

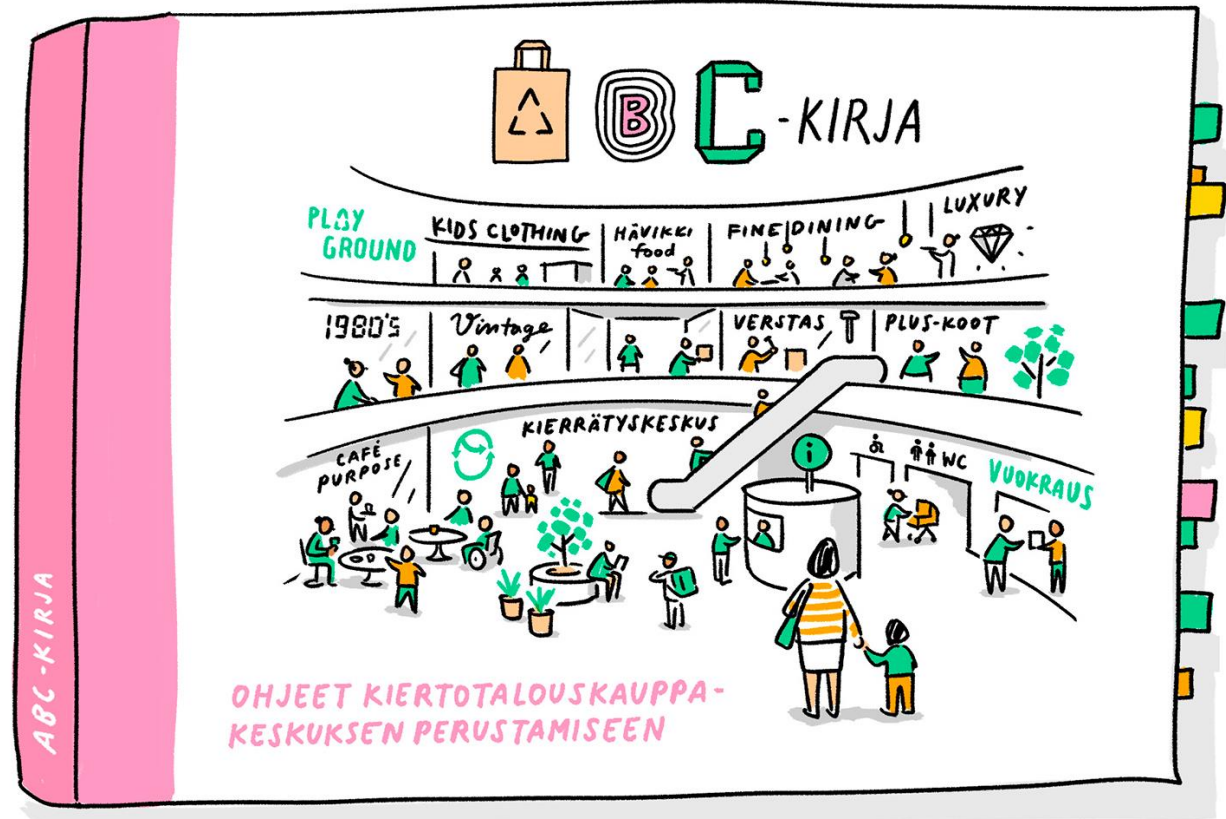
# ABC-KIRJA



OHJEET KIERTOTALOUSKAUPPA-  
KESKUKSEN PERUSTAMISEEN

# Sisällysluettelo

- Lukijalle
- Mitä on kiertotalous?
- Kiertotalouden liiketoimintamallit
- Kauppakeskukset Suomessa
- Sidosryhmät ja yhteistyötahot
- Liiketoimintamallin valinta
- Sijaintipäätökset
- Mukaan tulevat yritykset
- Vastuullisuuden varmistaminen
- Kannattavuus ja rahavirrat
- Asiakastarpeiden ymmärtäminen
- Ota yhteyttä



# Lukijalle

Ilmastonmuutos ja luontokato ovat aikamme suurimmat haasteet, ja kiertotalouden edistäminen on yksi merkittävimpiä tekoja, joilla voimme näitä haasteita torjua.

Tämä kiertotalouskauppakeskuksen perustamisen keskeisiä askelia kuvaava opas on tarkoitettu kaikille heille, jotka ovat kiinnostuneet perustamaan tai tukemaan kiertotalouskauppakeskuksen perustamista. Materiaali tarjoaa perusteet ymmärtää kiertotalouskauppakeskuksen hyötyjä ja mahdollisuuksia. Materiaali on kirjoitettu erityisesti kauppakeskuksen perustamisen näkökulmasta.

Kiertotalouskauppakeskuksen perustaminen vaatii yhteistyötä monen erilaisen sidosryhmän kanssa. Tavoitteena on, että tämä opas auttaisi lukijaa hahmottamaan toimijakenttää ja vaadittavia ensiaskeleita kiertotalouskauppakeskuksen perustamisessa.



# Mitä on kiertotalous?

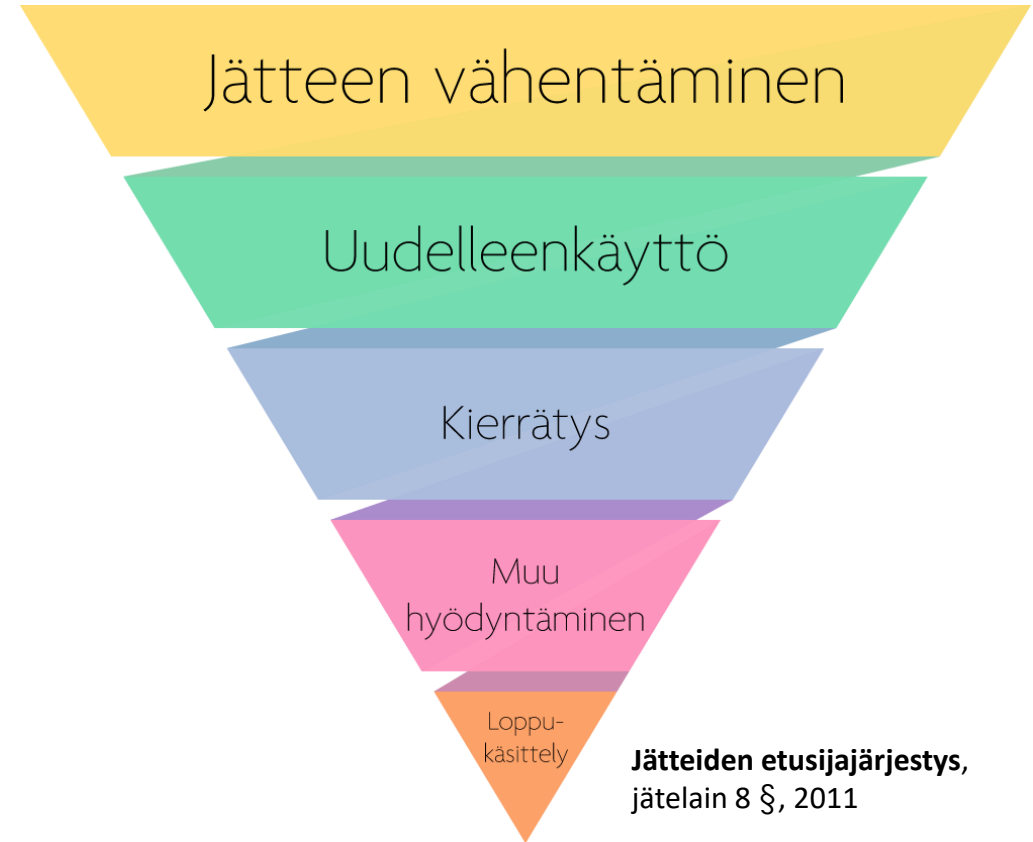
Kiertotalous on resurssiviisas talousmalli, joka pyrkii vähentämään luonnonvarojen kulutusta ja jätteen määrää hyödyntämällä resursseja tehokkaammin.

Se perustuu ajatukseen siitä, että tuotteet, materiaalit ja resurssit tulee suunnitella ja käyttää niin, että niiden elinkaari on mahdollisimman pitkä ja materiaalien kierto on parhaimmillaan loputonta.

Kiertotalous on yksi tärkeimmistä keinoista saada aikaan positiivisia vaikutuksia ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi.

Kiertotalous haastaa yritysten tuote- ja palvelukehittämistä. Keskeistä on suunnitella innovaatioita, joiden avulla voidaan saada vähemmällä enemmän.

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/concept>

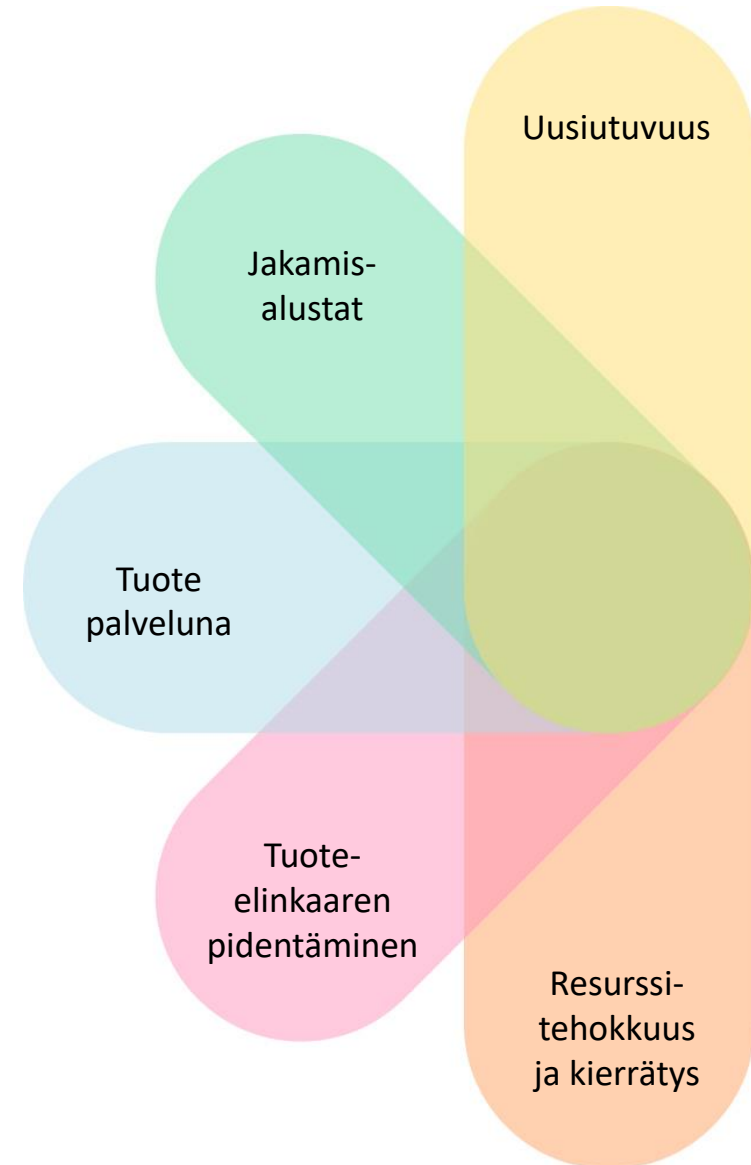


# Kiertotalouden liiketoimintamallit

Kiertotalousalalla toimivien yritysten toiminta voidaan karkeasti lajitella viiteen eri liiketoimintamalliin: uusiutuvuus, jakamisalustat, tuote palveluna, tuote-elinkaaren pidentäminen sekä resurssitehokkuus ja kierrätys.

Uusiutuvuus tarkoittaa uusiutuvien, kierrätettyjen ym. materiaalien sekä energianlähteiden hyödyntämistä neitseellisten ja uusiutumattomien luonnonvarojen sijaan. Lisäksi tuotteet suunnitellaan kestäviksi, korjattaviksi ja kierrätettäviksi.

Jakamisalustoja tarjoavassa liiketoimintamallissa useat tahot voivat hyödyntää samoja tuotteita ja palveluita ilman omistusta. Jakaminen toteutetaan digitaalisin jakamisalustoin. Esimerkkejä jakamispalveluista ovat lainaus-, vuokraus- ja yhteiskäyttöpalvelut.

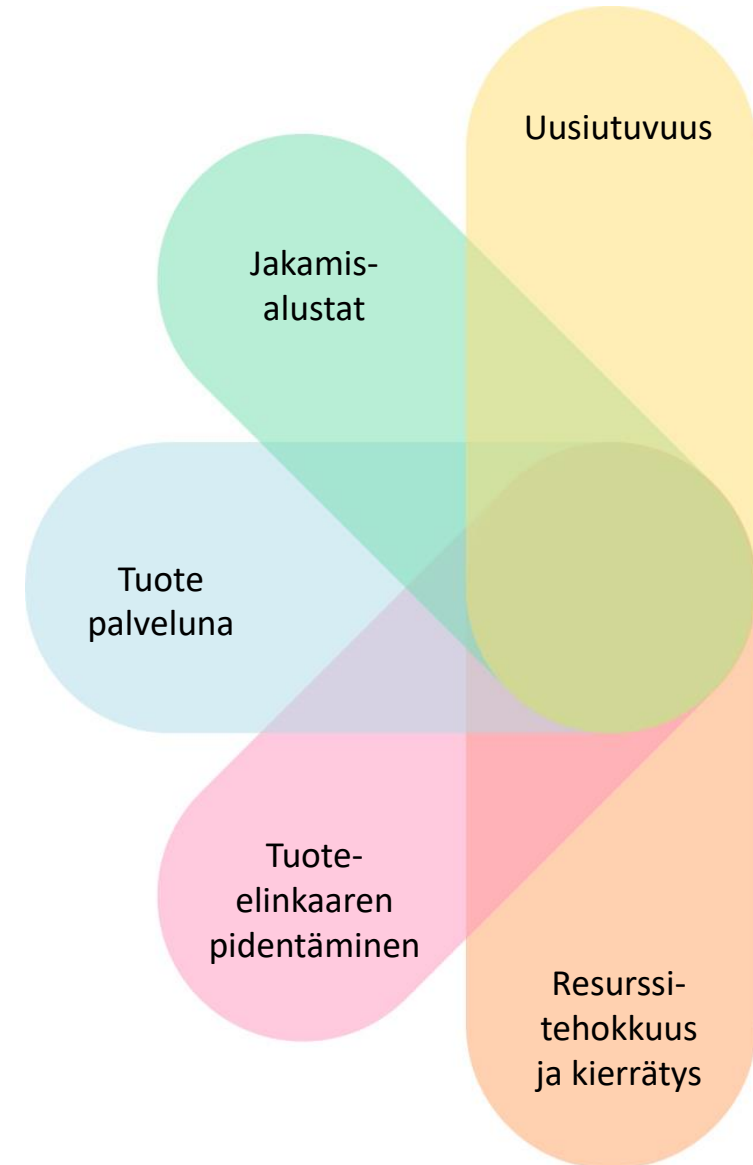


# Kiertotalouden liiketoimintamallit

Tuote palveluna liiketoimintamallissa asiakas maksaa tietystä suoritteesta tuotteen omistamisen sijaan. Tuloja kertyy palvelu- tai vuokrasopimuksista. Tuote palveluna ja jakamisalustat voivat olla sisällöltään samanlaisia, mutta ero on myyntikanavassa.

Yritykset, jotka toimivat tuote-elinkaaren pidentämiseksi, tarjoavat mm. ylläpito-, huolto- sekä korjauspalveluita, uudelleenvalmistusta ja myyvät tuotteita uudelleenkäytettäviksi. Tämän onnistumiseksi tuotteiden on oltava jo valmistusvaiheessa tehty korjattaviksi sekä kestävästä ja laadukkaista materiaaleista.

Resurssitehokkuus ja kierrätys -liiketoimintamallin pyrkimys on minimoida materiaalien hukkaa takaisinkeräämällä, uusiokäyttöön palauttamalla sekä kierrättämällä resurssitehokkaasti.



# Kauppakeskukset Suomessa



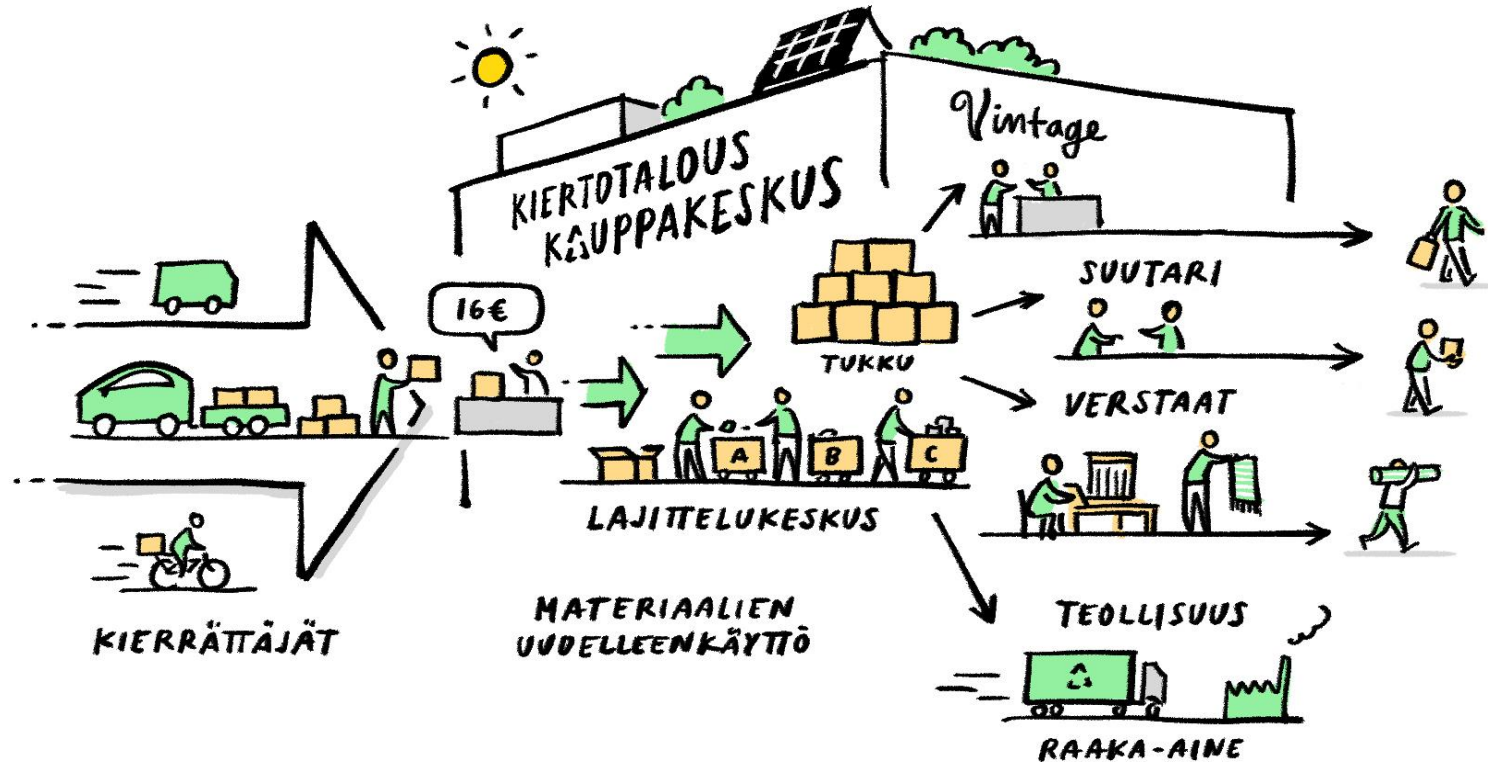
- Kauppakeskusten omistus on Suomessa yleensä keskittynyt suurille rahoitusyhtiöille, jotka ulkoistavat kauppakeskusten johtamisen siihen erikoistuneille toimijoille.
- Sijainti on kauppakeskuksen tärkein menestystekijä.
- Viime vuosien suuntana kauppakeskuksissa on ollut palveluiden ja elämysten, etenkin **ravintoloiden** määrän kasvu ja kauppojen määrän lasku.
- Kauppakeskuksen tärkein tulonlähde on vuokratulot. Muita tuloja ovat markkinointimaksut ja vuokralaisilta laskutettavat kiinteistöhuolto- ja tilapalvelut. Markkinointimaksut mahdollistavat kauppakeskuksen kokonaisuuden markkinointia ja viestintää, sekä tapahtumien ja kampanjoiden järjestämistä.
  - *Ajatusleikki: voit verrata kauppakeskuksen toimintaa asuntovuokraukseen. Tärkein päämääräsi on varmistaa se, että kaikki asunnot on vuokrattu pitkälle tulevaisuuteen. Haluat myös varmistua siitä, että vuokralaisilla on riittävästi tuloja vuokran maksamiseen.*

Huomioi erityisesti!

Sijainti ja kauppakeskuksen toiminta-ajatus yhdessä määrittävät asiakasvirrat. Sijainti, asiakasvirrat, kauppakeskuksen idea (brändi, konsepti) ja tukipalvelut ovat karkeasti määriteltynä se paketti, jota kauppakeskus myy vuokralaisilleen. Vuokralaiset maksavat kauppakeskukselle ennen kaikkea asiakasvirroista.

Kiertotalouteen keskittyvä kauppakeskus kohtaa samat haasteet kuin muutkin kauppakeskukset: isoimmat kysymykset ovat a) miten kauppakeskus pystyy tuottamaan jatkuvaa asiakasvirtaa ja b) miten kauppakeskus löytää ja saa sitoutettua luotettavia, maksukykyisiä ja pitkäikäisiä vuokralaisia.

# Eräs visio kiertotalouskauppakeskuksen materiaalivirroista



Lajittelutyö on osa kiertotalouden toimintamallia. Tavarankäsittelyyn liittyvät taustatoiminnot, kuten vastaanotto, lajittelukeskus, varastointi, verstaat sekä materiaalikierrätys vaativat tiloja, joita perinteisissä kauppakeskuksissa ei tyypillisesti ole. Näiden toimintojen sijoittaminen on tärkeä mieltä mallin suunnittelun yhteydessä. Isoissa kauppakeskusratkaisuissa lajittelutoiminto on tehokkainta sijoittaa kauppakeskuksen yhteyteen. Tässä visiossa vastaanotetuille materiaaleille määritetään arvo ja kauppakeskuksen toimijat voivat sopimuksen mukaan hyödyntää niitä omassa liiketoiminnassaan.

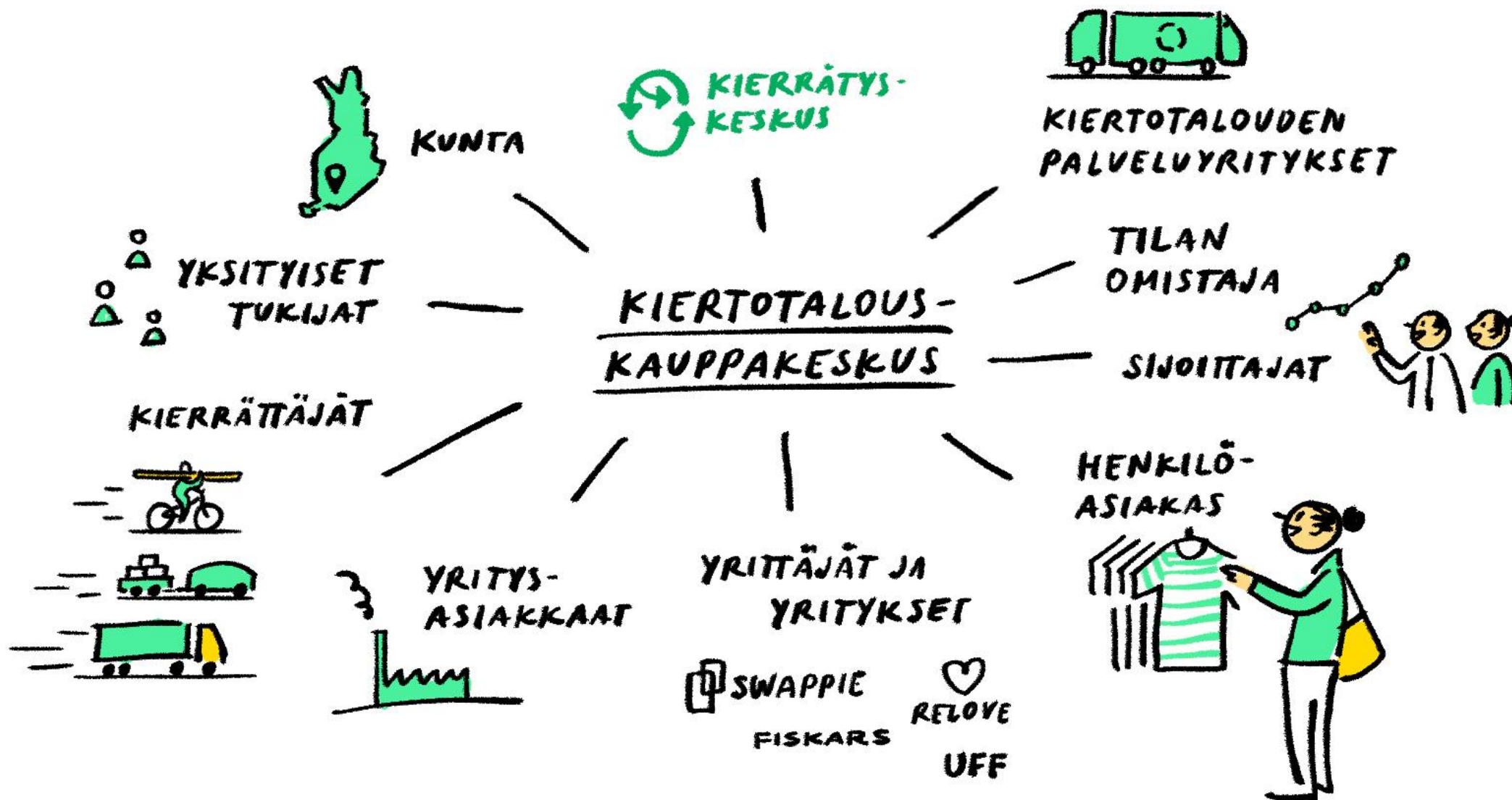
Kiertotalouskauppakeskuksen  
perustamisen keskeiset palikat

# Kiertotalouskauppakeskuksen perustamisen keskeiset palikat



Sidosryhmät ja yhteistyötahot  
→ Tunnista ja osallista tärkeimmät  
yhteistyökumppanit

# Keskeiset sidosryhmät



# Sidosryhmät ja roolit

## → Tunnista, osallista ja vastaa tarpeisiin

### Kunta

Kunta voi tukea kiertotalouskauppakeskuksen toimintaa lahjoittamalla, vuokraamalla tai lainaamalla erilaisia resursseja kuten tiloja, rahaa, välineitä jne.

### Henkilöasiakas

Yksityishenkilö, joka asioi kiertotalouskauppakeskuksen myymälöissä.

### Lajittelukeskus

Potentiaalinen pieni/keskisuuri ankkuriliike. Esimerkiksi Kierrätyskeskus tai muu paikallinen uudelleenkäyttötoimija voi toimia lisäksi kiertotalouskauppakeskusten neuvonantajana.

### Yritysassiakas

Yritysassiakas, joka asioi kiertotalouskauppakeskuksen myymälöissä tai ostaa suoraan lajittelukeskuksesta materiaalia suurissa erissä.

### Kiertotalouden palveluyritykset

Kiertotalouden palveluyritykset, kuten jäteyhtiöt, voivat toimia jopa koko kiertotalouskauppakeskuksen tai sen yhteydessä toimivan lajittelukeskuksen hallinnoijana.

### Yrittäjät ja yhteisöt

Yrittäjä tai yhteisö on toimija, joka myy materiaalia, työtä, palveluita tai tuotteitaan kiertotalouskauppakeskuksessa asiakkaille. Hän saattaa vuokrata omaa liikehuoneistoa tai osaa yhteismyymälästä. Yhteisö voi olla yksityisyrittäjä tai suurempi toimija, kuten Relove tai Fida.

### Kiinteistön omistaja

Kiertotalouskauppakeskus voi operoida olemassa olevan kauppakeskuksen yhteydessä tai muissa tiloissa, jonka kiertotalouskauppakeskus vuokraa.

### Kierrättäjä

Kierrättäjä on yksityinen tai julkinen taho, joka myy tai lahjoittaa materiaalia tai tuotteita kiertotalouskauppakeskuksen tai suoraan kiertotalouskauppakeskuksessa toimiville yrittäjille.

### Sijoittajat

Kaupallinen toimija, joka sijoittaa kiertotalouskauppakeskukseen tai sen osiin tavoitteenaan sijoituksen arvonnousu.

### Tukijat (yksityiset)

Tukija voi olla julkinen tai yksityinen toimija, joka tukee kiertotalouskauppakeskuksen toimintaa taloudellisesti. Tukea voi myös tarjota tilavuokrien tai muiden palveluiden edullisemmän hinnan kautta.

Lisäksi keskeiseksi sidosryhmäksi voidaan lukea tahot, joilta kauppakeskus hankkii omat kiertotalouskalusteensa ja -välineensä. Näitä voivat olla esim. kierrättäjät, lajittelukeskus, kiertotalouden palveluyritykset, käytettyjä kalusteita myyvät yritykset, huutokaupat ym. Hyvät suhteet näihin toimijoihin ovat tärkeitä, koska käytetyt kalusteet on usein yksittäiskappaleita ja niiden löytäminen oikeaan aikaan voi olla vaikeaa.

Liiketoimintamallin valinta

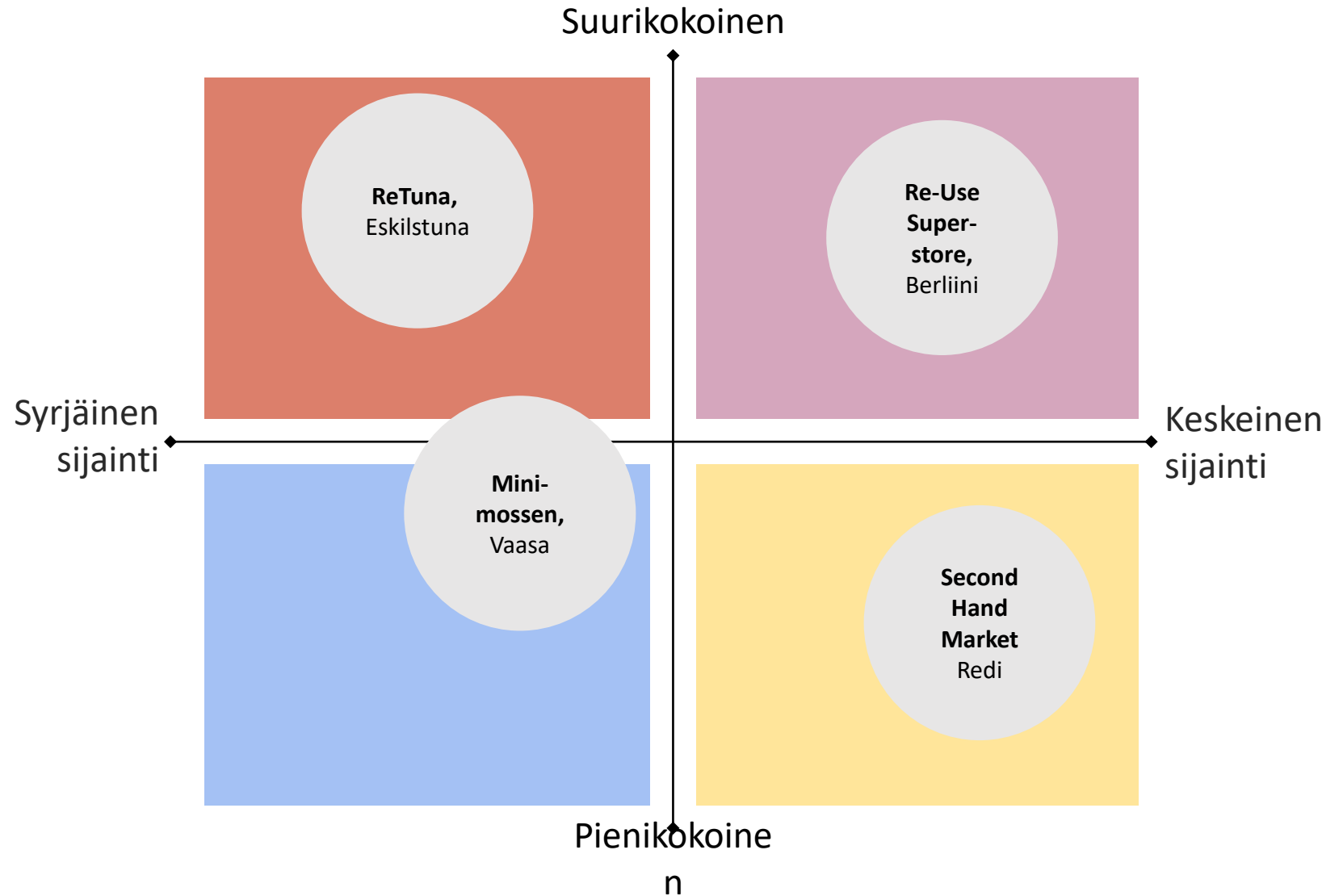
→ Benchmarkit maailmalta ja  
suositus liiketoimintamalliksi

# Liiketoimintamallit maailmalta

Esittelemme neljä mielenkiintoista vertailukohtetta maailmalta, jotka ovat inspiroivia esimerkkejä kestävä kehityksen edistämisestä.

Nämä vertailukohteet edustavat erilaisia konsepteja, jotka perustuvat kierrättämiseen ja uudelleenkäyttöön.

Näiden vertailukohteiden avulla voidaan oppia uusia käytäntöjä ja innovaatioita kestävä kehityksen edistämiseksi, ja ne toimivat inspiraationa omien kestävä kehityksen hankkeiden suunnittelussa ja toteuttamisessa.





# ReTuna

- ReTuna on kiertotalouskauppakeskus Eskilstunassa, Ruotsissa, joka tarjoaa ainutlaatuisen ostoskokemuksen kestävyden ja kiertotalouden näkökulmasta.
- Ostoskeskus koostuu yli 10 kaupasta, joista kaikki tarjoavat kiertotaloudenmukaisia tuotteita ja palveluja laajalla valikoimalla vaatteista ja huonekaluista elektroniikkaan ja leluihin.
- Lisäksi Retuna tarjoaa erilaisia palveluita kestävän elämäntavan ja kiertotalouden edistämiseksi. Ostoskeskuksessa on työpaja, jossa asiakkaat voivat korjata tai uudelleenkäyttää vanhoja tavaroita ammattilaisten avustuksella.
- ReTuna järjestää myös tapahtumia, seminaareja ja työpajoja kestävän elämäntavan ja kiertotalouden teemoista. Ostoskeskus toimii keskuksena yrittäjille ja innovaattoreille, jotka haluavat perustaa kestäviä yrityksiä.
- Ostoskeskus pyrkii olemaan esimerkki kiertotaloudesta ja inspiroimaan muita yrityksiä sekä yhteisöjä ottamaan käyttöön kestävämpiä käytäntöjä.
- Lisätietoa: <https://www.retuna.se/english/about-us/>

## Huomioi erityisesti!

ReTunan toiminnan kannalta keskeinen osa on siellä sijaitseva yhden luokun kierrätyspiste, jossa tavarat lajitellaan ja ohjataan edelleen joko kierrätykseen, korjattaviksi tai uudelleenkäyttöön. Asiakkaan ei tarvitse etukäteen tietää, päätyykö tavara uudelleenkäyttöön, materiaalikierrätykseen tai jätteeksi. Tämän mahdollistamiseksi tarvitaan lajittelukeskus sekä materiaalikierrätyksen organisointi.



# Re-Use Superstore

- Re-Use Superstore Berliinissä toimii käytettyjen tavaroiden kauppana tavaratalon sisällä.
- Sisältää useita pop-up-kauppoja, joita pyörittävät eri toimijat uudelleenkäyttöalan parista ja jotka tarjoavat tuotteitaan tilapäisesti. Kauppa tarjoaa erilaisia tuotteita, kuten huonekaluja, teknologiaa, vaatteita ja upcycling-tuotteita.
- Re-Use Superstoren tavoitteena on myös perustaa vastaavia kauppoja muihin tavarataloihin ja ostoskeskuksiin edistämään tavaroiden uudelleenkäyttöä sekä vähentämään jätettä.
- Re-Use Superstore saa tukea Berliinin kaupungilta. Vastaavaa toimintaa voi olla vaikeaa järjestää taloudellisesti kannattavaksi markkinaehtoisesti. Toiminnan vaikuttavuus voi jäädä rajalliseksi, jos sitä ei saada itsessään kannattavaksi.
- Lisää tietoa: <https://re-use-superstore.de/>

Huomioi erityisesti!

Pop-up-kaupat Re-Use Superstoren sisällä toimivat rotaatioperiaatteella, jossa eri toimijat käyttävät tilaa tietyn ajanjakson. Tämä mahdollistaa monipuolisen valikoiman tuotteita ja ideoita, ja luo samalla uutuuden sekä jännityksen tuntua asiakkaille.



# Minimossen

- Minimossen on Suomen ensimmäinen kierrätyskauppakeskus, joka myy tarkoin valittua kierrätettyä tavaraa. Minimossen tarjoaa kuluttajille fiksun vaihtoehdon uuden ostamiselle.
- Minimossenissa toimii 15 yritystä, jotka korjaavat, tuunaavat ja myyvät käytettyjä vaatteita ja esineitä.
- Mukana ei ole vakiintuneempia ja tunnetumpia toimijoita, jotka voisivat tuoda merkittäviä asiakasvirtoja.
- Minimossen on jätehuoltoyritys Stormossenin perustama. Muutaman kilometrin päässä Minimossenista on kierrätyspiste, jossa vastaanotettua materiaalia Minimossenin toimijat uudelleen hyödyntävät toiminnassaan.
- Lisää tietoa: <https://www.stormossen.fi/en/minimossen/>

## Huomioi erityisesti!

Minimossenissa on myös kahvila ja tila, jossa voidaan järjestää tapahtumia, kuten taidenäyttelyitä. Lisäksi tarjolla on erilaisia työpajoja, joiden avulla asiakkaat voivat oppia esimerkiksi ompelua, huonekalujen kunnostamista ja erilaisten kierrätysmateriaalien hyödyntämistä. Tällainen monipuolinen toiminta houkuttelee asiakkaita paikalle.



# Second Hand Market Redi

- Second Hand Market (SHM) on Rediin perustettu kiertotalouskeskittymä, jossa tarjolla on erilaisia kiertotalousalan tuotteita ja palveluja.
- SHM hyötyy Redin keskeisestä sijainnista ja vetovoimasta. Toisaalta se vastavuoroisesti auttaa Rediä erottautumaan kauppakeskusten kilpailussa ja tukee Redin brändiä.
- SHM tarjoaa monipuolisia mahdollisuuksia erikokoisille toimijoille muun muassa shop-in-shopin muodossa.
- Redille kiertotalousalue on tuonut uusia asiakkaita, jotka eivät muuten olisi kiinnostuneita asioimaan kauppakeskuksissa.
- Lisää tietoa: <https://www.facebook.com/secondhandmarketredi/>

Huomioi erityisesti!

Shop-in-shop-periaatteella toimivassa myymälässä toimijan ei tarvitse itse vastata tuotteiden myynnistä tai henkilökunnasta, mikä mahdollistaa pienenkin toimijan mukaan tulemisen. Shop-in-shop vaatii kuitenkin kokeneen ja toimintaan sitoutuneen tahon organisoimaan myymäläkokonaisuutta.

# Liiketoimintamallissa huomioitavat tekijät

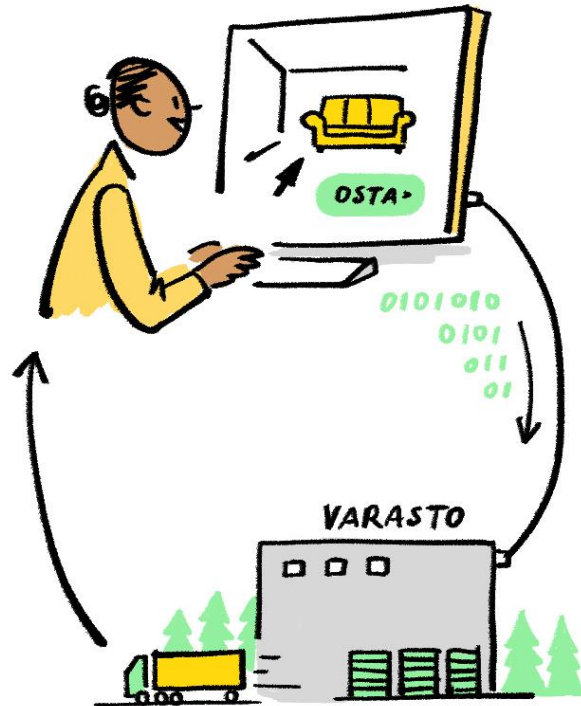


- Kiertotalouskauppakeskus voi toimia usealla eri toimintamallilla. Liiketoiminnan peruslogiikka pysyy kuitenkin samana: kauppakeskustoiminnan **pääasiallinen tulovirta on kauppakeskuksessa toimivilta toimijoilta perittävät vuokra- ja palvelumaksut**. Tulovirran varmistamiseksi seuraaviin tekijöihin tulee kiinnittää erityistä huomiota:
- Kauppakeskuksen tehtävä on varmistaa, että liiketilojen käyttöaste on korkea ja liiketiloista saatava vuokratuotto on riittävä kauppakeskuksen kulujen kattamiseen. Kiertotalouskauppakeskuksen tilojen käyttöastetta voidaan kasvattaa madaltamalla mukaan lähtemisen kynnyistä esimerkiksi alentamalla vuokraa, tarjoamalla myynti- ja kassapalvelua tai höllentämällä sopimusehtoja, kuten irtisanomisaikaa.
- On tärkeää huomata, että kauppakeskuksen toimijoiden on menestyttävä taloudellisesti, jotta näillä on mahdollisuus suorittaa vuokramaksut sovitusti. Juuri tästä syystä kauppakeskuksen täytyy saada aikaan riittävää asiakasvirtaa, jossa hyvä sijainti ja asiakasvirtoja synnyttävät ankkuriyritykset ovat keskiössä.
- Vuokraan pohjautuva malli voidaan myös kokonaan tai osittain korvata provisiomallilla, jossa kauppakeskuksessa toimivan yrityksen maksut perustuvat tämän liiketoiminnan onnistumiseen. Tässä mallissa kauppakeskus kantaa osan kyseisen yrityksen liiketoiminnan riskistä, mikä on otettava huomioon talouden suunnittelussa. Tällaisessa tilanteessa voidaan pohtia, olisiko jokin kolmas taho, kuten kunta, halukas osallistumaan riskin jakamiseen esimerkiksi rahoittamalla kiertotaloustoimintaa.
- Kauppakeskuksen on mielekästä toimia omana yhtiönä ja olla yhtiömuotoinen. Joissakin tapauksissa myös osuuskuntarakennetta voidaan harkita, kun kokonaisuus on pienikokoinen, mutta tämä edellyttää aktiivista yritysverkostoa, joka kykenee kantamaan vastuun kauppakeskuksesta yhdessä.

# Business Model Canvas

<p><b>Tärkeimmät kumppanit</b></p> <p>Vähittäiskaupan yritykset, jotka keskittyvät kiertotalouteen</p> <p>Paikallishallinto ja kunnat, jotka voivat tarjota tukea ja rahoitusta kestäville hankkeille</p> <p>Kansalaisjärjestöt, jotka keskittyvät ympäristön kestävyteen, kuten ilmastonmuutokseen tai luonnonsuojeluun</p> <p>Yliopistot, koulut ja tutkimuskeskukset</p> <p>Rahoittajat</p>	<p><b>Keskeiset toiminnot</b></p> <p>Toimijoiden löytäminen, jotka sopivat kauppakeskuksen kestävä kehityksen teemaan ja ovat kohderyhmälle houkuttelevia</p> <p>Kiinteistönhuollon, tilapalveluiden ja markkinointipalveluiden järjestäminen</p> <p>Materiaalivirtojen hallinta</p>	<p><b>Arvolupaus</b></p> <p>Vastuullinen ostoskeskus, joka vuokraa toimi- ja myymälätiloja yhteistyökumppaneille, jotka myyvät kiertotaloustuotteita, palveluita tai elämyksiä</p> <p>Kiertotalousostoskeskus tarjoaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alustan kestävä ja kannattavan kiertotalousliiketoiminnan harjoittamiselle osana vaikuttavaa kokonaisuutta</li> <li>Kuluttajille, jotka ovat kiinnostuneita kestävästä elämäntavasta ainutlaatuisen, eettisen, huolettoman, vaivattoman ja keskitetyn asiointikokemuksen</li> </ul>	<p><b>Asiakassuhteet</b></p> <p>Ympäristötietoisista kuluttajista ja yrityksistä koostuva yhteisön rakentaminen ja ylläpitäminen</p> <p>Yhteistyösuhde vähittäiskaupan yritysten kanssa, esim. kiinteistönhuollon ja markkinoinnin osalta, jotta ne menestyvät ostoskeskuksessa</p>	<p><b>Asiakasryhmät</b></p> <p>Asiakasryhmiä ovat kiertotalouteen keskittyvät yritykset, jotka vuokraavat tiloja kauppakeskukselta omaan toimintaansa sekä kiertotaloutta edistävät kuluttajat, jotka asioivat kauppakeskuksessa</p> <p><b>Kuluttajaprofiilit</b></p> <p><i>Arjen optimoija</i></p> <p><i>Löytöretkeilijä</i></p>  
<p><b>Kulurakenne</b></p> <p>Vuokra- ja ylläpitokustannukset kauppakeskuksen tiloista ja infrastruktuurista, markkinointi- ja mainoskustannukset, palkat kauppakeskuksen henkilöstölle (turvallisuus, siivous jne.) sekä kestävyden asiantuntijoille</p>		<p><b>Tulovirrat</b></p> <p>Vuokratuotot, tilojen hallinnointipalkkiot ja markkinointimaksut vuokralaisilta; markkinointimaksu on tärkeä osa toimivaa kokonaisuutta</p> <p>Yksityinen ja julkinen rahoitus, tukityöllistäminen ja kuntouttava toiminta</p>		

# Digitalisaation avulla voidaan tavoittaa laajempi asiakaskunta



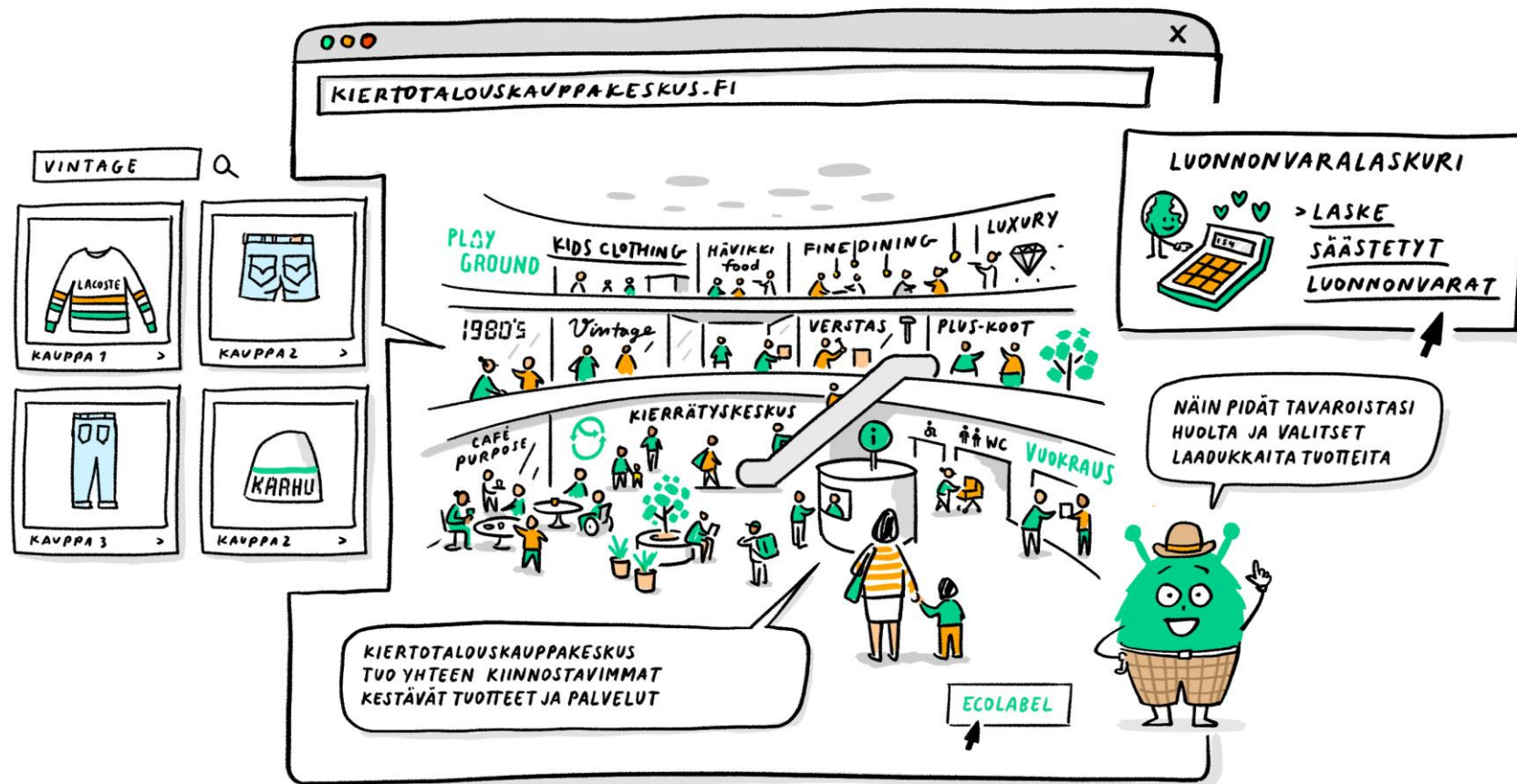
- Panostamalla jouhevaan sähköiseen, jopa virtuaaliseen ostokokemukseen, syrjempäänkin sijoitettu kiertotalouskauppakeskus voi saavuttaa merkittävästi suuremman asiakaskunnan.
- Vaihtoehtoisesti, sijaintistrategiaksi voi valita kumppanuuden vakiintuneen verkkokaupan varastopalvelun toimittajan kanssa, jolloin varastopalveluiden hyödyntäminen kiertotalousverkkokaupassa olisi kustannustehokkaampaa ja helpompaa.
- Verkkokaupan toimintaa edellyttävät varastot sijaitsevat tyypillisesti syrjässä. Verkkokauppaan panostavan kiertotalouskauppakeskuksen voi olla mahdollista kasvattaa toimintansa mittakaavaa tarjoamalla varastopalvelua muille kiertotalouteen pohjaaville verkkokauppiaille.
- Kiertotalous asettaa tavallista vähittäismyyntiä enemmän vaatimuksia verkkokaupalle, sillä jokainen tuote on uniikki ja pitää kuvata erikseen. Lisäksi rinnakkaismyynti (myymälä & www) on haastavaa.

Huomioi erityisesti!

Tyypillisesti jokaisella vuokralaisella on oma digitaalinen näkyvyys ja kauppakeskuksilla itsellään ei. Virtuaalinen kiertotalouskauppakeskus voi tuoda eri toimijoiden verkkokaupat tai myynnin saman digipalvelun alle.

Verkkokauppa voi mahdollistaa asiakasvirtoja myös syrjässä sijaitseviin kiertotalouskauppakeskuksiin.

Kiertotaloustuotteet ovat pääsääntöisesti yksittäiskappaleita, jolloin ne eivät voi olla myynnissä sekä verkossa että myymälässä.



Inspiroiva visio:

## Virtuaalinen kauppakeskus

Kauppakeskuksen verkkosivu mahdollistaa tuotteiden löytämisen suoraan useamman liikkeen verkkokaupasta. Yritysten omat verkkokaupat ovat siis osa virtuaalista kauppakeskusta.

Virtuaalisessa kauppakeskuksessa voi kulkea kuin oikeassa kauppakeskuksessa.

Sivustolla on laskuri, joka näyttää säästetyt luonnonvarat.

Sijaintipäätökset

→ Mitä sijainnin suhteen  
tulee huomioida?

# Sijaintipäätökset

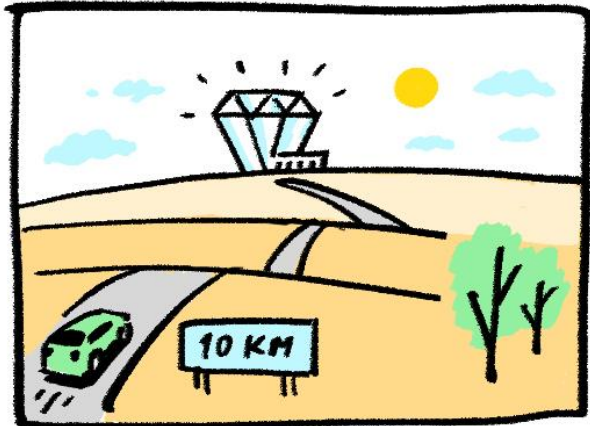
Kiertotalouteen liittyvän konseptin toimivuus riippuu kontekstista, jossa se tulee käyttöön.

- Kiertotalouden periaatteet ovat universaaleja ja tärkeitä kaikkialla, mutta niiden toteuttaminen vaatii aina paikallisen kontekstin huomioimisen.
- Kiertotalouskonsepti, joka toimii hyvin kaupunkiympäristössä, ei välttämättä sovellu yhtä hyvin maaseutualueille: kaupunkiympäristössä mahdollisuudet yhteistyöhön ovat helpommin saatavilla. Maaseutualueilla taas saattaa olla haasteita paitsi logistiikan tai infrastruktuurin myös asiakasvirtojen suhteen.
- Kiertotalouskonseptia on kehitettävä yhteistyössä paikallisten asukkaiden ja sidosryhmien kanssa, jotta se voidaan räätälöidä vastaamaan paikallisia tarpeita ja olosuhteita.
- Kiertotaloustoiminta vaatii usein tilaa. Etenkin kokonaisuudet, joissa yhdistetään tavaran vastaanotto, lajittelu, kunnostus ja myynti vaativat paljon tilaa toimintoja ja varastoja varten. Tämä voi pakottaa toiminnan pois kaupunkien keskustoista ja muilta vilkkailta alueilta, joissa maa-ala on rajallista ja kallista. Tällöin kauppakeskus sijaitsee syrjässä asiakkaan tavanomaisilta kulkureiteiltä. Haja-asutusalueella tila on halvempaa.

Huomioi erityisesti!

Kiertotalouskauppakeskuksen onnistumisessa keskeistä on sijainti. On tärkeää miettiä, missä ihmiset muutenkin liikkuvat. Hyviä vaihtoehtoja on sijainnille ovat liikenteen solmukohdat (isojen teiden risteykset, metroasemat jne.) tai kiinnostavien palveluiden tai kohteiden läheisyys.

Mikäli sijainti ei ole sellainen, johon ihmiset luontaisesti hakeutuvat on tärkeää varmistaa, että kiertotalouskauppakeskukseen liittyy aivan erityinen vetovoimatekijä, kuten ankkuriliike, jonka luo ihmiset ovat valmiita matkustamaan.



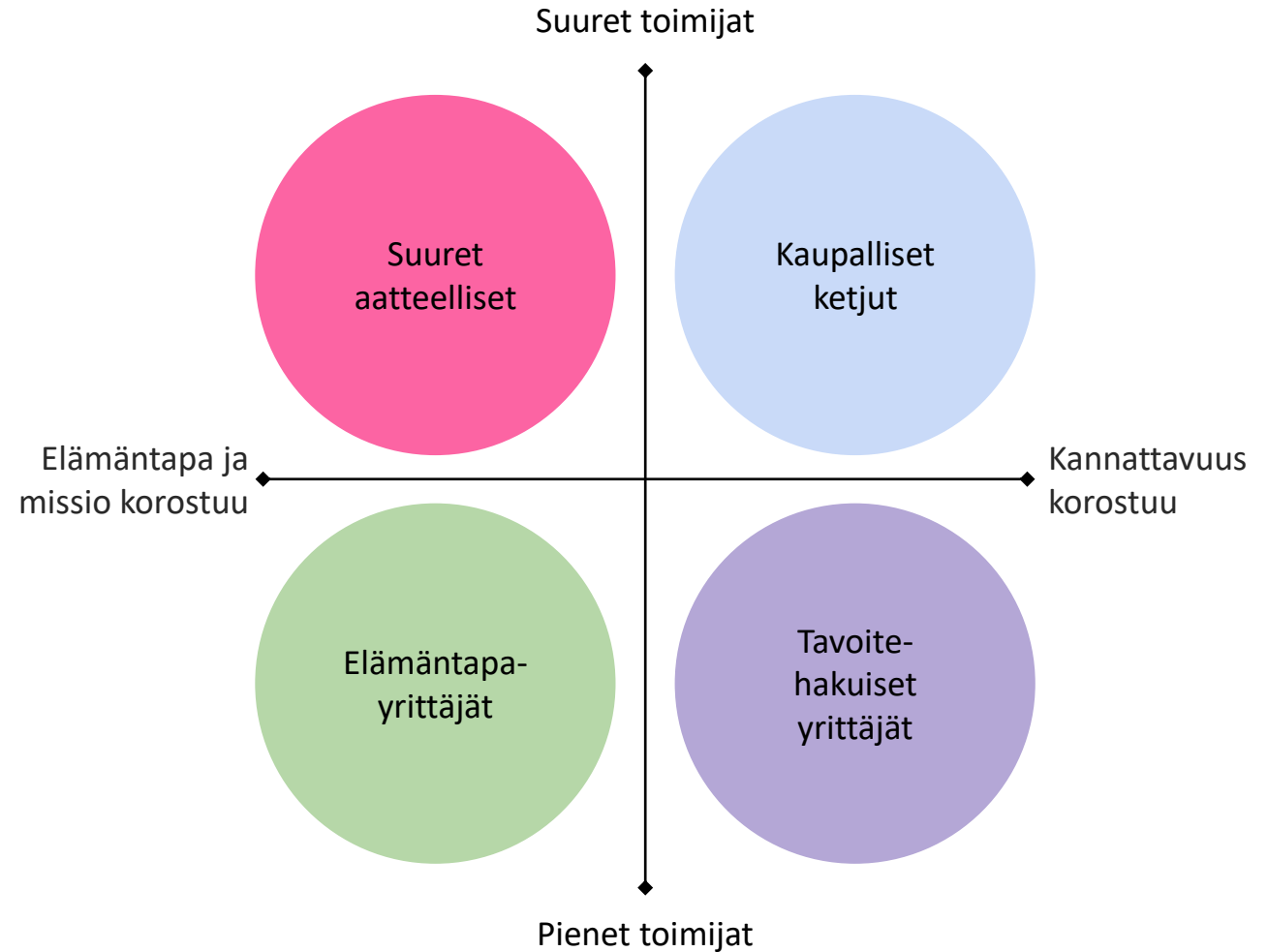
Mukaan tulevat yritykset  
→ Yritysten erityispiirteet ja  
arvoa tuottavat ideat

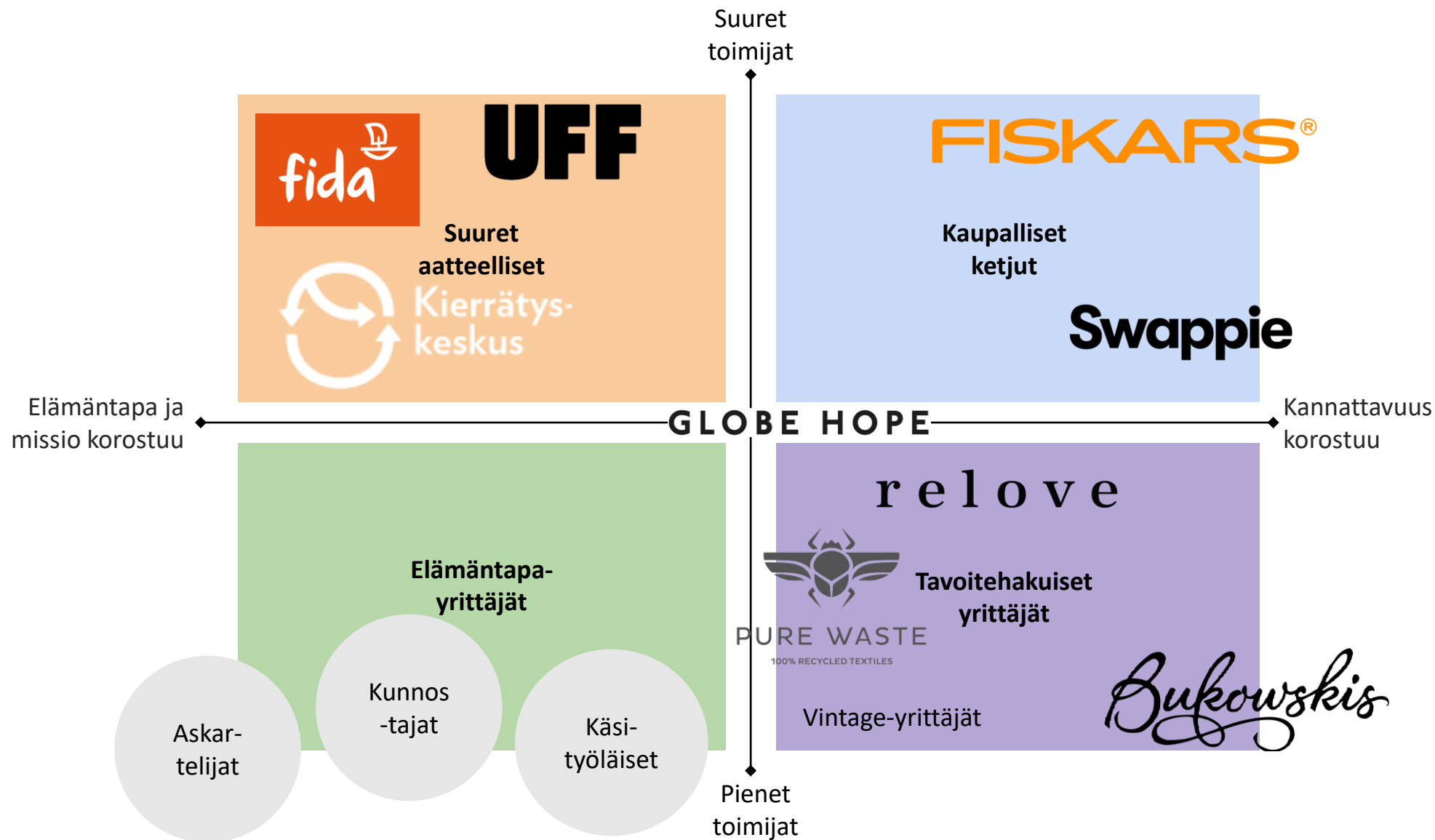
# Kiertotalousyritysten neljä profiilia

Olemme tunnistaneet neljä erilaista profiilia, jotka on syytä huomioida kiertotalouskauppakeskusta suunnitellessa. Näillä profiileilla on erilaisia tarpeita ja toiveita vuokralaisina kauppakeskuksen suhteen.

Esimerkkitoimijoita:

- Suuret aatteelliset  
Kierrätyskeskus, UFF, Fida
- Kaupalliset ketjut  
Fiskars, Swappie
- Tavoitehakuiset yrittäjät  
Vintage-liikkeet, käytettyjen vaatteiden verkkokaupat
- Elämäntapayrittäjät  
Suutarit, käytettyjen tuotteiden tuunaajat, taiteilijat



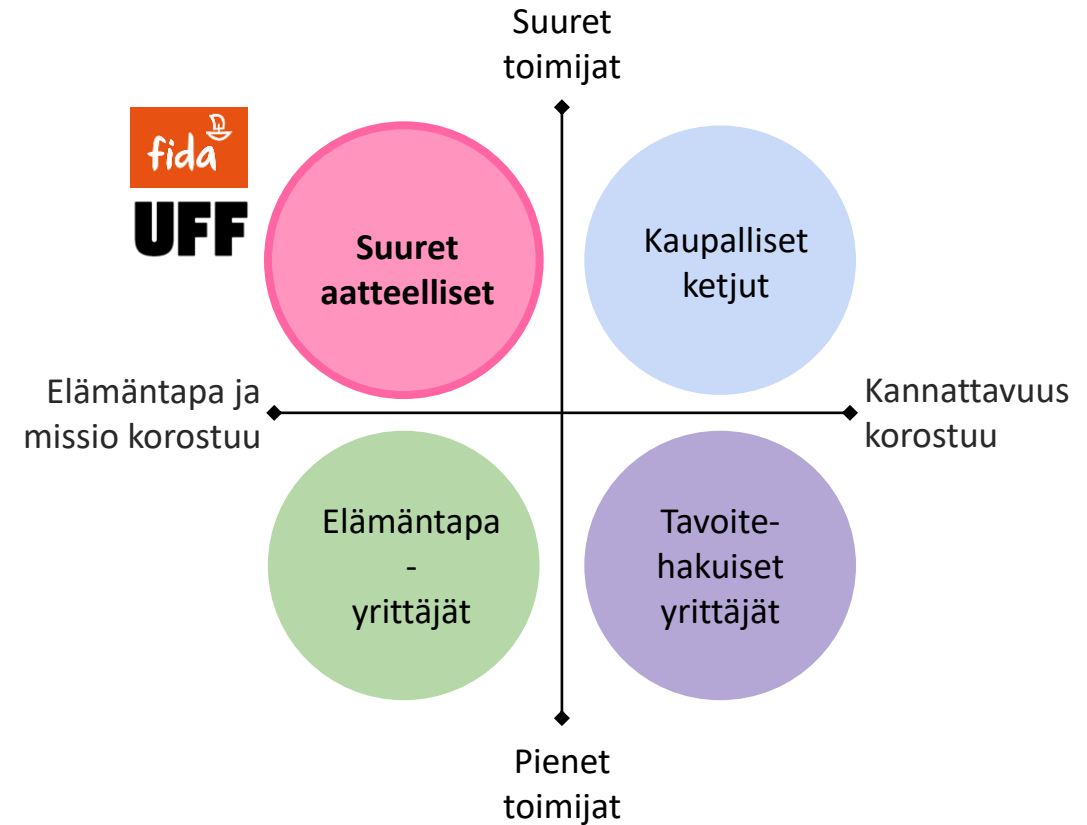


## Suuret aatteelliset

Suuret aatteelliset toimijat ovat omistautuneet edistämään uusiokäyttöä. Ne vastaanottavat lahjoituksina käytettyjä vaatteita ja muita tuotteita, jotka ovat vielä hyväkuntoisia ja käyttökelpoisia. Lahjoitukset myydään edullisesti myymälöissä.

Suuret aatteelliset haluavat hyödyntää kauppakeskuksen näkyvää sijaintia ja houkutella asiakkaita, jotka ovat kiinnostuneita ympäristöystävällisestä sekä kestävästä kuluttamisesta ja haluavat ostaa laadukkaita käytettyjä tuotteita kohtuulliseen hintaan.

Suuret aatteelliset odottavat paljon kauppakeskuksen markkinoinnilta.



### Arvontuottajat

- Puitteet toteuttaa oma konsepti
- Näkyvä sijainti
- Edullinen vuokra
- Tehokas markkinointi



### Esteet

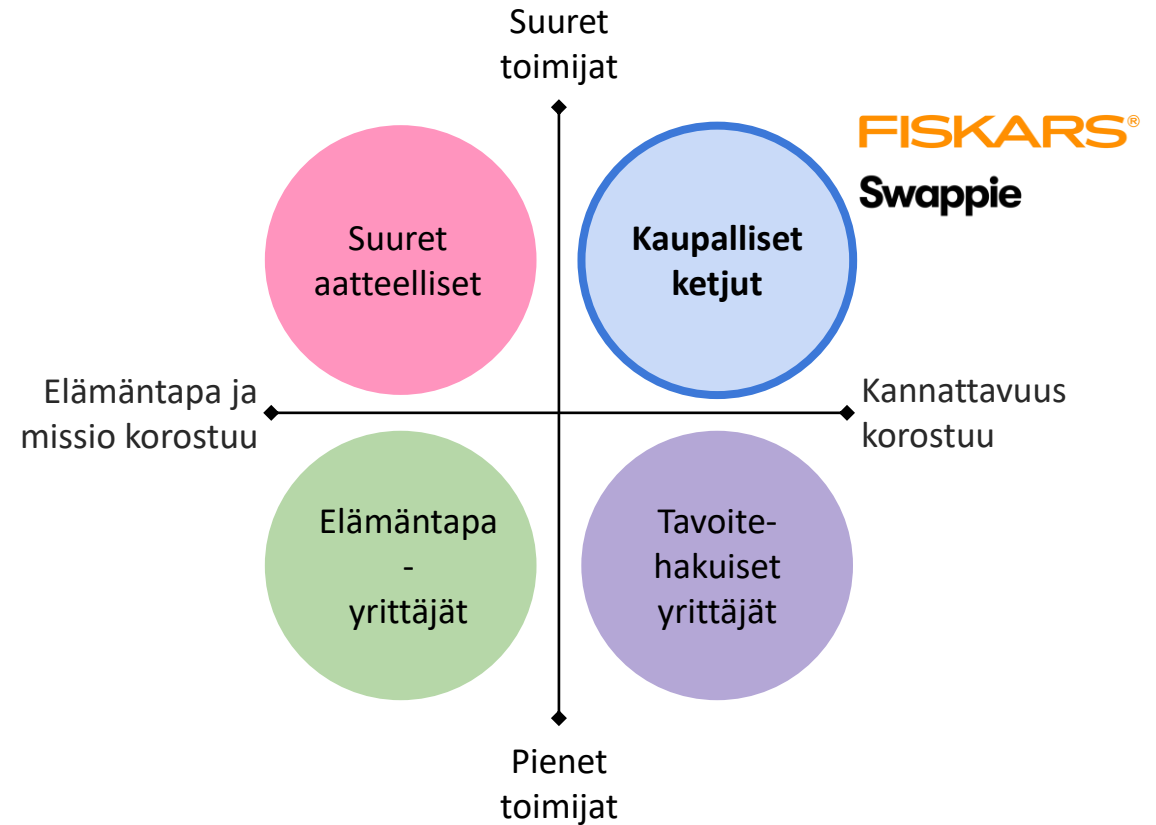
- Korkea vuokra

## Kaupalliset ketjut

Kaupalliset ketjut haluavat tarjota asiakkailleen korkealaatuisia ja tyylikkäitä tuotteita minimoiden negatiivisen vaikutuksensa ympäristöön ja yhteiskuntaan.

Ketjut panostavat myös eettisiin kysymyksiin. Ne haluavat varmistaa, että kaikki vaatteiden valmistajat ja alihankkijat noudattavat ihmisoikeuksia ja tarjoavat työntekijöilleen kohtuullisia työolosuhteita ja palkkoja.

Ne pyrkivät myös vähentämään ympäristövaikutuksia myymälöissään. Ne kierrättävät pakkausmateriaalit ja pyrkivät vähentämään hiilijalanjälkeään myös kuljetuksissa ja logistiikassa.



### Arvontuottajat

- Puitteet toteuttaa oma konsepti
- Kestävyysbrändin vahvistus
- Hyvä sijainti
- Osaava ja laadukas mielikuva
- Vaikuttava markkinointi ja tapahtumatuotanto



### Esteet

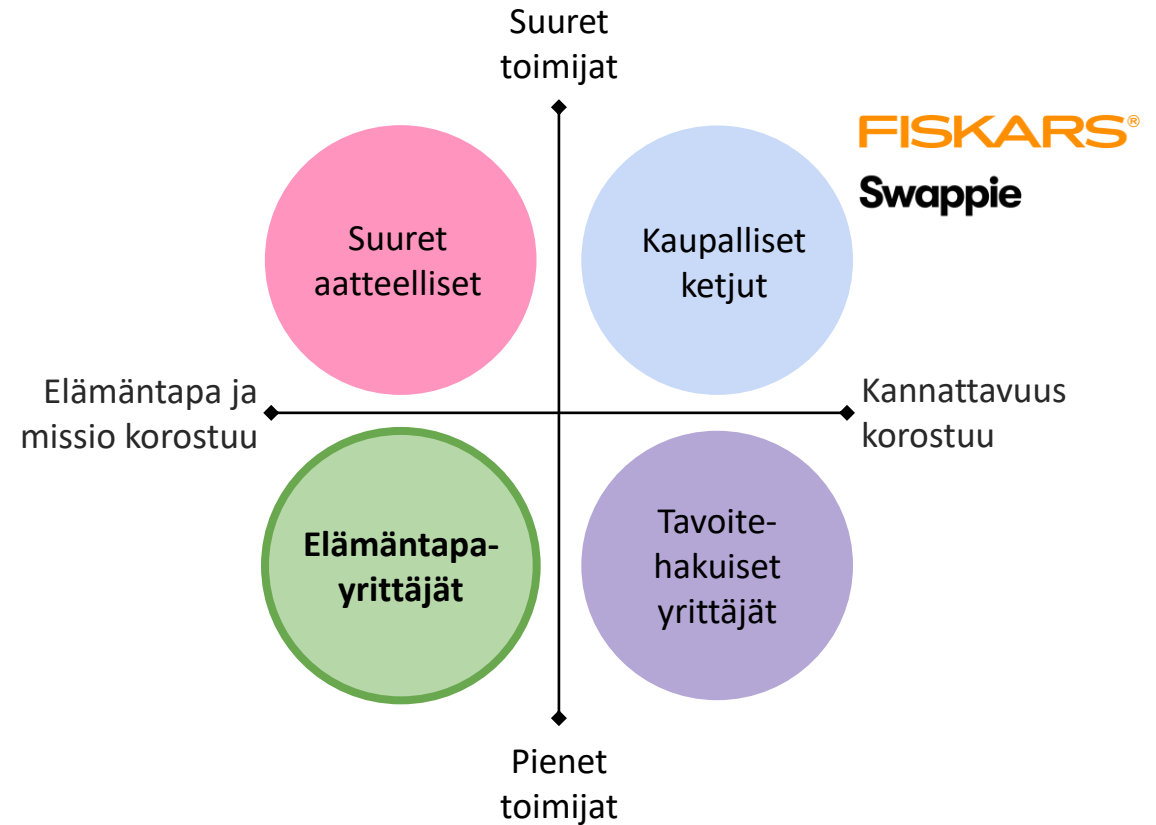
- Korkea vuokra

## Elämäntapayrittäjät

Elämäntapayrittäjät ovat omistautuneet kestäväälle ja vastuulliselle liiketoiminnalle. He ovat sitoutuneet edistämään ympäristönsuojelua ja kestäväää kehitystä. Taloudelliset tavoitteet ovat heille tärkeitä, mutta toissijaisia.

Elämäntapayrittäjät voivat esimerkiksi käyttää ympäristöystävällisiä materiaaleja tai tarjota alennuksia asiakkaille, jotka tuovat käytettyjä tavaroita kauppakeskukseen kierrätettäväksi. Heillä ei ole vakiintuneita materiaalin toimittajia ja he ovatkin kiertotalouskauppakeskuksen materiaalivirtojen potentiaalisia käyttäjiä.

Elämäntapayrittäjät jakavat tietoa kestävästä elämäntavasta sosiaalisessa mediassa ja kannustavat asiakkaitaan harkitsemaan tarkasti kulutustaan ja valitsemaan kestäviä sekä vastuullisia vaihtoehtoja.



### Arvontuottajat

- Matalan kynnyksen osallistumismahdollisuudet, esim. yhteismyymälä
- Mahdollisuus toteuttaa itseään
- Tuki, johtaminen, taloudellinen joustavuus
- Materiaalia ja myytävää läheltä



### Esteet

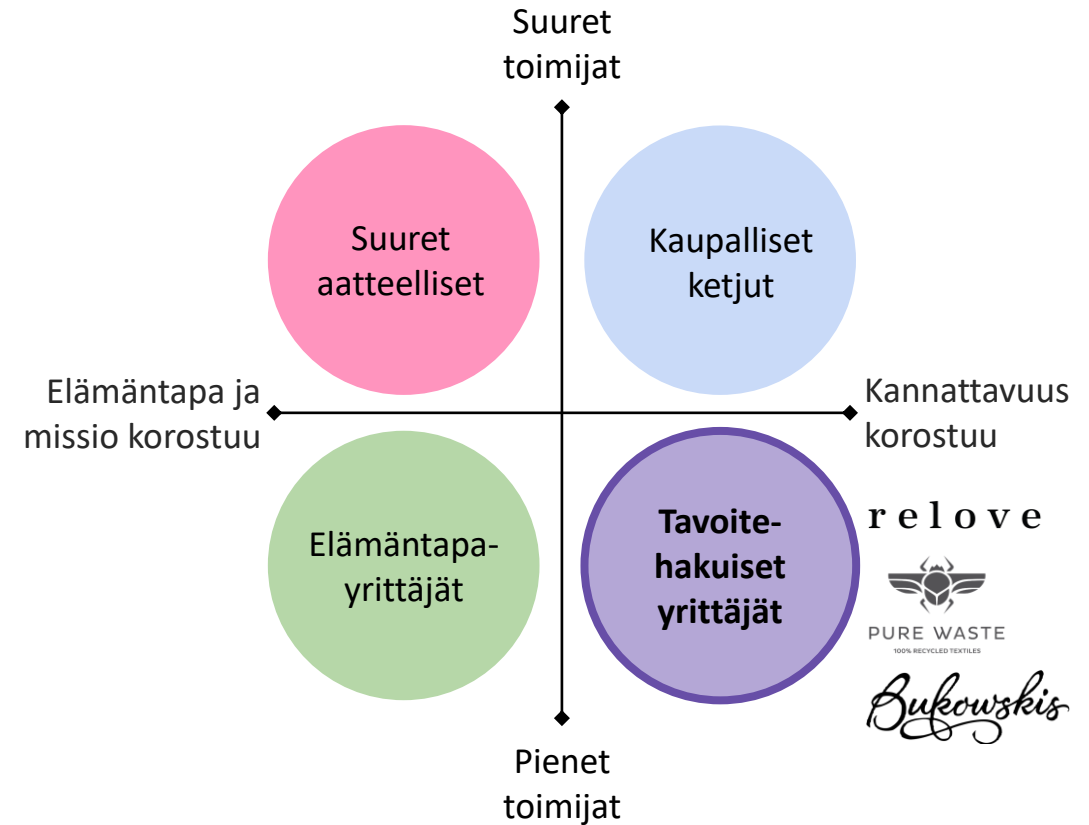
- Liian tiukat taloudelliset raamit, kuten korkea hinta tai pitkä sitoutuminen

## Tavoitehakuiset yrittäjät

Tavoitehakuiset yrittäjät ovat määrätietoisia ja sitoutuneita tavoitteisiinsa. Heillä on selkeä liiketoimintaidea ja he tietävät, mitä haluavat saavuttaa. He tekevät jatkuvasti töitä liiketoiminnan kehittämiseksi ja kasvattamiseksi.

Heillä on vahva visio siitä, miten oma liiketoiminta voi vaikuttaa positiivisesti ympäristöön ja yhteiskuntaan.

Tavoitehakuiset yrittäjät ovat myös innovatiivisia ja luovia. He etsivät jatkuvasti uusia tapoja erottua kilpailijoistaan ja houkutella asiakkaita. He ovat valmiita kokeilemaan erilaisia markkinointistrategioita ja etsimään uusia tapoja parantaa liiketoimintaa.



### Arvontuottajat

- Selkeä toimintamalli ja kokonais-konsepti, jonka osaksi liittyä
- Hyvä sijainti
- Matalan kynnyksen osallistumis-mahdollisuuksia
- Tehokas markkinointi
- Isot brändit mukana keskuksessa



### Esteet

- Pitkä sitoutuminen
- Korkea vuokra

Sidosryhmät	Liiketoimintamalli	Sijainti	Yritykset ja toimijat	Vastuullisuus	Kannattavuus	Asiakkaat
		Suhtautuminen kiertotalouskauppakeskukseen	Tarpeet kiertotalouskauppakeskukselta		Miten saadaan mukaan?	
Suuret aatteelliset		Mahdollisuus rakentaa kasvavaa liiketoimintaa	Puitteet toteuttaa oma konsepti		Hyvä sijainti, edullinen vuokra, tehokas markkinointi	
Kaupalliset ketjut		Yksi sijaintivaihtoehto muiden joukossa	Puitteet toteuttaa oma konsepti, kestävyysbrändin vahvistaminen		Hyvä sijainti, osaava ja laadukas mielikuva kokonaisuudesta, potentiaali kaupallisesta menestyksestä	
Tavoitehakuiset yrittäjät		Alusta liiketoiminnan kehitykseen, Erottuminen kestävyydellä	Selkeä toimintamalli ja kokonaiskonsepti, jonka osaksi liittyä		Hyvä sijainti, matalan kynnyksen osallistumismahdollisuuksia	
Elämäntapa-yrittäjät		Ainutlaatuinen mahdollisuus Toteuttaa itseään	Tukea, johtamista ja taloudellista joustavuutta		Matalan kynnyksen osallistumismahdollisuuksia, esim. yhteismyymälä	

Sidosryhmät

Liiketoiminta-  
malli

Sijainti

Yritykset  
ja toimijat

Vastuullisuus

Kannattavuus

Asiakkaat



Arvon tuottajat



Esteet

Suuret  
aatteelliset

Asiakasvirta sijainnin ja  
markkinoinnin kautta,  
edullinen vuokra

Korkea vuokra ja epäsiisteys.  
Tulee panostaa tarjonnan  
kuratointiin ja somistukseen

Kaupalliset  
ketjut

Hyvä sijainti, vaikuttava markkinointi ja  
tapahtumatuotanto, jotka lisäävät kauppa-  
keskuksen vetovoimaa, kestävyysbrändi

Epäsiisteys ja  
nuhjuisuus

Tavoitehakuiset  
yrittäjät

Selkeä toimintamalli ja tehokas  
markkinointi, kannusteet rakentaa  
kasvavaa liiketoimintaa, kestävyysbrändi,  
isot brändit mukana keskuksessa

Pitkä sitoutuminen, provisiopohjaiset  
hinnoittelumallit voidaan kokea  
kunnianhimoisen liiketoiminnan  
kehittämisen hidasteena

Elämäntapa-  
yrittäjät

Tukea, johtamista ja taloudellista  
joustavuutta, materiaalia ja myytävää läheltä

Liian tiukat taloudelliset  
raamit, kuten korkea hinta  
tai pitkä sitoutuminen

Kauppakeskus on liiketoiminnallinen keskus, jonka tärkein tehtävä on tuottaa kestävää asiakasvirtaa.

### KYSYNTÄ, JATKUVUUS, KASVU



Etenkin pienemmille toimijoille on tärkeää, että on helppo päästä mukaan. Shop-in-shop mallissa yritys ei tarvitse omaa kassajärjestelmää tai henkilökuntaa.

### HELPPO PÄÄSTÄ MUKAAN (ESIM. SHOP-IN-SHOP)



Laadukas yleisilme on erityisen tärkeää, koska kiertotalous koetaan vielä joidenkin keskuudessa ”nuhjuisena”. Laadukkaaseen ilmeeseen kuuluu myös raikas tuoksumaailma.

### KAUPPAKESKUKSEN ILME ON LAADUKAS



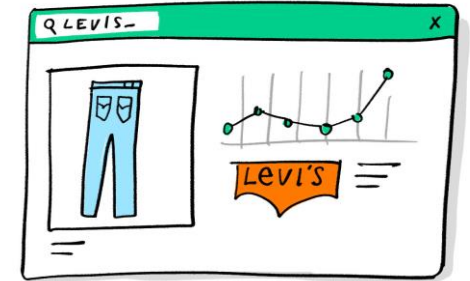
Tapahtumat ja palvelut ovat kaikille yrityksille tärkeitä ja keskeinen osa keskuksen vetovoimaa.

### TAPAHTUMAT TUOVAT ASIAKKAITA



Tieto erilaisten tuotteiden kysynnästä olisi arvokasta tietoa niitä myyville yrityksille.

### ”HINTAPÖRSSI” BRÄNDEILLE



Kauppakeskuksella tulee olla selkeä visio, jolla voitetaan asiakkaiden luottamus.

### ASIAKKAIDEN LUOTTAMUS



# Yrityshaastatteluissa eniten torjuntaa herättäneet ideat

Uniikkien tuotteiden vuoksi verkkokaupan ja kivijalan yhdistämistä ei pidetty realistisena. Verkkokauppa on myös tärkeä areena, jolla yritykset pyrkivät erottautumaan, joten ne pitävät mieluusti itse hallinnassa omat ratkaisunsa.

Pienemmät yritykset ovat kiinnostuneita ratkaisuisista, joilla saisivat helposti tuotteen myös verkkoon myyntiin. Tässäkään tapauksessa ei ole kyse verkkokaupan ja kivijalan integroinnista.

## VERKKOKAUPPA + KIVIJALKA



Digitaalinen hintalappu on ratkaisu, jossa tuotteiden hintoja voidaan muuttaa tietojärjestelmän kautta. Ratkaisu sai jonkin verran kannatusta suurempien toimijoiden keskuudessa, mutta lisäarvo ei olisi merkittävä.

Pienet yritykset eivät pitäneet ratkaisua lainkaan kiinnostavana.

## DIGITAALINEN HINTALAPPU



Kauppaokeskuksen yhteinen lojaliteettiohjelma koettiin monimutkaiseksi ja hankalaksi järjestää.

Yritykset myös kokevat asiakkaat etupäässä omiksi asiakkaitseensa, eivätkä pidä ajatuksesta, että heidän tuotteestaan hankittua lahjakorttia käytettäisiin muissa liikkeissä.

Kauppaokeskuksen yhteinen lahjakortti kiinnostaa kuitenkin pienempiä yrityksiä.

## LOJALITEETTI OHJELMA



# Muita esiin nousseita teemoja

Tilaratkaisuissa on tärkeää huomioida erilaisten yritysten ja toimijoiden erityistarpeet. Esimerkiksi suutarit käsittelevät liimoja, joiden turvallinen käyttäminen edellyttää riittävää ilmanvaihtoa tiloissa, joissa liimausta tehdään.

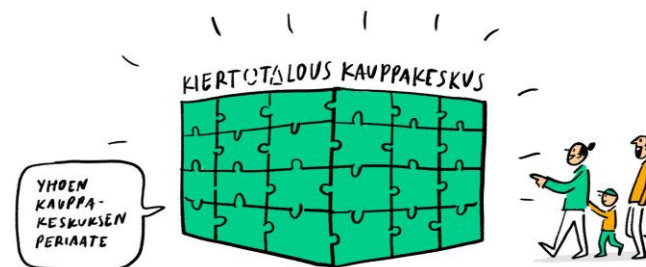
Lisäksi tavaran käsittelyyn ja lajitteluun liittyvät taustatoiminnot ja näiden tilantarve tulee huomioida tilaratkaisuja pohdittaessa.



Idea kauppakeskuksesta, joka kokoaa nimenomaan kiertotalousalan yritykset yhteen, pidettiin hyvänä. On tärkeää, että kauppakeskus henkii kiertotaloutta ja on moderni sekä tyylikäs, mutta kuluttaa uusia materiaaleja mahdollisimman vähän.

Kauppakeskuksella tulee olla tunnistettava ilme ja tunnelma. Yritykset eivät ole kuitenkaan valmiita joustamaan omista formaateistaan. Toimivan ja näyttävän kokonaisuuden suunnittelu voi siksi olla haastavaa.

KAIKKI YHDEN KATON ALTA



LOGISTIIKKA & KUSTANNUSSÄÄSTÖT & TEHOKKUUS



*Huom! Monet kiertotaloustoimijat on vapautettu arvonlisäverosta. Tämä pitää ottaa huomioon ja voi vaikuttaa kauppakeskuksen toimintaan esimerkiksi uudiskohteen korjausvelan vähennysten kautta.*

Vastuullisuuden varmistaminen  
→ Mukaan tulevien yritysten ja  
kauppakeskuskokonaisuuden vastuullisuus

# Vastuullisuuden varmistaminen

Kiertotalouskauppakeskuksen tarjoama rakentuu pääasiassa kauppakeskuksessa toimivien yritysten tuotteista ja palveluista.

Yritysten ja palveluiden valinnassa keskeistä

- Yritykset sitoutuvat kauppakeskuksen visioon kiertotaloudesta. Edellytetään, että kauppiaat noudattavat aiemmin mainittuja kiertotalouden liiketoimintamalleja. Kauppakeskuksen uskottavuuden ja asiakaslupauksen lunastamiseksi on tärkeää, että *kaikki* tuotteet ovat kiertotalouden mukaisia. Katso lisää Sitran julkaisusta: <https://www.sitra.fi/julkaisut/kestavaa-kasvua-kiertotalouden-liiketoimintamalleista/>
- Palveluntarjoajien valinnassa on syytä huomioida tavaroiden myymisen lisäksi myös yhteiskäyttöä ja jakamistaloutta edistäviä ratkaisuja.
- Yritykset toimivat uskottavasti myös sosiaalisen vastuun kantajina ja toimivat esimerkkinä muille vaikkapa vaikeasti työllistyvien ryhmien palkkaamisessa ja reilujen työehtojen osalta.

Huomioi erityisesti!

Useat kotimaiset vastuulliset brändit ovat vaikeuksissa ja kokevat että ydinkohderyhmästä moni hankkii nykyisin tuotteet kierrätettynä. Keskeistä on varmistaa, ettei kauppakeskus ole osaltaan lisäämässä näiden vastuullisten kotimaisten toimijoiden ahdinkoa, vaan tarjoaa heille kannattavan tavan osallistua oman brändin second hand -markkinaan.

Lisäksi riskinä on, että lisätään pikamuodin kuluttamista tarjoamalla siihen entistä helpompi jälkimarkkina. On keskeistä seurata, että riittävä osuus kauppakeskuksen tuotevirrasta on kestävästi tuotettua.



- ✓ YMPÄRISTÖVASTUU 🌍
- ✓ SOSIAALINEN VASTUU ❤️
- ✓ TALOUDELLINEN VASTUU €

# Vastuullisuuden näkökulmasta myös kotipesän on oltava kunnossa

Kiertotalouskauppakeskuksen kokonaisuuden osalta huomioitavaa

- Kiertotalouskauppakeskus on proaktiivinen, uudistavaan liiketoimintaan pyrkivä kokonaisuus, joka toimii myös esimerkkinä muille vastuullisuuden johtamisessa, seurannassa, analysoinnissa ja raportoinnissa.
- Kotipesä kunnossa; laatu-, ympäristö-, ja vastuullisuusjärjestelmät sekä perusasiat, kuten kierrätysratkaisut huolellisesti ja tyylikkäästi hoidettu. Kiertotalouskauppakeskus hankkii kalusteet ja välineet kiertotalouden mukaisesti.
- Hyödynnetään tiloissa energiatehokkaita ratkaisuja, kuten älykkäitä järjestelmiä lämmön ja valon säätelyyn.
- Edistetään kestävästä liikkumisesta, esimerkiksi tarjoamalla sähköautojen latauspisteitä, turvallisia pyöräparkeja sekä painottamalla sijainnissa hyviä julkisen liikenteen yhteyksiä.
- Sisällytetään vastuullisuutta ja kestävästä elämäntavan edistämistä kauppakeskuksen markkinointiin ja viestintään. Tiedotetaan asiakkaille vastuullisuustavoitteista ja -saavutuksista, sekä kannustetaan heitä tekemään vastuullisia valintoja.

Huomioi erityisesti!

Paikallisiin kestävyystavoitteisiin (esim. kunnan hiilineutraalisuus- tai jätteen vähentämisen tavoitteet) kiinnittyminen todennäköisesti auttaa sitouttamaan paikallisia toimijoita mukaan ja saamaan rahoitusta, kun tavoitteet ovat linjassa kunnan tavoitteiden kanssa ja auttavat yhteisten päämäärien saavuttamisessa.

Suosittellemme ulkopuolisen asiantuntijaraadin mukaan ottamista arvioimaan toimijoiden ja kokonaisuuden vastuullisuutta. Näin voidaan varmistaa, että kauppakeskuksen toiminta kestää tarkastelun ja valikoima on kestävä ja kiertotalouden periaatteiden mukaista.



Kannattavuus ja rahavirrat  
→ Mitä tulee huomioida  
kannattavuuden laskemisessa?

# Kannattavuuden varmistaminen



- Kauppakeskus on toimija, joka tarjoaa vuokralaiselle asiakasvirrat ja tilat. Lisäksi vuokralaiset ulkoistavat kauppakeskukselle keskitettyjä tarpeita, kuten kiinteistönhuollon, siivouksen, markkinoinnin ja vartioinnin. Tästä kokonaisuudesta muodostuu kauppakeskuksen taloudellinen toiminta.
- Edellä mainittujen palveluiden kustannustehokas, mutta laadukas tuottaminen on kauppakeskusten operointiin erikoistuneiden yritysten ydinosaamista.
- Kauppakeskus saa päätulonsa vuokralaisilta. Tyypillisimmin vuokra määräytyy suoraan vuokrattavan liiketilän neliömetrien mukaan. Liiketilalla on sitä korkeampi vuokra, mitä vilkkaamman kulkureitin varrella se sijaitsee kauppakeskuksessa.
- Ankkuriliikkeet ovat isoja toimijoita, jotka paitsi vetävät suuria massoja kävijöitä kohteeseen, huolehtivat myös merkittävästä osasta vuokranmaksusta. Ankkuriliikkeet saattavat vuokrata 30–60 % kauppakeskuksen kokonaispinta-alasta. Tyypillisiä ankkuriliikkeitä suomalaisissa kauppakeskuksissa ovat esim. suuret päivittäistavara-kaupat (K- ja S-kauppa, Lidl), apteekki ja Alko.
- Vuokratulojen ja kustannusten erotus määrittää kauppakeskuksen kannattavuuden. Hanki maksukykyiset ja vetovoimaiset ankkurivuokralaiset ja paina kustannukset alas.

Huomioi erityisesti!

Pienten kiertotalousyritysten kyky kantaa taloudellista vastuuta voi olla rajallinen. Tällaisten toimijoiden mukana pitämiseksi voi olla perusteltua luoda markkinahintaisen neliövuokran ohella vaihtoehtoisia malleja, kuten subventoidut vuokrat, lyhyemmät irtisanomisajat tai myyntiin perustuvat provisiopohjaiset hinnoittelumallit.

On kuitenkin tärkeää varmistaa, etteivät nämä järjestelyt vaaranna kauppakeskuksen kokonaistaloutta tai aseta vuokralaisia keskenään epätasa-arvoiseen asemaan.

# Kannattavuus kiertotalouskontekstissa

Keskittyminen kiertotalouteen on syytä huomioida kiertotalouskauppakeskuksen kannattavuutta arvioitaessa.

## Tulot ja rahoitus:

- Kiertotalouskauppakeskuksen kannattavuus nojaa ensisijaisesti maksukykyisiin vuokralaisiin. Monet kiertotalousalan toimijat ovat pienikokoisia ja jossakin määrin vakiintumattomia. Lisäksi niillä on usein ei-kaupallisia tarkoitusperiä, joihin toiminnallaan pyrkivät. Tällä voi olla vaikutusta kiertotalousalan yrityksen vuokranmaksukykyyn.
- Toisaalta voidaan myös ajatella, että kiertotalouden mukaan toimiva yritys saa kilpailuetua kestävästä toimintatavoista ja voi esimerkiksi säästää hankinnoissa verrattuna uusien luonnonvarojen käyttöön kilpailijoihin.
- Rahallisella tuella on merkittävä rooli yleishyödyllisen toiminnan edistämiseksi. Myös monet kiertotalouteen liittyvät hankkeet ja toimijat keräävät lahjoituksia tai saavat tukea esimerkiksi julkiselta sektorilta.
- On kiertotalouskauppakeskuksen etujen mukaista auttaa vuokralaisia keräämään rahoitusta ja lahjoituksia. Kiertotalouskauppakeskus voi myös koota yhteen useampia toimijoita vaikuttavampien, yhteisten projektien luomiseksi. Myös EU:n rahoituskanavat kannattaa pitää mielessä isompien projektien rahoitusta selvitetessä.

## Kustannukset:

- Kiertotalouskauppakeskus on kiertotalouden keskus ja siihen voi sisältyä erityistä painotusta kokemuksellisuuteen, korjaamiseen ja oppimiseen. Esimerkiksi työpajat, tapahtumat ja kurssit vaativat toimivia tiloja, joissa niitä voidaan järjestää. On syytä varautua siihen, että kiertotalouden edistämiseen tarvitaan myös rahallista panosta.
- Kiertotaloustoimijat tarvitsevat lisäksi erityisiä tiloja, joissa voidaan käsitellä kunnostamisessa tarvittavia materiaaleja, kuten liimoja.
- Lisäksi kustannuksiin voi sisältyä erityisiä kiertotalouteen liittyviä kuluja, kuten kierrätyslaitteiden hankinta ja ylläpito, korjauspalveluiden kustannukset ja materiaalien kierrätyskustannukset.
- Monet kiertotaloustoimijat ovat hyväntekeväisyysjärjestöjä ja vapautettu arvonnäköalasta. Tämä pitää ottaa huomioon ja voi vaikuttaa kauppakeskuksen toimintaan esimerkiksi uudiskohteen korjausvelan vähennysten kautta.

Asiakastarpeiden ymmärtäminen  
→ Tarkempaa tietoa  
kuluttajakohderyhmästä

## ”Arjen optimoija”

Arjen optimoijan elämä on aikataulutettua, joten arkeen helppoutta tuovat ratkaisut ovat suuressa arvossa. Hän on tyypillinen kauppakeskusasiakas, joka arvostaa sitä, että kaikki tarvittava löytyy saman katon alta.

Kierrätyskauppakeskus toisikin yhteen hyödyllisiä palveluita, joita muuten pitäisi etsiä ympäri kaupunkia.

Arjen optimoija on valmis maksamaan palvelusta tai tinkimään omista voitoista, jos toiminta tehdään helpoksi ja sujuvaksi.

Nykyisellään second hand -ostaminen ja myyminen on työlästä. *”Kaikki se penkominen ja yksittäisten tavaroiden postittaminen on aika rasittavaa.”*



Nykyiset second hand -suosikit

- Kidia ja vastaavat täyden palvelun paikat
- Relove ja vastaavat, joissa kuratoidut tuotteet ja helpompi löytää haluamansa
- Facebookin kaupunginosaryhmät: vaivattomat myynti-ilmoitukset ja helpot noudot läheltä
- ”Hubit”, joissa paljon second hand -liikkeitä lähekkäin. Esim. Itäkeskuksen Kontti, Fida, Uff ja Kierrätyskeskus - helppo kiertää kaikki kerralla.

# ”Löytöretkeilijä”

Löytöretkeilijä inspiroituu kirppisten kiertelystä ja saa iloa uusien aarteiden löytämisestä. Toisinaan second hand -ostaminen antaa myös luvan kuluttaa ja tehdä heräteostoksia. Se on usein myös taloudellisesti järkevää: *“Löydän välillä hyvää designia vähän edullisemmin.”*

Estetiikka ja tunnelma ovat löytöretkeilijälle tärkeitä. Hän on valmis penkomaan tehdäkseen todellisia löytöjä, mutta arvostaa silti siisteyttä, järjestystä ja kauniita esillepanoja. Mahdollisuus itse tekemiseen ja tuunaukseen tuovat hänelle myös arvoa.

Second hand -ostaminen ja -myyminen on yleensä löytöretkeilijälle mieluisaa ajanvietettä, mutta erityisesti kuluttajien välisen kaupankäynnin säätö, oharit ja mahdolliset huijaukset ärsyttävät.



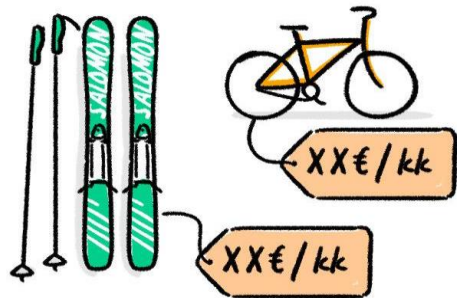
Nykyiset second hand -suosikit

- Tori.fi -täsmälöytöjen tavaratalo.
- Maakuntien kirppikset: todelliset aarteet todennäköisempiä.
- Vintage-liikkeet: niissä kiertely ilahduttaa, teki löytöjä tai ei.
- UFF, Fida, puistokirppikset.

Laaja valikoima teemoittain jaoteltuja second hand -myymälöitä tekee löytöjen tekemisestä helppoa (kuten esim. tavarataloissa)



Toimija, joka mahdollistaa satunnaisesti tarvittavien, mutta laadukkaiden tavaroiden lainaamisen tai vuokraamisen, säästää rahaa ja vapauttaa kotona säilytystilaa



Työpajatilat / tuunaushuoneet inspiroivat ja tarjoavat kaivatun mahdollisuuden omien tavaroiden kunnostamiseen



Olohuonemaiset tilat ja työpajat tarjoavat mahdollisuuden uusien taitojen oppimiseen / opettamiseen



Laadukkaat ja kauniit kahvilat / ravintolat, joissa kestävä / yhteiskunnallinen tausta houkuttelevat viettämään aikaa



Hyvän valikoiman hävikkiruokapalvelut/ -kauppa tuovat säästöä arjen valinnoissa

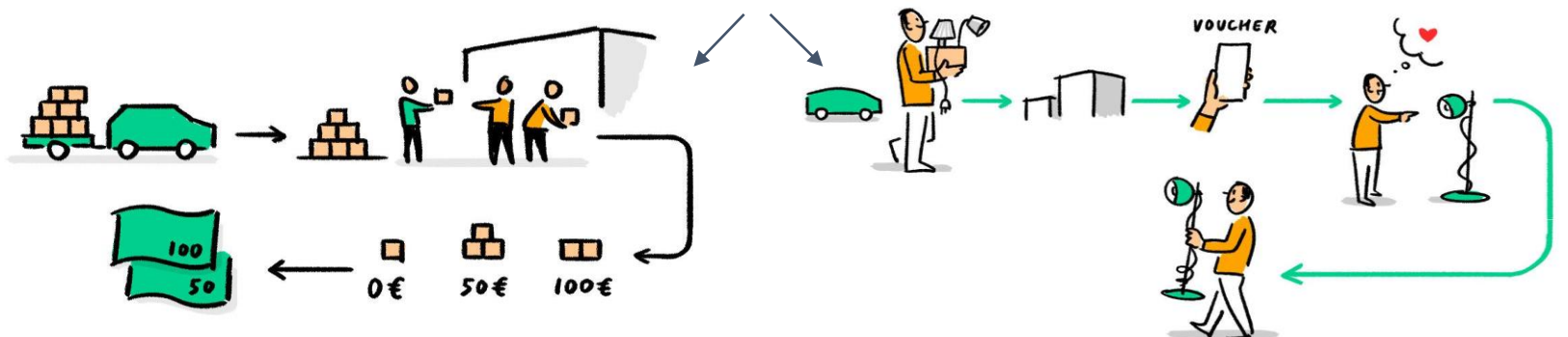


# Helpoksi tehty lahjoittaminen ja myyminen avainasemassa

Useimmat haastateltavat kokivat tavaroiden lahjoittamisen ja myynnin helpottamisen erittäin tärkeäksi. Nykytilanteessa tähän käytetään eri palveluita. Arvokkaimmat myydään Tori.fissa tai Facebookin kautta, loput myydään kirppiksillä tai lahjoitetaan Fidan tai Kierrätyskeskuksen kautta. Lisäksi nurkkiin kertyvä, myyntiin tai lahjoitukseen kelpaamaton roju häiritsee.



Ajatus yhden luukun lahjoittamisesta otettiin hyvin vastaan. Se todennäköisesti lisäsi kierrätyskauppakeskuksen houkuttelevuutta myynti-/lahjoituspaikkana ja voisi toimia osaltaan myös sitouttavana tekijänä; moni haastateltava olisi valmis ottamaan kierrätystavaratalon lahjakortin palkkioksi tuomistaan tavaroista käteisen sijaan.



# Ota yhteyttä

Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus Oy konsultoi mielellään kiertotalousostoskeskuksen perustamisesta kiinnostuneita tahoja.

Ota yhteyttä ja kysy lisää:

Kirsi Siitonen

+358 50 501 4866

[kirsi.siitonen@kierratyskeskus.fi](mailto:kirsi.siitonen@kierratyskeskus.fi)

Kiitos mielenkiinnosta kiertotalouskauppakeskuksen perustamista kohtaan!

