

Tulevaisuuden asumisen muutostrendit

Kimmo Rönkä

Movense Oy Ltd
Hämeentie 153 B, 00560 Helsinki
kimmo.ronka@movense.fi

***Tiivistelmä.** Miltä Suomi näyttää vuonna 2030? Todennäköisen vastauksen saamme katsomalla pienen maaseutukunnan kirkonkylän seniorikansalaisten kyläkuvaa? Entä miltä suomalaiset näyttävät vuonna 2060? Kansainvälistyvän vastauksen saa vieraillemalla suuren kaupunkikunnan eri värejä ja kieliä vilisevässä lastenneuvolassa. Maapallo elää yhtä sen elinaikansa voimakkainta muutosta. Osansa siitä saa myös suomalainen kiinteistöala ja sen monimuotoistuva tulevaisuuden koti.*

Megatrendit kertovat kiinteistöalan suunnan

Maailma ympärillämme muuttuu yhä nopeampaa vauhtia. Sodanjälkeisestä skandinaavisesta Suomesta on tullut viimeisen kymmenen vuoden aikana eurooppalainen Suomi. Sata vuotta sitten teollistuminen muutti lähinnä suurimpia kaupunkeja, muuten maaseutu eli pelloistaan ja metsistään. Miten maailma muuttuu seuraavan sadan vuoden aikana ja miten kodit ja kiinteistöt seuraavat muutoksia?

Tulevaisuutta ja sen yllättäviä muutoksia voidaan arvioida megatrendien ja heikkojen signaalien avulla¹. Megatrendit ovat tulevaisuuteen vaikuttavia ilmiöitä, jotka ovat hyvin todennäköisesti vahvistuvia kehityssuuntia ja joilla on samalla suuri vaikutus valtioiden, yhdyskuntien, yritysten ja yksilöiden toimintaan. Heikot signaalit auttavat ymmärtämään yhteiskunnassa olevia muutostekijöitä, joilla toteutuessaan voi olla suuriakin vaikutuksia. Heikot signaalit kertovat katvekohdista tai myös ”akanvirroista”, joiden pohjalta voi syntyä uudenlaisia tuote- ja palvelutarpeita. Heikoilla signaaleilla on megatrendejä suuremmat epävarmuudet mutta samalla suuremmat odotusarvot. Ensimmäisille ilmiöihin tarttuville on myös odotettavissa suuret tuottoarvot.

Asumiseen eniten lähitulevaisuudessa vaikuttavina megatrendeinä voidaan pitää globalisaatiota ja sen vaikutusta asunto- ja kiinteistöalan kansainvälistymiseen; on vain ajan kysymys, milloin kansainväliset asuntojen suuromistajat tulevat suomalaisille markkinoille kuten liikekiinteistöjen puolella on tapahtunut. Asunnon ostajat ja vuokraajat – jos eivät itse ole ulkomaalaisia – ovat kiertäneet ja nähneet laajasti kansainvälistä asumista. Asumisen konseptien kuten keittiöiden tai niiden osien tulee olla vientikelpoisia tai ainakin kilpailukykyisiä kansainvälisiä asumiskonsepteja vastaan. Sama koskee tulevaisuuden kiinteistöpalveluja: välttämättömistä ylläpitokorjauksista painopiste siirtyy elämistä helpottaviin asumisen kokonaispalveluihin. Brysselistä Kirkkonummelle muuttava haluaa samalla tavalla hoidetun pientalopihan, talviaamun lumitöistä puhumattakaan.

¹ Osana Asunto 2010 –kehityshanketta toteutettiin Asiakastarpeet ja tuotevaatimukset –selvitys, jossa perehdyttiin asumisen megatrendeihin ja heikkoihin signaaleihin (Heinonen, Sirkka; Lahti, Pekka; Rönkä, Kimmo; Pirinen, Antti ja Suominen, Jarmo. TaiK ja VTT 2004).

Toisena merkittävänä megatrendinä on väestön ikääntyminen, joka nostaa entisestään asumisen laatuso vaatimuksia. Etenkin maksukykyiset seniorit osaavat vaatia palvelua ja myös maksaa siitä. Tietoyhteiskunnan muutokset näkyvät myös asuntoalalla; teknologian muutos tuo tuotteisiin ja tiloihin läsnä-älykkyyttä niin, että asukkaalle jää enemmän vapauksia asumiseen samalla kun teknologia huolehtii asukkaan sijasta tulevista huolto- ja korjaustarpeista. Kaiken kaikkiaan asuminen monimuotoistuu, kun asukkaiden erilaisille elämäntavoille ja -tyyleille alkaa tulla tilaa ja vapauksia. Ydinperheen merkitys ja koko muuttuu, koska perheen koko voi vaihdella yhdestä yhdeksään uusperheiden kokoontuessa. Tulevaisuudessa asuntojen kokovaihtelut ovat nykyisiä suuremmat. Pienien keskustan konserttiasuntojen lisäksi tarvitaan uusperheen joustavia tila-asuntoja.

Mobiilin tietoyhteiskunnan tiedonviljelijät saattavat elää kuin ennen teollistumista elettiin maalla. Työ seuraa mukana ja sopeutuu yksilön omiin tarpeisiin. Uusimmilla suunnittelussa olevilla asuntoalueilla, kuten Espoon Suurpellon alueella, pyritään kehittämään 2000-luvun asuntoalueen palvelulogiikkaa – millä konseptilla alueen asukas saa tuoretta leipää lähikaupasta kävelyetäisyydellä kotoa? Monimuotoasumisen asuntoalueilla työ, asuminen ja vapaa-aika lomittuvat luontevasti – ei ennen vanhaankaan maatalossa kysely, että miten isäntä pystyy erottelemaan työn ja vapaa-ajan. Jos tulevaisuuden tiedonviljelijällä on tapana käydä yrityksen pääkonttorilla Frankfurtissa viikoittain ja muuten viettää suuren osan työajasta asiakkaiden luona tai kokouksissa, niin tällaisella matkalaisella hetket oman asuntoalueen kotikonttorilla ovat niitä parhaita.

Globalisoitunut talous muuttaa myös elämisen vuorokausirytmeyttä. Japanin kauppaa käyvät yritykset elävät eriaikaisesti kuin USA:n markkinoita seuraavat. Toimistoissa – ja pikkuhiljaa myös kodeissa – valot palavat vailla selkeää vuorokausirytmeyttä. Etenkin Helsingin keskustassa alkaa olla tarve Woody Allenin läpi vuorokauden joka viikonpäivä (7/24) auki oleville manhattan-palveluille – tulevaisuuden supermetropolin keskusta-asukkaan tulee saada halutessaan kiinalaista ruokaa kello kolme yöllä!

Perustana asumisen arkkityypit

Tulevaisuutta voidaan arvioida myös perinteisen asumisen perusteella. Vaikka maailman muutosnopeus tällä hetkellä onkin ällistyttävä, ei ihmisen geeniperintö samassa ajassa juurikaan muutu. Asumisen historiaa voidaan arvioida tyypillisten asuintapojen eli ns. arkkityyppien perusteella. Antti Pirisen (2002) tutkimuksen ”*Asumisen arkkityypit ja tulevaisuuden koti*” mukaan asumisessa voidaan nähdä neljä arkkityyppistä mallia, jotka ovat pysyneet samanlaisina pitkän ajan kuluessa. Ensiksi kodin tärkein tehtävä on ollut mahdollistaa suojautuminen. Lisäksi ihmisillä on myös aina ollut tarve yhteiseen toimintaan ja yhteisyyden kokemiseen. Kolmanneksi kotona asumista ylläpidetään erilaisia elämäntapoja kuvaavien rutiinien ja rituaalien avulla. Neljäntenä asumisen arkkityyppinä on yksilöllisyys, josta myös on historiassa runsaasti erilaisia ilmentymiä.



Kuva 1. Asumisen neljä arkkityyppiä, suojautuminen, yhteisöllisyys, arkirutiinit ja yksilöllisyys. Lähde: Antti Pirinen 2002.

Syyskuun 11. päivän tapahtumien pohjalta trendianalyytikot ennustivat kotikeskeisyyden kasvua; sisustamisen ja remontoimisen lehtien ja ohjelmien suosio kertoo ennustusten toteutuneen. Tapaninpäivän 2004 Kaakkois-Aasian katastrofi tulee todennäköisesti edelleen vahvistamaan kodin arkkityyppisen turvapaikan merkitystä. Ihminen on ihminen myös tulevaisuudessa ja koti, perhe ja läheiset, inhimilliset rakenteet ohittavat usein fyysiset puitteet. Urbaani ihminen on edelleen heimoeläin.

Asumisen kuluttajamarkkinat - elämäntapoja ja arvoja etsimässä

Tulevaisuuden kodin kiinteistömarkkinoilla on kuluttajan markkinat. Ihmisten erilaisuus, arvot ja elämäntavat ovat lähtökohtana erilaisissa kiinteistöpalveluissa. Rakennus- ja kiinteistöalan itsensä kehittämien vastauksien sijasta tulisi löytää oikeita kysymyksiä: kenelle koteja rakennetaan, millaisia ihmisiä siellä asuu ja mitä asioita he pitävät tärkeinä. Ilman tietoa kohderyhmän asumisen arjesta ja unelmista saadaan vain hyviä arvauksia siitä, miten alueella asutaan. Se, miten ihmiset asuvat, selviää vain kysymällä.



Kuva 2. Tulevaisuuden senioriasuminen -projektissa selvitetään senioriasukkaiden elämäntapoja ja -tyylejä. Henkisen hyvinvoinnin osatehtävästä on vastuussa Taideteollisen korkeakoulun Future Home -instituutti (Susanne Jacobson).

Asumisen kuluttajamarkkinat syntyvät vasta sitten, kun asukkaat alkavat käyttäytyä kuin vaativat kuluttajat: aletaan vaatia asumisen eri tuotteilta ja palveluilta laatua. Hyvästä maksetaan mutta huonon palvelun tuottaja saa kuulla kunniansa.

Maailmaa paljon kiertäneet kansalaiset alkavat osata vaatia asumiselta myös sisältöä ja laatua. Määrän sijasta laatutietoiset asumisen kuluttajat osaavat kysyä vaikeita kysymyksiä asuntojen rakentajilta ja rakennuttajilta. Jos annetut vastaukset eivät tyydytä, niin asuntoyhtiön tietoverkon kautta vaativien asukkaiden ryhmä osaa käyttää julkisuutta hyödykseen. Esimerkiksi Helsingin Arabianrannassa virtuaalinen taloyhtiö perustetaan noin vuotta ennen talon valmistumista. Asunnon ostanee asukkaat pystyvät seuraamaan rakennusprosessin ajan tehtyjä ja tekemättömiä. Hyvälle rakennuttajalle jo rakennusaikainen asukas pohja mahdollista paikan myydä elämisen ylläpitopalveluja ennen kuin asukkaat ovat

muuttaneet alueelle. Viisas rakennuttaja kääntää asukasepäloukon aktiivisella markkinoinnilla tuottaviksi, pitkäkestoisiksi elämisen kiinteistöpalveluiksi.

Jos asuntoyhtiöt olisivat yrityksinä...

Asumisen kuluttajamarkkinoiden lisäksi on kyettävä synnyttämään asumisen sijoittajamarkkinat. Tämä on tärkeää etenkin vanhan asuntokannan korjausten edistämiseksi. Onko meille suomalaisille asunnon ostaminen samanlainen tapahtuma kuin housujen osto, jotka käytössä kuluvat lähes puhki ennen kuin uusia aletaan ostaa? Vanhan asuntokannan korjausten hidas eteneminen alkaa arveluttaa, että onko asumiseen sijoittaminen vain ylemmän luokan harrastus. Kuinka moni meistä asumiseen lähes koko ikänsä säästävästä pitää taloyhtiötä yrityksenä, johon asukkaat osakkaana ovat sijoittaneet rahojaan? Ajatelkaa, jos likeyrityksiä hoidettaisiin samalla asenteella kuin valtaosaa asuntoyhtiöistämme? Olisiko uskottavaa yritystoimintaa sellainen, jossa operatiivista toimintaa vetävä toimitusjohtaja onkin usean kymmenen kilpailevan yhtiön vetäjä?

Syyttävä sormi tai pikemminkin rohkaiseva katse tulee nostaa asuntoyhtiön omistajia, asukkaita ja sen valitsemaa hallitusta kohti. Säästämiseen tottuneet asukkaat jatkavat helposti säästämistään myös korjauskuluissa. Pahimmillaan ”säästäen korjattu” huonokuntoinen asuinkiinteistö on kuin korjauskelvottomat, puhkikuluneet housut. Odottelen aikoja, jolloin asuntoyhtiöitä on kehittämässä ihan oikeasti sijoituksistaan kiinnostuneet osukkaat. Hyvä asuntoyhtiön toimitusjohtaja saa palkan kehittämistyöstään, mutta huono operatiivinen johto vaihdetaan. On siksi toivottava, että vaativa asukas ymmärtää asumisen myös sijoitusmielessä. Toisaalta, jos asuntoyhtiötä ei kehitetä, vaativa asukas nostaa kytkintä ja siirtää tuotto-odotukset ja itsensä itselleen sopivampaan asuinkiinteistöön.

On kuitenkin myönnettävä, että asukkaan strategisen ajattelun herättämiseksi ei ole tehty kaikkea tarvittavaa. Asuntoyhtiöt puhuvat eri kieltä kuin ihmiset, mistä syystä yhtiöiden hallituksiin ei riitä kiinnostuneita osukkaita. On kehitettävä uusia, arkistrategisia tapoja asuin ympäristöjen kehittämiseen, joilla myös yhden sijoitusasunnon omistavat asukkaat saadaan liikkeelle.

Standardilähiöistä erikoistuviksi kaupunkikyliksi

Suomi kaupungistui kansainvälisesti verrattain myöhään, ja kun muutto kaupunkeihin alkoi, vastattiin asuntotarpeeseen kerrostalojen massatuotannolla. Oli kansallisesti elintärkeää saada asuntoja maaseudulta muuttaville ihmisille. Aluerakentamiseen valjastetun tuotantokoneiston avulla rakennettiin suuri määrä nykyisistä kerrostalolähiöistämme

1990-luvun lama-aikoihin luultiin, että rakentaminen tulee vähenemään. Määrällisesti asuntoja onkin riittävästi, mutta ne ovat sekä väärillä paikoilla että niiden laatu ei tyydytä kuluttajia. Voitaisiinko vihdoinkin unohtaa tuotantomääriin perustuva ajattelu ja alkaa käsittää oikeiden ihmisten elämysympäristöjä monimuotoisina kaupunkikylinä, joissa jokaiselle on jotakin kiinnostavaa, vähän erilaista ja erottuvaa?

Muutoksen signaalit ovat jo ilmassa: suurimmissa kaupungeissa lapsiperheitä muuttaa ympäröiviin kuntiin suuremman maantasoa-asumisen toivossa. Tämä vuosia ilmassa ollut trendi alkaa jo näkyä tilastoissakin. Miksi tähän toiveeseen ei vastattu ajoissa? Vuosikausia on toivottu pientalovaltaisempaa asumista, mutta kaupunkien suunnittelijat ovat tietäneet asian paremmin. Suomi kaupungistuu kenties vielä kerran, mutta tällä kertaa ”sisäisesti” ja eurooppalaisittain kaupunkimaisia pientaloja rakentaen.

Suuret kaupunkiseudut eivät kasva vain seutuina vaan enemmänkin verkottuvina kaupunkikylinä (*Urban Villages*). Voidaan puhua myös monikeskuisista kaupungeista, ehkä esikuvina voitaisiin pitää Pariisia tai Berliiniä, jotka ovat muodostuneet kylien ympärille. Maalle muuttavat ihmiset puhuvat kylien puolesta, joten voisiko kaupunkikyliä-ajattelulla olla vetoa kaupunkialueiden kehittämiseen? Kaupunginosien erikoistuminen

tulee olemaan 2000-luvun trendi. Voidaan sanoa, että kun nyt kaupungit kilpailevat asukkaista, tulevaisuudessa muuttajista kilpailevat kaupunginosat.

Asumisen uudet konseptit herättävät kuluttajan intohimoja

Asumisessa kuluttajia on houkuteltu ennenkin unelmilla. Jo Tapiolaa lanseerattiin lapsiperheiden kaupunginosana, ja tätäkin ennen vuosisadan takaiset englantilaiset puutarhakaupungit lanseerasivat terveellisen ja turvallisen asumisen brändiä. On muistettava, että maalta muuttaneen sodanjälkeisen rintamamiessukupolven ja jälleenrakennusvaiheen jälkeen syntyneillä ylläpito- ja nautintasuomalaisilla alkaa olla varaa toteuttaa intohimojaan asumisessa. Näitä intohimoja ei erityisesti tarvitse herätellä, riittää kun joku osaa edes osittain vastata ihmisten elämäntapojen ja -tyyliin tarpeisiin monimuotoisella ja puhuttelevalla asumisella.

Parhaat asuntoalueemme täyttävät jo aluebrändin määritelmän haluttavuudellaan, erottuvuudellaan, arvostuksellaan ja myös merkityksellisellä tuotelupauksellaan. Kokenut mainosalan konkari *Jyri Erma* vaihtaisi sanan ”brändi” tilalle sanan ”maine” – kysymys on siis vain kiinnostavan maineen luomisesta alueelle.

Sodanjälkeinen rintamamiestalon konsepti herätti kuluttajien intohimot. Näppärästi muunneltavasta ja muuntuvasta talobrändistä pystyttiin haaveilemaan niin Hangossa kuin Utsjoellakin. Rintamamiestalo on siksi poikkeava talo suomalaisessa rakennuskulttuurissa, koska tontin sijaan haaveilun kohteena oli konkreettinen talomalli.

Me and my house – minä ja kotitaloni?

Yleensä puhumme ihmisistä ja taloista erillään. Ympäristöministeriön rahoittamassa kesällä 2005 valmistuvassa ”*Ihmisen ja kiinteistön elämänsykli*” -projektissa² on lähtökohtana ikääntyvät asukkaat korjausta tarvitsevista taloista. Projektissa lähestytään vanhemman polven asuntokantaa ”*Me and my house – minä ja kotitaloni*” -näkökulman pohjalta. Hankkeessa tutkitaan asukkaiden kauhistelemaa putkiremonttia. Vahvana näkökulmana on asukkaiden kokemukset ja tuntemukset remontin eri vaiheissa, hankkeen suunnitteluvaiheessa, korjausten tekovaiheessa ja hankkeen jälkeen.



Kuva 3. Hissi tuli taloon – tutkimuksessa tehdään käyttäjätutkimus kuudessa eri taloyhtiössä Helsingissä, Oulussa ja Kuopissa. Ympäristöministeriön ja kaupunkien rahoittama tutkimus valmistuu kesällä 2005. Tekijöinä Taideteollisen korkeakoulun Future Home –instituutti ja Oulun yliopiston arkkitehtuuriosasto. Kuvat: Riikka Rahtola.

² Ihmisten ja kiinteistöjen elämänsykli -projekti on ympäristöministeriön rahoittama vuosina 2004-2005 toteutettava hanke, jossa tekijöinä ovat Insinööritoimisto Mikko Vahanen Oy (korjausprosessit), Taideteollisen korkeakoulun Future Home -instituutti (asukkaiden ja omistajien käyttäjäkokemukset) ja Suomen Asuntotieto Oy (viestintä ja vuorovaikutus).

Teknistoloudellisten elinkaarien sijaan tulisi pohtia ihmisiä ja kiinteistöjä moniulotteisemmin. Ehkäpä syklisyys onkin ymmärrettävämpi tapa käsitellä korjaustarpeita. Asukkailla on kaikilla omaan elämäänsä liittyvät tilanteet; kysymys on enemmänkin näiden monien tarpeiden syklisestä ymmärtämisestä. Korjausten avulla voidaan nostaa kiinteistön laatutasoa esimerkiksi perushyvästä laatusostosta erityisen hyväksi, kuten niissä tapauksissa, joissa vanhaan kerrostaloon asennetaan jälkeinpäin hissi. Asuintalon kyky palvella asukkaiden arkea paranee huomattavasti. Joillekin asukkaille putkiremontti voi olla kauan odotettu, koska sen avulla vihdoinkin pystytään nauttimaan nykyaikaisesta kylpyhuoneesta.

Myös kiinteistölle asuntoalan ulkopuolisia kehittäjiä

Englantilainen kehittämiskonsultti Raymond Turner johti yhden maailman suurimman lentokenttähankkeen, Heathrow 5-terminaalin kehittämisprojektia. Hankkeessa tehtiin strateginen ajattelun muutos tulevaisuuteen varautumisessa. Yhtenä tärkeimpänä periaatteena oli käyttäjien monimuotoisten tarpeiden ymmärtäminen. Varsinainen lentokenttäterminaalin suunnittelu tehtiin vasta tämän laajan strategisen vaiheen jälkeen. Turnerin mukaan ”*design is much too expensive to leave for designers*”.

Turnerin ajatuksia mukaellen kiinteistö- ja rakennusala, joka sitoo suuren osuuden suomalaisesta bruttokansantuotteesta, on liian kallis ala jätettäväksi vain asunto- ja kiinteistöalan huoleksi. Tulevaisuuden kodin, asuinkiinteistöjen ja asuinalueiden kehittämistalkoisiin tarvitaan paljon alan uusia, alan ulkopuolisia ajatuksia. Kiinteistö- ja rakennusala tarvitsee myös uudenlaisia, lähellä kuluttaja- ja käyttäjätarpeita olevia yrityksiä, jotka osaavat herättää asukkaissa intohimoja, jotta tulevaisuuden asukkaat voivat keskittyä ydinliiketoimintaansa – asumiseen.

Julkaistu Suomen Kiinteistölehdessä 1/2005