



TUTKIMUSKATSAUKSIA 5–2025

Turun keskustassa viihdytään ja käytetään palveluja, mutta ostosten merkitystä ei pidä aliarvioida

Turun kaupunki haluaa parantaa kauppatoria ympäröivän kaupallisen ydinkeskustan ympärivuotista houkuttelevuutta, viihtyisyyttä ja kaupallista elinvoimaa. Tutkimus osoittaa, että Turun keskustan vahvuuksia kauppapaikkana ovat tiivis kaupunkirakenne ja hyvä saavutettavuus. Keskustassa viihdytään ja käytetään rahaa, mutta kulutuksen painopiste on siirtymässä tavaroista palveluihin. Jokirannan miljöö kahviloineen ja ravintoloinen nousee vahvasti esiin vetovoimatekijänä, mutta yleisin syy vierailulle on edelleen ostosmatka. Eniten rahaa käytetään päivittäistavaroihin, muotikauppaan sekä kahvila- ja ravintolapalveluihin. Lähes puolet vastaajista tuli keskustaan jalan, mutta yli kaksinkertainen keskkulutus muihin verrattuna nostaa autoilijat rahankäyttövertailun kärkeen.

SUOSITUKSET

- Keskustaan tarvitaan lisää erikoisliikkeitä ja ainutlaatuista tarjontaa. Tori kaipaa lämpöä ja elämää, kauppiaita ja tapahtumia.
- Turku on valtakunnanosakeskus, joka tarjoaa peruspalveluiden lisäksi ympäröivälle alueelle erikoistuneita palveluja, joita ei pienemmistä keskuksista löydy. Näiden ylläpitäminen ei onnistu ilman alueen ulkopuolelta tulevaa ostovoimaa.
- Keskustan pitää olla saavutettava ja turvallinen kaikilla kulkutavoilla, myös henkilöautolla. Rakennus- ja tietyöt pitää koordinoita siten, että niistä aiheutuva haitta on mahdollisimman lyhytaikainen ja paikallinen. Selkeät opasteet parantavat saavutettavuuden kokemusta.
- Palvelujen runsaudesta pitää viestiä aktiivisesti.
- Autenttisuus, monikerroksisuus ja eri toimintojen sekoittuminen tekevät kaupungeista vetovoimaisia kulutusympäristöjä. Kaupunkia tulee uudistaa ja kehittää historiaa kunnioittaen.

KIRJOITTAJAT

Heli Marjanen,
Anna-Maija Kohijoki

Turun yliopiston kauppakorkeakoulu,
talousmaantiede

AINEISTO JA METODI

Haastattelututkimus/verkkokysely ydinkeskustassa: 674 haastattelua paikan päällä, 154 vastausta verkossa. 7 haastattelijaa, 166 haastattelutuntia, 577 jaettua kutsukorttia verkkokyselyyn.

TEEMAT

kaupunkikeskusta, kulutustila, elinvoima, liikennetarkaisut, vetovoimatekijät

HALUATKO TIETÄÄ...

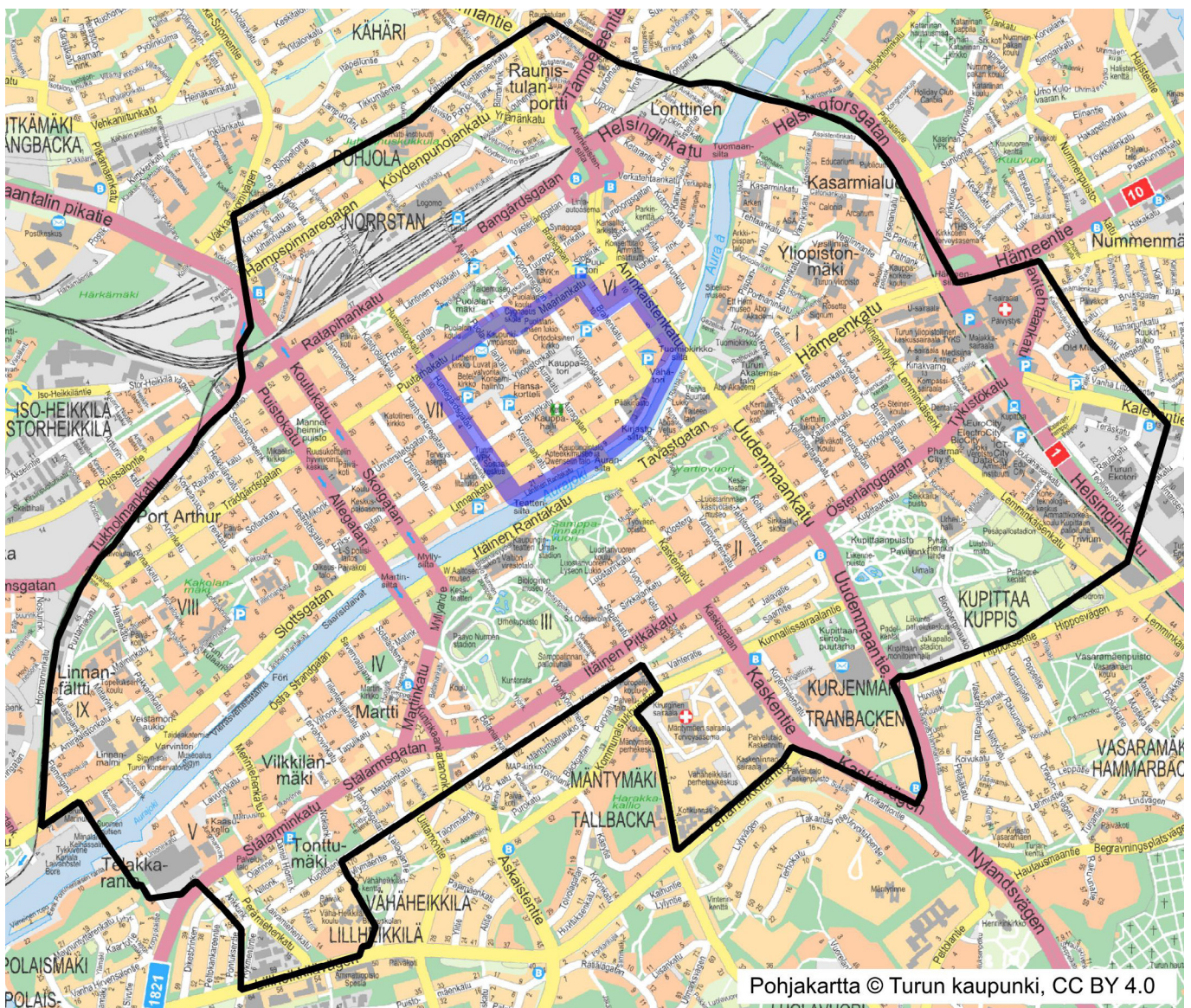
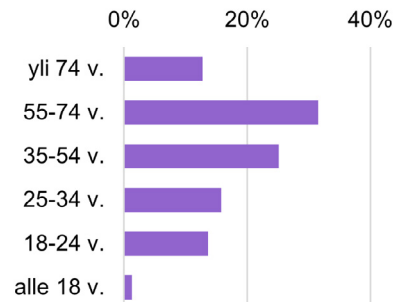
...miksi ja kuinka usein Turun keskustaan tullaan? **s. 3**
...mihin siellä käytetään rahaa? **s. 4**
...miten sinne tullaan? **s. 5**
...miten Turun keskustaa pitäisi kehittää? **s. 6**

Asiointisyys, Kulcutavat ja Rahankäyttö 2025 (ASKURA 2025) -tutkimuksessa selvitettiin haastatteluilla ja verkkokyselyllä, miksi ja kuinka usein Turun ydinkeskustaan tullaan, miten sinne tullaan sekä mihin ja kuinka paljon siellä käytetään rahaa eri asioihin. Haastattelualue on rajattu kuvassa 1 violetilla värillä. Vastaava tutkimus toteutettiin keväällä 2020, juuri ennen koronaviruspandemian aiheuttamia poikkeusoloja.

Mustalla rajattu alue on Suomen ympäristökeskuksen määrittelemä kaupallinen keskusta-alue. Se perustuu rajukseen, jossa keskusta-alueen muodostavat tilastoruudut (250 m x 250 m), joissa on ympäröivää aluetta enemmän palveluiden ja vähittäiskaupan työpaikkoja sekä väestöä. Tätä rajausta on käytetty jaettaessa vastaajat keskustassa asuviin (43 %) ja muihin. Se vastaa melko hyvin vastaajien omaa käsitystä siitä, asuvatko he Turun keskustassa vai eivät.

VASTAAJAT

- 94 % Varsinais-Suomesta
- 81 % Turusta
- 80 % 1-2 hengen talouksia
- 61 % naisia
- 56 %:lla auto käytettävissä
- keski-ikä 48 vuotta



Kuva 1. Turun kaupallinen keskusta-alue (musta rajaus) ja haastattelualue (violetti rajaus).

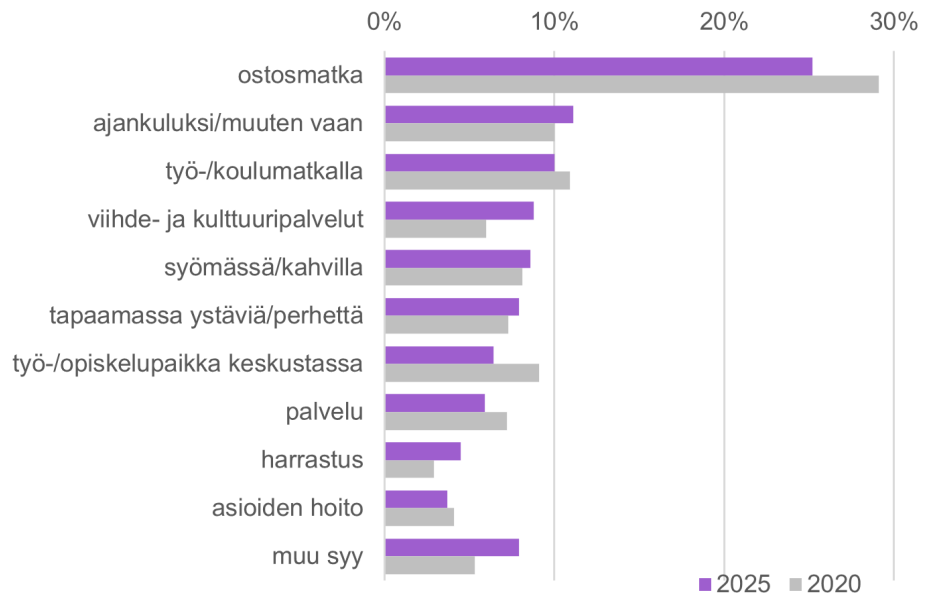
Keskustaan tullaan ostoksille, mutta myös viettämään aikaa

Neljännes vastaajista oli ostosmatkalla (Kuva 2). Ostosmatka oli keskusta-alueella asuvilla useammin matkan pää-tarkoitus kuin muualta tulleilla. Huomattavan moni oli liikkeellä ilman erityistä syytä tai muuten vain kuluttamassa aikaa. Lähes yhtä moni oli työ- tai koulumatkalla. Muita usein mainittuja syitä olivat viihde- ja kulttuuripalvelut, kahvilat ja ravintolat sekä ystävien tai perheenjäsenten tapaaminen.

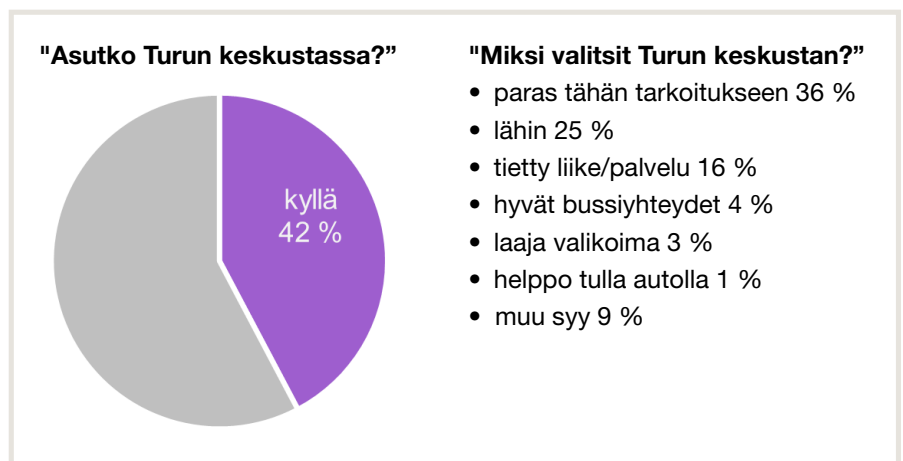
Pääasiassa ostosten tai tietyn palvelun vuoksi tehtyjen matkojen osuudet ovat selvästi pienentyneet viiden vuoden tarkasteluajanjaksolla. Odotetusti myös työhön tai kouluun liittyvien matkojen osuudet olivat aiempaa pienempiä. Viihteeseen ja kulttuuriin sekä ravintolapalveluihin liittyvien sekä muuten vaan ajankuluksi tehtyjen matkojen osuudet ovat vastaavasti kasvaneet.

Keskustassa asuvista 86 % ja keskustan ulkopuolella asuvista lähes puolet suuntasi ydinkeskustaan ostoksille vähintään kerran viikossa. Vaikka varsinaisia ostosmatkoja tehtiinkin aiempaa harvemmin, ostosten teko muiden matkojen yhteydessä oli hyvin yleistä. Syömässä tai kahvilla ydinkeskustassa kävi 85 % keskustassa asuvista ainakin kerran kuukaudessa ja kauempana asuvista kaksi kolmasosaa.

Sekä matkan tarkoitus että vastaajan asuinalue vaikuttivat ydinkeskustassa vietettyyn aikaan. Keskimäärin siellä oltiin 1–2 tuntia. Ostoksille tulleista yli puolet sai asiansa hoidetuiksi alle tunnissa, mutta syömään tai kahville tulleista kaksi kolmasosaa viipyi ainakin tunnin. Keskustassa asuvat viettivät ydinkeskustassa tyypillisesti vähemmän aikaa kuin alueen ulkopuolelta tulevat. Pisimpään viipyivät keskustassa työskentelevät tai opiskelevat sekä ystäviä tai perhettä tapaamaan tulleet. Heistä suurin osa asui keskusta-alueen ulkopuolella.



Kuva 2. Matkan pääasiallinen tarkoitus.



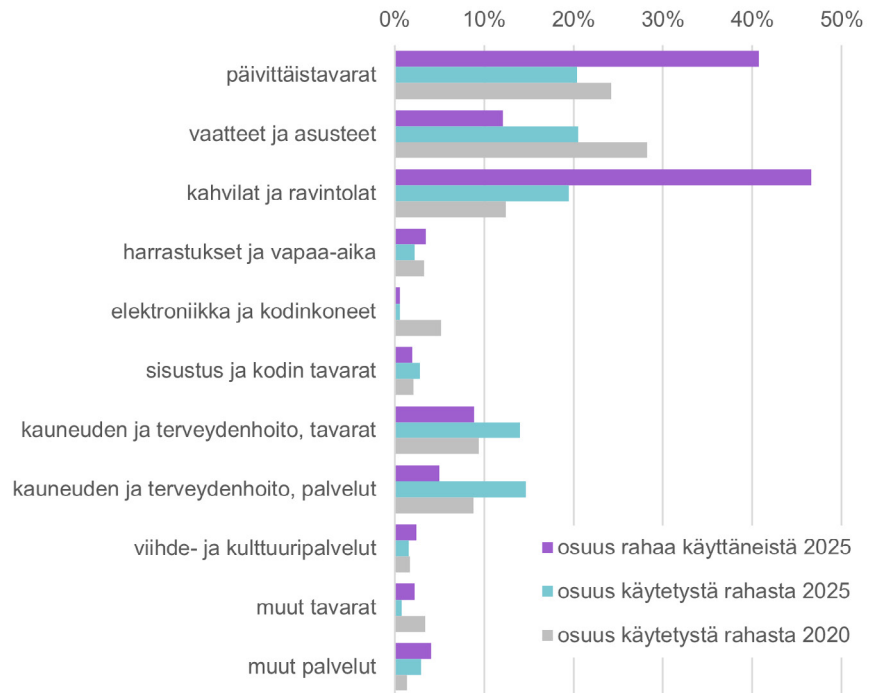
Rahaa käytetään erityisesti kahviloihin, ravintoloihin, päivittäistavaroihin ja muotiin

Suurin osa vastaajista käytti tai aikoi käyttää rahaa tutkimuspäivän käynnillä. Useimmin mainitut rahankäyttökohteet olivat kahvilat ja ravintolat (47 %) sekä päivittäistavarat (41 %). Vaatteita ja asusteita (muotikauppa) osti vain 14 % vastaajista, mutta euromääräisesti kaikkiin kolmeen kulutettiin yhtä paljon eli kunkin osuus oli noin 20 % käytetystä rahasta (Kuva 3).

Vuoteen 2020 verrattuna muotikaupan osuus käytetystä rahasta on huomattavasti pienentynyt, samoin päivittäistavara-kaupassa on laskua. Merkittävää kasvua on kahviloiden ja ravintoloiden osuudessa sekä kauneuden ja terveydenhoitoon liittyvissä tavaroissa ja palveluissa. Samansuuntainen kehitys näkyy myös Elävät Kaupunkikeskustat ry:n toimialaseurannassa, joka osoittaa erityisesti muotikaupan toimipaikkojen vähenemisen suurten kaupunkien keskustoissa samalla kun kahviloiden ja ravintoloiden sekä kauneus- ja hyvinvointipalveluja tarjoavien toimipisteiden määrä kasvaa.

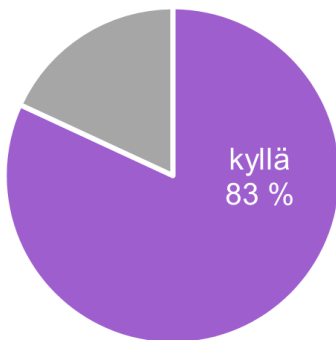
Syksyllä 2023 Turussa ja ympäristökunnissa toteutettu, noin viiden vuoden välein toistettu kyselytutkimus (KAMU2023) kertoo, että ydinkeskustan tarjonta ei täytä

edes siellä asuvien tarpeita useimpien erikoiskaupan kategorioiden osalta. Tästä johtuen kulutusta ohjautuu muille alueille tai digitaalisiin kanaviin. Esimerkiksi muotikaupassa vain reilu puolet keskusta-alueella asuvista arvioi Turun keskustan parhaaksi paikaksi ostaa vaatteita, jalkineita ja asusteita. Heidän vaatteisiin ja jalkineisiin käyttämästään rahasta 19 % päätyi ydinkeskustan ulkopuolella sijaitseviin hypermarketteihin, 17 % keskustan perinteisiin tavarataloihin ja 15 % kadunvarsiliikkeisiin. Verkkokauppojen osuus oli 17 %.



Kuva 3. Rahankäyttö tuote- ja palvelukategorioiden osalta.

”Käytitkö rahaa tällä käynnillä?”



- keskiostos 46 € (keskusta-asukkaat 40 €, muut 50 €)
- keskusta-asukkaat toivat 38 % käytetystä rahasta ja keskustan ulkopuolella asuvat 62 %
- suurin keskiostos (155 €) jonkin palvelun takia tulleilla; käyttivät reilusti rahaa myös tavariin
- varta vasten ostoksille tulleiden keskiostos 69 €; eivät juurikaan käyttäneet rahaa palveluihin
- keskusta-alueen ulkopuolella asuvien keskiostos kahviloissa ja ravintoloissa lähes kaksinkertainen verrattuna keskustassa asuviin

Asuinalue vaikuttaa kulkutapaan

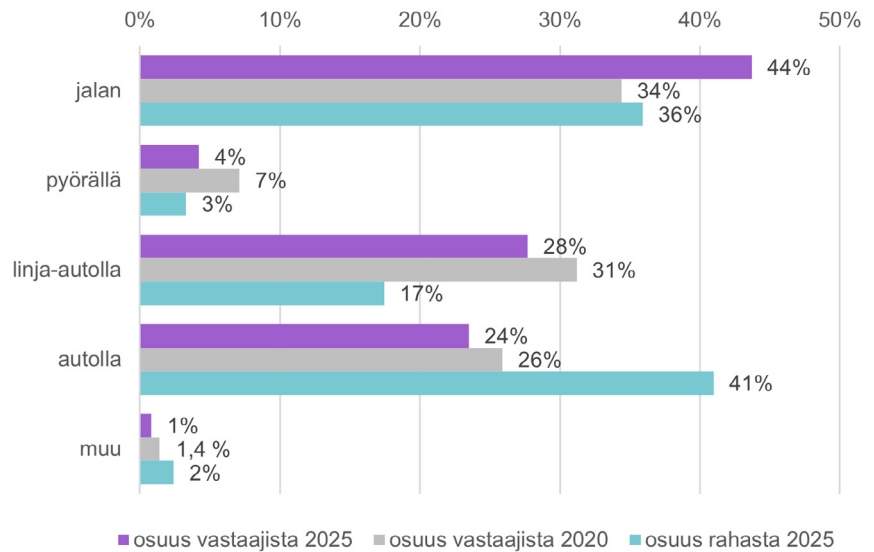
Enemmistö vastaajista (44 %) oli liikkeellä kävelen. Seuraavaksi yleisimmät kulkutavat olivat linja-auto (28 %) ja auto (24 %). Pyöräilijöitä oli huomattavan vähän, mikä osittain selittyy tutkimuksen vuodenaajalla.

Keskusta-alueella asuvista valtaosa oli tullut haastattelupaikalle jalan, ja keskustan ulkopuolella asuvat joko bussilla tai henkilöautolla. Tässä ryhmässä jalan tulleita oli 15 % ja pyöräilijöitä 5 %. Keskusta-alueella asuvien osuuden kasvu selittääkin pitkälti kuvassa 4 näkyvän jalankulkijoiden osuuden nousun ja muiden kulkutapojen vähenemisen viiden vuoden tarkasteluajanjaksolla.

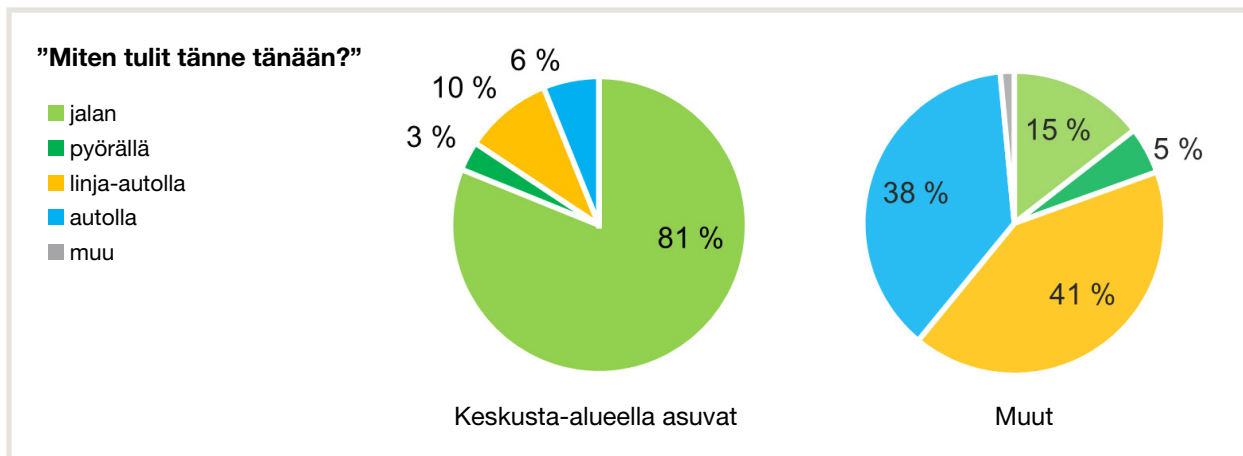
Eri kulkutavoilla tulleiden ajan- ja rahankäytössä oli huomattavia eroja. Hieman yllättäen autolla tulleet viipyivät muita pidempään, 73 % vähintään tunnin. Autolla tulleissa oli muilla kulkutavoilla tulleita enemmän vastaajia, jotka olivat tulleet keskustaan kahvila- tai ravintolapalvelun houkuttelemina (13 %) sekä vastaajia, joilla oli työ- tai opiskelupaikka keskustassa (10 %). Autolla tulleiden osuus käytetystä rahasta oli suurin (Kuva 4) kuten myös keskiostos, 80 euroa. Autolla tulleista vain 20 % kuului yhden hengen ja 40 % kahden hengen talouksiin, mikä osaltaan selittää korkeaa keskekulutusta.

Jalan ja pyörällä tultiin usein varta vasten ostoksille ja viivytettiin alle tunti. Toisaalta moni jalan liikkeellä ollut kertoi tulleensa keskustaan muuten vaan aikaa viettämään. Jalan tulleiden keskiostos oli 37 euroa ja osuus käytetystä rahasta 36 % eli toiseksi suurin. Jalan tulleiden ryhmässä yhden hengen talouksien osuus oli 48 % ja kahden hengen talouksien 41 %. Pyöräilijöiden keskiostos oli 33 euroa mutta pienestä lukumäärästä johtuen osuus käytetystä rahasta vain 3 %.

Linja-autolla tulleiden joukossa oli muita kulkutapoja käyttäneitä enemmän työ- ja koulumatkalaisia (14 %) sekä ystäviä tai perheenjäseniä tapaamaan tulleita (10 %). Lähes kaksi kolmasosaa viipyi keskustassa tunnin tai pitempään. Linja-autolla saapuneiden keskiostos (29 €) oli pienin ja osuus käytetystä rahasta vain 17 % tällä kulkutavalla tulleiden suuresta määrästä huolimatta. Yhden hengen talouksien osuus oli 48 % ja kahden hengen talouksien 34 %.



Kuva 4. Kulkutavat ja rahankäyttö kulkutavoittain.



Keskustaan oltiin tyytyväisiä, mutta kehittämisellekin on tarvetta

Turun keskusta koettiin tärkeäksi, ja moni oli valmis osallistumaan haastatteluun heti kun kuuli, että kyse oli keskustan kehittämiseen liittyvästä tutkimuksesta. Vastaajat olivat pääosin melko tyytyväisiä Turun keskustaan, ja hyviä asioita oli helpompi löytää kuin huonoja. Kehitysehdotuksia saatiin paljon, mutta moni tiivistä ajatuksensa toteamukseen ”hyvä näin”.

Kompakti rakenne, monipuoliset palvelut ja miellyttävä ympäristö korostuivat näkemyksissä Turun keskustasta. Vanhat rakennukset ja niiden säilyttäminen koettiin tärkeiksi ja vihreyttä sekä puistoja kaivattiin lisää. Moni oli kuitenkin huolestunut erikoisliikkeiden vähentymisestä ja siitä johtuvasta tarjonnan yksipuolistumisesta. Keskustaan kaivattiin lisää uniikkeja putiikkeja, mutta myös ihan tavallisia vaate- ja kenkäkauppoja sekä muita erikoisliikkeitä kuten elektroniikka- ja kodinkoneliikettä.

Liikennejärjestelyt jakoivat selkeästi mielipiteitä. Moni halusi vähentää autoja ja liikennettä keskustassa, mutta vastaavasti autoilun hankaloittaminen ja kallis tai hankalaksi koettu pysäköinti tuotiin usein esille asiointia vähentävänä tekijänä. Myös raitiotiesuunnitelmat puhuttivat, puolesta ja vastaan.

Viihtyisyyttä vähentäväksi tekijäksi nousi useimmin päihdeongelmaisten suuri määrä kauppatorin ympäristössä ja kävelykadulla. Jalkakäytäviä tukkivat ja vaarallisiksi koetut skuutit herättivät myös ärtymystä. Viisi vuotta aiemmin vastaajia harmittivat eniten toriparkin työmaa ja muut rakennus- ja korjaushankkeet.

Myös Kauppatorin uudistusta kommentoitiin ahkerasti: osa piti uudesta torista kovasti, mutta monen mielestä se oli kolkko ja hengetön. Torin laatat mainittiin liikkumista hankaloittavana tekijänä. Kaiken kaikkiaan torille kaivattiin lisää tapahtumia ja elämää, kuten myös koko keskustaan. Moni vastaaja kaipasi myös lisää panostuksia joukkoliikenteeseen ja pyöriteihin.



”Miten Turun keskusta palvelisi sinua paremmin?”

- torin elävöittäminen
- ei ratikkaa
- hyvä näin
- lisää vihreää
- joukkoliikenteen kehittäminen
- pyöräilyn sujuvoittaminen
- pysäköinti halvemmassi
- lisää elämää
- lisää kauppoja/putiikkeja
- tapahtumia
- ratikka
- vanhojen rakennusten kunnioittaminen
- vähemmän autoja
- lisää kävelykatuja
- yleisilmeen siistiminen
- laajemmat, yhtenäiset aukioloajat

Aurajoen ranta on verraton vetovoimatekijä

Aurajoki, jokirannan miljöö sekä jokivarressa sijaitsevat kahvilat ja ravintolat nousivat vahvasti esiin Turun keskustan vetovoimatekijöinä. Paljon mainintoja keräsi myös Kauppatori, Kauppahalli ja kirjasto, jotka ovat Turun keskustalle tärkeitä erottautumistekijöitä verrattuna ympäröiviin kaupallisiin keskittymiin. Asiointiympäristönä keskustan parhaina puolina pidettiin tiiviin ja käveltävän keskustarakenteen mahdollistamaa asiointin helppoutta sekä monipuolisia palveluja.

LUE LISÄÄ

Ntounis, N., Sønderland Saga, R., Warnaby, G., Loroño-Leturiondo, M., Parker, C. (2023) Reframing high street viability: A review and synthesis in the English context, *Cities*, Vol. 134, 104182. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.104182>

Marjanen, H., Kohijoki, A-M, Ojala, P. (2025) ASKURA 2025 - Asiointisyys, kulkumuodot ja rahankäyttö Turun keskustassa. <https://www.utu.fi/sites/default/files/media/Markkinointi/ASKURA2025esitys10042025.pdf>

Marjanen, H., Malmari, M., Kohijoki, A-M. (2020) Turun keskusta kulutustilana – vetovoimatekijät, kulkutavat ja rahankäyttö. Tutkimuskatsauksia 5/2020, Turun kaupunkitutkimusohjelma. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2021042824172>

Suomalaisten kaupunkikeskustojen elinvoima keväällä 2025. Elävät Kaupunkikeskustat (EKK) ry. <https://www.salokorpi.com/wp-content/uploads/2025/06/Kaupunkikeskustojen-elinvoima-2025-11.6.2025.pdf>

Tutkimus talousmaantieteen oppiaineessa / Tutkimushankkeita / KAMU2023 -tutkimus (Kauppa murroksessa). <https://www.utu.fi/fi/yliopisto/turun-kauppakorkeakoulu/talousmaantiede/tutkimus>

NÄIN TUTKIMUS TEHTIIN

Turun kauppakorkeakoulun opiskelijat haastattelivat satunnaisesti valittuja henkilöitä eri puolilla Turun ydinkeskustaa kolmen viikon aikana helmi-maaliskuussa 2025 (ma-pe klo 10–20, la klo 10–19, su 10–18). Haastattelut kestivät keskimäärin viisi minuuttia, ja osallistujien kesken arvottiin lahjakortteja. Jos vastaaja oli kiireinen mutta halukas osallistumaan, hänelle annettiin kutsukortti verkkokyselyyn. Kutsukortteja jaettiin viikolla 11 myös autojen tuulilaseihin, polkupyörien koreihin, pääkirjaston pöydille sekä kahviloihin, ravintoloihin ja tutkimusalueen yrityksiin edelleen asiakkaille jaettavaksi. Haastattelukielet olivat suomi, ruotsi ja englanti. Reilu puolet lähestytyistä jäi haastateltaviksi tai otti kortin.

OTA YHTEYTTÄ**Heli Marjanen**

Professori

Turun yliopiston kauppakorkeakoulu

heli.marjanen@utu.fi

Anna-Maija Kohijoki

Yliopisto-opettaja

Turun yliopiston kauppakorkeakoulu

anna-maija.kohijoki@utu.fi

Tutkimuskatsauksia-sarjassa

julkaistaan tiiviisti Turun kaupunkitutkimusohjelmaan kuuluvien tutkimusten tuloksia. Kirjoittajat ovat tutkijoita.

TOIMITTAJA

Hanna Mattila, tutkimusjohtaja

hanna.mattila@turku.fi

JULKAISIJA

Turun kaupungin konsernihallinto

PL 355 (Yliopistonkatu 27a), 20101 Turku
turku.fi/tietoa-turusta/turun-kaupunkitutkimusohjelma