

Savonlinnan liikejulkisivujen suunnittelukäsikirja



Tekijät

TYÖN OHJAUSRYHMÄ

Pekka Kinnunen, puheenjohtaja
Savonlinnan kaupunkikeskustan kehittämissyhdistys SAKKE ry

Raija Suomalainen, toiminnanjohtaja
Savonlinnan kaupunkikeskustan kehittämissyhdistys SAKKE ry

Riitta Vahela-Kohonen, kehittämisspäälikkö
Savonlinnan Yrityspalvelut Oy

Päivi Behm, asemakaava-arkkitehti
Savonlinnan kaupunki

WSP:N TYÖRYHMÄ

Mari Siikonen, projektipäälikkö
Pia Salmi, teollinen muotoilija
Ari Kujala, graafinen suunnittelija
Teemu Skogberg, valaistussuunnittelija
Ulla Tikkanen, arkkitehti

Lisäksi työhön on osallistunut yritysten edustajia ja
Savonlinnan ammatti- ja aikuisopiston opettajia.

Joulukuu 2014



Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013



Savonlinnan liikejulkisivujen suunnittelukäsikirja

Sisällysluettelo

1

LIKEJULKISIVUJEN PERIAATTEET 6

- 1.1. Liikejulkisivujen osat 7
- 1.2. Savonlinnan vetovoima ja erityisyys 8
- 1.3. Myyntiä edistävä liikejulkisivu 10

2

OMA LIKEJULKISIVU PAREMMAKSI..... 12

- 2.1. Liikejulkisivun suunnittelu 13
- 2.2. Miten edetä? 15

3

SUOSITUKSET AIHEALUEITTAIN 18

- 3.1. Liikejulkisivun rakenteet ja näyteikkunat 19
- 3.2. Liikejulkisivun varusteet kadulla 27
- 3.3. Valaistus 44
- 3.4. Kyltit ja tarrat 62
- 3.5. Värit 71
- 3.6. Esteettömyys 72
- 3.7. Teemat ja sesongit 74
- Lähdeaineistoa 76

Esipuhe

Vaikka markkinointikanavia on useita, iso osa kuluttajan ostopäätöksistä syntyy vasta myymälässä. Pysähtymään ja pistäytymään houkutteleva liikejulkisivu on yksi kaupan markkinointikeinoista, joita ovat myös mainonta eri kanavissa, tiedotus- ja suhdetoiminta sekä myynnin edistäminen monilla eri tavoilla.

Kadun ilme muodostuu sitä rajaavista rakennuksista, ajo- ja kävelyväylistä, varusteista ja istutuksista sekä tilavai-
kutelmasta, jonka luovat kadun leveys ja sitä rajaavien rakennusten korkeus ja luonne. Liikejulkisivut ovat keskeinen osa kadun ilmettä, sillä niihin kiinnittyy kulkijan välitön huomio ja kiinnostus. Jokaisella liikejulkisivulla on merkitystä kauppakesittymän houkuttelevan ilmeen ja vetovoimaisen luonteen synnyttämisessä. Kiinnostavan liikejulkisivun ylläpitäminen on vastuun ottamista liiketoimintaympäristön viihtyisyydestä.

Haluamme, että Savonlinna houkuttelee asukkaita ja vierailijoita mahdollisimman paljon, jotta kaupan edellytykset paranevat ja Savonlinnan kaupunki kehittyy eläväksi kaikkina vuodenaikoina. Mieleenpainuva ja kiinnostava ostokokemus ja -ympäristö ovat avainasemassa sitä tavoiteltaessa.

Toivomme, että tästä suunnittelukäsikirjasta on apua ja helpotusta savonlinnalaisille yrittäjille, kiinteistönomistajille, viranomaisille, asunto-osaakeyhtiöille ja kiinteistöjen huoltoyhtiöille sekä muille palveluntarjoajille ja oppilaitoksille kiehtovan shoppailuympäristön ylläpitämisessä ja kehittämisessä!



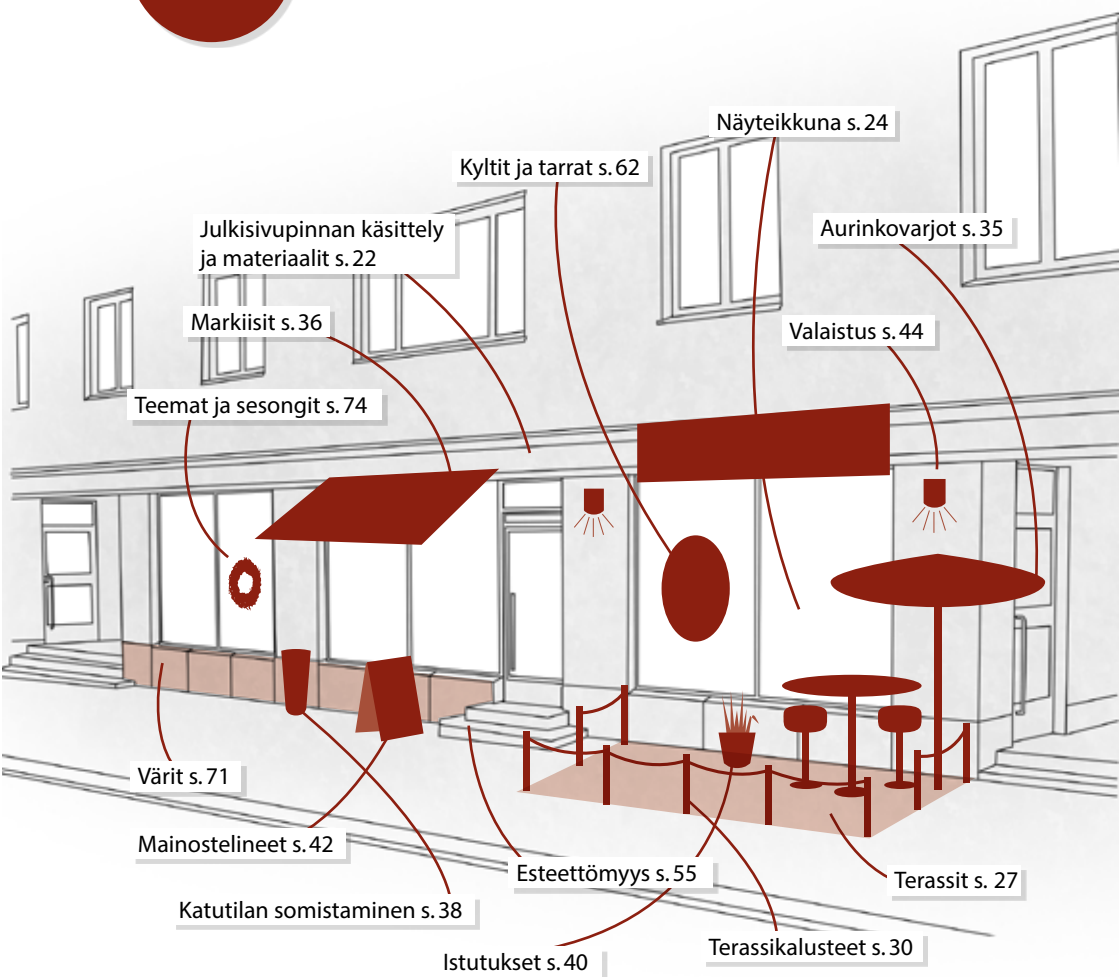
Tehdään yhdessä elämyksellinen
siun ja miun Savonlinna

1

LIIKEJULKISIVUJEN PERIAATTEET

1.1

Liikejulkisivujen osat



Kuva 1. Numerot liikejulkisivujen osien perässä viittaavat tämän käsikirjan sivunumeroihin. Osista kertovien tekstien yhteydessä on kuvia sekä suositeltavista että epäonnistuneista ratkaisuista. Ne on erotettu toisistaan vihreillä ja punaisilla "peukutus"-merkinnöillä.

1.2

Savonlinnan vetovoima ja erityisyys

Savonlinnan liikejulkisivujen kehittämisen tavoitteena on myynnin ja viihtyisyyden lisääminen. Savonlinnan erityispiirteitä ovat saariketjulle rakennettu, nauhamainen kaupunkikeskusta kivijalkakauppoineen sekä pittoreskit kirkonkylät.

Keskustojen tunnustettuja vetovoimatekijöitä ovat nk. kivijalkakaupat eli kadunvarren pienet liikkeet ja palvelut. Ne tuovat katuympäristöön miellyttävällä tavalla pienimuotoista elävyyttä, tarjoavat kävelijän koettavaksi elämyksiä ja ovat kadulta helposti saavutettavia. Ne mahdollistavat kauppapaikan perustehtävän, kaupankäynnin ja vaihdannan elinkeinojen harjoittamisen. Parhaimmillaan pienimuotoinen kau-

pallinen katumiljöö toimii näyttämönä ihmisten kohtaamiselle ja nautinnolliselle virikkeelliselle käyskentelylle, joka on yksi tunnelmallisen, urbaanin elämän tunnusmerkeistä.

Kuluneen vuosikymmenen aikana Savonlinnassa on eri yhteyksissä etsitty ja tunnistettu kaupungin omista vahvuuksista nousevia vetovoimatekijöitä. Kaupunkikeskustan kehittämisen I vaihetta edeltäneen yhteissuunnitteluprosessin* tuloksena nimettiin Savonlinnan tavoiteimagoksi muun muassa seuraavia laatusanoja: pieni, idyllinen, pittoreski, paikallisesti yhteen kokoava, asukkaiden olohuone. Pienen ja pittoreskin idyllin rinnalla Savonlinnassa on kontrastina suurta ja mahtipontista;



kansainväliset Oopperajuhlat, Olavinlinna, Punkaharjun kansallismaisemat, Kerimäen puukirkko, Saimaan järviolue ja kansallispuistot. Savonlinnan ytimen matkailija löytää aistikokemuksista, kuten esimerkiksi paikallisista leipomotuotteista, torilta tai luonnon läheisyydestä järven rannalta.

Näiden vahvuuksien pohjalta on määritelty tarkemmin kaupunkiympäristön laatukäsikirjassa eli Designmanuaalis-^{**} materiaali-, tyyli- ja värivalinnat julkisiin ulkotiloihin. Niitä pyritään noudattamaan myös liikejulkisivujen kohdalla silloin, kun yrityskuva sen sallii. Esimerkiksi Savonlinnan terasseista ja kadun varusteiden yleisilmeestä Designmanuaalisissa sanotaan näin: "Nii-

den tulee olla laadukkaita ja niissä tulee suosia korkealaatuisia materiaaleja, kuten puuta, terästä, betonia ja sinkittyä metallia."

Savonlinnan omaa identiteettiä voidaan ilmentää esimerkiksi terassikalusteiden tyyliässä niin, että niissä toistuu oopperan teatraaliset tyyliaiheet tai saaristohenkisyyttä.

* Löytöretki kaupunkiin 2007, aineisto pyydettyäessä Savonlinnan kaupungilta

** Designmanuaali löytyy kaupungin [www-sivuilta](http://www.savonlinna.fi) kohdasta Kaupunkikeskustan kehittämishankkeen 1. vaihe.

Kuva 2. Savonlinnan kaupunki



1.3

Myyntiä edistävä liikejulkisivu

Tutkimusten mukaan näyteikkunalla on vain 1–3 sekuntia aikaa välittää sanoma sekä vangita ohikulkijan huomio ja mielenkiinto. Jos kiinnostus herää, käyttää ohikulkija keskimäärin seitsemän sekuntia näyteikkunan tutkimiseen.* Näyteikkuna on käyntikortti, jossa liikkeen tarjonta ja tuotevalikoima esitellään. Muu liikejulkisivu tukee näyteikkunan tehtävää, kehystää liikkeen kaupallisen toiminnan sekä linkittää liiketilan osaksi rakennusta. Näyteikkuna toimii liikkeen mainostilana joka päivä, ympäri vuorokauden.

Rakennuksen julkisivun ja katuympäristön arviointi on hyvä lähtökohta oman liikejulkisivun kehittämiseksi. Lisäksi pitää pohtia millä tavoilla oma liike erottuu edukseen tässä ympäristössä. Jos kyseessä on ketjuliike tai franchising-yritys, vapautta liikejulkisivun muokkaamiselle on vähemmän kuin itsenäisellä yrittäjällä. Yhteistä molemmille on se, että liikejulkisivun tarkoitus on herättää ohikulkijan mielenkiinto palvelua tai myytävää tuotevalikoimaa kohtaan.

Parhaita liikejulkisivuja eli shop fronteja ovat ne, jotka ovat tavalla tai toisella mieleenpainuvia. Mieleenpainuvan elementin ei välttämättä tarvitse liittyä myytävään tuotteeseen!



Ensivaikutelma liikkeestä
1–3 sekuntia



Näyteikkunan tutkiminen
7 sekuntia



Liikkeen mainostila **24/7**

*Lähde: Visualistin työkalupakki, Annika Hirvi ja Sanne Nyholm 2009

Kuva 3.



Kuva 4. Kutsuva liikejulkisivu tekee kadusta viehättävän kauppapaikan, jossa on mukava viettää aikaa.



Kuva 5. Näyteikkuna on liikkeen käyntikortti, josta välittyy katsojalle liikkeen brändi sekä tietoa myytävistä tuotteista.

2

OMA LIIKEJULKISIVU PAREMMAKSI

2.1

Liikejulkisivun suunnittelu

Oletpa sitten avaamassa täysin uutta liiketilaa tai kohentamassa vanhaa, on olemassa kysymyksiä, jotka auttavat projektin rajaamisessa. Voit poimia kysymyksistä ne, jotka sopivat omaan tilanteeseesi.

1 LIIKEJULKISIVU OSANA YMPÄRISTÖÄ

- Miten oman liikkeesi julkisivu sopii katu ympäristön ja rakennuksen luonteeseen?
- Miltä rakennus näyttää kauempaa katsottuna? Miten liikejulkisivussasi voisi mahdollisesti huomioida rakennuksen kokonaistyylin, mittasuhteet, linjat, värityksen, detaljit ja pintamateriaalit?

2 VIESTIMINEN OMASTA LIIKETOIMINNASTA

- Ovatko liikkeesi aukioloajat selvästi esillä?
- Välittykö liikkeesi keskeinen tuote tai palvelu asiakkaalle?
- Välittykö muu tieto, jonka haluat välittää, esim. tieto uutuuksista, asiakkaalle tarjottavat ideat, asiakkaan tarpeet tai uusien tarpeiden synnyttäminen?
- Kutsuuko liikkeesi astumaan sisään?

3 EROTTUMINEN JA MIELEENPAINUVUUS

- Välittykö liikkeesi tai liikeketjun identiteetti?
- Olisiko tarpeen sopeutua ympäröivään tyylillisesti vai erottua siitä selvästi?
- Onko liikejulkisivussasi jotakin persoonallista ja mieleenpainuvaa?



4 NÄKYVYYS JA KÄYTETTÄVYYS

- Näkykö tarpeellinen tieto riittävän hyvin ja kauas?
- Minkä pitää näkyä autoilijalle, minkä kävelijälle?
- Onko esteettömyys huomioitu kaikilta osin, niin että myös liikkumista tai toimintaesteisiä asiakkaita voidaan palvella?
- Onko näkyvyys taattu myös pimeään aikaan?
- Onko valaistuksella korostettu oikeita asioita?

5 VISUAALINEN LAATU

- Onko liikejulkisivusi yleisilme helposti lähestyttävä, miellyttävä ja kut-suva?
- Ovatko julkisivun kaikki elementit siistejä ja kolhiintumattomia, maali-pinnat ehjiä, saumat ja kiinnitykset siistejä?
- Onko värimaailma kaunis ja kaikkien osien kokonaisuus tasapainoinen?
- Ovatko sesonkismisteet ajankoh-taan sopivat?
- Ovatko yrityksen ja liikekiinteistön opasteet ajan tasalla?
- Ovatko ikkunat, markiisit ja ulkoka-lusteet puhtaita ja ehjiä?

**Onko liikejulkisivussasi jotakin
persoonallista ja mieleen painuvaa?**

2.2 Miten edetä?

1 UUSI LIIKEJULKISIVU

Yrityksen perustaminen tai muutto uuteen liikepaikkaan vaativat aina jonkin asteista liikejulkisivun muokkaamista. Jotkut toimenpiteet vaativat lupa- käsittelyä. Sellaisia ovat julkisivuun ja liikkeen edustan katutilaan tehtävä muutos, laaja kunnostus tai uusien elementtien tuominen. Tässä yhteydessä myös toimenpiteiden vastuunjaosta on sovittava kiinteistönomistajan kanssa.

Savonlinnassa katualueiden, torialueiden ja puistojen vuokrasopimuksista vastaa rakennuspäällikkö. Vuokrasopimukset tarvitaan esimerkiksi mainoksia ja terassialueita sekä torikojuja varten. Muuten rakennusvalvonta eli rakennustarkastaja vastaa toimenpideluvis- ta. Sellainen tarvitaan julkisivuun asennettavien rakenteiden sekä terassien ja julkisivuvalaistuksen rakentamiseen.

Tarkat tiedot eri tilanteista löytyvät kaupungin rakennusjärjestyksestä.* Se ohjeistaa muun muassa ikkunateippau- sten käytöstä. Ikkunapinta-alan muut- taminen vaatii rakennusvalvontaan vä- hintään ilmoituksen (maksullinen).

2 OLEMASSA OLEVA LIIKEJULKISIVU

Oman liikejulkisivun arvioinnin jälkeen voidaan todeta, mikä on tavoite ja kuinka suuri muutos on tarpeellista tehdä jo olemassa olevalle liikejulkisivulle. Ky- seessä voi olla joko

- siistiminen,
- kohentaminen tai
- täysremontti.

Täysremontin tapauksessa ohjeet ovat käytännössä yhtenevät kohdan 1. (uusi liikejulkisivu) kanssa.

Toimenpidelupa rakennustarkastajal- ta haetaan julkisivuun asennettaviin rakenteisiin kuten:

- markiisi,
- liikkeen nimikyltti,
- valomainos,
- valaisimet,
- terassit tai
- julkisivuvalaistus.

*www.savonlinna.fi/asukas/rakentaminen/rakennusvalvonta/rakennusjarjestys

Kohentamisen tai täysremontin hinnaksi voi paikallisten yrittäjien kokemusten mukaan laajuudesta riippuen muodostua 2 000 – 15 000 euroa.

Siistiminen voi pitää sisällään esimerkiksi turhien kylttien ja tarrojen poistamisen, repsottavien johtojen ja rikkiäisten osien korjaamisen tai useammin tehtävät ikkunanpesut.

3 TYHJÄ LIIKETILA

Tyhjien liiketilojen siisteydestä on huolehdittava: kun toiminta loppuu, on tila jätettävä siistiin kuntoon. Vanhat teipaukset ja kyltit pitää poistaa välittömästi.

Kadun vetovoiman säilyttämisen kannalta on tärkeää pitää tyhjä liiketila siistinä ja ikkunat pestyinä. Tämä edistää liiketilan kiinnostavuutta myös uuden vuokralaisen silmissä. Tyhjää liiketilaa voi hyödyntää esimerkiksi ammattitaitelijoiden tai koululaisten töiden galleriana tai mainostilana.



Kuva 6. Pitkään tyhjillään oleva liiketila voi leimata lähialueen huonoksi liikepaikaksi.

Tyhjien liike tilojen siisteydestä on huolehdittava.



Kuva 7. Tyhjä liiketila on somistettu kuva-aiheilla Kampin keskuksessa Helsingissä.

3

**SUOSITUKSET
AIHEALUEITTAIN**

3.1

Liikejulkisivun rakenteet ja näyteikkunat

LIIKEJULKISIVUN YLEISILME

Liikejulkisivua suunnitellessa pitää muistaa, että se on aina fyysinen osa itse rakennusta. Liikejulkisivu ei saa tuntua erilliseltä lisukkeelta rakennuksessa. Rakennuksen ilme ja tyyli ovat siksi tärkeitä lähtökohtia liikejulkisivua koskeville visuaalisille ideoille. Älä peitä liikejulkisivurakenteen taakse rakennuksen omia erityispiirteitä eli arkkitehtuurin tunnistettavuuden kannalta oleellisia yksityiskohtia. Rakennukselle luonteenomaisia yksityiskohtia voi toistaa liikejulkisivurakenteessa.

Monilla yrityksillä ja erityisesti liikekejuilla on yrityskuvasuunnitelma ja -ohjeisto, jossa on määritelty logo sekä visuaalisen ilmeen värit ja materiaalit. Usein ne eivät sellaisenaan sovi katur ympäristöön, vaikka olisivatkin aivan toimivan näköisiä painotuotteissa. Kaupunkikuvallinen kokonaisharmonia on määräävämpi tekijä, ja siksi yrityskuvaan täytyy suhtautua soveltaen.

Rakennuksen tyyli, ikä ja mittasuhteet täytyy ottaa huomioon. Liikejulkisivut, jotka sijaitsevat suojelluissa rakennuksissa tai ympäristössä, vaativat erityisen huolellista suunnittelua.



Kuva 8. Pubin yritysilme on peräisin toisesta kulttuurista, mutta se ottaa silti värikyksen osalta huomioon rakennuksen, ja näin lopputulos on harmoninen.

Vanhoja liikejulkisivuja kannattaa säilyttää, korjata ja entisöidä mahdollisuuksien mukaan erityisesti silloin, kun niissä on nähtävissä rakennuksen alkuperäistä luonnetta ilmentäviä piirteitä.

Savonlinnan liikejulkisivujen yleisilmeen toteuttamisen ideana ei ole se, että kaikki julkisivut olisivat samanlaisia keskenään. Eiväthän rakennuksetkaan ole toistensa imitaatioita.

Liikejulkisivuun mahdollisesti rakennettavat osat linjataan rakennuksen ikkunoiden tai rakenneosien muodotamiin linjoihin. Koko rakennus otetaan huomioon esimerkiksi ikkunamarkiiseja suunniteltaessa: poikittaisten yhtenäisten linjojen jatkuminen luo harmoniaa ja selkeyttä.

Hallitun ilmeen yksi salaisuus on sopivat mittasuhteet. Näyteikkunan, ovien ja peitepaneelien pitää olla sopusoinnussa rakennuksen ja katunäkymän kanssa.



Kuva 9. Yhtenäinen vaakalinjaus ja rakennuksen rakenneosiin mukautuvat liikejulkisivun elementit (valolaatikot ja markiisit).

**Poikittaisten yhtenäisten linjojen
jatkuminen luo harmoniaa ja selkeyttä.**



Kuva 10. Hampurilaisketjun tunnisteet on sopeutettu harmonisesti rakennuksen luonteeseen.

JULKISIVUPINNAN KÄSITTELY JA MATERIAALIT

Laadukkaiden ja aitojen materiaalien käyttö edistää korkealuokkaisen toteutuksen syntymistä. Materiaali-imitaatioita, kuten puuta tai kiveä jäljitteleviä muovipintoja tulee välttää, sillä ne luovat halvan ja huonolaatuisen leiman. Tavoitteena on kestävä ja helppohoitoinen julkisivu. Liikejulkisivu tulee pitää jatkuvasti kunnossa – myös aukioaikojen ulkopuolella – jotta se pysyy houkuttelevana ja myyntiä edistävänä.

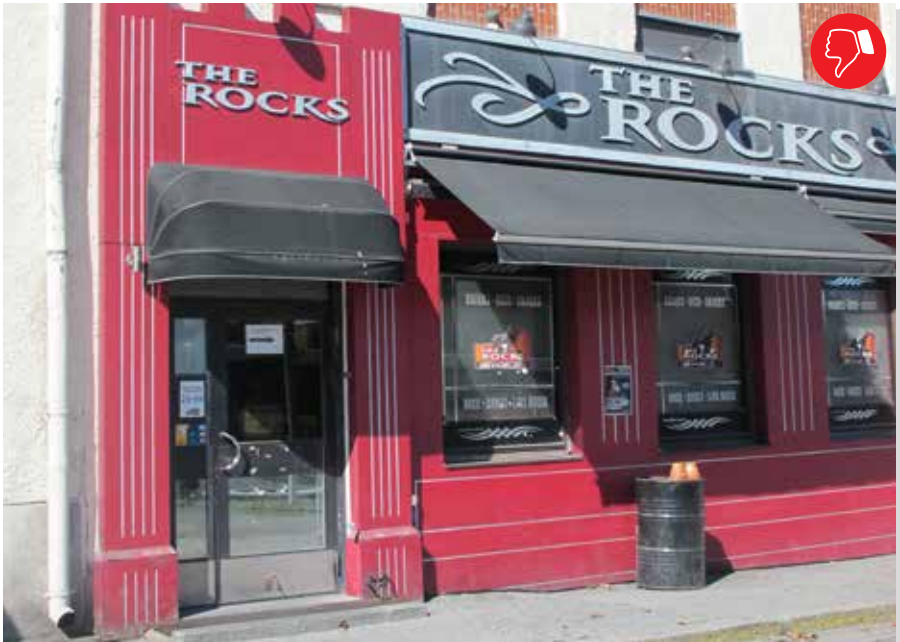
Materiaalien tulee sopia yhteen rakennuksen muiden julkisivumateriaalien kanssa ja mieluiten ilmentää niiden tyyliä. Materiaaleja valitessa täytyy varmistaa, että ne kestävät sään vaihtelua ja ovat graffitin, lian ja pölyn kestäviä. Erilaisten materiaalien määrä pyritään minimoimaan.

Valaistuksen kytkennät, putkitukset ja laitteet piilotetaan tai sävytetään mahdollisuuksien mukaan julkisivun väriksi, jotta julkisivun yleisilme pysyy siistinä.



Kuva 11. Yhtenäinen linjaus, materiaalien laatu ja väriharmonia ovat tämän ratkaisun hyviä puolia.

**Tavoitteena on kestävä ja
helppohoitoinen julkisivu.**



Kuva 12. Vaikka liikejulkisivuun on panostettu, on lopputulos halvan oloinen – osin värien vuoksi. Kaksi erilaista markiisityyppiä vierekkäin luo sekavuutta.

NÄYTEIKKUNAT

Näyteikkunoilla on merkittävä vaikutus kuluttajaan. Liikkeiden ikkunat toimivat visuaalisen markkinoinnin keinona ja tuotteiden esittelynäyttämöinä. Hyvä näyteikkuna elää sesonkien mukana, luo uusia tarpeita ja kutsuu aina uudelleen sisään. Erityisesti vaateketjuilla ikkunasomistukset uusitaan kausittain tai vuodenaikojen mukaan, usein myös kesken sesongin.

Esitettävien tuotteiden määrä kannattaa harkita huolella. Tyypillisesti luksusbrändit pitävät näyteikkunan minimalistisena. Eri sesongit antavat kuitenkin mahdollisuuden jopa rönsyilevään luovuuteen. Pääpiirteittäin kaupalliset

massabrändit esittävät näyteikkunoissaan enemmän tuotteita. Ikkunan avoimuus voi toimia tehostekeinona – liike saattaa peittää näkyvyyttä luodakseen yksityisyyden tunnetta tai arvokkuutta. Myös ovi voi toimia näyteikkunan kaltaisena esittelytilana. On oleellista, että sisätilojen myymäläviestintä jatkaa luontevasti näyteikkunan luomaa mielikuvaa.*

Tyylikäs ratkaisu on myös näkymän avaaminen myymälätilaan näyteikkunan välityksellä. Tällöin näyteikkunalta ei vaadita erityistä somistusta, mutta sisätilan on syytä olla siisti, edustava ja hyvin valaistu. On vältettävä liikkeen sisustamisessa tilannetta, jossa toiminta sijoittuu selin näyteikkunaa kohti.



Kuva 13. Näyteikkunan keskipiste kerää pääosan ohikulkijan huomiosta. Se sijaitsee n. 150–160 cm korkeudella ja on noin metrin levyinen alue**.



Kuva 14. Ikkuna on jätetty vapaaksi, jotta liiketilaan näkyy hyvin. Yrityksen tunnisteet on toteutettu tyylikkäästi markiisiin.



Kuva 15. Adidaksen näyteikkuna on vuorovaikutteinen. Se kerää kiinnostuneita myöhäiseen iltaan saakka.

*Myymäläympäristö elämysten tuottajana, Susanna Markkanen 2008

**Visual Merchandise, Missora 2007



Kuvat 16–17. Näyteikkuna ja somistus vastaavat hyvin molempien kauppojen tuotetarjontaa.



Kuva 18. Laaja avoin ovi on näyteikkunan luonteva jatke. Tuntuu helpolta pistäytyä sisään ilman ostoaikomusta.

3.2

Liikejulkisivun varusteet kadulla

TERASSIT

Jalkakäytävän terassikahvilat edistävät katutilassa viihtymistä ja tuovat yrittäjälle edullisesti lisätilaa. Terasseilla ruokailu ja istuskelu tuovat katutilaan eloa.

Metrin etäisyydelle julkisivusta liikkeen edustalle voi asettaa kalusteita tai somisteita kuitenkin niin, että ilman lupaa 1 metrin sisälle saa asettaa yhden A-ständin. Luvista on tarkempaa tietoa luvussa 2.2. Terassit vaativat aina vuokrasopimuksen katualueesta. Terassin perustaminen edellyttää kaupungin rakennusvalvonnan lupaa.

Terassi on rajattava selkeästi omaksi alueekseen. Katualueelle tuotavat terassikalusteet rajataan kadusta ja jalankulusta vastuukysymysten vuoksi.

Rajaamiseen voidaan käyttää istutusastioita, ketju-pilari -yhdistelmiä tai kevyitä aitaelementtejä, jolloin kalusteet ovat siirrettävissä helposti.

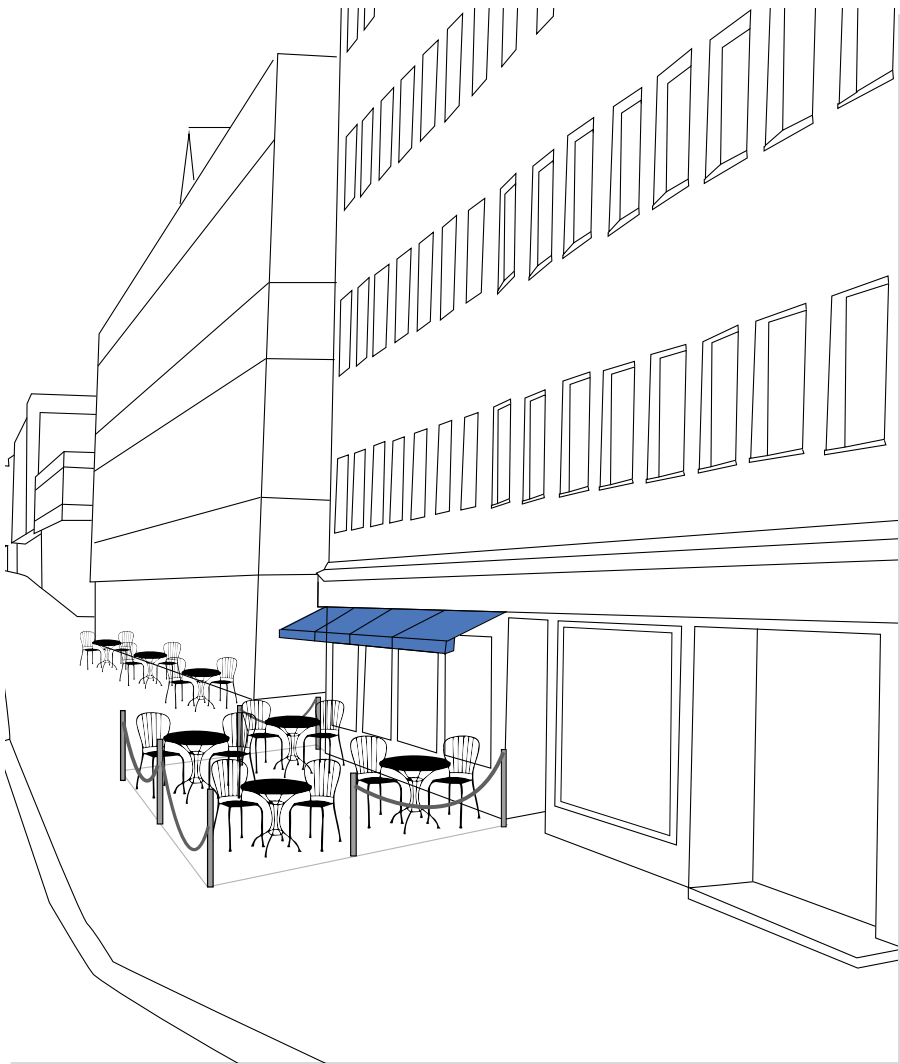
Vaihtoehtoisesti voidaan käyttää kiinteitä terassilavoja. Rakennetuilla terassilavoilla käytetään tukevia puisia kaiteita. Laadukkaat materiaalit ovat tärkeitä kestävyys, värien säilymisen ja yleisilmeen kannalta. Materiaaleissa voidaan ottaa huomioon rakennuksen tyyli ja aikakausi, esimerkiksi historialliseen arvorakennukseen voidaan tuoda perinteisiä materiaaleja, kuten puu, rauta ja kivi. Kiinteiden terassien pinta on tumman harmaata puuta tai mustaa puukomposiittia. Kevyesti rajattujen, katualueella sijaitsevien terassien erottuvutta voi parantaa säänkestävillä matoilla.



Kuva 19. Terassi rajattu köydellä Turussa Aurajoen rannalla. Katu on jalankulkualuetta.



Kuva 20. Kevyt, mutta peittävä ja yksityisyyttä tuova tapa rajata terassi. Yrityksen graafinen ilme on elegantisti toteutettu kankaaseen, mutta huonoa ratkaisussa ovat vinot tolpat ja läpinäkyvyyden estäminen.



Kuva 21. Katutilan rajauksesta on syytä keskustella kaupungin viranomaisten kanssa.

TERASSIKALUSTEET: PÖYDÄT JA TUOLIT

Terassikalusteiden tulee olla julkiseen käyttöön soveltuvia. Istuimien materiaaliksi suositellaan puuta, rungon materiaaliksi terästä. Pöytien pinnan materiaaliksi suositellaan yksinkertaista puu- tai teräspintaa. Halvan vaikutelman luovia muovikalusteita ja -pöytäliinoja tulee välttää. Kangaspöytäliina voi olla esimerkiksi tyylikäs klassinen valkoinen, saimaan sininen, oopperan punainen tai väritys voi olla liikejulkisivun värisävyä. Lisää väreistä on luvussa 3.5. Muista valita säänkestävät ja helpohoitoiset materiaalit.

Terassien huolto ja puhtaanapito kuuluu niitä ylläpitävälle liikkeelle. Liikkeen on huolehdittava roskien ja ruoantähteiden siivoamisesta ja tuhkakuppien säännöllisestä tyhjentämisestä.

Savolinna Designmanuaalissa kerrotaan myös terassikalusteista ja sopivista kalustemalleista Savonlinna-ilmeen osana.



Kuva 22. Hyvällä kalusteasettelulla liikkeen edusta muuttuu houkuttelevaksi tuoden viihtyisyyttä myös katutilaan. Kalusteryhmä Tampereella kutsuu istuskelemaan ja katselemaan kadun elämää.



Kuvat 23–24. Raskaat valurautakalusteet tai kevyet, halvan oloiset muovi-teräsputkikalusteet eivät ole Savonlinnan tyyliä.



Kuva 25. Linnankadun miljööseen sopii kevyet, romanttiset terassikalusteet.



Kuva 26. Torin ja matkustajasataman sekä Olavinkadun terasseille sopii yksinkertainen, puu- tai teräspintainen pöytä.



Kuva 27. Torin ja matkustajasataman ympäristöön sopii kevyt, puuistumella varustettu terassikalusto. Tuolien lankkutynnyrimäinen tyyli sopii sataman puisiin risteilylaivoihin.



Kuva 28. Ydinkeskustan terrassien rajaamiseen käytetään yksinkertaisen tyylikästä kaluste-sarjaa.

**Suunnittele yrityksen imagoon sopiva,
omaleimainen kokonaisuus.**



Kuva 29. Tuoli on tyylikäs, mutta pöytä ja tuoli eivät sovi yhteen.



Kuva 30. Terrassikalusteita on saatavana myös pehmeinä sohvaryhminä ja istuimina.

AURINKOVARJOT

Aurinkovarjojen tulee olla yleisilmeeltään siistejä. Mainosrahoitteisissa aurinkovarjoissa ja markiiseissa mainos-

tajan ilme voi näkyä hillitysti. Sopivia värisävyjä löydät luvusta 3.5. Alkoholimainontaa koskeva lainsäädäntö on otettava huomioon.*

* www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20140152



Kuva 31. Sponsoreiden tekstit voivat näkyä hillitysti terassikalusteissa.



Kuva 32. Isot tekstit varjoissa luovat usein turhaa kirjavuutta.



Kuva 33. Hyvä esimerkki Turusta; markiisien ja terassikaiteen sponsoreiden logot on sijoitettu pienikokoisina kalusteisiin, jolloin ne näkyvät hillitysti asiakkaille.

MARKIISIT

Markiisin malli valitaan rakennuksen tyyli ja mittasuhteet huomioiden. Hyvä markiisi ei peitä arkkitehtuurin yksityiskohtia, vaan korostaa rakennuksen luonnetta. Vinkkejä hyvään toteutukseen ovat seuraavat:

- ei erimallisia markiiseja vierekkäin,
- värit sointuvat muuhun väriytykseen,
- suositetaan suoraa mallia ja laadukasta materiaalia,
- minimoidaan kuviot ja tekstit,
- vaihda tai pese markiisi riittävän usein.

Sopivia värisävyjä löydät luvusta 3.5, s.71.



Kuva 34. Markiisit ovat sopusoinnussa liikkeen väriyksen ja rakennuksen arkkitehtuurin kanssa.



Kuva 35. Erimalliset markiisit vierekkäin eivät luo tyylikästä ilmettä.

KATUTILAN SOMISTAMINEN JA TUOTTEIDEN NÄYTEILLEPANO

Katutilan sisustamista suositellaan, koska tällöin koko katukuvasta tulee elävämpi. Katutilassa olevat somisteet myös houkuttelevat asiakkaita pysähtymään ja lisäävät kiinnostusta ja myyntiä. Käytettäessä jalkakäytävää esittelytarkoituksiin hyvä nyrkkisääntö alueen koosta on noin 1 metri julkisivusta, jottei jalankulkijoiden kulku häiriinny. Somistusten tulee olla yleisilmeeltään siistit ja huolitellut.



Kuva 36. Liikkeen ulkopuolelle sijoitetut tuotteet herättävät kiinnostuksen. Kokonaisuuden värimaailma ja valaistus ovat onnistuneet ja houkuttelevat.



Kuva 37. Pienimmillään tuotteiden esiin tuominen voi tapahtua kuten kuvan tukholmalaisessa liikkeessä, jonka postikortit houkuttelevat pysähtymään.



Kuva 38. Kukkakaupan tuotteiden tuominen ulos on luontevaa, ja se elävöittää katu ympäristöä erinomaisesti.

ISTUTUKSET OSANA LIIKEJULKISIVUA

Kukkaruukkujen omistajan tulee huolehtia niiden siisteydestä ja kukkien kastelusta. Kukkaruukkujen asettelulla ei saa aiheuttaa häiriötä eikä esteitä kävelijöille. Kukkaruukkujen kastelusta ei myöskään saa aiheutua häiriötä katutien käyttäjille. Istutusastioiden on oltava riittävän painavia tai erillisellä painolla tuettuja, jotta tuuli ei kaada niitä.

Kukkakaupan tai puutarhaliikkeen kanssa voi tehdä sopimuksen istutusten hoidosta ja ylläpidosta.



Kuva 39. Istutuksilla voi ilmentää kausivaihteluita ja juhlistaa sesonkeja, vuodenaikoja tai pyhiä.



Kuvat 40–43. Istutukset pehmentävät julkisivua ja hyvin hoidettuina viestivät aktiivisesta yrittäjästä, joka haluaa ilahduttaa asiakkaitaan.

MAINOSTELINEET

Kukin toimija voi halutessaan asettaa kadulle yhden ns. A-telineen. Teline on sijoitettava välittömästi sisäänkäynnin viereen, eikä se saa aiheuttaa haittaa liikenteelle, liikkeessä asioiville tai kadun puhtaanapidolle. Telineitä ei saa sijoittaa suojatien kohdalle eikä risteysalueelle. Telineet tulee poistaa liik-

keen kiinnioloajaksi. Telineiden värinä käytetään tummaa harmaata, RAL 7026 Granite Grey.

Keskustan kaduista Olavinkatu on hyvin tuulinen, joten mainostelineen jalustassa on oltava riittävä paino tai siinä voi olla esimerkiksi joustava rakenne, jotta se ei kaadu tuulessa.



Kuva 44. Rauhallinen, moneen sopiva värisävy, selkeä muoto ja tuulessa joustava rakenne tekevät mainostelineestä hyvän.



Kuva 45. Monen erilaisen telineen ryhmä saa aikaan sekavan vaikutelman. Naapurien kannattaa tehdä yhteistyötä, jotta tämä vältetään. Kuvassa etualalla oleva teline on liian kevytrakenteinen. Takana näkyvän telineen painava jalusta on ajatuksena hyvä, mutta toteutus vaatii kehittämistä.



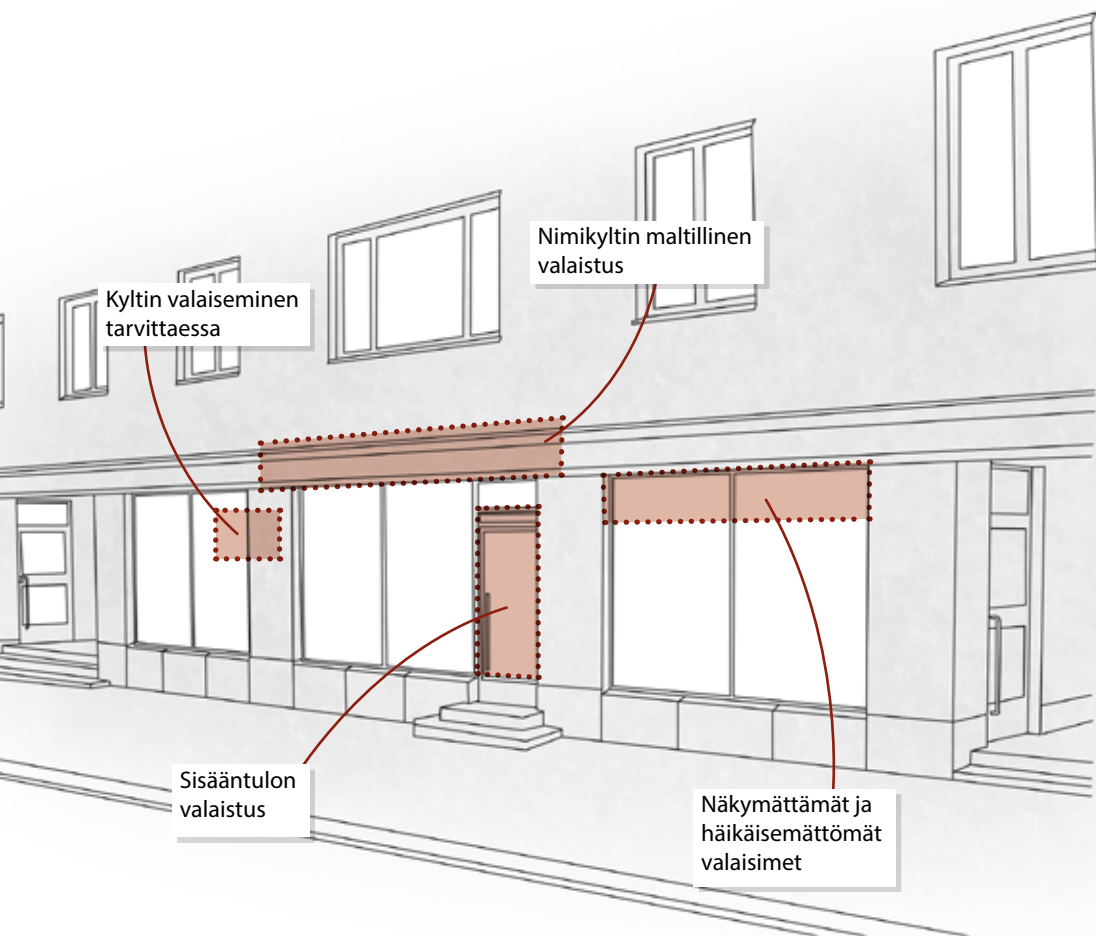
Kuva 46. Ravintolan vaihtuvat tarjoukset saa helposti esille kirjoituspinnalle. Liitutaulumainen teline on klassinen ja tyylikäs.



Kuva 47. Mainostelineestä syntyy hallittu vaikutelma, se on sijoitettu hyvin ja muodossa toistuu kahvilan tunnuksen ilme.

Keskustan kaduista Olavinkatu on hyvin tuulinen, joten mainostelineen jalustassa on oltava riittävä paino.

3.3 Valaistus



Kuva 48. Liikejulkisivun valaistuksen peruselementit pähkinänkuoressa.

VALAISTUKSEN SUUNNITTELU

Valaistuksen suunnitteluun kannattaa käyttää ammattilaisen apua. Hyvin suunniteltu valaistus houkuttelee asiakkaita ja luo turvallisuuden tunnetta pimeällä. Valaisimet valitaan julkisivuun sopiviksi. Valaistuksen avulla voi tuoda esiin haluttuja kohteita.



Kuva 49. Yhtenäinen, selkeä ja tasapainoinen valaistus.



Kuva 50. Vaihteleva ja epätasapainoinen valaistus.

VALAISTUKSEN ASENNUKSET

Valaisimet integroidaan osaksi julkisivua, ja kaikki mahdolliset kaapelit, rasiat ja kiinnikkeet pyritään asentamaan pois näkökentästä.



Kuva 51. Siisti, julkisivuun integroitu valaistus. Valaisimet on koteloitu huomaamattomasti julkisivuun.



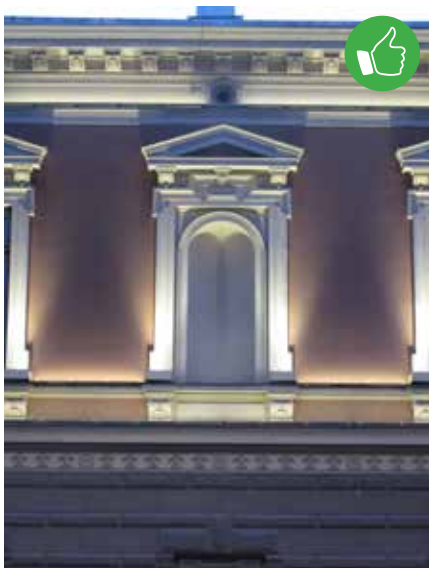
Kuva 52. Asennus on epäsiisti ja valaisimet turhan isot. Ne on myös suunnattu kulkijaa häikäisevästi.



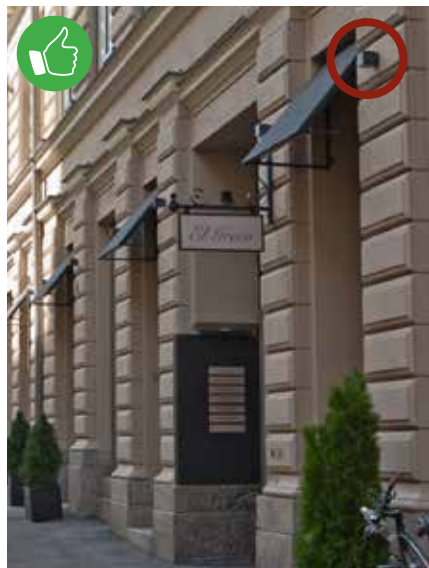
Kuva 53. Julkisivuun hyvin istuvat valaisimet.



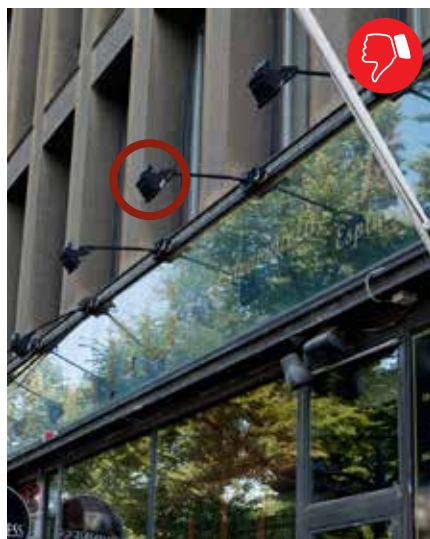
Kuva 54. Huomaamattomat valaisinasennukset.



Kuva 55. Valaisimet asennettuna julkisivun värisiin asennuskoteloihin.



Kuva 56. Siistit ja tyylikkääät valaisimet ilman näkyviä kaapeleita.



Kuva 57. Epäsiisti ja julkisivuun sopimaton valaisinmalli.



Kuva 58. Pinta-asennukset häiritsevät kokonaiskuvaa.



Kuva 59. Jälkiasennetut laitteet hallitsevat näkymää.



Kuva 60. Usean järjestelmän kaapeloinnit aiheuttavat sotkuisen sekamelskan.

Valaisinten tarkoitus on korostaa itse liikettä ja sen edustaa. Häikäisemättömät ja julkisivuun sopivat valaisimet eivät häiritse katselijaa. Ihannetilanteessa yksittäisen kadun kaikki liikkeet

noudattaisivat yhteisesti sovittuja valaistusvoimakkuuksia, värilämpötiloja ja värintoistoindeksejä – tällöin syntyisi harmoninen ja miellyttävä kokonaisuus.



Kuva 61. Häikäisemätön ja siisti valaistus, jossa tuotteet on hyvin esillä. Osa valaistuksesta on toteutettu normaaleilla valaisimilla, mikä tuo kotoisaa tunnelmaa. Kohdevalaisimet on suunnattu pois päin ikkunasta. Koko tila on valaistu tasaisesti eikä heijastuksia synny.

OHJEARVOT VALAISTUSSUUNNITTELIJALLE

Valonlähde	LED tai monimetalli
Valaistusvoimakkuus näyteikkunassa	200 lux
Valaistusvoimakkuus kadulla keskimäärin	10 lux
Sisäänkäyntien valaistusvoimakkuus	2 x kadun voimakkuus
Valaistuksen värilämpötila:	4000K
Värintoistoindeksi	R>70



Kuva 62 . Nimikylttien valaisimet sokaisevat katselijan. Häikäisevät heittimet on suunnattu vaakatasoon.



Kuva 63. Näyteikkunan liian häikäisevä valaistus. Nimikylttiä ei ole valaistu. Lasiin muodostuu häikäisevä valopiste. Sisäänkäyntiä ei ole valaistu.



Kuva 64. Liikkeessä yleisvalaistus päällä ja halutut tuotteet on tuotu esiin kohdevalaisimilla. Liiketila on valaistu myös taustalta.

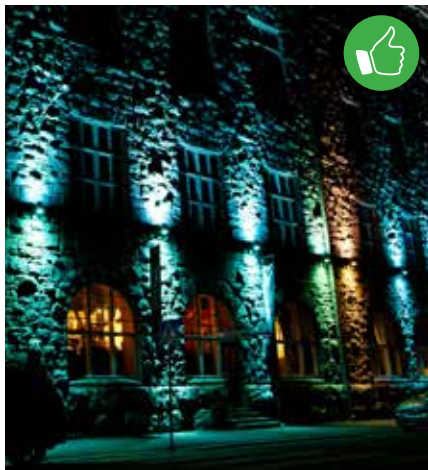


Kuva 65. Häikäisemätön lopputulos saadaan aikaiseksi oikealla asennustavalla. Kaikki valaisimet on suunnattu ikkunasta poispäin.

ENERGIATEHOKKAAT RATKAISUT

Valaistuksen toteutukseen on syytä valita energiaa säästäviä valonlähteitä, esimerkiksi LED-valaisimia. LED-valaisimissa on tarjolla lukuisia värilämpötiloja, myös lämpimiä sävyjä. Energiaa

säästyy, kun valaistus kohdennetaan tärkeisiin kohtiin sen sijaan, että koko liikejulkisivu olisi valaistuna. Valaistusta ohjataan niin, että se on päällä vain tarvittaessa. Valojen päälläoloajasta on hyvä sopia katukohtaisesti, tällöin koko kadun valaistus hahmottuu yhdeksi kokonaisuudeksi.



Kuva 66. Julkisivuvalaistusta on elävöitetty valaisemalla eri värisävyin.



Kuva 67. LED-valaisimilla päästään pieneneen energiankulutukseen.



Kuva 68. Julkisivun valaistus on toteutettu pienitehoisilla kohdevalaisimilla, jotka luovat tunnelmaa.



Kuva 69. Liian tehokkaasti valaistu kohde. Valaistustaso on liian korkea muuhun ympäristöön verrattuna.

VERTAILEVIA LASKELMIA VALAISTUSTA VARTEN

Verrattaessa perinteistä 35W monimetallivalaisinta (ottoteho 46W ja valonmäärä 2175 lumenia) uuden teknologian 30W LED-valaisimeen (ottoteho 30W ja valonmäärä 1972 lumenia), voidaan todeta, että valonlähdettä vaihtamalla päästään n. 35 % säästöihin. Kymmenellä valaisimella tämä tarkoittaa vuodessa 105€ säästöä, jos valaisimia poltetaan 6600 tuntia ja sähkön hinta on 10 senttiä / kWh.

On tärkeää, että valaistus on päällä myös liikkeen aukioloaikojen ulkopuolella. Esimerkiksi lisäkustannus yhden 35W valaisimen polttamisesta tunnin ajan päivittäin on vain n. 1,5 € vuodessa. Eli jos liikkeessä on kymmenen valaisinta, joita pidetään päällä kolme tuntia normaalia pidempään päivittäin, syntyy tästä vain noin 45 euron lisäkulu vuodessa.

Valaisintyyppi:	Valaisimien määrä	Teho (W)	Polttoaika (h/vuosi)	Sähkön hinta / vuodessa	Säästö %
Monimetalli 35W	1	46	6600	30,4 €	
LED 30W	1	30	6600	19,8 €	35 %

Monimetalli 35W	1	46	5000	23,0 €	
LED 30W	1	30	5000	15,0 €	35 %

Monimetalli 35W	1	46	365	1,7 €	
LED 30W	1	30	365	1,1 €	35 %
LED 30W	8	46	1460	53,7 €	

	Valaisimien määrä	Teho	Polttoaika (h/vuosi)	Sähkön hinta / vuodessa	
Monimetalli 35W	10	46	6600	303,6 €	
LED 30W	10	30	6600	198,0 €	35 %

SISÄÄNKÄYNNIN VALAISTUS

Sisäänkäynti tulee valaista selkeästi niin, että asiakkaan on helppo löytää liikkeen ovi. Sopivalla valaistuksella saadaan aikaan kutsuva ilmapiiri. Sisäänkäyntien valaistusvoimakkuus tulee olla kaksinkertainen verrattuna katualueen valaistusvoimakkuuteen. Sisäänkäynnit valaistaan häikäisemättömillä kohdevalaisimilla, jolloin valo saadaan rajattua halutulle alueelle.



Kuva 70. Sisäänkäynnin kohdalla on selkeästi voimakkaampi valaistus.



Kuva 71. Sisäänkäyntiä ei ole valaistu.



Kuva 72. Sisäänkäynti erottuu selkeästi.

NIMIKILPIEN VALAISTUS

Nimikilpien valaistus tulisi toteuttaa järjestelmällisesti, mieluiten samalla ta-

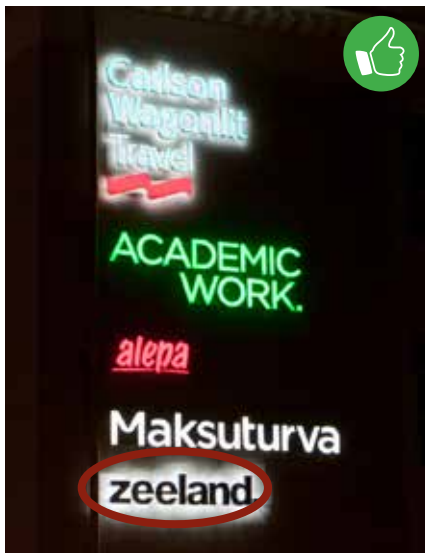
paa yhden kadun varrella, jolloin kokonaisuudesta tulee yhtenäinen. Yksittäiset taustavalaistut kirjaimet erottuvat hyvin ja ovat helppolukuisia.



Kuva 73. Nimikilpi on valaistu selkeästi ja häiritsemättömästi.



Kuva 74. Nimikilpeä ei ole valaistu. Valaisimien puuttuessa vain tuote jää mieleen, mutta ei liikkeen nimi.



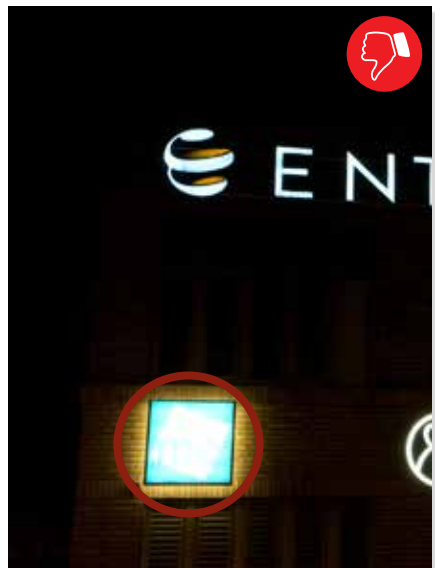
Kuva 75. Taustavalaistus korostaa valaisemattomia kirjaimia, ja lopputulos on selkeä.



Kuva 76. Kylttien valaistus ei saa häikäistä normaaleista katselukulmista.



Kuva 77. Maltillisesti valaistu nimikyltti.



Kuva 78. Taustavalaistusta valolaatikosta ei saa selvää.

NÄYTEIKKUNA JA SISÄTILAT

Näyteikkunoiden valaisimien tulee olla häikäisemättömiä ja mahdollisimman hyvin katselijan näkymättömissä. Näyteikkunassa tulee olla riittävä yleis-

valo (150 luxia), ja halutut kohteet tuodaan esille kohdevalaisimilla. Jos liikkeen sisätilaan näkee näyteikkunasta, niin myös se pitää valaista. Pimeät näyteikkunat ja liiketilat jäävät huomaamatta.



Kuva 79. Liiketilassa on valaistu liikkeelle ominaisia kohtia. Tässä kuvassa ravintolan tuotekyllt on tuotu esille ja tyhjät pöydät on jätetty valaisematta.



Kuva 80. Näyteikkunasta on rakennettu oma vitriinimäinen tila, joka korostaa muutamia luksustuotteita.



Kuva 81. Näyteikkuna sekä liike muodostavat yhtenäisen kokonaisuuden.



Kuva 82. Koko liiketila on valaistu tasaisesti, jonka lisäksi muutamia esillä olevia tuotteita on korostettu kohdevalaisimilla.



Kuva 83. Samalla kadulla sijaitsevilla liikkeillä olisi hyvä olla yhtenäinen julkisivuvalaistus sekä yhtenäiset valaistuksen päälläoloajat. Pimeäksi jätetyn näyteikkunan tuotteet jäävät helposti huomaamatta ja ostamatta.



Kuva 84. Huonosti valaistu tila. Näyteikkunan tuotteet ovat pimeässä.



Kuva 85. Valaisematon tausta. Korostetut tuotteet tulevat hyvin esille.



Kuva 86. Pimeät liikkeet ovat luotaantyöntäviä ja saavat aikaan pelottavan ilmapiirin.

KOROSTUSVALAISTUS

Liikkeen edustaa voi luoda viihtyisäksi erilaisilla koristeellisilla valaisimilla, esim. valaistuilla koristekasveilla tai lyhdyillä. Talvella jouluvalot luovat joulutunnelmaa, ja eri vuodenajat tulevat esille myös julkisivuissa.



Kuva 87. Koristeistutukset tuovat viihtyisyyttä ympäristöön. Talvella kasveihin voi kiinnittää kausivalaistuksen.



Kuva 88. Joulusesongin mukainen valaistus.



Kuva 89. Huonosti toteutettu koristevalaistus. Värikkäiden LED-nauhojen käyttö näyteikkunoissa ei ole suositeltavaa.

3.4 Kyllit ja tarrat

OPASTUSTA JA TUNNISTETTAVUUTTA

Liikejulkisivu viestii kadun kulkijalle vähintään liikkeen nimen, yrityksen brändin, aukioloajat sekä jotakin liikkeen toimialasta. Näiden julkisivun viestien

suunnittelussa on otettava huomioon rakennuksen arkkitehtuurissa olevat linjat ja mittasuhteet, jotka muodostuvat mm. ikkunoista ja sokkelista. Kyllit ja tarrat tulee asetella nämä linjat huomioon ottaen samalle ”riville”, jolloin eri liikkeiden ja koko rakennuksen yleisilme on hallittu.



Kuva 90. Hallittu kokonaisuus, jossa on huomioitu rakennuksen arkkitehtuuri sekä naapuriliikkeet. Kyllit ovat samassa linjassa ja mittasuhteiltaan sopivat. Ulkoasua piristävät myös kukkaruukut.



Kuva 91. Esimerkkikohteessa on kylttejä, jotka ovat eri korkeudella sekä erilaisilla tekniikoilla toteutettuja. Osa kylteistä on liian lähellä. Yleisilme on sekava.

Laadukkaat materiaalit ovat tärkeitä kestävyuden, värien säilymisen ja yleisilmeen kannalta. Materiaaleissa voidaan ottaa huomioon rakennukset tyyli ja aikakausi, esim. historialliseen arvorakennukseen voidaan tuoda pe-

rinteisiä materiaaleja, kuten puu, rauta ja kivi.

Erilaisten materiaalien määrä pyritään minimoimaan.



Kuva 92. Kangaskyltti on asennettu osin ikkunoiden ja tiiliseinän päälle. Materiaali ei ole paras vaihtoehto kyseiseen ympäristöön ja olosuhteisiin.



Kuva 93. Laadukkaampi vaihtoehto olisi esim. levykyltti asennettuna rakennuksen linjojen mukaisesti.

MITTASUHTEET JA MÄÄRÄT

Kylttien ja tarrojen liiallinen määrä tekee liikkeen yleisilmeen sekavaksi. Informaation määrän minimointi on suositeltavaa, ja se antaa mahdollisuuden vaihtelevuudelle, kun kaikkia viestejä ei tuoda esille samalla kertaa.

Hallitun ilmeen kannalta on otettava huomioon sopivat mittasuhteet. Kylt-

tien ja viestien tulisi olla sopusoinnussa ympäristön kanssa. On pyrittävä välttämään kylttien liian suurta kokoa tai määrää sekä rakennuksen yksityiskohtien peittämistä kylttien ja tarrojen alle.

Kylttien sopiva määrä vaikuttaa myös esteettömyyteen ja näkyvyyteen, jolloin esimerkiksi sisäänkäynti erottuu paremmin.



Kuva 94. Sopiva ja hallittu määrä kylttejä.



Kuvat 95–96. Kyltit ja mainokset peittävät arkkitehtuurin sekä näkyvyyden liikkeen sisälle.

KYLTIT

Saman liikkeen erilaisten kyltityyppien määrä pyritään pitämään mahdollisimman vähäisenä. Liikkeen nimi ei saa hukkaa muiden viestien joukkoon.

Luovat erikoisratkaisut ovat suositeltavia, kunhan ne ovat sopusoinnussa rakennuksen ja ympäristön kanssa.

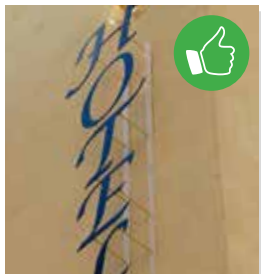
Valaistujen irtokirjainten käyttö liiketilpenä on suositeltavaa. Ratkaisu on

ilmava ja tyylikäs, ja se toimii hyvin arkkitehtuurin tyylin ja materiaalin kanssa.

Ylisuuret valolaatikot ovat huono ratkaisu. Laatikko peittää rakennusta ja on helposti liian hallitseva. Ulkonevat ja riippuvat kyltit eivät saa peittää jalankulkijan näkymää tai estää kulke- mista. Sijoittelu on oltava suhteessa rakennuksen linjojen kanssa ja siinä on huomioitava markiisit sekä muut kyltit.



Kuva 97. Myös lippu voi toimia liikkeen tunnisteena.



Kuva 98. Irtokirjaimet eivät peitä rakennuksen värisävyä.



Kuva 99. Ulkoneva kyltti.



Kuva 100. Sopivan kokoinen ja häikäisevän valolaatikko.



Kuva 101. Irtokirjaimet voivat olla ilmeikkäitä.



Kuva 102. Purkamatta jäänyt kyltinpidike.



Kuva 103. Pirstävä, retrohenkinen nimikyltti.



Kuva 104. Kyltit ovat liian lähekkäin.



Kuva 105. Taustavalaistu kyltti on erottuva, mutta ei aiheuta valosaastetta



Kuva 106. Irtokirjaimet ovat yksinkertaiset, mutta juu on niiden asennustavassa.



Kuva 107. Arvorakennuksen tunnelmaan sopiva kyltti.



Kuva 108. Ympäristön miljööseen sopiva kyltti.



Kuva 109. Luova ratkaisu, joka sopii paikan henkeen.



Kuvat 110–111. Liikejulkisivun kasvojenkohotus: vanha valolaatikokyltti vaihdettiin irtokirjaimiksi.





Kuva 112. Valomainosten yhtenäinen väri on lähellä seinän väriä. Rakennuksen historiallinen ilme ei häiriinny.

Kyltit suunnitellaan suhteessa rakennuksen ilmeeseen ja julkisivuun. Historiallisen arvorakennuksen yhteydessä on suositeltavaa hillitä värimaailmaa suurilla väripintoilla vähentämällä. Rakennuksen alkuperäisen pintamateriaalin on hyvä olla näkyvissä. Sen peittäminen kyltein olisi hyvä pitää minimissään. Hyvä tapa on käyttää irtokirjaimia tai ulkonevia kylttejä.

Liikkeellä on hyvä olla selkeä "väriteema", josta muodostuu oma kokonaisuutensa. Tällöin erottaudutaan paremmin muista liikkeistä. Erilaisten värien liiallinen määrä sekoittaa yleisilmettä. Jos mahdollista, on pyrittävä välttämään samaa väriteemaa kuin naapuriliikkeellä.

Kyltit suunnitellaan suhteessa rakennuksen ilmeeseen ja julkisivuun.

TARRAT JA TEIPPAUKSET

Teippauksen suunnittelussa on hyvä huomioida ikkunan muoto. Teippauksen peittävyyttä pitää harkita tilanteen mukaan. Hyvä näkyvyys liiketilaan lisää huokuttelevuutta.

Rakennusjärjestys (löytyy kaupungin nettisivuilta) ohjeistaa ikkunateippauksista. Ikkunapinta-alan muuttaminen vaatii rakennusvalvontaan vähintään ilmoituksen (maksullinen).



Kuvat 113–115. Erilaisia ikkunateippauksia, jotka eivät peitä liikaa näkyvyyttä. Teippauksen ulkonäkö on myös suhteutettu onnistuneesti ikkunan muotoon ja kokoon.



Kuva 116. Kampanjakohtainen, hyvällä maulla tehty ALE-teippaus.



Kuva 117. Yhtenäisyys väreissä. Jos koko ikkunan peittäviä tarroja käytetään, tulisi niiden olla ilmeeltään elegantteja ja väriykseltään rauhallisia, kuten tässä esimerkissä.



Kuva 118. Teippaus on sinänsä kaunis, mutta kokonaisuudesta muodostuu kuitenkin sekava.



Kuva 119. Teippauksen kanssa kannattaa pyrkiä tasapainoiseen sommitteluun. Ikkunan koko, muoto ja sijainti tulisi ottaa teippauksen lähtökohdaksi.

3.5 Värit

Liikejulkisivujen varusteissa ja rakenteissa sovelletaan värisuunnitelmaa, joka on esitetty Savonlinnan kaupunkikeskustan laatukäsikirjassa eli Design-manuaalissa. Tämän värikartan värejä suositellaan käytettäväksi omaa yrityskuvaa täydentävänä erityisesti silloin,

jos yritysvärit ovat hyvin kirkkaita. Yrityskuvan värit toteutettaisiin tällöin pienempinä pintoina tai aiheina esimerkiksi yritysgrafiikassa, ja isot pinnat, kuten markiisit, toteutetaan Savonlinna-väreillä. Tämä ohje ei ole yksiselitteinen, vaan vaatii aina harkintaa.

	Poppelinharmaa kuultokäsittely, Linnan-kadun puupylväät		Kuumasinkitty pinta		tumma kuultokäsittely, pienarkkitehtuurin puuosien käsittely
	Tumma kuultokäsittely, pienarkkitehtuuri ja puiset valaisinpylväät		Luonnonkivi grafiitin harmaa, lohkottu, esteettömissä kohteissa ristipäähakattu pinta		RAL 9011 musta teräksen väri, teräsrakenteet
	RAL 9011 musta teräksen väri, vyöhyke 1, teräsosat kalusteissa ja valaisinpylväät		Luonnonkivi musta, lohkottu, esteettömissä kohteissa ristipäähakattu pinta		RAL 7026 harmaa, A-ständit ja markiisit, vaihtoehtoinen väri teräsrakenteille
	RAL 7026 harmaa, maalatut kalusteet		Betonikivi, harmaa		NCS S 6030-R10B ”oopperan punainen” markiisit ja kattopinnat
	RAL 8007 punaruskea, puistojen puukalusteet		Saimaan sininen C90, M15, Y0, K26 Pienten yksityiskoh-tien tehosteväri		NCS S 6030-R10B ”oopperan punai-nen”, markiiseille ideoitu Savonlin-na-kuosi, jossa raidat valkealla ja har-maalla

Kuva 120. Savonlinnan julkisen ympäristön värit ja materiaalit.

3.6

Esteettömyys

Hyvä esteettömyys liikejulkisivussa tarkoittaa sitä, että se on toimiva myös toimintarajoitteisten ihmisten kannalta. Kaikille sopivan sisäänkäynnin li-

säksi on kiinnitettävä huomiota myös informaation esittämiseen; selkokieli-syyteen, tekstin kokoon ja värien kontrasteihin.

KOHDE	SUOSITUS
Ovi	Ovi hahmottuu parhaiten, kun se on eri tasossa kuin muu julkisivu, eli mieluiten syvennyksessä.
Ovi	Oven yläpuolella tulisi olla katos suojaamassa sateelta.
Ovi	Oven kontrastiväri muuhun julkisivuun verrattuna, hämärällä korostusvalaistus.
Ovi	Ovesta on päästävä ilman apua, myös pyörätuolin käyttäjän. Ihannetilanteessa oven edessä olisi halkaisijaltaan 1800 mm ympyrä vapaata tilaa, jotta pyörätuolin käyttäjä saa oven auki.
Ovi	Mieluiten automaattiovi. Oven aukipitotappi kulkupinnassa on huono ratkaisu, parempi on haka lähellä oven painikkeen korkeutta. Haka kiinnitetään viereisessä seinässä olevaan renkaaseen.
Porras/luiska	Jos oven edessä on tasonkorotus, tarvitaan siihen asianmukaiset luiskat. Luiska ei saa päättyä suoraan ovelle vaan sisäänkäyntitasanteelle. Pinta ei saa olla liukas, ja sen tulisi olla mieluiten lämmitettävä, jotta pinta pysyy sulana ja kuivana.
Tuulikaappi	Peräkkäisten ovien tilanteessa pitää saada ovi kerrallaan auki. Vaadittavat mitat on esitetty lähdeteoksessa (Rakennetun ympäristön esteettömyyskartoitus). Ovien välissä ei saa olla paksua, pehmeää mattoa. Jos tuulikaapissa on ritilä, se ei saa olla liukas. Ritilän raot saavat olla max 5 mm. Valaistus olisi parhaimmassa tapauksessa säädettävissä olosuhteiden mukaan häikäisyn estämiseksi.

Vaihtoehtoinen sis.käynti	Ellei pääsisäänkäyntiä ole mahdollista korjata esteettömäksi, järjestetään sisäänkäynti muualta. Opastus on toteutettava selkeästi. Opastus pitää järjestää myös pysäköintialueelta. Myös mahdollisuus kutsua avustaja tulisi järjestää sitä tarvitseville.
Opastus	Voi olla myös ääniopaste.
Muut varusteet	Ovikellojen ja kahvojen tulee olla riittävän alhaalla ja aina oven avautumispuolella, ettei tule törmäysvaaraa.
Kaikki varusteet ja liikkeen edusta	Kunnossapito: Kiinteistön, kaupungin ja asukkaan vastuulla on pitää varusteet ja liikkeen edustat sellaisessa kunnossa, ettei niistä synny vaaraa, estettä, turvallisuusriskiä tai muuta haittaa.

Taulukon tiedot: Rakennetun ympäristön esteettömyyskartoitus, opas kartoituksen tilaajalle ja toteuttajalle. Invalidiliitto ry. 2009



Kuvat 121–122. Hyvän esteettömän sisäänkäynnin ominaisuuksia:

- Automaattiovet
- Huomiovärillä kehystetyt ovet
- Punainen kontrastiraita oven lasipinnassa (korkeus 120 cm)
- Sisä- ja ulkotila samassa tasossa (ei kynnyksiä)
- Eri pintamateriaalit jalankulkuväylällä ja ajoväylällä

3.7 Teemat ja sesongit

Erilaiset teemat ja sesongit ovat erinomainen mahdollisuus elävöittää omaa liikejulkisivua. Savonlinnassa ooppera on kaupungin vahvuus ja yksi itsestään selvä teema, jota ei ole muilla kaupungeilla. Vuodenaikajuhlien esille tuominen liikejulkisivuissa tuo vaihtelua ja on yrittäjälle myös mahdollisuus

kokeilla erilaisia ideoita. Vierekkäiset liikkeet voivat ideoida omat näyteikkunansa samalla teemalla. Katu voi myös kertoa tarinan, esimerkiksi joulun tarinan. Pitkä katu voi kertoa etenevän tarinan valojen, taiteen, tuotteiden ja tapahtumien avulla. Näin voidaan saada aikaan kokonainen ohjelmanumero.



Kuva 123. Stockmannin jouluikkunasta on tullut ilmiö, jota tullaan erikseen katsomaan.



Kuva 124. Näyttäviä joulusomisteita.



Kuva 125. Halloween-teema on inspiroinut muotiliikettä.



Kuva 126. Teema voidaan toteuttaa myös teippaamalla.

Lähdeaineistoa

www.savonlinna.fi/savonlinna-tietoa/kehittamishankkeet/kaupunkikeskus-tan_kehittamishanke

Markkinointiviestinnän toimistojen liitto, *mtl.fi/fi/ala/sanasto*

Myyväläympäristö elämysten tuottajana – myymäläsuunnittelun työkalupakki. Susanne Markkanen, Talentum 2008.

Rakennetun ympäristön esteettömyyskartoitus, opas kartoituksen tilaajalle ja toteuttajalle. Invalidiliitto ry. 2009

Savonlinna designmanuaali, kaupunkiympäristön laatukäsikirja, (päivitetty versio). Savonlinnan kaupunki 2014

Visualistin työkalupakki. Annika Hirvi ja Sanne Nyholm, Zolan 2009.

Käsikirjan kuvat:

WSP sekä

kuva 2. Savonlinnan kaupunki

kuva 11. *colporter.tumblr*

kuva 15. *news.yahoo.com/blogs*

Kuva 23. *mycoxa.com*

Kuva 24. *www.ohlssonsbasar.se*

Kuva 25. *www.byarumsbruk.se*

Kuva 26-28. *www.nola.se*

Kuva 39. *www.plantagen.fi*

Kuva 43. *www.rudus.fi*

Kuva 46. *www.logton.fi*

Kuva 95. *blogmodart.rebelmobile.de*

Kuva 96. *www.newretailblog.com*

Kuva 110-111. *archiseek.com*

Kuva 125. *www.displaysense.co.uk*

