paremmin matkailukaupunkina, ravintolapalveluiden kysyntä kasvaisi tässä esitetystä.

#### Valkeakoskelle suuntautuva liiketilatarve

Päivittäistavarakauppa ja Alko	100 %
Tilaa vaativa kauppa ja autokauppa	50 %
Muu erikoiskauppa	50 %
Ravintolat ja muut palvelut	100 %

### Kaupan uuden liiketilan mitoitus Valkeakoskella

k-m <sup>2</sup>	Tilastokeskuksen väestöennuste		Liiton väestösuunnite	
	2018 - 2030	2018 - 2040	2018 - 2030	2018 - 2040
Päivittäistavara kauppa ja Alko	2 400	3 300	3 100	5 200
Tilaa vaativa kauppa ja autokauppa	4 000	5 700	4 900	8 300
Muu erikoiskauppa	2 600	3 800	3 200	5 300
Erikoiskauppa yhteensä	6 600	9 500	8 100	13 600
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>9 000</b>	<b>12 800</b>	<b>11 200</b>	<b>18 800</b>
Ravintolat ja muut palvelut	4 100	5 700	5 200	8 500
<b>Kauppa ja palvelut yhteensä</b>	<b>13 100</b>	<b>18 500</b>	<b>16 400</b>	<b>27 300</b>

Väestönkehityksestä riippuen uutta liiketilaa tarvittaisiin Valkeakoskella laskeman mukaan vuoteen 2030 mennessä 13.000 – 16.000 k-m<sup>2</sup> ja vuoteen 2040 mennessä 18.000 – 27.000 k-m<sup>2</sup>.

Valkeakosken ydinkeskusta on kauppapaikoista keskeisin ja sinne tulee osoittaa suuri osa keskustapalveluiden liiketilatarpeesta. Vanhankylän alueelle on jo kaavoitettu tilaa vaativaa kauppaa sekä myös jonkin verran erikoiskauppaa ja päivittäistavara kaupaa.

Kanavaranta täydentää ydinkeskustaa ja muodostaa Valkeakosken keskustan yhdessä ydinkeskustan kanssa. Kanavarantaan tulisi laskennallisesti osoittaa uutta liiketilaa vähintään sen verran, kun alueelta poistuu kaupan tilaa uuden rakentamisen myötä. Ja uudet asukkaat tuovat vielä lisäpotentiaalia kaupan kysyntään. Tällä hetkellä Kanavarannan uudistuvissa kortteleissa on kaupan palveluita yhteensä 7200 k-m<sup>2</sup>. Tokmannille (nyt 3000 k-m<sup>2</sup>) tulee löytyä paikka muualta kaupungista, jos ei Kanavarannan rakenteesta löydy paikkaa tavaratalolle. Sen lisäksi uudistuvalla Kanavarannan alueelle olisi hyvä saada uutta liiketilaa noin 5000 – 6000 k-m<sup>2</sup>, joka siis suurelta osin korvaa nykyistä liiketilakantaa alueella.

Laskennallinen mitoitus Valkeakoskelle on ohjeellinen ja kertoo lähinnä, mihin kaupungissa on syytä varautua, jotta kaupungissa mahdollistetaan riittävä palvelutarjonta. Keskustaan ei saada lisää palveluita, jos niille ei saada uutta liiketilaa. Tavoitteena on, että palvelut kehittyvät Valkeakosken keskustassa, niin ydinkeskustassa kuin Kanavarannan puolella. Lisäksi kaupungissa on potentiaalia kaupan kehittämiseen myös asuinalueilla ja mm. Vanhankylän liike-alueella. Myös hyvinvointi- ja liikuntapalveluiden yhteyteen voi sijoittua kaupallisia palveluita.

On myös hyvä, että kaavallinen mitoitus on joustava, koska kaavat eivät aina toteudu täysmääräisinä. Mikäli kaavat tehdään liian tiukalla mitoituksella, osa kysyntää vastaavasta palvelutilasta saattaa jäädä toteutumatta.



Valtakadun kaupallinen ilme on keskustamainen ja palveluhenkinen, mitä tulee jatkossakin vaalia

## 4. KAUPAN KEHITTÄMINEN VALKEAKOSKELLA

Kaupan ja palveluiden kehittämismahdollisuuksia tarkastellaan nykyisen kaupan rakenteen ja markkinatilanteen pohjalta. Ydinkeskustan lisäksi tarkastellaan kaupan kehittämistä asuinalueilla ja Vanhankylän liikealueella. Kanavarannan palveluiden kehittämistä arvioidaan seuraavassa luvussa. Tarkoituksena on tarkastella, miten markkinoiden kehityksessä vahvistetaan keskustan asemaa vetovoimaisena kaupunkikeskustana.

Valkeakosken keskusta on säilyttänyt vahvan keskustatarjonnan, vaikka ostovoimaa valuu myös merkittävästi kaupungin ulkopuolelle. Kaupan ja palveluiden tarjonta on pikkukaupungin näkökulmasta hyvä ja monipuolinen. Kaupungin brändin kehittäminen voi vaikuttaa positiivisesti keskustan kehittämiseen sekä asuin- ja palvelukeskustana että kauppapaikkana. Pienen kaupungin idylli tarjoaa tähän hyvät puitteet, mutta vetovoimaisuutta ei saada vahvistettua ilman hyviä kauppiaita ja tiivistä keskustaa. Tarvitaan myös paikan tunnettavuutta kauppapaikkana, joka mielikuvissa yhdistetään Valkeakosken kaupunkiin ja sen keskustaan. Tässä Kanavarannan näkyvällä rakentamisella voi olla merkittävä rooli.

### 4.1. Työpaja keskustan kehittämisestä

Kaupallisen selvityksen yhteydessä järjestettiin työpaja, johon osallistui kaupan toimijoita, kiinteistönomistajia sekä kaupungin edustajia (osallistujien lista raportin liitteessä). Työpajassa esiteltiin Valkeakosken ideaa ja kehityksen lähtökohtia, Kanavarannan alustavia suunnitteluvaihtoehtoja sekä kaupallisen selvityksen alustavia tuloksia lähinnä kaupan nykytilasta ja markkinoiden kehityksestä.

Työpajassa keskusteltiin ryhmissä kolmen aihepiirin ympärillä:

1. Keskustan kaupallisen vetovoiman kehittäminen
2. Kanavarannan suunnitteluvaihtoehtojen arviointi
3. Valkeakosken ja uuden asuinalueen brändi tulevaisuudessa

#### **Keskustan kaupallinen kehittäminen**

Tiivis keskusta on hyvä lähtökohta keskustan kehittämiseksi. Keskustaan halutaan elävyyttä, syitä pysähtyä ja viihtyä keskustassa. Viihtyisässä ympäristössä vietetään aikaa enemmän ja tämä hyödyttää myös kauppaa. Ratkaisuna ehdotettiin mm. Valtakadulle istumapaikkoja, karuselli, leikkipaikkoja lapsiperheille. Valtakatua voitaisiin kehittää ”paraatikatuna” lyhdyin, valoin ja lippusiimoin. Valaistus pimeään aikaan on tärkeää, esimerkiksi puita voisi kohdevalaista. Lapsiperheet tulee keskustassa ottaa huomioon.

Tyhjien liiketilojen ikkunoita voisi somistaa. Tyhjiä liiketiloja voisi ottaa myös pop up -käyttöön esim. näyttelytilaksi. Toki tämän tiedostetaan olevan haastavaa, koska tilat ovat yksityisten omistuksessa. Pohdittiin myös aukioloaikoja, nykyisellään eivät ole riittävän toimivia.

Halutaan tavoitella modernia ja laadukasta kaupunkitilaa. Kaupunkiympäristön laatu koetaan tärkeäksi vetovoiman kehittämisen kannalta. Tämä koskee koko katutilaa sekä myös kiinteistöjä, mainoskylttejä ja markiiseja. Pienillä yksityiskohdilla voidaan saada paljon aikaan. Vastuu on sekä kaupungilla, kiinteistönomistajilla mutta myös kauppiilla.

Ranta-alueet ovat keskustassa nyt hyödyntämättä. Niitä toivotaan kehitettävän ja otettavan aktiivisempaan käyttöön. Voisiko toria kehittää veden äärelle?

Keskustan vetovoimaa voidaan parantaa myös erilaisilla tapahtumilla. Tapahtumia tulisi järjestää keskustassa useita vuoden aikaan. Tapahtumat voivat määrittää myös Valkeakosken profiilia.



Kriittisiä tekijöitä palveluiden toimintaedellytyksille on asukasmäärä. Jos asukasmäärä keskustassa kasvaa, kasvavat myös palveluiden toimintaedellytykset. Valkeakosken imagon parantaminen vaikuttaa myös ihmisten mielenkiintoon asettua asumaan Valkeakoskelle.

### **Kanavarannan suunnitteluvaihtoehtojen arviointi**

Kaupan tarjonnan näkökulmasta vaihtoehto 3, jossa on eniten liiketilaa, on ainoa järkevä vaihtoehto, kun vielä asukasmäärä on alueella kasvussa. Asukkaat tarvitsevat Kanavarannassa palveluita, kuten niitä on siellä tälläkin hetkellä. Alueen nykyiset palvelut tarvitsevat kivijalkatiloja uudessakin rakenteessa. Tokmannille ehdotettiin uutta sijaintia keskustan pohjoispuolelta tehdasalueen reunasta, Lempääläntien päivittäistavara-kauppojen vierestä.

Nykyinen K-market on Kanavarannassa hyvällä paikalla, sen saavutettavuus on hyvä kävellen, pyörällä ja autolla. Vähintään vastaavan kokoista kauppapaikka tarvitaan alueella jatkossakin. Koska myymälä palvelee laajaa aluetta, tarvitsee se myös helposti saavutettavia pysäköintipaikkoja. Myymälän pitää myös näkyä Sääksmäentielle, mikä ei nyt toteudu kaikissa vaihtoehtoissa. Myös myymälän pinta-ala saisi olla suurempi alustavissa suunnitelmissa (ve1 ja 2), esimerkiksi ottamalla katettu sisäpiha myymälälle.

Keskeisille paikoille osoitetut liiketilat ovat toimivia, mutta onko kaikille kivijalkamyymälöille kysyntää erityisesti vaihtoehdossa 3.

Kaikissa vaihtoehtoissa esitetty silta on välttämätön, jotta Kanavaranta yhdistyy keskustaan. Silta myös mahdollistaa ympyrälenkin tekemisen Kanavarannan ja keskustan välillä.

Rantaan esitetyt makasiinit voi olla vaikea saada toimimaan ympärivuotisesti, mutta tapahtumiin ja kesäaikaan ne ovat varmaan toimivia. Toisaalta rantaan myös halutaan palveluita, esimerkiksi saunapalveluita tms. vapaa-ajan palveluita. Tapahtumia tarvitaan ydinkeskustan lisäksi myös Kanavarannan alueella.

Yleisesti hyvää kaikissa vaihtoehtoissa on se, että keskustaan saadaan lisää asukkaita. Työpajassa oikea ratkaisu tuntui löytyvän vaihtoehdon 2 ja 3 väliltä.

### **Valkeakosken ja uuden asuinalueen brändi tulevaisuudessa**

Valkeakoski on oikea kaupunki sekä myös kaupungin näköinen rakenteeltaan ja palveluiltaan. Valkeakosken vahvuuksina nähdään vesistö, palvelut, harrastusmahdollisuudet, pientaloasuminen ja väljyys, toimiva bussiliikenne, lapsiystävällisyys ja edullinen hintataso. Näistä voidaan luoda useanlaisia mielikuvia Valkeakoskelle.

Kun nyt vahvuutena on pientaloasuminen ja väljyys, mietittiin, miten saadaan Valkeakoskea houkuttelevaksi myös keskusta-asumiselle, jota nyt kaupunkiin suunnitellaan. Keskusta painottuu usein vanhempien ihmisten asuinpaikkana. Voisiko Valkeakoskella vetovoimana olla nuorten perheiden keskusta?

Valkeakoskella on paljon harrastusmahdollisuuksia ja urheilutapahtumat voisivat olla tärkeä imagotekijä. Kaupunkia voisi markkinoida urheilulla ja liikunnalla. Valkeakosken Haka on jo tunnettu nimi.

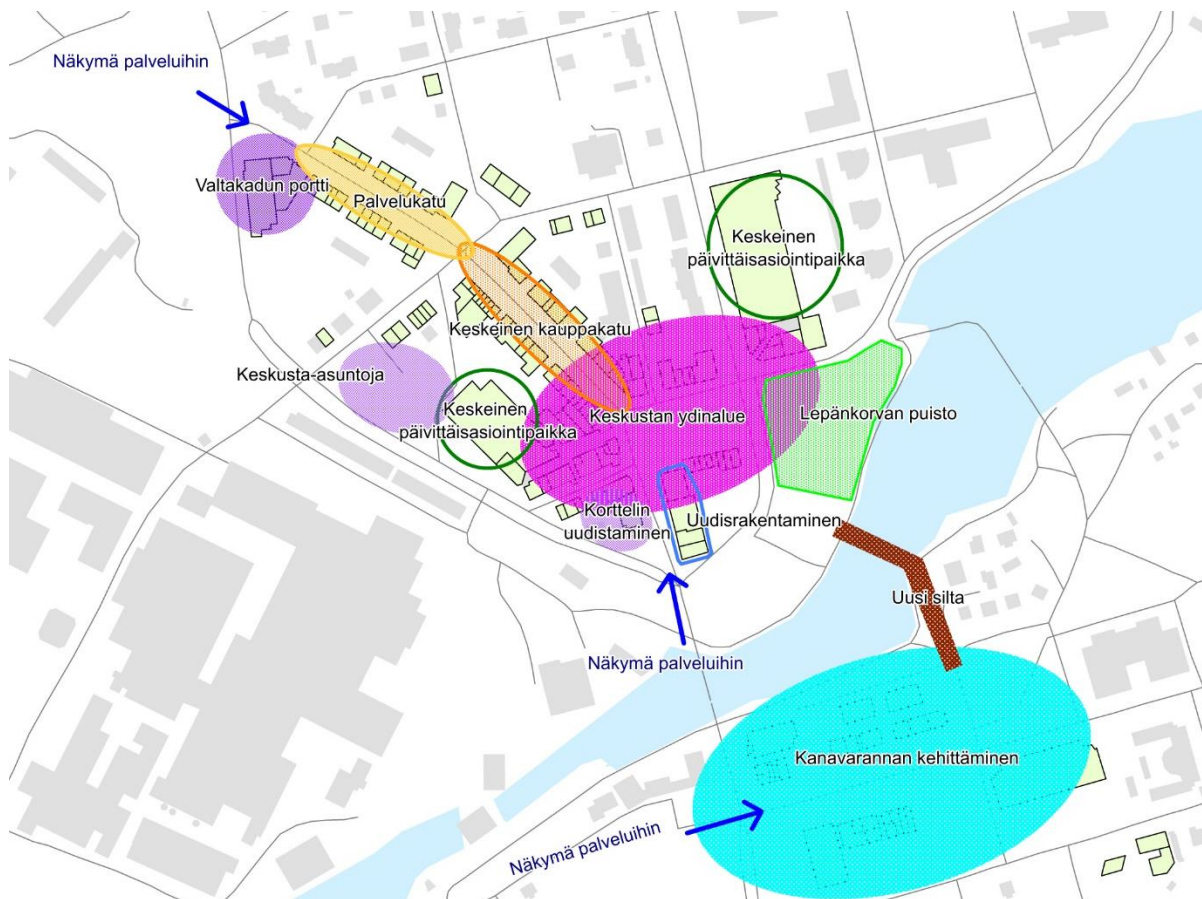
Ilmastonmuutos on ajankohtainen asia, ympäristöystävällisyys, energiatehokkuus ja ekologia ovat toimivia trendejä. Energiaa saadaan vedestä ja aurinkopaneeleista. Voisiko tästä saada tarinaa Valkeakoskelle.

Rantarakentamista on muuallakin, miten voidaan Valkeakoskella erottautua. Asukkaat ovat toivoneet enemmän viherrakentamista, viherkattoja, terasseja katoille ja näkymiä Kanavarantaan. Kanavarantaan voidaan rakentaa erilaisia talotyyppejä.

Valkeakoskella tarvitaan vetovoimakohteita ja jotain WAU-efektiä. Kanavarannan alueen brändiä tulisi kaupungin luoda yhdessä rakennusliikkeiden kanssa (vrt. Ranta Tampella). Tulee miettiä isosti, tarvitaan suuria tarinoita ja laatua. Todellisuuden ja luodun imagon välillä ei kuitenkaan saa olla ristiriitaa.

## 4.2. Keskustan kehittäminen

Keskusta on tärkein kauppapaikka Valkeakoskella, joka myös määrittelee Valkeakosken kaupallisen identiteetin. Muut kauppapaikat tukevat keskustaa omanlaisella tarjonnallaan. Tavoitteena on pikkukaupungin palveluimagon ja paikan identiteetin vahvistaminen.



### Keskustan kaupallisen kehittämisen paikat

Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastotietokanta ja maastokartta 10/2018

**Keskustan ydinalue** sijoittuu Kauppatorin ja Koiton aukion ympäristöön. Sinne sijoittuvat keskustan erikoiskaupat ja vetovoimaiset palvelut. Ydinalueeseen liittyvät vilkkaimmat kauppapaikat Koskikaran kauppakeskus sekä Citymarket. Molemmat näistä aukeavat torille, ja Koskikaran katutasen liikkeistä osa aukeaa katutilaan, eikä ainoastaan kauppakeskuksen sisätiloihin,

mikä vilkastuttaa kadun ilmettä. Kauppakeskuksen avautuvuutta torin suuntaan voidaan kuitenkin edelleen parantaa, esim. Hesburgerin terassilla. Torin ympäristön kiinteistöissä on tiiviisti katutason liiketiloja, jotka tarjoavat hyviä liikepaikkoja pienemmille liikkeille. Citymarketin merkitys asiointipaikkana vahvistuu, kun kiinteistön toiseen kerrokseen siirtyy kirjasto.

Ydinalueen kaupallista ilmettä heikentää keskustan autovaltaisuus. Koiton aukiosta yli puolet on osoitettu pysäköintiin ja pysäköintiä on myös mm. Valtakadun varressa nykyisellä kävelykadulla. Lisäksi Citymarket jää torilta katsoen autopaikoituksen taakse. Keskustan saavutettavuus ja pysäköinnin helppous on tärkeää keskustan vetovoimalle, mutta tavoitteena on saada keskustaympäristöä nykyistä enemmän kaupunkilaiset käyttöön ja palvelut lähemmäksi toisiansa. Pysäköinnin uudelleen järjestämistä tai vähintäänkin maisemointia tulee keskustassa tutkia edelleen, onko esimerkiksi mahdollista ottaa osa pysäköintialueesta lisärakentamiseen ja uusien palveluiden käyttöön? Tiivistäminen lisää keskustan vetovoimaa, mutta uudisrakentamisen kohteita keskustasta ei ehkä toteudu ainakaan kovin nopeasti.



Pysäköinti hallitsee keskustan ydinaluetta. Kävelykadun päähän on juuri valmistunut uusi asuintalo.

Kävelypainotteisuutta voidaan lisätä torin pohjoisreunalla leventämällä jalkakäytäviä. Kadun länsipäässä Valtakadun risteysalueella tämä on jo toteutettu, mikä mahdollistaa ravintolatoiminnan terassien sijoittamisen katutilaan. Torin eteläreunalla pysäköinnin siirtäminen kauemaksi liiketiloista lisää kävelyn miellyttävyyttä torin tälläkin reunalla.

**Kävelykadun** päähän on juuri valmistunut uusi asuintalo, joka tuo lisää asukkaita ja asiakkaita keskustaan. Katutilaan on rakentunut liiketilaa, ja niiden täyttyminen parantaa kävelykadun kaupallista ilmettä ja toimivuutta. Seuraavaksi lähtenee liikkeelle samassa korttelissa lähempänä toria olevan kiinteistön purku ja uudisrakentaminen, mikä heikentää kävelykadun toimivuutta joksikin aikaa. Kun uudisrakennukseen tulee uutta liiketilaa katutasoon, se palauttaa kävelykadun toimivaksi kokonaisuudeksi. Myös kadun toisella puolella oleva kortteli voidaan rakentaa suurelta osin uudelleen nykyistä tehokkaammin ja kaupunkimaisemmin. Valtakadun varteen tulee osoittaa liiketilaa katutasolle. Kortteliuudistus parantaisi Valtakadun kaupallista ympäristöä ja näkymää kaupallisiin palveluihin. Tärkeä on kehittää näkymää palveluihin myös kadun toisessa päässä Kulmurin kohdalla.

Ydinalueen uudistamisessa on tärkeää kehittää liiketiloja katutasossa sekä mahdollistaa katutilan ja torialueen käyttö palveluille ja kaupunkielämälle. Kaupunkielämän kehittämiseksi on tärkeää rakentaa viihtyisää kaupunkitilaa penkkeineen ja oleskelupaikkoineen niin aikuisille kuin lapsille ja nuorisolle.



Havainnekuva Valtakadun 10 uudistamisesta, BST Arkkitehdit.  
Lähde: Valtakatu 10 asemakaavan muutos, Valkeakosken kaupunki

**Torin ilme** on paikoin kulunut ja kärsinyt ilmeisesti Valtakadun uudisrakentamisen työmaasta ja sen liikenteestä. Torin ilmettä tulee uudistaa mm. vihreyden lisäämisellä ja uusilla kalusteilla mikä lisää keskustassa viihtymistä. Toria voidaan elävöittää myös esityslavalla ja erilaisilla toimintapisteillä sekä luomalla mahdollisuuksia pop up-palveluille myös varsinaisen toriajan ulkopuolella. Asutuksen lisääminen keskeisellä alueella parantaa keskustan vetovoimaa. Tapahtumat luovat keskustalle aktiviteettia ja lisäävät keskustassa asiointia.

Kauppatorilta lähtee **Valtakatu**, joka keskustan tärkein kauppakatu. Kadulle keskittyy erikoiskauppaa mutta enenemässä määrin myös palveluita. Bulevardimainen katu on jo nyt kohtalaisyssä kunnossa ja katutilan liikkeet avautuvat pääosin katutilaan, mikä vahvistaa kadun kaupallista ilmettä. Katu luo pikkukaupunkimaista keskustan identiteettiä Valkeakoskelle ja on erittäin tärkeää säilyttää sen nykyinen luonne tulevaisuudessakin.

**Valtakadun pohjoispään** liiketoiminta keskittyy kauppaa enemmän palveluihin. Alueelle on myös jonkin verran liiketiloja muissa kuin kaupan palveluiden käytössä. Tällä katuosuudella on ainakin vielä tällä hetkellä merkitystä keskustan kaupallisessa tarjonnassa, vaikkakin sen merkitys on hiipunut vuosien myötä. Tärkeää on kuitenkin, että keskustassa on tarjolla kauppa- paikkoja myös ydinalueen ulkopuolella. Tälle alueelle hakeutuu toimijoita, joille keskeinen sijainti ei ole niin merkittävää ja joilla ei ole taloudellisia edellytyksiä ydinalueen vuokratasolle.

Keskustauudistuksen yhteydessä, kun nykyisiä rakennuksia ryhdytään purkamaan, osa liiketiloista joutuu ainakin väliaikaisesti vaihtamaan sijaintipaikkaansa. Valtakatu liiketiloineen voi tarjota siirtymätilaa mm. Kanavarannan nykyisille toimijoille. Näin ollen on tärkeää, että keskustan keskeisellä alueella edellytetään katutilojen osoittaminen liiketiloille lähitulevaisuudessakin.

**Valtakadun portissa** on tällä hetkellä kohtalaisen huonokuntoisen näköinen kiinteistö Kulmuri, joka on osin tyhjänä. Kiinteistössä on kuitenkin myös vilkasta liiketoimintaa mm. sisustuskauppa Jysk ja Pihlajalinnan terveystaloutta. Jossain vaiheessa kiinteistön uudistaminen tulee ajankohtaiseksi. Paikka toimii porttina keskustalle pohjoisesta tultaessa. Näin ollen tämä on tärkeä keskustan orientaatiopaikka ja sitä tulee myös sen mukaisena kehittää. Portin kiinteistön tulee tulevaisuudessakin olla katutasoltaan liikekiinteistö, johon voi sijoittaa kaupan palveluita. Asumista voidaan sijoittaa liiketilojen päälle. Paikka sopisi kaupunkikuvallisesti näyttävällä tornitalolle vastapariksi kadun eteläpään tornitalolle.





Katutilaa voidaan elävöittää tuomalla kadulle myytäviä tuotteita, terasseja tai muita pieni mielenkiintoisia yksityiskohtia, myös marraskuussa. Kesällä katutilan käyttöönoton mahdollisuudet ovat paljon suuremmat.

Kanavarannan suunnitelmien myötä **Tokmannin** tavaratalo joutuu etsimään uutta sijaintipaikkaa kaupungissa, jos Kanavarannan ratkaisut toteutuvat nyt tehtyjen suunnitelmien pohjalta (ks. luku 5.1). Tokmanni on yksi keskustan vetovoimaisista suurista myymälöistä ja sen säilyminen keskustassa olisi tärkeää. Yksi tutkittava uusi sijaintipaikka olisi Valtakadun pohjoinen portti ja toinen Metsä-Tietolan tontti, joka kokonsa puolesta voisi sopia tavaratalokaupalle. Työpajassa ehdotettiin myymälälle sijaintipaikkaa myös vähän pohjoisempana nykyisten päivittäistavarakauppojen ja tehdasalueen vierestä.

Kaupallisen ydinalueen reunaan jää **Lepänkorvan puisto**, jota ollaan parhaillaan uudistamassa. Puisto tuo keskustaan vihreyttä ja vaihtoehtoista kaupunkitilaa urbaanille katutilalle. Puiston läpi tulee kulkemaan uusi yhteys Kanavarannan puolelle, jos suunniteltu Kanavarannan silta joskus toteutetaan.

Kaupun laajentaminen keskustassa on haastavaa, koska keskeiseltä alueelta on vaikea löytää uusia kaupan sijaintipaikkoja. Kaupan rakentaminen pienissä keskustoissa painottuu yleensä asuintalojen katutasolle sekä päivittäistavarakauppavetoisten liike- tai kauppakeskusten rakentamiseen. Erikoiskaupan liiketaloja rakennetaan hyvin harvoin. Valkeakoskella ei liene tarvetta uusille kauppakeskuksille, joten kaupan uudistuminen keskustassa onkin siten pääasiassa ympäristön kehittämistä, nykyisten kiinteistöjen uudistamista ja asuintalojen rakentamista. Keskeisillä alueilla tulee asuintalojen kivijalkaa osoittaa liiketilaa.



Kanavarannan suunnittelulla voisi ratkaista osan keskustaa koskevasta tilaongelmasta. Keskustan osat kanavan molemmin puolin tulisi samalla sitoa toiminnallisesti ja mahdollisimman tiiviisti yhteen, esim. säältä suojatulla kävelysillalla.

#### 4.3. Kanavarannan kehittäminen

Valkeakosken kaupunki on lähtenyt kehittämään Kanavarantaa. Kehitettävää aluetta rajaavat kanava, Sääksmäentie, Mallasvedenkatu ja Kangaskatu. Tällä hetkellä alue on auto- ja liikennepainotteinen, alueella ei ole asukkaita ja palvelut hiipuvat. Rakenne ja ympäristö eivät vastaa nykyajan tavoitteita.

Alueesta on tehty kolme alustavaa maankäyttövaihtoehtoa, joita tässä tarkastellaan kaupan ja palveluiden näkökulmasta. Lisäksi arvioidaan, luovatko vaihtoehdot sellaista kaupunkikehitystä, mitä Valkeakoskella tavoitellaan. Maankäyttövaihtoehdot eroavat toisistaan mm. asukasmäärän, liikerakentamisen ja pysäköintiratkaisujen suhteen.

Kaikissa vaihtoehdoissa ranta-alueita kehitetään, rantaan sijoittuu ”aurinkokatsomo” ja rantamakasiinit. Rannasta rakentuu uusi kevyenliikenteen siltayhteys keskustaan. Alueen keskustaa kehitetään jalankulkupainotteisena.



**KANAVARANTA 2018**  
**KAUPALLINEN SELVITYS**  
 Luonnos Ve 1  
 27.11.2018

- maltillisesti asukkaita
- palvelut paikallisia
- kivijalkaliikkeitä
- tukeutuu pintapysäköintiin
- rinne-kansi-pysäköintiä
- hyödynnetty maltillisesti

Uusia asukkaita noin 1.230

Asuntoja 587 kpl  
 Asunnon keskikoko 84 kem<sup>2</sup>

Rakentaminen:  
 Kerrosala yhteensä n. 51.300 kem<sup>2</sup>  
 - asuntoja 49.300 kem<sup>2</sup>  
 - liikerakentamista 2.000 kem<sup>2</sup>

Pysäköinti:  
 Autopaikkatarve 475 ap  
 - asuminen 1 ap/120 kem<sup>2</sup>  
 - liikerakentaminen 1 ap/45 kem<sup>2</sup>

Autopaikkoja korttelirakenteessa 506 ap  
 - pintapaikkoja 304 ap  
 - kansipaikkoja 154 ap  
 - kadunvarsipaikkoja 48 ap





**KANAVANRANTA 2018  
KAUPALLINEN SELVITYS  
Luonnos Ve 2  
27.11.2018**

- paljon asukkaita
- maltillisesti palveluita
- katettuja julkisia tiloja
- palvelee keskusta-aluetta
- pintapysäköintiä
- rinne-kansi-pysäköinti
- hyödynnetty täysimääräisesti

Uusia asukkaita noin 1.580

Asuntoja 752 kpl  
Asunnon keskikoko 84 kem<sup>2</sup>

Rakentaminen:  
Kerrosala yhteensä n. 65.700 kem<sup>2</sup>  
- asuntoja 63.200 kem<sup>2</sup>  
- liikerakentamista 2.500 kem<sup>2</sup>

Pysäköinti:  
Autopaikkatarve 595 ap  
- asuminen 1 ap/120 kem<sup>2</sup>  
- liikerakentaminen 1 ap/45 kem<sup>2</sup>

Autopaikkoja korttelirakenteessa 612 ap  
- pintapaikkoja 284 ap  
- kansipaikkoja 280 ap  
- kadunvarsipaikkoja 48 ap



**KANAVANRANTA 2018  
KAUPALLINEN SELVITYS  
Luonnos Ve 3  
27.11.2018**

- eniten asukkaita
- eniten palveluita
- katettuja julkisia tiloja
- tilava kauppa-aukio + kesätori
- palvelee laajempaa aluetta
- jousto pysäköintitalolla
- rinne-kansi-pysäköinti hyödynnetty täysimääräisesti

Uusia asukkaita noin 1.700

Asuntoja 808 kpl  
Asunnon keskikoko 84 kem<sup>2</sup>

Rakentaminen:  
Kerrosala yhteensä n. 74.600 kem<sup>2</sup>  
- asuntoja 67.900 kem<sup>2</sup>  
- liikerakentamista 6.700 kem<sup>2</sup>

Pysäköinti:  
Autopaikkatarve 727 ap  
- asuminen 1 ap/120 kem<sup>2</sup>  
- liikerakentaminen 1 ap/45 kem<sup>2</sup>

Autopaikkoja korttelirakenteessa 760 ap  
- pintapaikkoja 202 ap  
- kansipaikkoja 280 ap  
- pysäköintitalo 230 ap  
- kadunvarsipaikkoja 48 ap

#### 4.3.1. Kaupan palvelut Kanavarannassa

Asutuksen lisääminen keskustassa lisää sekä Kanavarannan että keskustan palveluiden toimintaedellytyksiä. Kaikissa vaihtoehdoissa kaupan palvelut ryhmittyvät tiivistä kauppa-aukion ympäristöön. Hajapalveluita ei vaihtoehtoihin ole osoitettu, mikä on hyvä asia.

Alueelle sijoittuu pääasiassa päivittäistavarakauppaa ja kaupallisia palveluita, sekä vähäisesti myös erikoiskauppaa. Alueesta ei kuitenkaan muodostu merkittävää erikoiskaupan keskittymää. Alue palvelee Kanavarannan asukkaita, mutta on tärkeä kauppapaikka myös muille eteläisten kaupunginosien asukkaille kuten nykyäänkin. Osa kaupunkilaisista jää mielellään Kanavarantaan asioimiaan ydinkeskustaan ajamisen sijaan. Näin ollen palveluiden saavutettavuus kaupungin eteläosista tulee tehdä helpoksi, myös pysäköinnin näkökulmasta.

Tällä hetkellä Kanavarannassa on kaupan palveluita noin 11.000 k-m<sup>2</sup>. Tästä noin 7200 k-m<sup>2</sup> joudutaan purkamaan uudistamisen myötä. Vastaavalla määrälle liiketilaa tulee löytyä joko Kanavarannan puolelta ja muualta kaupungista. Lisäksi kasvava asukasmäärä lisää palveluiden tarvetta keskustassa. Kokonaisuudessaan olisi hyvä saada uudistuvaan Kanavarantaan liiketilaa vähintään 5000 k-m<sup>2</sup> ja tämän lisäksi Tokmannille uusi hyvä sijaintipaikka jostain kaupungin alueelta.

Päivittäistavarakaupan toimivuus on Kanavarannassa nykyään hyvä. Uudistuksen myötä alueella on edelleen tarvetta päivittäistavarakaupalle, vähintään nykyisen kokoiselle pt-myyvälle (yli 1000 k-m<sup>2</sup>), mutta hieman suuremmasta myymälästä saa varmemmin toimivamman. Myymälän suunnittelussa on hyvä olla yhteydessä nykyiseen toimijaan. Suunnittelun alkuvaiheessa on hyvä tehdä varaus myös toiselle market-tyyppiselle myymälälle, joka voisi toteutua pidemmällä aikavälillä, jos kysyntää riittää. Esimerkiksi Lidl saattaa jossain vaiheessa kiinnostua toisesta myymäläpaikasta kaupungissa.

Tokmannille ei löydy luontevaa tilaa esitetyissä vaihtoehdoissa, joten tilaa tulisi löytää muualta keskustasta, jos Kanavarannan suunnitelmia ei tältä osin muuteta. Tokmannille tarvittaisiin liiketilaa noin 3000-4000 k-m<sup>2</sup> yhdessä tasossa. Tokmanni on harvemmin innostunut rakenteellisesta pysäköinnistä, joten siinä mielessä Kanavarannan suunnitelmat eivät kovin hyvin tule Tokmannin sijoittumista alueelle.

Uusista liiketiloista ei välttämättä löydy suoraan korvaavaa tilaa kaikille nykyisille toimijoille mm. kustannustason nousun vuoksi. Näin ollen on tärkeää, että keskustan puolella on riittävästi vanhoja ja edullisimpia liiketiloja tarjolla.

Kaupan palveluille on haastava löytää toimintaedellytyksiä rantaraitilla, mutta rantamakasiinit tarjoavat hyvin toimitilaa vapaa-ajan palveluille rannassa. Makasiinit voidaan toteuttaa tarvittaessa kysynnän mukaan myös kesäajan palveluita. Ne avautuvat hyvin ilta-auringon suuntaan mahdollistaen terassitoimintaa rantaan.

Katutason palvelut luovat kaupunkimaista ilmettä alueelle. Ilman niitä alueesta muodostuu lähiömäinen keskusta-ranta-asumisen alue. Toisessa kerroksessa ei ole kysyntää kaupan palveluille tämän kokoisessa keskustassa.

Alueen liiketiloihin tulee osoittaa riittävästi edellytyksiä ravintola-kahvilapalveluiden sijoittumiselle. Niiden määrä on kaupunkimaisilla alueilla kasvussa. Palveluiden optimaalinen liiketilan koko vaihtelee 50 – 200 k-m<sup>2</sup> välillä. Tilojen muunneltavuus kokojen suhteen olisi hyvä asia.

Kanavarannan kehittämisen myötä Valkeakosken keskustassa säilyy palvelujen kaksinaisuus, mikä voi hieman hajottaa kaupan vetovoimaa, mutta tuo palvelut paremmin saavutettavaksi kaupungin asukkaille. Koska Kanavarannan alue on tällä hetkellä tärkeä ja vetovoimainen osa kaupallista keskustaa, tulee sitä edelleen kehittää palvelukaupunkina. Jos Kanava-

rannassa palveluiden tarjonta laskisi merkittävästi nykyisestä, sen tärkeä asema osana kaupunkikeskustaa jäisi saavuttamatta. Samalla myös sen vetovoima palvelukeskustana ja asuinalueena olisi heikompi.

#### VE 1

- Vaihtoehdossa ei ole osoitettu riittävän suurta myymälätilaa päivittäistavarakaupalle.
- Liikerakentamisen määrä on alhainen nykyiseen liiketilamäärään ja tarpeeseen verrattuna.
- Palveluiden näkyvyys Sääksmäentielle jää heikohkoksi.

#### VE2

- Vaihtoehdossa ei ole osoitettu riittävän suurta myymälätilaa päivittäistavarakaupalle.
- Jos katettu talvipiha otetaan myymäläkäyttöön, tila riittänee päivittäistavarakaupalle.
- Liikerakentamisen määrä on alhainen nykyiseen liiketilamäärään ja tarpeeseen verrattuna, mutta keskittyy keskeiseen ja vetovoimaiseen sijaintipaikkaan.
- Katettu tori tuo säältä suojaavaa viihtyisää tilaa kauppa-aukiolle.
- Palveluiden näkyvyys Sääksmäentielle jää heikohkoksi. Päivittäistavara kauppa voisi tässä vaihtoehdossa ulottua Sääksmäentien varteen saakka.

#### VE3

- Vaihtoehto tarjoaa riittävän tilan päivittäistavara kaupalle ja myös toisen vaihtoehdoisen tilan, jos kysyntää ilmenee kahdelle pt-kaupalle.
- Liikerakentamisen määrä on tässä suurin ja vastaa parhaiten kysyntään, jos otetaan huomioon alueen nykyiset kaupan palvelut.
- Kauppa-aukion ympäristöön sijoittuvat keskeisimmät palvelut. Ystävydenkadun itäpäässä kysyntä on hiljaisempaa. Rantaan vievä raitti katetun torin pohjoispuolella on haastava paikka korkeuserojen vuoksi.
- Näille ei niin keskeisille paikoille sijoittuu enemmän sellaisia palveluita, joille ei keskeinen sijainti ole niin tärkeää. Tiloihin voi sijoittua myös muuta yritystoimintaa.
- Katettu tori tuo säältä suojaavaa viihtyisää tilaa kauppa-aukiolle.
- Sääksmäentielle on osoitettu liiketilaa, mikä tekee Kanavarannan alueen näkyväksi kauppapaikaksi kaikille etelästä saapuville. Tämä on tärkeää palveluimagon takia, eli Kanavaranta näyttää keskustalta palveluineen.



### 4.3.2. Liikenne ja pysäköinti Kanavarannassa

#### Liikenne

Liikenneverkon perusrakenteen kannalta vaihtoehdot eivät poikkea toisistaan. Kanavarannan keskeisen osan ulkosityöinen autoliikennejärjestelmä on hyvä. Samoin alueen keskellä oleva bulevardityyppinen Ystävyyskatu, joka jatkuu Kauppa-aukiona, tukee hyvin alueen liikenteellistä perusratkaisua.

Ystävyyskadulla on tärkeää huolehtia siitä, että autojen määrä ja niiden ajonopeudet pysyvät hyvin pieninä eivätkä muodosta estettä alueella liikkuville kävelijöille. Muutenkin Kanavarannan alueella lähtökohta voisi olla pitää ajonopeudet kaduilla niin matalina, ettei pyöräilylle tarvittaisi omia kaistoja tai pyöräteitä, vaan niillä ajettaisiin kaduilla yhdessä autoliikenteen kanssa.

Jalankululle on syytä varata leveät jalkakäytävät, koska kävelyn tulisi tässä alueella olla tärkein kulkutapa. Lisäksi on toivottavaa, että osa alueen palveluista levittäytyisi kesäkaudella ulkotilaan. Tällöinkin kävelylle on jäätävä hyvin tilaa.

Sääksmäentie lienee tulevaisuudessakin linja-autoliikenteen pääkatu. Bussiasema sijaitsee lähellä alueen pääpysäkeiksi muodostuvia pysäkkejä. Tarkempia kuvauksia joukkoliikenteen järjestelyistä ei ole. Haasteeksi tässä järjestelyssä nousee se, että keskustan suunnasta tulevien ja etelän suuntaan lähtevien bussien matkustajien täytyy ylittää Sääksmäentie. Tämä edellyttää hyvää ja turvallista suojatiejärjestelyä.

Kanavarannan kaupat ja palvelut palvelevat (ainakin vaihtoehdossa 3) asiakkaita omaa aluetta laajemmin. Hyvien pysäköintijärjestelyjen lisäksi tärkeää on suunnitella turvalliset kävely- ja pyöräilyreitit läheisiltä alueilta Kanavarantaan sekä sen kautta Putaansiltaa ja Sääksmäentietä pitkin keskustaan. Erityistä huomiota on kiinnitettävä Sääksmäentien ja Mallasvedenkadun ylityksiin sekä jalankulkijoiden ja pyöräilijöiden osalta.

#### Pysäköinti

Keskusta-alueilla maantasopysäköinti on hyvin tehoton ja tuottamaton tapa käyttää kaupungin arvokkainta maata. Rakenteellinen pysäköinti joko rakennuksissa tai kannen alla on näillä alueilla perusteltu ratkaisu, joskin varsin kallis. Se on myös ainut tapa rakentaa tiivistä kaupunkia, jossa henkilöautolla on merkittävä rooli.

Tonttien piholla autot vievät tilan ihmisiltä. Vaihtoehdoissa lähtökohtana ovat pääasiassa umpikorttelit, joissa rakennusten keskellä jäävät pihat ovat suojaisia ja niistä on mahdollista tehdä viihtyisiä. Jos suuri osa tilasta käytetään pysäköintiä, tämä mahdollisuus menetetään. Erityisen pahalta näyttää vaihtoehto 1. Koska alueelle toteutetaan rakenteellista pysäköintiä, tulisi nyt tonteille osoitettujen paikkojen olla myös niissä.

Pysäköintipaikkoja suunnitelmissa on koko alueelle esitetty enemmän kuin laskennallinen tarve osoittaa. Ylijäämä sijaitsee uimahallin vieressä, vähän asuinalueen ulkopuolella. Rakenteelliset pysäköintipaikat ovat kalliita, joten niiden paikkamäärät on hyvä arvioida tarkkaan ennen rakentamista. Useissa kaupungeissa pysäköintipaikkoja määritetään vähemmän alueille, jotka sijaitsevat lähellä keskustaa tai hyvien joukkoliikennedyhteyksien läheisyydessä. Kanavaranta on tehokkaasti rakennettu alue ja se sijaitsee lähellä kaupungin keskustaa, joten monet palvelut ovat saavutettavissa ilman autoakin.

Rakenteellisessa pysäköinnissä paikkamäärän arviointi on haastava tehtävä. Koska rakentamiskustannukset ovat korkeat, ei ylimääräisiä paikkoja kannata rakentaa. Yleinen näkemys tällä hetkellä on, että autojen määrä kauempana tulevaisuudessa vähenee, mutta lähitulevaisuudessa niitä on vähintään yhtä paljon kuin nyt. Kaikkien autonomistajien halukkuus ostaa



paikka pysäköintitalosta ei välttämättä ole kovin suuri. Siksi on tärkeää, että vaihtoehtoinen mahdollisuus pysäköintiin on jossakin lähistöllä, koska muuten autot pysäköidään sopimattomiin paikkoihin, kuten kävely- ja pyöräteille tai puistoihin. Tämä mahdollisuus tosin vaikeuttaa tarvittavan rakenteellisen pysäköinnin paikkamäärän arviointia edelleen.

Autoilun, auton omistamisen ja sitä kautta pysäköinnin ennakoidaan muuttuvan merkittävästi tulevaisuudessa: automaattisen ajoneuvot ja jakamistalous vähentävät tarvetta pysäköintipaikoille. Muutoksen nopeutta on vielä toistaiseksi vaikeaa arvioida, ja luultavasti se alkaa merkittävästi vaikuttaa ensin suurimmissa kaupungeissa. Rakennukset ovat kuitenkin näiden muutosten aikajäniteisiin verrattuna huomattavan pitkäikäisiä. Siksi entistä useammin pysäköintilaitosten suunnittelussa varaudutaan tulevaisuuteen ja jo lähtökohtana otetaan huomioon mahdollisuus muuttaa rakennusten käyttötarkoitusta pysäköinnistä joksikin muuksi.

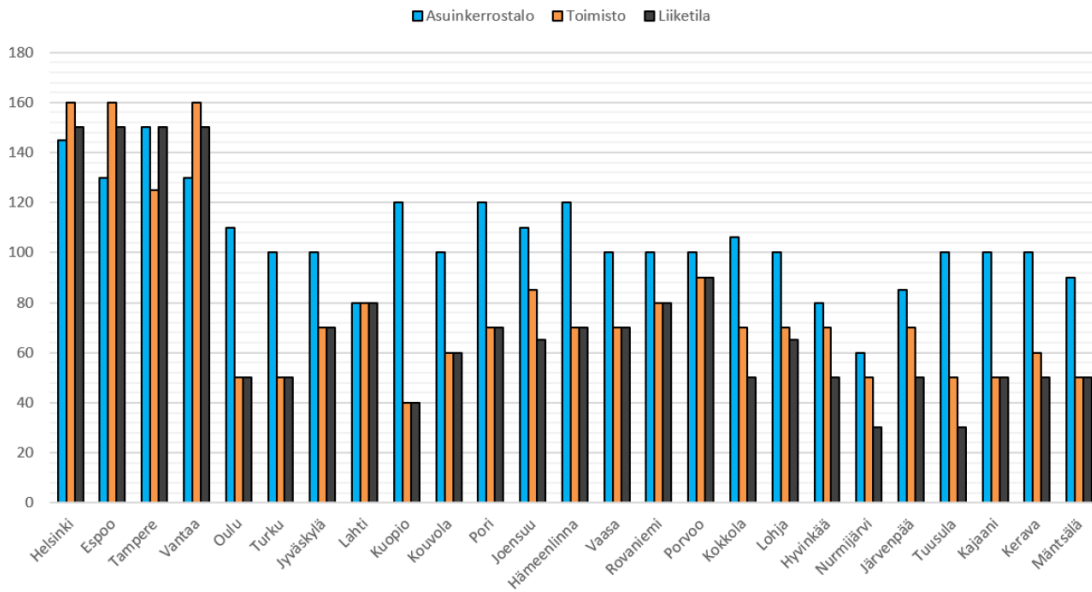
Pysäköintipaikkojen vuorottaiskäyttö on yksi tapa vähentää tarvittavien pysäköintipaikkojen määrää. Siinä lähtökohtana on se, että esimerkiksi päiväsaikaan, kun asukkaiden autot ovat poissa, heidän paikkansa ovat joko alueella työskentelevien tai siellä asioivien käytössä. Vuorottaiskäyttö edellyttää siksi sekoittunutta maankäyttöä sellaisten toimintojen kesken, joihin liittyvän pysäköinnin kysynät ovat eriaikaiset. Esimerkiksi toimistojen ja kaupan kesken vuorottaispysäköinti toimii hyvin, koska se antaa kaupalle lisää asiakaspysäköintitilaa iltaisin ja erityisesti viikonloppuisin, kun kaupankäynti on vilkkainta.

Kanavanrannassa pysäköintipaikkoja on asumiselle ja kaupalle. Vuorottaiskäytön näkökulmasta asuminen ja kauppa eivät ole paras yhdistelmä, koska kaupan suurimmat pysäköintikertymät ovat illalla ja viikonloppuisin, jolloin myös asukaspaikat ovat lähes täynnä.

Vuorottaiskäytön edellytys lisäksi on, että pysäköintipaikat ovat nimeämättömiä. Tämä saattaa herättää käyttäjissä epävarmuutta vapaan paikan saatavuudesta. Toisaalta nimeämättömyyden on havaittu tehostavan pysäköintipaikkojen käyttöä myös ilman vuorottaiskäyttöä. Esimerkiksi Helsinki myöntää tällä perusteella vähennyksen autopaikkamäärään: *”Jos toteutetaan vähintään 50 auton pysäköintipaikat keskitetysti siten, että niitä ei nimetä kenellekään, voidaan laskentaohjeen antamasta autojen pysäköintipaikkamäärästä vähentää 10 %. Jos paikkoja toteutetaan yli 200, lievennysprosentti on 15.”*

Pysäköintipaikkojen määriä on viime vuosina vähennetty pysäköintinormien päivityksen yhteydessä. Kanavarannassa luonnoksissa esitetty pysäköintipaikkojen määrä asumisen osalta on samaa suuruusluokkaa kuin monissa kaupungeissa ydinkeskustan ulkopuolella. Liiketilän osalta ehdotettu pysäköintipaikkamäärä (1 ap/45 kem<sup>2</sup>) tarjoaa selkeästi enemmän paikkoja kuin useissa kaupungeissa, joissa normi on 1 ap/50-100 kem<sup>2</sup>. Liiketilöiden osalta mitoitukseen vaikuttaa myös liikkeiden koko ja luonne ja paikkamäärä voidaan määritellä, kun tiedetään tarkemmin, millaisia toimintoja alueelle on tulossa.

## Keskustojen vähimmäispysäköintinormi (1 ap / x k-m<sup>2</sup>)



Suuntaa antava kooste ydinkeskustojen nykyisistä vähimmäispysäköintinormeista. Viimeisimmät normintarkistukset Tampereella (2016), Hämeenlinnassa (2016), Kokkolassa (2016) ja Tuusulassa (2015). Rovaniemelle on ehdotettu vyöhykejakoja, jossa ydinkeskustan normi olisi vähimmillään 1 ap / 120 k-m<sup>2</sup> (2017). Lähde: Lappeenrannan kaupungin pysäköintinormiselvitys, Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö 2017, Mikko Jokinen

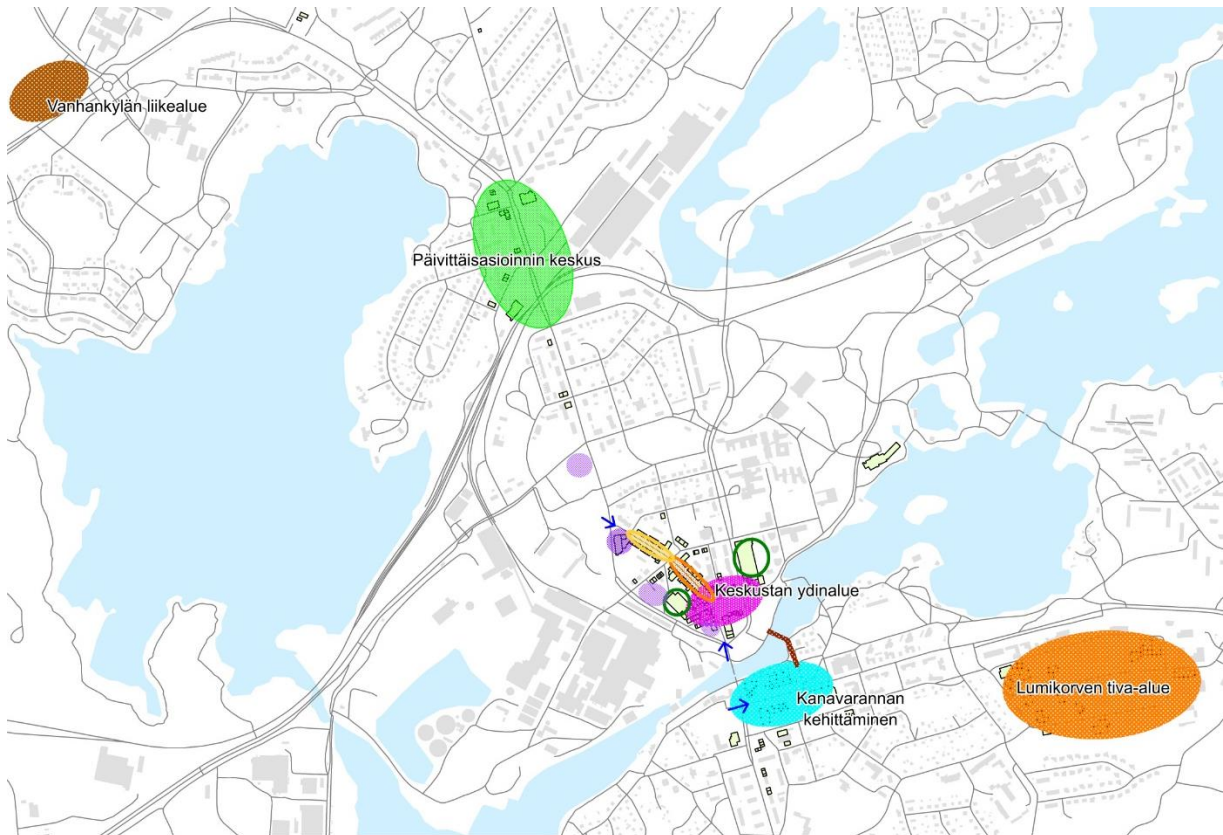
Tällä hetkellä pysäköintipaikkojen määrän määrittelee kaupunki, mutta markkinaehtoista pysäköintiä selvitetään parhaillaan tai on juuri selvitetty monissa Suomen kaupungeissa. Markkinaehtoinen pysäköinti tarkoittaa sitä, että rakenteellisia pysäköintipaikkoja toteutetaan niin paljon kuin niille löytyy maksuhalukkaita ostajia. Tämä merkitsisi isoa muutosta asuntorakentamiseen. Helsingin kaupunki aikoo kokeilla markkinaehtoista pysäköintiä uusilla alueilla Hernessaassa, Hakaniemenrannassa ja Kalasataman Nihdissä.

Kivijalkaliikkeiden toimintaedellytysten kannalta kadunvarrella olevat pysäköintipaikat ovat tärkeitä. Kadunvarsipysäköinti myös hidastaa ajonopeuksia kaduilla, mikä Kanavanrannankin alueella on hyvä. Paikkoja voisi olla nyt osoitettujen lisäksi myös Mallasvedenkadun ja Salmentien varsilla.

#### 4.4. Muut kauppapaikat Valkeakoskella

Keskustan ohella tulee kehittää myös muita kaupan keskuksia kaupungissa, koska kaikki kauppa ei hakeudu keskustaan. Päivittäisasiointipaikkoja tulee olla kaupungissa asutuksen mukaan sijoitettuna ja tilaa vaativalle kaupalle tulee löytää omia sijaintipaikkoja.

**Keskustan pohjoispuolelle** on nyt keskittynyt pieniä ja suuria supermarketteja. Aluetta voidaan edelleen kehittää kysynnän mukaan esim. laajentamalla nykyisiä myymälöitä ja lisäämällä lähipalveluiden tarjontaa Tältä alueelta voi myös tutkia vaihtoehtoista sijaintipaikkaa Tokmannille, kun sen siirtyminen tulee ajankohtaiseksi, jos keskustan paikat ovat myymälälle soveltumattomia.



#### Kaupan kehittämisen paikat keskustan ulkopuolella

Pohjakartta: Maanmittauslaitoksen maastotietokanta ja maastokartta 10/2018

**Lumikorven** alue on hajanainen sekä kaupan että tuotannon alue. Alue on kuitenkin tärkeä nykyisille toimijoille eikä ole mitään tarvetta ryhtyä muuttamaan aluetta väkisin toiseen käyttöön. Tuotannollisen toiminnan siirtyessä aluetta voidaan kehittää enemmän kaupan ja muiden työpaikkojen alueena. Alueella kehittämistä kaipaavat tällä hetkellä lähinnä ympäristön ilme, mutta alueella liikutaan pääasiassa autolla, eikä aluetta ole kiirettä kehittää kävelijän näkökulmasta. Jos alueelle sijoittuu nykyistä enemmän kuluttajia palvelevaa kauppaa, tulee ympäristöön kuitenkin kiinnittää nykyistä enemmän huomiota.

Uusi liikealue on kaavoitettu kaupungin pohjoisosaan **Vanhankylän** alueelle. Alue on kaavoitettu lähinnä tilaa vaativalle kaupalle. Tämä alue kiinnostaa todennäköisesti uusia kuluttajapalveluihin painottuvia tilaa vaativan kaupan myymälöitä enemmän kuin nykyinen Lumikorventiva-alue, joka soveltuu paremmin tekniselle hallityypiselle pääosin yrityksiä palvelevalle kaupalle. Viime vuodet ovat olleet hiljaisia tilaa vaativan kaupan kehityksen kannalta, mutta jossain vaiheessa toimialalla herännee jälleen kiinnostusta uusista kauppapaikka kohtaan.



ARKKITEHDIT VON BAGH - TAVILAMPI OY

### **Vanhankylän kaavoituksen pohjaksi valittu maankäyttöluonnos**

Lähde: Vanhankylän liikealueen asemakaavan selostus, Valkeakosken kaupunki

Vanhankylän alueelle voi sijoittaa tilaa vaativan kaupan ohella myös erikoiskauppaa 2000 k-m<sup>2</sup> sekä päivittäistavarakauppaa yhteensä enintään 1400 k-m<sup>2</sup>. Monipuoliset mahdollisuudet edesauttavat alueen toteuttamista, kun markkinat vilkastuvat. Alue on hyvin saavutettavissa oleva kaupan alue ja soveltuu myös päivittäistavarakaupan laajentamiselle kaupungin pohjoisosassa. Vanhankylän liikealue voi olla myös Tokmannille kiinnostava sijaintipaikka, vaikkakin se suositellaan ensisijaisesti sijoitettavan keskustaan.

#### 4.5. Kaupungin brändi

Kaupungin brändi vaikuttaa kaupungin vetovoimaan. Tässä luvussa on hahmoteltu, millainen Valkeakosken ja sen uuden asuinalueen brändi voisi olla tulevaisuudessa.

Valkeakoski sijaitsee lähellä suuria kaupunkeja kuten Tampere ja Hämeenlinna. Se on risteys-asema, johon edellä mainittujen urbaanien keskittymien lisäksi on helppo saapua myös Porista, Raumalta ja Lahdesta.

Valkeakoski on sopivan kaukana suurten kaupunkikeskittymien melusaasteesta, loputtomasta kiireestä ja tiivistä rakennuskannasta, mutta silti samanaikaisesti kuitenkin niin lähellä niiden tarjoamia laajoja palveluita ja hyviä työmahdollisuuksia. Se on aktiivinen, tapahtumarikas, kultturelli ja sympaattinen pieni, oikea kaupunki, jossa on hyvä olla, elää ja yrittää. Valkeakosken työpaikkaomavaraisuus on voimavara, jonka pohjalle brändiä on hyvä lähteä rakentamaan.

Ensisijaisena ja nykyisenä kohderyhmänä ovat valkeakoskelaiset, jotka jo asuvat kaupungissa ja ne, jotka asuvat suuremmissa lähellä sijaitsevilla kaupungeissa mm. työn vuoksi mutta voisivat pendelöidä ja muuttaa Valkeakoskelle. Kohderyhmä arvostaa rauhaa ja rauhaa, jossa luonto on tiiviisti läsnä arjessa. Valkeakoski on hyvä valinta, kun haluaa nauttia vehreydestä, avaruudesta, toimivasta keskustasta ja lähipalveluista. Täällä asuessa yhdistyy sopivassa suhteessa pienen kaupungin rento ja mutkaton meininki lähellä sijaitsevien suurten kaupunkien kattaviin palveluihin.

Pidemmällä aikavälillä tulevaisuudessa nimenomaan suurempien keskustojen hälinästä luonnon rauhaan pyrkivät perheelliset nähdään kasvavana asukaspotentiaalina ja uusina valkeakoskelaisina. Uudet kaupunkilaiset hakevat kuitenkin myös kaupunkimaisuutta, mitä voidaan tarjota Kanavarannan alueella.

Kohderyhmänä voisi olla esimerkiksi kansainväliset jupit (Young Urban Professional), jotka haluavat kaiken, mutta vaivattomasti ja ovat valmiita epäsovinnaisiin ratkaisuihin. Tämän vuoksi kaupunginkin olisi oltava valmis epäsovinnaisiin ratkaisuihin, kuten historiassaan ennenkin.

Valkeakoskea voidaan korostaa myös matkailu- ja vapaa-ajan kaupunkina, jolloin kohderyhmänä ovat matkailu-, hyvinvointi- ja liikuntakaupungin palveluita etsivät vapaa-ajan viettäjät. He hakevat monipuolisia ja aktiivisia vapaa-ajan palveluita kaupungissa ja luontoympäristössä. Kaupunki, jossa on vesistö ja luonto lähellä sekä laadukkaat hyvinvointi-, liikunta- ja ravintolapalvelut houkuttelevat viettämään virkistävästä lomaa ja vapaa-aikaa Valkeakoskella.

Valkeakosken brändin taustalla tulee olla sen nykyisiä vahvuuksia sekä kehityskohteita. Näitä ovat mm. kaupunkimaisuus, pikkukaupungin palvelut, vesistö, luonto, hyvinvointikeskus, liikuntapalvelut, urheilu. Tärkeää on erottautua muista, ja luoda omaa ilmettä ja imagoa kaupungille. Tehdä jotain, mistä muistetaan ja mikä luo kaupunkia tunnetuksi.



## Vahvuudet

- Hyvä saavutettavuus
- Ihmisen kokoinen
- Kaupungin näköinen
- Palveleva
- Hyvät puitteet yrittämiselle
- Työpaikkavaltainen
- Rauhallinen ja turvallinen
- Luonto läsnä kaikkialla
- Vesistö
- Aktiivinen (tapahtumat, harrastusmahdollisuudet, taide, liikuntapaikat ja urheilukeskukset)

## Heikkoudet

- Niukempi valikoima palveluja ja kaupallisia toimijoita kuin lähellä sijaitsevilla suuremmissa kaupungeissa
- Ei tunnettu
- Ei kuulu Tampereen lähiseutuun
- Saavutettavuus julkisilla, junayhteys etäällä, ja riippuvainen bussilinjasta, joka voidaan siirtää ulkopuolisella päätöksellä.

## Mahdollisuudet

- Uudistuva keskusta ja asuinalue
- Vesistön hyödyntäminen
- Pendelöinti
- Työn luonteen muutos, etätyöt
- Hyvinvointikeskusta ja -puisto
- Terveyspalveluiden keskus
- Matkailun kasvu, kärkeä luonto ja urheilu
- Ympäristö ja ekologisuus
- Sijainti kasvukäytävän vaikutuspiirissä
- Raideliikenteen kehittäminen, yhteys keskustasta pääradalle
- Pyöräilyn edistäminen
- Nopeiden tietoyhteyksien kehittäminen
- Houkutteleva imago

## Uhat

- Kaupungistuminen -> ihmiset hakeutuvat asumaan yhä enemmän suuriin kaupunkeihin.
- Paljon mielenkiintoisia kärkihankkeita suunnitteilla, toteutuvatko alkuperäisten suunnitelmien mukaan ja laajuudessaan sekä ajallaan?
- Samantyyppisiä vahvuuksia on myös muissa pikkukaupungeissa -> miten erottaudutaan
- Liian varovainen suhde kehittämishankkeisiin
- Ei löydetä omia vahvuuksia

**Brändin taustalle on hahmoteltu Valkeakosken vahvuuksia, heikkouksia, uhkia ja mahdollisuuksia.**

## Visio

### **Mihin brändi pyrkii ja mitä se tavoittelee?**

"Kasvava Valkeakosken kaupunki on hyvinvoiva yhteisö -  
Asukkaidensa ja yritystensä yhteinen mansikkapaikka."

## Persoona

### **Minkälainen**

### **"persoona" brändi on?**

Palveleva, aktiivinen,  
rento kaupunki, joka  
välittää aidosti  
asukkaistaan ja  
yrittäjistään ja on  
rohkea tarttumaan  
haasteisiin.



## Brändi attribuutit

### **Mitkä ovat brändin ominaisuudet ja ominaispiirteet? Erottautumistekijät?**

**Palveleva;** kaikki tarpeelliset palvelut lähellä

**Vehreä;** luonto läsnä arjessa ja osa elämää

**Aktiivinen arjessa ja vapaa-ajalla;** työpaikkojen lisääminen ja yrittäjyyden kasvattaminen, runsaat ja monipuoliset taide, ulkoilu ja urheilumahdollisuudet

**Rauhallinen;** kiireetön ja turvallinen paikka elää ja olla

**Rohkea;** oman tiensä kulkija.

## Arvot

### **Minkälaisia arvoja brändi edustaa?**

**Vihreys;** luonto kaupungissa ja laajat viheralueet.

**Kestävä kehitys** lähtökohtana kaupungin kehittämisessä.

**Ihmisläheisyys;** edullinen asua ja lähellä suuria keskustoja (pendelöinti mahdollisuus)

**Yritystoiminnan tukeminen** ja oppilaitosten ja yritystoiminnan yhteistyön rakentaminen

**Hyvinvointi;** laadukas elinympäristö (hyvinvointipuisto yms)

**Kulttuuri;** arvostaa kulttuuriaan, jolla on tuhatvuotiset juuret

**Edistyksellisyys;** kehittää kaupungin palveluja ja toimintatapoja joustavasti etulinjassa

## Hyödyt

### **Mitä hyötyjä brändi tuottaa asiakkaalleen?**

Hyvä ja laadukas ympäristö elää ja yrittää

Luonto läsnä arjessa

Keskeinen sijainti

Kehittyvä ja mielenkiintoinen, houkuttelee osaajia

### **Brändin muodostumisen kiteytymät, joista muodostetaan brändilupaus/asiakaslupaus**

Miksi brändi on olemassa, mitä lisäarvoa se tuottaa kohderyhmälleen

Valkeakosken vahvuuksien ja mahdollisuuksien pohjalta on muodostettu vaihtoehtoisia asiakaslupauksia eli brändilupauksia. Ne ovat ensimmäisiä hahmotelmia ja ajatuksia, mitä on noussut esiin työn aikana. Varsinaiset brändilupaukset ja kiteytymät voidaan kehittää näiden alustavien ajatusten pohjalta. Ne eivät ole tosiaan poissulkevia vaan niitä yhdistämällä saadaan näkyviin Valkeakosken vahvuudet. Jatkotyönä brändiä tulee työstää yhdessä yrittäjien, kiinteistönomistajien ja kaupunkilaisten kanssa. Tärkeää on, että lupauksiin sitoudutaan, niitä kohden pyritään ja niistä viestitään yhdessä.

### **1. Valkeakoski – Kaikki lähellä, lähellä kaikkea**

Tämä lupaus kiteyttää ajatuksen siitä, että Valkeakoskella kaikki tarpeellinen on kävelymatkan päässä ja helposti saavutettavissa; pyörätiet ja joukkoliikenne, työpaikat ja palvelut. Samalla Valkeakosken sijainti kokonaisuutena on keskeinen; lähellä suuria kaupunkeja ja niiden tarjoamia palveluja.

Elämä ja harrastukset kävelyetäisyydellä. Turhuudet bussimatkan päässä. Kotiovelta ladulle, kalaan ja kaupungin palveluihin. Valkeakoskella on kaikki!

### **2. Valkeakoski – Sopivan suuri, aidosti palveleva, raikkaan vehreä kaupunki**

Yllä mainittu lupaus korostaa sitä, että Valkeakoski on ihmisen kokoinen, ottaa huomioon asukkaansa ja yritystoiminnan sekä näiden tarpeet. Sijaitsee luonnon ja vesistön ääressä, mutta tarjoaa monipuoliset kaupunkipalvelut.

Pieni ja palveleva, silti kaupungin kadut ja kahvilat.  
Aika Haka pikkukaupungiksi.  
Kanavakaupunki, palveleva ja hyvinvoiva.

### **3. Valkeakoski – Hyvä olla, elää ja yrittää**

Tässä brändikiteytymässä korostuvat matkailu eli vierailu ja väliaikainen oleminen Valkeakosken kaupungissa (Sääksmäen kulttuurikäytävä yms.), kaupungissa eläminen ja asuminen laadukkaasti sekä yrittäjyys, kaupungin tarjoama tuki ja tavoite kasvattaa alueen yritystoimintaa. Hyvinvointikeskus ja liikuntapalvelut tarjoavat hyvät puitteet brändille.

Kaupunki, jossa pronssikausi kohtaa digiajan, teollisuus kohtaa taiteen.  
Aktiivista vapaa-aikaa, rentoa kaupunkimeininkiä - luonnonrauhaa, lepoa kaupunkien sykkeestä.  
Liikuntaa ja lepoa, kaupunkimeininkiä.



## LIITE 1 Valkeakosken kaupallisen selvityksen työpaja 28.1.2019, Osallistujat

Jarno Eklund	K-market Apiankatu
Matti Lintula	Valkeakosken Yrittäjät ry
Jouni Fuss	K-Rauta Valkeakoski
Karri Kekkonen	Kiinteistömaailma
Petteri Tastula	Kesko Oyj
Mari Riutta	Pirkanmaan osuuskauppa
Juha Luomala	OP-Valkeakoski
Erkki Hinkkanen	Keski-Hämeen Rakennus Oy
Marko Lehojärvi	Hakafood Oy
Alf Lindström	Valkeakosken kaupunki
Petri Ahonen	Valkeakosken kaupunki
Vesa Varho	Valkeakosken kaupunki
Jani Kiiskilä	Valkeakosken kaupunki
Katja Koskela	WSP
Tuomas Santasalo	WSP