

# Itiksestä itään - yrittämisen edellytykset Meri-Rastilassa

Tilannekatsaus yrittäjien näkemyksiin alueen nykytilasta ja sen kehityksestä



## Sisällysluettelo

<b>Itiksestä itään - yrittämisen edellytykset Meri-Rastilassa.....</b>	<b>1</b>
<i>Johdanto .....</i>	<i>2</i>
<i>Tilannekatsauksen rakenne ja tiivistelmä.....</i>	<i>3</i>
<i>1. Yrittäjien asiakaskunta .....</i>	<i>3</i>
<i>2. Sosioekonomisen jakauman vaikutus asiakaskuntaan, yrittäjiin ja alueen tunnelmaan.....</i>	<i>4</i>
<i>3. Yrittäjien tarpeet.....</i>	<i>5</i>
<i>4. Alueen tilankäyttö yrittäjien näkökulmasta.....</i>	<i>7</i>
<i>5. Yleisiä ajatuksia Meri-Rastilasta ja sen kehityksestä.....</i>	<i>10</i>
<i>6. Yhteenveto.....</i>	<i>13</i>
<i>7. Toimintaehdotukset.....</i>	<i>15</i>

## Johdanto

Meri-Rastila on ylpeä monikulttuurisesta ilmapiiristään, ja kaupunkisuunnittelulla halutaan tukea myös tätä. Tutkimuksen avulla hahmotetaan, miten kaupunkisuunnittelulla voidaan edesauttaa pienyrittäjyyttä alueella, sekä tukea monikulttuurista yrittäjyyttä. Raportin on tarkoitus lisätä ymmärrystä yrittäjien tarpeista Meri-Rastilan alueella, ja tarjota toimintaehdotuksia siihen, miten kaupunkisuunnittelun avulla voidaan vastata näihin tarpeisiin.

Tutkimuksessa paneuduttiin siihen, millaisia paikkaan liittyviä tarpeita sekä maahanmuuttajataustaisilla että kantasuomalaisilla yrittäjillä Meri-Rastilassa on, ja miten he näkevät alueen kehityksen tähän asti ja tulevaisuudessa. Tarkoituksena on luoda edellytyksiä sille, että alue saadaan kiinnostavaksi niin yrittäjien kuin asiakkaiden kannalta.

Etnografinen tutkimustoimisto Kenno toteutti laadullisen tutkimuksen semi-strukturoituna temaattisina haastatteluina kuuden yrittäjän kanssa. Valittujen yrittäjien joukossa on sekä maahanmuuttajataustaisia että kantasuomalaisia yrittäjiä, joilla on joko yritys Meri-Rastilassa tai he asuvat alueella. Lisäksi tutkimukseen kuului havainnointi paikanpäällä yrityksissä sekä lähialueella. Tutkimus toteutettiin tammi-helmikuussa 2016.

Tämä raportti on tarkoitettu Helsingin kaupungin kaupunkisuunnitteluvirastolle kaupunkisuunnittelutyön tueksi. Raporttiin kuuluu tutkimuksen pohjalta muotoiltuja toimintaehdotuksia, jotka esitellään raportin lopussa.

## Tilannekatsauksen rakenne ja tiivistelmä

Katsaus alkaa haastateltujen yrittäjien asiakaskunnan kuvauksella. Yrittäjien taustoja ei tarkemmin avata heidän yksityisyytensä suojaamiseksi, mutta haastateltavat edustavat eri alojen yrityksiä. Seuraavassa kappaleessa käsitellään alueen sosioekonomisen jakauman vaikutusta alueen tunnelmaan. Siinä käsitellään lisäksi yrittäjien ristiriitaisia tuntemuksia alueen tunnelmasta ja yhteisöllisyydestä. Yhtäältä aluetta leimaa "laitapuolen kulkijoiden" koettu runsas määrä ja erilaiset ennakkoluulot levottomuuksista. Toisaalta alueen ilmapiiriin koetaan olevan hyvin avoin ja ystävällinen, jopa yhteisöllinen. Meri-Rastila koetaan erityisesti maahanmuuttajataustaisten yrittäjien alueena, mutta asukaskuntaa kuvataan moninaiseksi enemmän kuin maahanmuuttajien alueeksi.

Kolmannessa kappaleessa avataan yrittäjien ajatuksia ja toiveita liittyen yritysten toimitiloihin. Tärkeänä tekijänä nousee esiin näkyvyyden takaaminen omalle liiketilalle. Yrittäjien mielestä näkyvyyttä edesauttavat ikkunat ja sijainti kulkureittien varrella. Katutason liiketilat koetaan yleisesti parhaiksi eikä nykyisen ostoskeskuksen toimitiloja nähdä kovin houkuttelevina hintaan verraten huonon näkyvyyden ja epäsiisteyden takia.

Kappaleessa neljä jatketaan aihetta tilankäytöllisestä näkökulmasta. Ostoskeskuksen koetaan tällä hetkellä olevan epäkäytännöllinen. Siihen yrittäjät kaipaavat monimuotoisempia palveluita, jotka samalla houkuttelisivat uusia asiakkaita omaan yritykseen. Kun yrittäjien kanssa keskusteltiin basaarimaisesta tilaratkaisusta, siitä innostuttiin kovasti. Ideaan liitettiin sosiaalisen kanssakäymisen sekä näkyvyyden lisäämisen aspektit. Viimeisenä tilankäytöllisenä asiana käsitellään tori. Torin koetaan olevan ongelmallinen alue, koska sen ovat monesti vallanneet päihtyneet henkilöt, jolloin muut ryhmät eivät voi nauttia siitä. Torille kaivattiin uudistusta esimerkiksi tapahtumien ja torimyynnin kautta.

Viidennessä kappaleessa avataan yrittäjien ajatuksia Meri-Rastilan alueen kehityksestä ja vetovoimasta. Yrittäjät kokevat, että Meri-Rastila ei ole kehittynyt moneen vuoteen, ja alue kaipaisi elävöittämistä. Monien mielestä palveluiden keskittäminen ja rikastaminen loisi alueelle eläväisempää tunnelmaa. Vetovoimatekijöiksi listataan erityisesti luonto, meri ja alueen hyvä sijainti metroaseman ja muiden kulkuyhteyksien läheisyydessä.

Viimeisessä kappaleessa aihe vedetään yhteen ja viimeisenä esitellään aineistosta nousseet toimintaehdotukset, joita voidaan hyödyntää kaupunkisuunnittelussa.

### 1. Yrittäjien asiakaskunta

Haastateltujen yrittäjien asiakaskunnat vaihtelevat toimialan ja yrittäjän taustan mukaan. Yleisesti asiakkaat tulevat lähialueilta, mutta yrittäjät jotka ovat toimineet muilla alueilla aikaisemmin houkuttelevat mukaansa myös asiakkaita yrityksen vanhalta alueelta. Usein kuitenkin esimerkiksi aiemmat asiakkaat jotka olivat iäkkäämpiä eivät päässeet liikkumaan Meri-Rastilaan asti.

Monet kokevat, että heidän asiakkaansa tulevat alueelle usein autolla, mutta myös läheinen metroasema nähdään tärkeänä asiakkaiden saapumisen kannalta. Joillakin haastatelluista yrittäjistä oli varsinkin alussa ongelmia saada asiakkaita muualta kuin Meri-Rastilasta saapumaan paikalle esimerkiksi sen takia, että Meri-Rastilaan kohdistuu negatiivisia ennakkoluuloja.

*"Aika paljon kohdistuu ennakkoluuloja Meri-Rastilaan. Sen oon huomannu, kun mainitsee ihmisille Meri-Rastilan, niin joko ei tiedä mikä se on tai jos tietää mikä se on niin tulee heti sellainen negatiivinen sävy. Mutta sitten, kun saa ihmisen tulemaan ensimmäistä kertaa niin sitten yleensä huomaa et tänne on helppo tulla ja tähän on ihan kiva paikka."*

## 2. Sosioekonomisen jakauman vaikutus asiakaskuntaan, yrittäjiin ja alueen tunnelmaan

Meri-Rastilan asukkaiden sosioekonomisen aseman koetaan vaikuttavan vahvasti yrittäjien asiakaskuntaan, sillä asiakkaat tulevat yrityksiin pääasiassa lähialueelta.

*”Uudet asiakkaat on sillein et niitä pystyy kyllä löytää, mutta on se vaikuttaa, että tällä alueella on niin paljon meikäläisiä ulkomaalaisia ja paljon huumeita ja alkoholia käyttäviä ihmisiä.. Se on silloin vähän niin kuin vaikea löytää oikeaa asiakasta.. Sen takia on ollut vaikeuksia tossa. Voin sanoa suoraan, että yleensä ravintolalla ei kestä näin kauan oikean asiakaskunnan löytymiseen.. Se on vaikeaa. Mutta kyllä se ajan myötä menee.”*

*”Ja mä pelkään että se on sellainen se Meri-Rastila, että yrittäjät lähtee pois kun ne ei pärjää. Se on vaan tosi tylsää että joutuu yrittäjänä ajattelemaan niin paljon sitä maksukykyä. Kun eihän se niinkään saisi olla että jos on vuokra-asuntoja niin sitten ei ole palveluita, mutta itse en siksi mennyt Meri-Rastilaan.”*

Yrittäjät ovat kohdanneet ongelmia alueella liikkuvien “epämääräisten porukoiden” myötä. Esimerkiksi ostarin WC-tiloihin on jouduttu asentamaan sinisiä valoja huumeidenkäyttäjien takia. Kuitenkin alueella koetaan olevan enemmistönä “ihan tavalliset, hyvin käyttäytyvät asukkaat”, jotka ovat tervetulleita asiakkaita. Alueen asukkaisiin ja asiakaskuntaan liittyy siis sekä positiivisia että negatiivisia kokemuksia ja ajatuksia. Yritykset, joissa on käynyt häiriköiviä asiakkaita, ovat yrittäneet parantaa alueen viihtyisyyttä omasta puolestaan esimerkiksi myymällä alkoholia vain ruoan kanssa ja järjestämällä erilaisia tapahtumia. Näin onkin saatu jonkin verran muutosta asiakaskuntaan.

Monissa haastatteluissa nousi vahvasti esille se, että alue on kaupungin vuokra-asuntojen vuoksi tietynlainen ja ostovoima pieni. Alueen yleisen ostovoiman koetaan olevan melko heikko johtuen esimerkiksi siitä, että alueella asuu erityisesti nuoria, opiskelijoita sekä vanhuksia. Näiden kohderyhmien ei koeta käyttävän paljon rahaa palveluihin alueella. Toisaalta nykyiset palvelut eivät myöskään välttämättä vastaa vaativampien ja ostovoimaisempien asiakkaiden tarpeisiin. Yrittäjät kokevat, että sekoitus yksityisiä ja kaupungin asuntoja olisi paras mahdollisuus Meri-Rastilan kehitykselle.

*”Kannatan sitä, et sekoitetaan omistus- ja vuokra-asuntoja alueelle. Omistusasuntojen rakentaminen on jäänyt täällä, ja siitä on seurannut lieveilmiöitä, kun on niin paljon kaupungin vuokra-asuntoja... Sosiaalisia ongelmia, narkkareita ja juoppoja. Täällä ei saisi olla ollenkaan kokoontumispaikkoja. Sosiaaliset ongelmat tiivistyy paikoissa, kuten toi tori.”*

Meri-Rastilaan kohdistuu haastattelujen mukaan myös paljon ennakkoluuloja:

*”Ne ennakkoluulot ja pelot on sitä, että on levottomuuksia ja on niinku jotain kulttuurien yhteentörmäyksiä ja siitä aiheutuvia ongelmia. Itse en ole huomannut tällaista.”*

Haastateltavat puhuvat kuitenkin myös positiiviseen sävyyn Meri-Rastilasta ja kokevat, että monet ennakkoluuloista eivät pidä paikkansa. Yleisesti alue koetaan ilmapiiriltään ystävälliseksi ja avoimeksi. Monet kaipaavatkin alueelle sosiaalisia tiloja, joissa aikuiset voisivat viettää aikaa ilman runsasta alkoholinkäyttöä. Meri-Rastilan ostarin läheisyydessä ei ole esimerkiksi kahvilaa. Vaikka alueella koetaan olevan paljon ongelmia, koetaan ilmapiiri hyvin avoimeksi ja yhteisölliseksi.

*”Siihen minä tällä alueella kiinnitin ihan ensimmäisenä huomion, kun en tiennyt millaisia ihmisiä täällä on. Et silleen on tosi ystävällinen ja avoin ilmapiiri.”*

Haastatteluista kävi ilmi, että Meri-Rastilan alue koetaan erityisesti maahanmuuttajataustaisten yrittäjien alueena, mutta asukaskunnaltaan sen nähdään olevan enemmän moninainen kuin pelkästään maahanmuuttajataustaisten asukkaiden alue.

*"Mun mielestä tää on ennemminki silleen et tääl on tosi monenlaisia ihmisiä. Et ei silleen et tääl olis joku tietty ryhmä vallannut koko alueen."*

Alueen yrittäjät tuntevat toisiaan melko hyvin. He eivät varsinaisesti koe, että alueella olisi vahvoja yrittäjäverkostoja, mutta asiasta keskusteltaessa käy kuitenkin ilmi, että tietoa välitetään yrittäjältä toiselle ja tunnelma on yhteisöllinen. Haastatteluissa nousi esille, että alueen yrittäjät käyvät keskenään keskusteluita muun muassa Rastilaan liittyvissä asioissa ja suurin osa vähintäänkin tervehtii muita yrittäjiä heitä kohdatessaan.

*"Epävirallista yhteistyötä tehdään tällä alueella tosi paljon muiden yrittäjien kanssa. Käydään läpi erilaisia päätöksiä. Täällä halutaan olla avoimia"*

Kilpailua alueella ei oikeastaan pelätä, vaan sen koetaan tuovan alueelle vetovoimaa.

*"Mä koen että mitä enemmän tässä alueella on minun yritystä vastaavaa toimintaa niin sen parempi. Jos mulla ei sillä hetkellä ole aikaa antaa asiakkaalle niin mieluummin mä sen ohjaan tohon naapuriin kuin Itäkeskukseen, ja sitten hän kokee että siellä on kaikki palvelut ja hän jääkin sinne. Jos hän jää tähän lähelle niin se on mulle parempi juttu"*

*"Erilaiset naapurit esimerkiksi kauppakeskuksessa on etu, koska ihmiset voi sitten hoitaa monia asioita kerralla. Se voisi tuoda lisää asiakkaita että olisi erilaisia toimijoita, esimerkiksi ruokakauppaa ja sellaista."*

*"Jos tulisi vähän enemmän ulkomaalaisia kauppoja.. Ehkä sekin olisi hyvä juttu. Olisi enemmän asiakkaita ja ihmisiä. Jos on sama alueet niin ei varmaan tehtäisi yhteistyötä"*

Monet yrittäjät toivovat laajempaa yhteistyötä alueen yrittäjien välillä. Toiveita olisi esimerkiksi alueen yhteiselle elävöittämiselle, mutta tällaisen koetaan vaativan organisaattorin, joka johtaisi asiaa. Teemaa avataan lisää neljännen luvun keskustelussa torialueen kehittämisestä.

### 3. Yrittäjien tarpeet

#### Toimitilat

Toimitilatarpeisiin vaikuttaa eniten yrityksen liiketoiminnan ala, mikä on hyvä huomioida jos alueelle halutaan houkuttaa erilaisia palveluita. Yleisesti arvostetaan näkyvyyttä ja helppoa saavutettavuutta, ja Meri-Rastilaa pidetään hyvien kulkuyhteyksien päässä olevana alueena, erityisesti metrolla ja autolla liikkuville.

Parkkipaikat toimitilojen läheisyydessä sekä asiakkaille että yrittäjille itselleen ovat tärkeitä. Eräs yrittäjä mainitsi, että ostoskeskuksen edessä ei ole yrittäjien tarpeisiin pidempiaikaisia parkkipaikkoja, vaan ainoastaan asiakkaille muutaman tunnin pysäköintiin tarkoitettuja. Tämä hankaloittaa yrittäjän oman auton parkkeerausta työpäivän ajaksi. Ostoskeskuksen toimitiloja ei tällä hetkellä pidetä erityisen vetovoimaisina, mutta monia kiinnostaa mahdollisuus toimia mahdollisessa uudessa ostoskeskuksessa. Yrittäjiä huolettavat yleisesti ostoskeskuksissa toimitilojen vuokra sekä aukioloajat. Monet ovat kuulleet, että suuremmissa kauppakeskuksissa yrittäjä ei itse saa vaikuttaa aukioloaikoihinsa, vaan liikkeiden on oltava auki kauppakeskuksen aukioloaikojen mukaisesti, mitä pidetään yrittäjän kannalta huonona. Monikulttuurisessa

ympäristössä on myös huomioitava, että esimerkiksi uskonto ja erilaiset pyhäpäivät voivat vaikuttaa yrityksen aukioloaikoihin.

*“Mä koen yrittäjän vapautena sellasen että mä saan ite päättää milloin mulla on paikka auki.”*

*”Ehkä tää tila on just sopiva. [Ostoskeskuksessa] yleensä on pyhä-ajat ja kauppakeskus on kiinni. Mut tässä kun oma ovi niin voit avaa milloin vaan ja sulkee milloin vaan, niin ehkä tää ois parempi yrittäjän kannalta jos miettii.”*

Nykyisessä ostoskeskuksessa ainoana hyvinä liikepaikkoina pidetään katutasossa olevia tiloja, jotka näkyvät myös ulkopuolelle. Kun yrittäjien kanssa keskustelee siitä, missä kerroksessa toimitilan olisi hyvä sijaita, monet pitävät katutasoa parhaimpana. Näkyvyys ja uusien asiakkaiden saaminen sitä kautta on monille suuri etuus katutason liiketilassa, mutta myös asiakkaiden ja yrittäjän omat tarpeet, esimerkiksi tavaroiden kuljetus, vaikuttavat siihen, että katutaso on tärkeä.

*“No tällaisessa paikassa [nykyinen ostari] pitää olla ensimmäinen kerros, mut jos on kauppakeskus niin sillä kerroksella ei ole väliä,.. Tällaisessa ei onnistu jos olis toisessa kerroksessa.”*

*“Se että on katutasossa on tärkeä, sain teipit ikkunaan vasta viime perjantaina ja heti kävi niin että yhtenä päivänä käveli kaksi asiakasta vaan sisään kadulta niiden perusteella.”*

*“Mieluummin katutaso, on helpompi saada tavarat kulkemaan, et ei tarttee mennä portaisiin tai hissi menee rikki... Täällä käy aika paljon äidit rattaiden kanssa, jos ei oo hissiä ja vaan portaat niin miten ne pääsee tänne. Se tarkoittaa, et äidit joilla rattaat, turha tulla tänne.”*

Se, onko tärkeää että liiketilasta näkee ulos vai ei, riippuu hieman sijainnista. Se, että ohikulkijat näkevät sisään, saattaa olla tärkeää siksi, että ohikulkijat voivat kiinnostua ja tulla asiakkaiksi.

*”Tietenkin siinä on oma hyvä että asiakkaat näkee mitä sisällä on ja mä nään mitä ulkona. Jos olis jossain toisessa kauppakeskuksessa missä ei näkis ulos asti niin ei se haittaisi, siellä on oma maisema...”*

*”On tärkeätä että näkee ja samalla saa vähän valoo. Tässä kohtaa on seinä, mutta olisi kiva jos tässä kohtaa olis ikkuna, että molempiin suuntiin näkee, että tässä on tavaraa sisällä ja se houkuttelee ihmisiä.”*

Isommissa kauppakeskuksissa kuitenkin uskotaan vetovoimaa olevan myös ylemmissä kerroksissa, vaikka tämän vetovoiman luominen ei aina ole itsestäänselvyys. Joillekin vaikea saavutettavuus voi tarkoittaa myös rauhaa, erityisesti ostoskeskuksessa. Ostoskeskuksessa toimivat yrittäjät tunnistavat, että ostoskeskus paikkana houkuttelee paljon muitakin kuin potentiaalisia asiakkaita, ja osalla nykyisessä ostoskeskuksessa toimivilla yrittäjillä on huonoja kokemuksia “hengailijoista”.

*”Toi rappu on vähän sellanen et ku tuol ylhäällä on sellanen tyhjä tasanne ni se houkuttelee porukkaa ja yhet nuoret pojat kävin hätyyttelee siitä pois ku ne siinä hengaili ja poltteli. Mut kuitenkin siihen nähden kuinka houkutteleva se on niin aika vähän on. Sillon tällön sinne joku eksyy.”*

Tämän vuoksi myös asuintalon kivijalassa oleva toimitila nähdään rauhallisempana kuin nykyinen ostoskeskus. Taloyhtiön vuokralaisena voi myös saada hyviä etuja, kuten parkkipaikan ja mahdollisuuden käyttää taloyhtiön muita tiloja.

Kuitenkin kivijalassa monet kokevat, että oman toimitilan näkyvyys ei välttämättä ole niin hyvä. Haasteena liiketilojen suunnittelulle on hyvän näkyvyyden varmistaminen tasapuolisesti ja toisaalta myös rauhallisten tilojen takaaminen niitä tarvitseville.

## Yritysneuvonta

Lähes kaikki yrittäjät ovat käyneet jonkinlaisessa yritysneuvonnassa. Jotkut myös kokevat, että netistä tai omilta sosiaalisilta verkostoilta saa hyvin tietoa, ja siksi henkilökohtaiselle ohjaukselle ei ole tarvetta. Ajatuksen tasolla esimerkiksi Itä-Helsingin yhteiseen yritystilaan suhtaudutaan myönteisesti mutta skeptisesti, sillä ei uskota, että sellaiselle olisi tarpeeksi kysyntää. Yrittäjien haasteena neuvontaan hakeutumisessa on se, että aikaa ei yritystoiminnan pyörittämiseltä ole ainakaan virka-aikoina ja vapaa-aikana taas ei ole halua tai energiaa osallistua.

*“Pitäs palkkaa joku vetämään sitä ja saada hyvä paikka ja sit jos kukaan ei ehdikään tulla sinne tai vapaa-ajalla jaksa niin sit se raha menee hukkaan. Netistä saa kaiken tiedon nykyään.”*

*“Verottajan ja muiden nettisivuilta saa nykyisin tosi hyvin tietoa. Mutta varsinaiseen yrittäjäneuvontaan voisi olla ihan hyvä osallistua. Jos palvelu olisi lähempänä, vaikka Itäkeskuksessa, niin varmasti olisi näppärämpää. Mulla saattaa olla joku tunti vapaata jos on taukoja aikataulussa, mutta jos mä keskustaan lähden niin siinä menee tunti pelkästään matkoihin.”*

*“En ehkä usko et se ois noin suuressa mittakaavassa [et ois oma tila yritysneuvonnalle alueella] tarpeellista. Joskus vois olla YritysHelsingin tapahtumia, mut kiintee tila alueella ois ylimoittamista, koska ei tääl kuitenkaan niin paljon yrityksiä ole.”*

## 4. Alueen tilankäyttö yrittäjien näkökulmasta

Meri-Rastilassa on yrittäjien mukaan paljon potentiaalia, sillä sijainti on hyvä. Tällä hetkellä palvelut ovat keskittyneet ostoskeskuksen ympäristöön, ja siinä hallitsevana elementtinä onkin juuri ostoskeskus sekä sen viereinen torialue, joka on kuitenkin jäänyt vähälle käytölle. Kuten toisessa kappaleessa käy ilmi, yrittäjät kaipaavat alueelle yhteisöllisyyttä ja sosiaalisia tiloja, joiden uskotaan myös tuovan asiakkaita. Nämä asiat liittyvät tiiviisti myös tilankäyttöön asioihin alueella.

### Ostari

Yleisesti Meri-Rastilan ostoskeskus on yrittäjien mielestä parhaat päivänsä nähnyt. Ne haastatellut yrittäjät, jotka toimivat ostoskeskuksessa tällä hetkellä, ovat myös kiinnostuneita jatkamaan uudessa ostoskeskuksessa, ja jopa osallistumaan sen suunnitteluun. Uudenlaisessa ostoskeskuksessa uskotaan olevan potentiaalia houkutella uusia asiakkaita.

Yleisesti ostarille toivotaan monipuolisempia palveluita ja tasapuoliset liiketilat kaikille. Nyt muut kuin katutason kerros koetaan vaikeasti lähestyttäväksi. Näkyvyyttä haluavat kaikki, ja sen parantamiseksi on merkitystä liikepaikalla, sekä sillä, millaisia muita palveluita ostarilla on.

*“Ku ihmiset käy tässä kaupassa ni mun on helppo laittaa flajereita ilmoitustaululle ja ku ständi on tossa mis kuljetaan kauppaan ni se saa kyl paljon kiinnostusta ja huomiota. Et varsinki verrattuna siihen, kun olin aiemmin niin kerrostalon kivijalassa ni siinä ei ollu sillä tavalla ohikulkua. Et tässä on enemmän ohikulkijoita mikä on hyvä.”*

*“Jos maksais enemmän vuokraa, siinä pitäisi olla enemmän kauppoja, enemmän ihmisiä, missä kulkee paljon ihmisiä.”*

Eräs yrittäjä harkitsi toimitilaa Meri-Rastilan nykyisellä ostarilta, mutta ei lopulta edes mennyt katsomaan tilaa koska se on ostarin 3. kerroksessa, ja sinne olisi pitänyt kiertää ulkokautta.

*"En usko että asiakkaat olisi löytäneet sinne. Vaikka mä olen itse asunut alueella 6 vuotta niin en tiennyt että siinä ostarissa on 3. kerros, tai siellä mitään liiketiloja."*

Osaan liiketiloista kuljetaan rappukäytävän kautta. Tällaiset suljetut tilat saattavat erityisesti naisista tuntua joskus ahdistavilta.

*"Ja sit tos rapussa on aina välillä paljon miesjoukkoja kulkee. Ni jotkut asiakkaat saattaa kokea sen silleen jotenki epämiellyttävänä tai pelottavana tai jotain. Et kyl tää rakennus on selvästi sellanen."*

Vaikka pelko olisikin täysin perusteeton ja sen kohde mikä hyvänsä, on sen kokemus kuitenkin aina todellinen henkilölle itselleen. Siispä julkisia tiloja suunnitellessa kannattaa huomioida myös pelot ja luoda paikkoja, joissa sosiaalinen kontrolli on mahdollista.

Monet kokevat, että viihtyvyyttä ostoskeskuksessa ja sen ympäristössä vähentävät tällä hetkellä erityisesti päihtyneet oleskelijat.



Meri-Rastilan ostoskeskus

## **Basaari**

Yrittäjien kanssa keskusteltiin ehdotuksesta, jossa nykyisen ostarin tilalle tehtäisiin basaarimallinen ostoskeskus. Basaarissa olisi matalan kynnyksen liiketiloja, joissa osa tiloista olisi yhteiskäyttötiloja, sekä mahdollisesti kevyempi infrastruktuuri esimerkiksi ravintoloiden osalta. Tällä mallilla pyrittäisiin pitämään vuokrat kohtuullisina. Monet yrittäjät innostuvat basariehdotuksesta. Basaarin hyväksi puoleksi koetaan, että se lisäisi sosiaalista kanssakäymistä ja verkostoitumista. Yrittäjät toivat basaarin sosiaalisen hyödyn spontaanisti esiin haastatteluissa, se liittyi selvästi mielikuvaan basareista eläväisinä tiloina, joissa ollaan tiiviisti yhteydessä sekä asiakkaisiin että toisiin yrittäjiin.



*“Basaari olisi kyllä hauska. Se elävöittäisi ja tukisi sosiaalista toimintaa. Olisi paikka mihin kokoontua.”*

*”Se olisi itse asiassa ihan kiva. Et olisin kyl kiinnostunut. Et jos olisi tän tyyppinen tila ja sit siinä olisi vieressä muuta niin kuulostaisi todella houkuttelevalta.”*

Basaarissa uskotaan myös näkyvyyden parantamiseen. Yrittäjät kokevat, että sellainen houkuttelisi myös asiakkaita, ja monipuolinen tarjonta saisi viettämään siellä aikaa. Toisaalta myös kilpailun uskotaan kiristyvän, jos paljon yrityksiä olisi vierekkäin, vaikka se houkuttelisikin asiakkaita. Kilpailua ei sinänsä pelätä, vaan yrittäjillä on ”paras voittakoon” -mentaliteetti. Kuitenkin basaarin omistussuhteet ja hintataso mietityttävät. Matalan kynnyksen ja halvemman hintatason tilat kyllä houkuttelevat.

*”Kuulostaa hyvältä idealta. Kun pienellä yrityksellä on aina se, että miten saa itsensä näkyviks. Mut basaarissa voi kulkea ja kattoa ja saada sitä näkyvyyttä ja asiakkaat kiinnostuisi.”*

*“Just semmonen basaari toimis hyvin. Kaikki siististi yhdessä paikassa. Sopivan kokoisia tiloja ja kaikille samanlaisia.”*

*”Basaari ei toimi, koska yksityinen omistais, ei olisi halpa kuitenkaan! Kaupunki ei voi vuokrata basaria tai tulee epäreiluu.”*

*”Me pienet yrittäjät, aloittelijat niin ei meillä oo tarpeeks asiakkaita et voitais maksaa paljon. Tai tietty jos tulis enemmän asiakkaita, mut jos on tämmöstä niin ei vois olla enemmän ku 600-500e/kk.”*

Basaari-mallissa osaa yrittäjistä arveluttaa oman rauhan mahdollistaminen, esimerkiksi palveluyrittäjillä, joiden tulee tarjota asiakkailleen tietty yksityisyys.

## **Tori**

Ostarin vieressä oleva tori nähtiin melko ongelmallisena alueena. Siinä ei tapahdu mitään, vaikka tila olisi potentiaalisesti hyvä erilaisten tapahtumien tai torimyyntin paikaksi. Torin elävöittäminen auttaisi yrittäjien mukaan sekä alueen yleisen viihtyvyyden ja yhteisöllisyyden parantamiseen että helpottaisi yrittäjien toimintaa. Tori onkin suuressa roolissa ostarin alueen tunnelmanluojana. Sen elävöittämiseen kaivataan jonkinlaista vastuutahoa tai toiminnan johtajuutta.

Ehdotuksia torin elävöittämisestä nousi esiin, ja erityisesti toivotaan ajatuksella suunniteltuja tapahtumia, ei vain tekemällä tehtyjä. Yrittäjien oma halukkuus osallistua vaihtelee, osa on valmiita hyödyntämään toritapahtumia oman yrityksensä puitteissa, osa taas arvelee että sellaiseen ei ole aikaa. Kaikkien mielestä torille olisi hyvä saada piristystä. Yrittäjät ovat kuitenkin sitä mieltä, että torilla ei olisi mukava olla yksin, vaan ”joukossa on voimaa”.

*“Meillä on suurta halukkuutta olla mukana kehittämässä tota toria, elävöittää sitä ja ottaa katutilaa haltuun juupoilta. Torihan on ihan loistava, koska se on keskellä yhteisön paikkaa, lähellä metro ja vieressä ostari. Olisi kiva nähdä tossa myös kirpputoreja, perhetapahtumia.”*

Monet ongelmat yhdistetään publiin, mutta todennäköisesti kyseessä ovat eri ihmiset jotka juovat alkoholia torilla ja pubissa. Osittain varmasti on kyse myös tunnelmasta, eikä huutelun kohteeksi joutunut ohikulkija erottele, onko kyseessä pussikaljoittelija vai terrassilla istuskelija.



## 5. Yleisiä ajatuksia Meri-Rastilasta ja sen kehityksestä

Osalla yrittäjistä on ollut ennen yrityksensä muuttoa alueelle ennakkoluuloja Meri-Rastilaa kohtaan.

*"Alueena koin pikkasen oudoksi. Eksyin keskustelupalstoille, joissa mollattiin Meri-Rastilaa. Kauheita kommentteja. Älkää vaan eksykö sinne, ku se on ihan kamalaa aluetta. Siitä tuli kuva, et 'mihin ihmeeseen on tultu'." Kuitenkin yrittäjät tuntevat olevan tyytyväisiä valintaansa "ei ne ennakkoluulot pitäneet paikkaansa kuitenkaan".*

Varsinkin ne yrittäjät, jotka myös itse asuvat alueella, kehuvat Meri-Rastilan merellistä luontoa ja rauhallisia ulkoilureittejä. Se, mitä informantit kaipaavat sekä alueen asukkaina että yrittäjinä, ovat viihtyisämmät sosiaaliset tilat. Kuten aiemmin tässä raportissa, alueen yhteisöllisyyttä käsiteltäessä todetaan, yrittäjät kokevat, että alueelta puuttuu esimerkiksi kahviloita tai muita ajanviettopaikkoja. Ehkä osittain tästä syystä osasta muun alan yrityksistä on muodostunut asiakkailleen ja omistajien paikalliselle ystäväpiirille myös ajanviettopaikkoja, joihin pistäydytään kahville. Varsinaisesti kukaan haastateltavista ei näe alueen juuri kehittyneen viimeisen vuosikymmenen aikana. Pikemminkin koetaan, että *"Meri-Rastilan kehitys junnaa paikallaan. Muutin tänne 2010 eikä se oo muuttunut mihinkään, se on ihan samanlainen"*. Kehitystä kuitenkin toivottiin.

### Toiveet alueen kehityksestä

Alueen elinvoima rinnastetaan sen ostovoimaan ja potentiaalisiin asiakkaisiin, ja kaikki haastatellut yrittäjät toivovatkin alueelle lisää elämää. *"Nyt täällä on enemmän autoja ku ihmisiä"*.

Elävöittäminen tulee kuitenkin tehdä luontoa kunnioittaen, sillä se nähdään valttikorttina, jonka avulla Meri-Rastilaan voitaisiin houkutelaa lisää erilaisia asukkaita. Kuten todettu, alueen tämänhetkisten asukkaiden ostovoima nähdään liian pieneksi monen yrityksen tarpeisiin, tai sen nähdään katoavan muualle, esimerkiksi läheisiin keskuksiin Columbukseen ja Itikseen. Sekä asukaspoijaan että alueen yrityksiin toivotaan lisää monimuotoisuutta.

*"Pitäs muuttaa tätä aluetta vähän sillein, että ei enempää meikäläisiä [maahanmuuttajia] suoraan sanottuna.. Niin ettei kerääntyis kaikki yhteen paikkaan.. Niin sinänsä tää [alue] alkais niin kun muuttua ja parantua.. Suomessa ollaan, mutta jos on yhdellä alueella kaikki ulkomaalaiset niin ei se toimi sillein. - - Jos sais sekottumaan erilaisia asukkaita ja erilaisia liiketoimintoja niin se toimis paremmin."*

Haastateltava, joka myös asuu Meri-Rastilassa pohtii seuraavaa: *"vois olla kukkakauppaa, kirjakauppaa, kirpputoria, luontaistuotekauppaa, jos saa ihan visioida. Luulis et alueella riittää ostovoimaa, mut toisaalta jos ärräki on lopettanu, ni en oo varma. Toisaalta ihmiset jotka liikkuu autolla, ni heidän on helppo lähteä Columbukseen ja Itikseen, jotka on lähellä. Ehkä sit enemmän autottomat kävis tässä".* Yhtenä erottautumistekijänä Meri-Rastilan ostarilla voisikin olla moninaiset palvelut kävelytäisyydellä.

*"Olis mulle ihannetila jos kaikki palvelut olisi lähellä ja pääsisi kävellen. Olis hyvä et saisi enempi tähän ostarin läheisyyteen asioita ku nyt ihmiset ei edes huomaa et täs on muuta ku toi S-marketti. Se on täs näkyvämpänä ja sen ihmiset huomaa. Jollain tavalla nää kaikki muut tilat jää vähän piiloon. Et jotain sellasta et nää muut saatais näkyvämmiksi."*

Alueen kehittämiseen kävelijän näkökulmasta liittyy myös turvallisuus.

*"Liikaa autoja kulkee täällä. Pitää olla tosi varovainen. Varsinkin jos on asiakkaina lapsiperheitä."*

Toisena mahdollisena erottautumistekijänä nähdään alueen kivijalkojen elävöittäminen liiketiloilla, mikä voisi olla mahdollista esimerkiksi täydennysrakentamisen yhteydessä.

*"Sitten jos miettii muuta kuin sitä ostaria niin ne kaikki asuintalot on rakennettu silleen ettei niissä ole liiketilaa kivijalassa, se olisi yksi kehityskohde. Miksi pitää olla vaan kauppakeskuksia? Onko se niin, että ihmiset ei enää kävisi kivijalkaliikkeessä? En usko. Luulen, että meiltä on vaan viety mahdollisuus. Musta nää välimatkat ei oo niin pitkiä, etten voisi käydä parissa eri kivijalkakaupassa."*

*"Jos tänne tulis enemmän rakennuksia pitäisi olla enemmän kauppvoja, ettei ihmisten tartte lähteä hakeen kaukaa ruokaa ynnä muita tavaroita."*

Yhtenä selkeänä kehityssuuntana pidetäänkin asumisen ja palveluiden yhdistämistä, mihin voidaan tähdätä yhtäältä kivijalkaa elävöittämällä ja toisaalta rakentamalla asuntoja ostoskeskusiinteistöjen päälle. *"Itiksen Prisman kortteli on tästä hyvä esimerkki"*.

Eräs haastateltava pitää yhtenä vaihtoehtona myös parkkitilojen muuttamista tornitaloiksi, joihin tulisi erilaisia asumisratkaisuja:

*"Jotain hitasta tai muuta tuettuua vois olla. Erilaisia ratkasuja, omistus- ja vuokra-asuntoja, mutta täällä ei mene mikään läpi. Sanotaan vaan, että ei meille mutta tehkää naapuriin! Nyt kaupungin täytyy vaan ottaa rohkeesti rooli. Se ei toimi, että yhden ihmisen valitus jäädyttää kokonaisia hankkeita."*

Yhtä mieltä kaikki yrittäjät ovat kuitenkin siitä, että alueelle tarvitaan tavalla tai toisella lisää elämää, jotta sen vetovoimaisuus säilyy tai mieluummin kasvaa nykyisestä.

## **Vetovoima**

*"Alue on musta potentiaalinen. Mul on vahva usko siihen et tääl on mulle kyllä asiakaskuntaa. Vielä se on vähän hakusessa, mut tässä alueella on niin paljon ihmisiä ja liikkuu ihmisiä. Tähän on helppo tulla muualta. Et sillä tavalla pidän tätä sijainnilta tosi hyvänä."*

Sijainniltaan yrittäjät näkevät Meri-Rastilan olevan kaukana keskustasta, mutta toisaalta erinomaisten yhteyksien päässä. Yksinomaan metroon ei kuitenkaan nähdä voitavan luottaa. *"Jos*

*bussi kulkisi vierestä ja sais enemmän parkkitilaa, ilmaista parkkitilaa, ja enemmän kauppoja ja enemmän porukkaa.”*

Kuitenkin helppoa saavutettavuutta yhtenä alueen valteista. *”Täs on metro ja täs on kauppa. Jos vielä ranta tulis tähän ja muutenkin hyvä palvelut jos sais, niin mitä muuta voi olla.. Kyl mun mielestä ne riittää.”*

Yleisesti yrittäjät ajattelevat, että ostarille on helppo löytää metrolta. He kokevat sijaitsevansa lähes metroasemalla, eikä kävelymatkaa pidetä ongelmana.

*”Joo siis kulku tähän metroasemalta on...siinä ei oo mitään vaikeuksia.. Tosta rampista vaan ylös niin se on täällä ja se on siinä.”*

Sijainnin koetaankin olevan Meri-Rastilan valttikortti, sillä sinne on helppo tulla. Yrittäjien näkökulmasta ei noussut esiin, että alueella olisi vaikea liikkua tai suunnistaa.

Myös monikulttuurisuutta pidetään hyvänä asiana, joskin samaan hengenvetoon yleensä tunnustetaan, että alueeseen kohdistuu myös ennakkoluuloja.

*”Hyvä vaan jos muut ajattelee että tämä Itä-Helsinki on pelottava paikka kun on maahanmuuttajia ja kaikkea, eipä tule tungosta. Mä viihdyn täällä hyvin. Se että on paljon maahanmuuttajia on vaan hyvä, se tekee tästä alueesta rikkaamman. 2-v. poika on päiväkodissa, jossa on kahdeksaa eri kulttuuria. Musta on hyvä että se oppii että on muitakin kuin kantasuomalaisia.”*



Kivijalan yritysten ilme ei ole kovin näyttävä johtuen pienistä ikkunoista. Paikalliset löytävät hyväksi todetun ravintolan, mutta muualta tulleille tällainen ilme ei välttämättä esittäydy niin houkuttelevana.

## 6. Yhteenveto

Kuten aiemmista kappaleissa käy ilmi, Meri-Rastilan suurimpina haasteina yritysten menestymisen kannalta nähdään alueellisen vetovoiman puute, asiakkaiden vähäinen määrä sekä asukkaiden alhainen ostovoima. Lisäksi kilpailu lähialueiden ostoskeskusten Itiksen ja Columbuksen kanssa on yrittäjien mielestä haastavaa.

Yrittäjillä on mielikuva, että Meri-Rastila on enemmän kaupungin vuokra-asuntojen kuin yksityisomisteisten asuntojen aluetta. Asuinalueen rakenne on kuitenkin todellisuudessa melko heterogeeninen, joten on hyvä pohtia, mistä tällainen mielikuva johtuu. Yhtäältä yrittäjät näkivät syynä mielikuvan syntymiseen alueen ostovoiman heikkouden ja toisaalta sen karkaamisen lähialueiden keskuksiin Columbukseen ja Itikseen.

*“Ei tääl oo ihmisiä riittävästi kahteen, kolmeen eri paikkaan. Tänne vaan on tehty liian turhii juttui. Itäkeskus on kävellen täältä viistoist minuuttia. Miks porukka menis? Enää jäljellä se, et joka talon alle rakennetaan ostari. -- -- “ Ei näin älyttömästi kaikkee erillistä. Jos kaikki sais yhteen paikkaan. Kaikki palvelut samalla kertaa. Sit porukka ei karkaisi sinne Itikseen vaan jäis tänne. -- -- Yrityksiä pitäisi ohjata yhteen. Sit ihmisistä ei tuu sosiaalisia, ku on vaan kaikkee kaikkialla. Sit ihmiset hajaantuu liikaa.”*

Meri-Rastilaa kehitettäessä on hyvä huomioida naapurikeskusten vetovoima ja luoda Meri-Rastilalle erottautumiskeinoja, jotka pohjautuvat niihin syihin joista alueen asukkaat ovat kiintyneet Meri-Rastilaan sekä houkuttelevat asiakkaita myös muilta alueilta.

Luonto nousi usein esiin keskusteltaessa Meri-Rastilan valttikorteista ja asukkaita houkuttelevista piirteistä. Meren läheisyys ja monipuoliset luonnossa liikkumisen mahdollisuudet luovat alueesta viihtyisän sen yrittäjille, asukkaille ja vierailijoille. Merellisyys saisi monen yrittäjän mielestä näkyä alueella enemmänkin ja eräs ehdottikin, että “ranta pitäis saada ostarille”. Nykyisellään ostoskeskuksen ja torin alue ei juuri kytkeydy alueen maisemaan, mutta luontoa voitaisiin tuoda esiin esimerkiksi visuaalisilla ja tapahtumien kautta. Toiveena on myös, että jo ostarin alueella näkyisi yhteys merelliseen maisemaan.

Yhtenä mahdollisena positiivisena erottautumistekijänä Meri-Rastilalle on kaavailtu erikoistumista erilaisten kulttuuristen asiakaskohderyhmien tarpeita palveleviin yrityksiin. Yksi esimerkki tämän tapaisesta kehityksestä on Hämeentie Helsingissä.

*”Vii-Voan Hakaniemessä on tosi hyvä kauppa. Jos tähän lähelle tulis joku sellanen kauppa niin käytäisiin kyllä siinä, ja ihan varmasti se houkuttelisi asiakkaita myös kauempaa tänne. Jos mekin käydään täältä Hakaniemessä niin miksei joku voisi tulla sitä varten tänne kauempaakin. Jos on oikeesti hyvämaineinen ja hyvä kauppa.”*

Meri-Rastilassa asuu paljon muualta Suomeen muuttaneita ja osa alueella toimivista maahanmuuttajataustaisista yrittäjistä haluaakin tuoda Suomeen jotakin totutusta poikkeavaa. Erikoistumisella maahanmuuttajataustaisten yritysten keskittymäksi ei kuitenkaan katsota olevan

itseisarvoa, vaikka moninaista yrittäjyyttä pidetäänkin tärkeänä. Ensiarvoisina nähdään monipuoliset palvelut ja erilaisten yrittäjien tuominen yhteen.

*“Yks meidän naapuri avasi siellä [Sörnäsissä] kaupan ja saman tien ne sulki siellä. - - Samalla alueella paljon ulkomaalaisia kauppia. Ehkä täälläkin välillä kiva mennä eri alueet, niin ei tarte kaikki olla sama lähistöllä..”*

*“Mulle sopis et sais vähän enemmän kauppia, ehkä tässä rivissäkin tulis vähän enemmän lisää kauppia. Vähän erilaista tavaraa. Ihan sama niin kunhan vaan tulis lisää kauppia niin kyllä ihmisiä houkuttelee.. tässä vaan neljä kauppiasta.”*

*“Tärkeintä olisi kehittää sitä ostaria, mutta en osaa sanoa mitä pitäis tehdä... Nyt se ei ole toimiva. Ehkä jos olisi monipuolisemmin yrityksiä ja palveluita. Tällä hetkellä itse käytän vaan S-marketia.”*

Alueen palvelut ovat keskittyneet pitkälti Meri-Rastilan torin ympärille. Silti torillakaan palveluiden monipuolisuuteen ei olla tyytyväisiä. Itäkeskuksessa sijaitseva Tallinnanaukio sekä Kontulan ostoskeskus nähdään onnistuneina esimerkkeinä elävistä alueellisista keskuksista. Suurin osa haastatelluista on sitä mieltä, että Meri-Rastilan keskuksen uusiminen kohentaisi alueen ilmettä ja toisi lisää asiakkaita.

*“Mielenkiintoinen ja uusi ostoskeskus nostaisi profiilia. Ainakin alkuun varmasti vetäisi ihmisiä. Ja jos siellä olisi kiinnostavia palveluita, joita esim täällä ei oo niin varmaan täältäkin ihmiset kävisi siellä.”*

Tällä hetkellä erityisesti sosiaalisten paikkojen puute korostuu, koska monet kokevat, että torin julkisen tilan ovat vallanneet alkoholin ja huumeiden väärinkäyttäjät, eikä torilla ole siksi mukava viettää aikaa. Yrittäjät pitävät tärkeänä toritalan ottamista haltuun, mutta siihen ei olla valmiita yksin. Haastateltujen yrittäjien mielestä ostoskeskuksen toimitilojen uusiminen ja ilmeen päivittäminen sekä torin elävöittäminen ovat hyviä konkreettisia toimia, joista lähteä liikkeelle. Torille toivotaan mukavuuksia kuten penkkejä, mutta niitä ei välttämättä haluta ennen kuin tori on “siistitty epämääräisestä porukasta”. Toritalan haltuunoton nähdään tapahtuvan parhaiten valvotuilla tapahtumilla ja torimyynnillä.

On siis selvää, että Meri-Rastila ja ostoskeskuksen ympäristö koetaan potentiaaliseksi kehityskohteeksi hyvien liikenneyhteyksien ja sijainnin vuoksi. Alueen uudistamisen ja asunnontuotannon lisäämisen toivotaan tuovan lisää asiakkaita ja ostovoimaa. Haastateltavat toivovat, että keskusta-aluetta kehitettäisiin kuitenkin pienyrittäjien ehdoilla. Esimerkiksi joustavat aukioloajat sekä edulliset vuokrat ovat elinehto pienyritysten toiminnan kannattavuuden kannalta.

Lisäksi yritysten selviytymisen kannalta tärkeänä pidetään palveluiden keskittämistä tai ketjuttamista. Keskittämällä tai ketjuttamalla yrityksiä ja palveluita voitaisiin tehokkaammin limittää asutukseen. Ajatukseen kivijalkaliikkeistä tai asuntojen rakentamisesta ostoskeskuksen yhteyteen suhtaudutaankin suopeasti. Asumisen ja palveluiden yhdistämisen ajatellaan elävöittävän kaupunkikuvaa, tuovan näkyvyyttä yrityksille ja lisäävän sosiaalista kanssakäymistä. Mikäli palveluita halutaan muualle kuin yhteen keskukseseen, kokevat yrittäjät, että niiden täytyy kuitenkin olla jotenkin linkitettyinä toisiinsa. Toimintaehdotuksissa käsitellään palvelurakenteen ketjutusta tarkemmin.

## 7. Toimintaehdotukset

Edellä esitellyn tutkimuksen pohjalta Etnografinen tutkimustoimisto Kenno on muotoillut seuraavat toimintaehdotukset. Ehdotukset on jaoteltu Meri-Rastilan vetovoimaisuus, Monikulttuurisuus ja merellisyys vetovoimatekijöinä ja Keskitetty vai ketjutettu palvelurakenne -otsikoiden alle. Osa toimintaehdotuksista kuitenkin vastaan useampaan eri teemaan ja niihin liittyviin tarpeisiin, koska asiat kytkeytyvät toisiinsa.

### 1. Meri-Rastilan vetovoimaisuus

Meri-Rastilan on turha kilpailla läheisten keskusten kanssa. Sen sijaan sen vetovoimaa ja tunnettuutta tukisi niistä erottautuminen.

- Luontoa ja yhteyttä mereen sekä sitä kautta esimerkiksi Aurinkolahteen kannattaa korostaa yhtenä Meri-Rastilan vetovoimatekijänä.
- Tämän ei tarvitse tarkoittaa merellisyyden tai luonnonläheisyyden korostamista joka paikassa, vaan se voidaan toteuttaa tarjoamalla luonteva yhteys palveluiden ja alueen olemassa olevien luontokohteiden välille. Esimerkiksi hajauttamalla palveluita ympäri Meri-Rastilaa ja luomalla kävelymahdollisuuksia niiden välille.
- Luontoa ja luonnonläheisyyttä voidaan hyödyntää brändäyksessä, ja luonnonelementtejä kannattaakin tuoda myös vaikkapa ostoskeskuksen sisustukseen. Luonnonläheisyyden ei kuitenkaan tarvitse olla päälle liimattua, koska tunnelma voidaan luoda helposti hyödyntämällä aitoja luontokokemuksia alueella.
- Mikäli myös ostarille halutaan tuoda luonnon elementtejä, esimerkiksi tällaiset ilmeet tukevat luontoteeman jatkumista myös kauppakeskuksessa:



AFP/GETTY IMAGES  
AFP/ Getty Images ([http://i.dailymail.co.uk/i/pix/2012/09/19/article-2205677-151352E9000005DC-251\\_964x642.jpg](http://i.dailymail.co.uk/i/pix/2012/09/19/article-2205677-151352E9000005DC-251_964x642.jpg))



Eastgate Interior ([http://assets.inhabitat.com/files/eastgate\\_interior.jpg](http://assets.inhabitat.com/files/eastgate_interior.jpg))

## 2. Monikulttuurisuus ja yhteisöllisyys vetovoimatekijöinä

- Alueen monikulttuurisuus nähdään rikkautena. Erilaisia ihmisiä halutaan mieluummin tuoda yhteen kuin erotella. Siksi esimerkiksi basaari-idean mahdollisessa toteutusvaiheessa on tärkeä varmistaa, että tilaratkaisut palvelevat moninaisia yrityksiä. Alueelle halutaan sekä maahanmuuttajataustaisia että kantasuomalaisten yrityksiä.
- Alueen yhteisöllisyyden ja eri toimijoiden verkostoitumisen kannalta on tärkeä, että alueelle luotaisiin sosiaalisia paikkoja, joissa eri taustaiset ihmiset voivat kokoontua ja viettää aikaa. Sosiaalisia paikkoja voisivat olla esimerkiksi kahvila, basaari tai eläväisempi tori.
- Yrittäjien näkökulmasta on tärkeää, että alueesta tehdään vetovoimainen monenlaisille asukkaille. Sekä erilaisten vuokra- ja tuettujen asumisratkaisujen että omistusasuntojen rakentaminen alueelle on ehto sen yrityksille.
- Ostovoima ja palvelut tukevat toisiaan. Jotta alueelle saadaan lisää maksavia asiakkaita, kokevat yrittäjät, että sinne tarvitaan monipuolisempia palveluita.
- Luomalla erilaisia tai helposti muunneltavia liiketilaratkaisuja, voidaan tukea monipuolisten palvelujen syntymistä alueelle.

## 3. Keskitetty vai ketjutettu palvelurakenne?

Meri-Rastilan palvelurakennetta voitaisiin kehittää joko keskusta-alueeseen tai miettiä sen lisäksi ketjutettua palvelurakennetta. Nämä eivät ole toisiaan poissulkevia ratkaisuja, vaan esimerkinomaisia ideoita. Paras lopputulos voidaan saada yhdistämällä elementtejä näistä kahdesta ja huomioimalla erilaisia tarpeita niihin liittyen.

**Keskitetty malli**, jossa asuminen ja palvelut olisi tuotu tiiviisti yhteen Meri-Rastilan ostoskeskuksen ja torialueen ympäristöön saa kannatusta yrittäjiltä.

### A. Yhdessä kehittäminen ja torialueen elävöittäminen

Torin haltuun ottaminen täytyy tapahtua joukkona. Yrittäjät näkisivät mielellään torin kehittyvän ja osa olisi valmis olemaan itse kehitystyössä mukana, mutta kukaan ei ryhtyisi siihen yksin.

- Torialueen elävöittäminen voitaisiin toteuttaa yhteistyössä ostoskeskuksen yrittäjien kanssa.
- Ostoskeskuksessa tai torin ympärillä toimivat muut toimijat, kuten nuorisotalon ja seurakunnan voisi myös kutsua ideoimaan ja keskustelemaan mahdollisuuksista toritalan käyttöön.
- Kesäaikaan torilla nähtäisiin mielellään torimyyjiä, musiikkitapahtumia ja kahviloita.
- Tapahtumien ja torimyyntien myötä olisi myös mahdollista kokeilla, mikä vetää ihmisiä Meri-Rastilaan. Basaari-idea voisi testata järjestämällä markkinat, joiden



esikuvana voisi toimia esimerkiksi Teurastamon alueelta tuttu Helsinki Night Market. Merellisyys taas pystyttäisiin tuomaan torille esimerkiksi kalamyymien myötä.

“Jos sinne [basaariin] saatais esim. noita kalastajia, jotka nyt myy saalistaan Vuosaarella niin sit mä uskoisin siihen [basaari-] ideaan ihan täysin.”

- o Palveluita pystyttäisiin näin ajoittain monipuolistamaan, ja Meri-Rastilan vetovoimatekijöitä kuten kulttuurista rikkautta ja luonnonläheisyyttä olisi mahdollista tuoda esiin tapahtumien markkinoinnilla.



Teurastamon Helsinki Night Market (www.visithelsinki.fi) (c) Jussi Hellsten/Helsinki365

## B. Liikenneyhteydet ja saavutettavuus

- o Vaikka alue on metroreitien varrella, kaipaavat kauempaa tulevat mahdollisuutta liikkua autolla.
- o Yrittäjille tarvitaan ilmainen 24h pysäköinti ilman parkkikiekkoa.
- o Yrittäjien näkökulmasta myös bussin pitäisi pysähtyä ostarilla ja palveluiden lähellä.

## C. Ostarin kehityksessä yleisesti huomioitava:

- Ostoskeskuksen uusimisessa huomioitavaa yrittäjien näkökulmasta:
  - o On hyvä huomioida, että sitoutuminen tiettyihin aukioloaikoihin tuntuu hankalalta ja eri kulttuurien juhlapyhät ovat paikoin eri aikoina.
  - o Liiketilöiden tasapuolisuus yrittäjille. Vuokrahintojen on oltava suhteessa liiketilan toimintoihin. Mikäli esimerkiksi saavutettavuudessa tai näkyvyydessä on eroja, tulisi tämä ottaa huomioon vuokrissa.
  - o Ostoskeskukseen tulisi pyrkiä houkuttelemaan monipuolisesti erilaisia yrityksiä erilaisilla tai helposti muunneltavilla toimitilaratkaisuilla.
  - o Yhteisöllisiä tiloja olisi hyvä mahdollisuuksien mukaan tuoda ostoskeskukseen.
  - o Mikäli päädytään basaarimaiseen ratkaisuun on hyvä, jos toimitilat ovat pieniä ja yrittäjät voivat halutessaan vuokrata kaksi vierekkäistä toimitilaa tarvitessaan enemmän tilaa tai yksityisyyttä. Näin taataan, että moninaiset yritykset voivat toimia basaarimaisessa tilassa.
  - o Turvallisuudentunteen kannalta, erityisesti ostarilta tulisi poistaa tiloja, joissa sosiaalinen kontrolli ei toteudu. Myös yleisesti julkisia tiloja suunniteltaessa on hyvä luoda paikkoja, joissa yhteisön tuoma turva mahdollistetaan. Esimerkiksi aukeat tilat ja ikkunoiden sijoittelu julkisiin tiloihin päin luovat turvallisuuden tunnetta.

**Ketjumaisen palvelurakenteen** toteuttaminen on yksi keino ostovoimaisten asiakkaiden lisäämiseen alueelle. Ketjumaisessa palvelurakenteessa Vuosaarta ja Meri-Rastilaa tarkasteltaisiin laajempaan kokonaisuutena. Laajemmassa kokonaisuudessa palvelurakenne voisi jatkua aina

Aurinkolahden rantabulevardilta Meri-Rastilan ostoskeskukselle asti, jolloin ketjumainen palvelurakenne saattaisi tuoda asiakkaita "Itiksestä itään" ja tasaisemmin ympäri Vuosaarta. Kytkemällä ostari rantaan kävelijälle suunnitellun virikkeellisen reitin avulla, pystytään myös meren läheisyys tuomaan ostarille asti, ja merellinen kaupunginosa hyvine palveluineen saattaisi houkutella asiakkaita kauempaakin.

**A. Palvelurakenteen ketjuttaminen**

- Yritykset voisivat sijaita ketjussa joka johtaa paikasta a paikkaan b. Esimerkiksi Meri-Rastilan ostoskeskuksesta rantaan saakka.

**B. Virikkeellinen kävelyreitti**

- Asiakkaan kävelyreitit tulee säilyä mielenkiintoisena palveluiden ja virikkeiden ketjuttamisen kautta. Esimerkiksi ketjujen välissä voisi olla palvelukeskittyviä.

**C. Asumisen ja palveluiden yhdistäminen kivijalkaliikkeillä.**

- Esimerkiksi yrityksen liiketilan yhdistäminen asuntoon voisi olla houkutteleva vaihtoehto yrittäjille. Tämän voisi ottaa huomioon myös täydennysrakentamisessa. Esimerkiksi monissa Aasian maissa tämä on yleinen tapa yrittäjillä ja voisi myös Suomen kontekstissa houkutella maahanmuuttajataustaisia yrittäjiä.

**D. Yritysten näkyvyyden huomioiminen siten, että ne sijaitsevat yleisten kulkureittien varrella**

- Kaavoituksessa olisi hyvä huomioida, että isot ikkunat kivijalassa tekevät liiketiloista houkuttelevia myös näkyvyyden kannalta.