

# OULUN KAUPPAHALLI 100 v.

1.5.2001

## JOHDANTO

Torikauppa kukoisti ja oli varsin merkittävä kaupankäynnin muoto 1800-luvun lopun Oulussa. Toreilla myytiin kaikenlaisia elintarvikkeita kaupunkilaisten tarpeisiin. Pääasiallisia tuotteita olivat tuore ja säilötty liha, raaka ja säilötty kala, maitotaloustuotteet, vihannekset, juurekset, marjat, leipomotuotteet, vaatetavara ja tarvekalut. Tuolloin kaupunkilaisissa ilmeni kuitenkin paljon erilaisia vatsa- ja suolistosairauksia. Tämän epäkohdan arveltiin johtuvan pääasiassa tuoreen lihan ulkomyyntistä, mikä ei kaupungin viranomaisten mielestä täysin täyttänyt hygienian asettamia vaatimuksia. Lihan myynnissä esiintyneiden puutteiden ajateltiin korjautuvan siten, että se keskitettäisiin sisätiloihin ja näin myynnille turvattaisiin hyvät ja hygienisemmat olosuhteet. Syntyi ajatus kauppahallin rakentamisesta ilmeisesti Helsingissä ja Turussa tehtyjen päätösten innoittamana. Asia otettiin ensimmäisen kerran esille kaupungin määräävissä elimissä vuonna 1889. Lihanmyyntiä koskevan kiivaan keskustelun päätteeksi maistraatti ehdotti kirjelmässään 30.10.1889 kauppahallin perustamista. Kaupunginvaltuusto hyväksyi tämän ehdotuksen osin ylempien viranomaisten käskystä ja jätti rahatoimikamarille piirustusten ja kustannusarvion teon.

Rahatoimikamari ryhtyikin välittömästi toimeen. Piirustukset laativat arkkitehdit Karl Lindahl ja Walther Thomèn ja kustannusarvio oli 13 200 mk. Kun pääasiasta oli päästy yksimielisyyteen, syntyi erimielisyyttä vain siitä mihin kauppahalli olisi sijoitettava. Esillä oli kolme vaihtoehtoa. Ensimmäisen mukaan sen oli sijaittava ruotsalaisen lyseon nurkasta lähtien vastapäätä rouva Svendelinin puutarhaa Aleksanterintorin eteläkulmassa Torikadun suuntaisesti. Toisen vaihtoehdon mukaan se oli rakennettava yhdensuuntaiseksi pakkahuoneenkadun kanssa kadun eteläpuolelle Pakka-huoneentorille. Kolmannen vaihtoehdon mukaan sen paikka olisi ollut nk. Nordgrenin rannassa, jonka salmi erotti Pikkusaaresta. Tälle alueelle oli siihen aikaan maan liejuisuudesta johtuen erittäin vaikea rakentaa talon perusta. Kaupungin johtoa miellytti kuitenkin eniten tämä Nordgrenin ranta, koska se oli syrjäisemmällä paikalla ja siinä oli näin ollen enemmän tilaa. Silloinen kauppatorin alue oli täynnä myyjien kuormia ja sen takia se oli ahdas ja epähygieeninen. Tämä kolmannen vaihtoehdon toteuttaminen olisi tullut maksamaan perustamisesta johtuvine lisäkustannuksineen n. 20 000 mk.

Kauppahallin rakentaminen Nordgrenin rantaan oli kuitenkin liian kallis yritys. Kun muunlaista yhteisymmärrystä ei syntynyt kauppahallin rakentaminen joutui vuosiksi jäihin. Lihan myynnin ongelmat ratkaistiin väliaikaismenetelmin. Kaupunginhallitus ratkaisi vuoden 1890 alussa asian äänin 15-3. Kuitenkin tyytymättömyys lihakaupan järjestelyihin jatkui. Reilun kymmenen vuoden "pähkäilyn" jälkeen kaupunginvaltuusto teki päätöksen alkuvuodesta 1900 kauppahallin ja lihantarkastamon rakentamisesta nykyiselle paikalle. Päätöksentekoa tuki muualla valtakunnassa tehdyt päätökset kauppahallien rakentamisesta.

Pääosa Suomen kauppahalleista rakennettiin 1900-luvun alussa. Kauppahalleja oli Suomessa 1900-luvun puolivälissä kaiken kaikkiaan 70, joista Oulun kauppahalli on kolmanneksi vanhin vuonna 1889 rakennetun Helsingin ja Turun kauppahallien jälkeen. 1960-luvulla alkanut kaupan voimakas rakennemuutos on kuitenkin jyrännyt alleen suurimman osan kauppahalleista. Nyt niitä on enää jäljellä 12, joista Oulun kauppahalli elää uutta kukoistusaikaansa.

## 1. TOIMINNAN KÄYNNISTYMINEN

Kuten edellä on käynyt ilmi arkkitehtien Karl Lindahlin ja Walther Thomènin suunnittelema idyllinen halli rakennettiin siksi, että etenkin lihakauppa saataisiin torilta sisätiloihin ja viranomaisten valvontaan. Halli valmistui vuoden 1901 alkupuolella ja viimeisteltiin siten, että se oli kaupalliseen käyttöön otettavissa 1.5.1901. Avajaisia vietettiin tuona päivänä, mutta kauppiaat eivät olleet tyytyväisiä tilanteeseen. He protestoivat, eikä tämä vähiten johtunut rahatoimikunnan laatimista tiukoista

järjestyssäännöistä, eivätkä siirtyneet halliin, vaan jatkoivat kaupantekoa ulkona. Lopulta rahatoimikamarin esimies P. J. Helsingius puuttui asiaan ja määräsi sanomalehti Kalevassa 8.5.1901 lehti-ilmoituksella kaupanteon alkamisesta kauppahallissa. Varmemmaksi vakuudeksi Helsingius käski vielä aseistautuneet keisarillisen armeijan sotilaat paikalle. Sotilaat joutuivatkin ajamaan kauppa-miehiä ja -naisia halliin puolipakolla. Toiminta kauppahallissa saatiin kuitenkin näin käynnistettyä.

Huhtikuussa 1901 rahatoimikunta oli pitänyt kolme pitkää ja tiivistä kokousta, joiden aikana syn-tyivät kauppahallin ensimmäiset järjestyssäännöt ja yleisemmät toimintaohjeet. Järjestyssäännöt olivat varsin yksityiskohtaiset ja säätelivät tiukasti kaupankäyntiä kauppahallissa. Seuraavassa eräitä esimerkkejä järjestyssääntöjen sisällöstä ja luonteesta (otteita järjestyssäännöstä):

#### 1. Aukioloaika

Kauppahalli pidetään toistaiseksi auki toukokuun 1. päivästä lokakuun 1. päivään joka arki-päivä kello 6.sta aamulla kello 9.ään illalla sekä lokakuun 1. päivästä toukokuun 1. päivään kello 7. stä aamulla kello 8. aan illalla ja pyhäpäivisin kello 7-9 aamupäivisin, kuitenkin on halli suljettuna joka arkipäivä puhdistusta varten kello 2-4 iltapäivisin.

#### 2. Sulkeminen

Hallin sulkeminen ilmoitetaan joka päivä kellonsoitolla neljännestuntia ennen määrättyä ai-kaa, ja pitää sekä yleisön että myyjien viimen mainittuun aikaan olla hallista lähteneet.

#### 3. Tuotteiden myynti

Myymlöissä saadaan kaupan tarjota ainoastaan sellaisia ruokatavaroita, jotka vuokralle an-nettaessa ovat kullekin myymälälle määrättyt, ja on myyjien sekä tässä kohdin että järjestyk-sen ja puhtauden ylläpitämistä tarkoittavien toimien suhteen noudattaminen niitä määräyk-siä, joita heille antaa hallin vartija, joka tunnetaan virkamerkistään.

#### 4. Kiellot ja rajoitukset

- sellaisia ruokatavaroita, joista paha haju leviää sekä jotka sen takia voivat turmella muita ruoka-aineita tai suurimmassa määrin pilata ilmaa hallissa, ei saa siellä kau-paksi tarjota.
- myymälän seiniin saapi hyllyjä ja koukkuja y.m. asettaa ainoastaan hallinvartijan osoituksen mukaan ja pitää kunkin myyjän hyvin hoitaa sisustusta yleensä ja tarkasti, erittäin tiskiä lyönneiltä, sysäyksiltä y.m. ja ovat myymälän vuokraajat vastuullisia kaikesta siitä vahingosta, jonka sisustus saapi heidän syynsä tai huolimattomuuden kautta. Sitä paitsi ovat vuokraajat velvolliset itse pitämään myymälät puhtaina ja toimittamaan pois sinne kertyneet roskat.
- tupakanpolto ja väkijuomien nauttiminen hallissa on kielletty ja ovat juopuneet henkilöt estettävä halliin pääsemästä
- Koiria ja kissoja ei saa viedä mukanaan halliin
- siirtomaatavaroita kuten kahvia, sokeria y.m. ja vaatetavaroita ei pitäisi saada hal-lissa myytävänä pitää

#### 5. Puhtaus ja siisteys

- ruokatavarain kauppiaiden pitää noudattaa suurinta puhtautta ja siisteyttä sekä kaikkien olla puetut puhtaisiin, valkeisiin tarpeeksi pitkiin esiliinoiniin ja lihakaup-piaitten sitä paitsi hihoilla varustettuun puseroon
- esiliinojen ja puseroiden tulee olla pestäviä
- tätä paitsi olisi vielä sopimusta tehtäessä kaupungilla pidettävä oikeus sulkea halli kokonaan kahtena päivänä vuodessa perinpohjaista puhdistamista varten.

Mitä sitten hallin myymäläpaikkojen vuokraukseen tuli, päätti rahatoimikamari esittää valtuustolle, että rahatoimikamari oikeutettaisiin julkisella huutokaupalla vuokraamaan myymälät vuodeksi ensiksi tulevan kesäkuun 1: stä päivästä lukien kuitenkin siten, että kauppiaille oli niin halutesaan oikeus aloittaa kaupankäynti ilman vuokraa toukokuun alusta lukien. Näin tapahtuikin ja täysipainoiseen kaupantekoon päästiin edellä esitettyjen vaikeuksien jälkeen 8.5.1901 alkaen.

Voimakasta keskustelua käytiin vielä hallin kalusteista ja niiden hankinnoista. Terveysviranomaiset esittivät, että kaupunki hankkisi yhtenäisen kaluston ja puhtaanapitovälineet. Rahatoimikamari kuitenkin katsoi, että kaupungilla ei ole varaa esitettyihin hankintoihin, joten hankinnat jäivät kauppiaiden kontolle. Puhtaanapitovälineistökin kutistui esitetystä vesi- ja höyrypuhdistuskärryistä kastelukannuksi. Hankittavan kaluston piti olla vesipesun kestävä. Kaupunki kustansi kuitenkin telefonin hankinnan. Kauppiaiden oli maksettava sen ylläpito- ja liikennekustannukset.

Kaupallisen toiminnan käynnistyessä hallissa oli 55 erillistä seitsemän neliön myymäläpaikkaa. Paikat ryhmiteltiin tarkoin siten, että tuoreelle lihalle, tuoreelle kalalle, vihannesten, juurikasvien, kukkien, makkaroiden ja leipomotuotteiden myynnille oli osoitettu omat myyntialueensa.

Aktiivisen kaupankäynnin alkaessa Oulun kauppahallia isännöivät lähinnä osuusliikkeet ja teurastamot. Mukana olivat muun muassa Lihakunta, Karjapohjola, Kotivara, Osuusliike Arina ja Oulun Osuuskauppa, jotka luopuivat hallipaikoistaan vasta 1970luvulla. Yksityisyritykset olivat alkuun varautuneita, mutta ennen sotia kauppahallissa liiketoimintaa harjoitti jo lähes 30 yritystä ja yrittäjää. Alkuvuosina maaseudun tilallisille varattiin tilaisuus lihan ja muiden maaseudun tuotteiden vähittäiskauppaan siten, että heille tarjottiin vuokralle pientä päivämaksua vastaan kauppahallista myymälöitä vaikkapa yhdeksi päiväksi. Myytävä tuoteisto oli pääasiassa maatalouden perustuotteita. Jalostusaste oli varsin matala.

## **2. KAUPPAHALLIN ROOLIN VAKIINTUMINEN**

Kuten jo edellä on käynyt ilmi kaupallisen toiminnan käynnistyminen ei onnistunut kivuttomasti. Vaikeuksia ensimmäisinä vuosina oli erityisesti lihan myyjien ja maataloustuottajien kanssa, jotka eivät tehtyjä ratkaisuja nurisematta hyväksyneet. Tuotteiden tarkastustoimintaa myös karsastettiin voimakkaasti. Torikaupan ja kauppahallin toiminnalliset roolit eivät olleet selkeät. Vei vuosia ennen kuin roolit alkoivat seljettä. Tämäkin, niin kuin yleensä käy, tapahtui asiakaskäyttötymisen muuttumisen myötä

Aikojen kuluessa ns. herrasväki alkoi suosia enemmän hallin tarkastettuja ja valvottuja tuotteita. Tästä johtuen hallikauppiaiden keskuudessa käynnistyi tuotekehittäminen, mikä johti hallikaupan erikoistumiseen ja perustuotteiden jalostusprosesseihin. Tuotteita pyrittiin kehittämään kaikkien kansan osien tarpeisiin. Halli erikoistui monipuoliseen elintarvikekauppaan kun taas torilla tehtiin kauppaa laaja-alaisemmalla tuoterepertuaarilla. Nämä kaupanteon eri muodot täydensivät toisiaan ja pian opittiin huomaamaan, että tori ja kauppahalli muodostavat erinomaisesti toisiaan täydentävän kaupallisen kokonaisuuden. Erityisesti linja-autoaseman ja maatalouskoneiden ja -tarvikkeiden myynnin asemoituessa rannan alueelle tori- ja hallikauppa aktivoituivat merkittävästi. Sekä kaupunkilaiset että maaseudun ihmiset käyttivät runsaasti kauppahallin ja torin palveluita. Elettiin kaupallisessa mielessä hyvää aikaa. Myös ns. sosiaaliluokkaerot alkoivat kaventua, mikä mahdollisti entistä tehokkaamman tuotekehittelytyön.

Tori ja kauppahalli olivat 1920-luvulta aina 1960-luvun loppuun asti eittämättömiä maataloustuotteiden- ja halpamyynnin keskuksia ja kärkiyksiköitä. Maataloustuottajat toivat kaupunkiin tullessaan myytäviä ja jalostettavaksi tarkoitettuja perustuotteita ja veivät mennessään tarvitsemiansa elintarvikkeita ja käyttövaatteita. Kaupunkilaiset ostivat erikoisuuksia ja tarvitsemiaan peruselintarvikkeita kilpailukykyiseen hintaan. Torialue kauppahalleineen veti ihmisiä. Erityisesti monimuotoiset markkinat, sirkukset ja tivolitoiminta elävöittivät aluetta ja sen kaupallista toimintaa

monin tavoin. Kaikki ei kuitenkaan voinut jatkua tällä onnellisella tavalla. Jo 1960-luvulla alkanut markettien esiinmarssi alkoi vaikuttaa torin ja kauppahallin kaupalliseen ilmeeseen. Tämä kaupallinen kokonaisuus ja alue joutui nyt kilpailemaan suurta ja tuntematonta vastaan. Vaikutteet olivat moninaiset ja osin arvaamattomat. Hallikaupassa alkoi taantumakausi, mikä pakotti hallikauppiat tarkastelemaan rooliaan suhteessa marketteihin. Linja-autoaseman ja maatalouskoneiden ja -tarvikkeiden myynnin siirryttyä 1980-luvulla rannan alueelta muualle, vaikeutui tilanne entisestään. Kun vielä kaiken hyvän lisäksi torinalue ja kauppahalli oli päästetty rapistumaan lähtökohdat suurelle katastrofille olivat valmiina.

Katastrofia ei kuitenkaan tullut. Kalakaupan siirto 1970-luvun alussa kauppahalliin sisätiloihin piristi liiketoimintaa, vireytti tuotteiden jalostus- ja kehitystoimintaa sekä lisäsi hallissa asioivien määrää. Hallikauppiat paneutuivat todella uuden roolinsa määrittelyyn tässä vaikeassa tilanteessa. Erityisesti huomiota kohdennettiin tuotteiden jalostamiseen, tuotekehittelyyn ja yksilöllisten asiakaspalvelumuotojen edistämiseen. Erikoistuminen oli avainsana. Näin hallikauppioiden määrätietoisuuden tuotekehittelyn ja yksilöllisen asiakaspalvelun edistämisen myötä asiakaskunta pysyi uskollisena ja liiketoiminnan kannattavuus saatiin pidettyä sellaisella tasolla, että hallin liiketoimintaa kyettiin vaikeasta tilanteesta huolimatta jatkamaan. Myös kaupungin johtavat viranomaiset heräsivät huomaamaan torinalueen kaupunkikuvallisen merkityksen. Tori ja kauppahalli päätettiin suurehkon investointiohjelman avulla saattaa kunnoltaan sellaiselle tasolle, että se muodostaisi erityispiirteinen oleellisen osan keskustan kaupunkikuvaa.

Perusparannusohjelma toteutettiin 1990-luvun puolivälissä. Rahaa sen toteuttaminen vaati noin 30 miljoonaa. Se nähtiin kuitenkin kaupunkikuvallisena investointina, joka tulisi koitumaan todella kaupunkilaisten ja turistien silmän iloksi ja elintarvikealan erikoistavarakaupan elvyttäjäksi. Peruskorjattu halli otettiin käyttöön 1.5.1996. Tästä alkoi uusi nousukausi. Torinalueesta ja kauppahallista on viimevuosien aikana muodostunut oleellinen osa keskustan erikoistavarakauppaa ja erikoistuotteiden tarjontaa. Näin kauppahalli on saavuttamassa lopultakin sen aseman erikoistavarakaupan piirissä, mikä sille eittämättä kuuluu.

### 3. KAUPPAHALLI TÄNÄÄN

Kauppahallin ilme ja kaupallinen toiminta ovat kuluneen sadan vuoden aikana kokeneet suuria muutoksia. Myymäläkoot ovat kasvaneet merkittävästi. Alkuaikojen 7:n ja 14:sta neliömetrin myymäläkoot ovat nyt harvinaisia. Tänäpäin koot vaihtelevat 14:sta aina 49:een neliömetriin. Alkuaikoina hallissa saattoi olla maalaiskauppiat mukaan luettuna jopa 40-50 kauppiasta. Nykyisin vakinaisia kauppiaita on 15. Vähentynyt määrä selittyy lähinnä suurentuneilla myymäläpinta-aloilla. Sesonkiaikoina, kun kaikki myymälät ovat kaupallisessa käytössä, hallissa voi olla kauppiaita 16-18. Alkuajoista poiketen hallissa myydään nykyisin myös käsityötuotteita, vaatteita, taidetta ja taide-esineitä. Hallissa on myös mahdollista piipahtaa aamukahville ja aamupuurolle kuin myös istahtaa baariravintolaan suolapalalle ja oluelle. Näin monimuotoisuus ja -ilmeisyys on leimaa antava piirre nykyiselle kauppahallille ja sen kaupalliselle toiminnalle.

Kaikki ei kuitenkaan ole muuttunut. Puhtaudesta ja hygieniasostosta, tuotteiden laadusta, tuote ja hintasuhteen sopivuudesta ja yksilöllisen asiakaspalvelun laadusta ei ole tingitty "pätäkääkään". Päinvastoin kaikkea on pyritty jatkuvasti kehittämään asiakkaan parhaaksi. Hygienian-, tuotteiden laatu- ja asiakaspalvelun tasoa on määrätietoisesti edistetty keskeisinä kilpailukykytekijöinä.

Vuosien varrella kauppahallista on muotoutunut korkeatasoinen elintarvikealan erikoiskaupan ja laadukkaiden erikoistuotteiden myynti- ja palveluskeskittymä. Tänäpäin hallista saa mitä erilaisempia tuotteita, tuotteita, joita ei marketeista eikä juuri muistakaan erikoiskaupoista saa. Lihamyymälöistä saa joka päivä poroa, hirveä, lammasta, villisikaa, viljapossua, liha-alatoppia, saunapalvattuja herkkuja, nautaa, karhua ja mitä vaan eri muodoissaan tuoreena, savustettuna, palvattuna, kärjistettynä ja säilykkeenä. Samoin kalapuolelta löytyy mitä erilaisempia herkkuja kuten tuoretta lohta, siikaa, silakkaa, muikkuja eri muodoissaan, graavikalaa, kalamarinaadeja, savukalaa, aurajuustosilakkaa ja mitä erilaisempia jalosteita. Erikoisuuksia

ovat myös paistetut ja keitetyt nahkaiset, kylmäsavustetut lohifileet ja sesonkituotteina jättiläisravun pyrstöt. Kalaa saa myös yksilöllisten toivomusten mukaisesti valmiiksi suolattuna, fileerattuna, savustettuna tai loimutettuna. Monipuolinen leipomotuotteisto tuo oman vahvuutensa hallin tuotetarjontaan. Hallista saa aina tuoreita puu-uunileipiä, kainuulaisia rönttösiä ja piirakoita, karjalanpiirakoita, maa-laisohrarieskoja, leipäjuustoja ja monenlaisia kahvileipiä. Edelleen kotileivonnassa tarvittavat leipomotarvikkeet löytyvät hallista. Myös vihannespuoli on omine erikoisuuksineen, perunoineen, juureksineen, sa-laatteineen ja marjoineen vahvasti edustettuna. Etniset myymälät aasialaisine ja kreikkalaisine herkkui-neen ja monipuolisine maustevalikoimineen täydentävät hyvällä tavalla tuotetarjontaa nimenomaan vaa-tivia nuoria asiakkaita silmälläpitäen. Kahvila ja baariravintola mahdollistavat ihmisten viihtymisen ja koh-taamisen hallin tiloissa.

Kauppahallin toiminnan alkuaikoina päivittäinen kaupanteko oli perinteistä ja asiakasvirrat tasai-sia. Perinteinen kaupankäynnin muoto on säilynyt, mutta tänään kauppa on lähinnä sesonkiluonteista. Kesät ja viikon loput ovat hyviä aikoja kaupan kannalta. Talvi saattaa olla jopa kuolettavan hiljainen. Suuret perhetapahtumat ja pitopalveluyritykset kuormittavat asiakkaina kauppahallia merkittä-västi ympäri vuoden. Tämä on selkeä osoitus siitä, että tuotekehittelyssä ja jalostusasteen nos-tamisessa on onnistuttu, sillä aina kun todellisia erikoisuuksia halutaan ja tarvitaan, niin tällöin käännytään kauppahallin puoleen. Tältä pohjalta nykyiset kauppiat toteavatkin, että hyvät ja korkeatasoiset tuotteet myyvät itsensä. He näkevät myös, että menestymisen tae on laatu-hintasuhteen oikeaan osunut määrittely sekä yksilöllinen ja pitkään asiakassuhteeseen perustu-va laadukas ja persoonallinen asiakaspalvelu, mitkä seikat takaavat kauppahallin menestymisen nyt ja tulevaisuudessa.

Tämän päivän tilanteesta kauppiat toteavatkin, että tilanne torinalueen perus-kunnostuksen jälkeen on tasoittunut kohtalaiseksi. Parempaan suuntaan ollaan menossa. Tule-vaisuuden menestyksen varmistaminen vaatii syvällistä strategista pohdintaa ja strategisten lin-jausten tekemistä. Mahdollisuudet strategiselle menestymiselle ovat reaaliset. Oulu on vahva kasvualue, Kauppahallin lähiympäristöön rakennetaan voimakkaasti ja nuorten aikuisten kiin-nostus ja asenteet perinteitä ja perinteisiä ruokailutottumuksia kohtaan ovat kasvussa. Tässä ti-lanteessa kauppiaiden näkemyksen mukaisesti vaaditaan suunnitelmallista ja pitkäjänteistä yleismarkkinointia, yksilöllistä myymäläkohtaista tuotemarkkinointia ja kauppiaiden välistä kiin-teätä yhteistyötä erilaisten hallikohtaisten perinnetapahtumien ja tempausten järjestämisessä. Hallin ja palvelutoiminnan erikoispiirteiden tunnetuksi tekeminen on keskeistä tulevaisuuden turvaamisen kannalta. Kuten eräs kauppias erinomaisesti totesikin: "Meidän on saatava asiak-kaamme markkinoimaan itseämme, sillä tyytyväinen asiakas on paras tehokkaan markkinoinnin väline."

## **KOONTA**

Satavuotias kauppahalli elää uutta tulemistaan. Alkuaikojen tiukat ja osin tehokasta kau-pankäyntiäkin rajoittavat säännökset ovat muuttuneet aikojen kuluessa joustaviksi ja kaupan-käyntiä tukeviksi ohjeiksi. Tuotetarjonnan monipuolisuus ja tuotteiden jalostusarvon merkittävät nostotoimenpiteet ovat mahdollistaneet kauppahallin kaupallisen roolin määrittelyn ja menes-tymisen pitkällä tähtäyksellä yhä kovenevassa kaupallisessa kilpailutilanteessa. Myös kauppiai-den pitkäaikaisella kokemuksella, osalla jopa yli 40:n vuoden kokemus, on ollut huomattava merkitys hallin menestymisen varmentamisessa. Asukasluvun kasvaessa erityisesti merenrannan alueella ja perinteiden arvostuksen nostaessa jälleen päätään etenkin nuorten aikuisten keskuu-nessa, on syytä olettaa, että kauppahalli tulee tulevaisuudessa vahvistamaan merkittävästi ase-miaan elintarvikekaupan erikoistuotteiden kaupassa. Aseman säilyttäminen edellyttää kuitenkin jat-kuvaa uudistumista, kauppiaskunnan onnistunutta ja vanhojen kauppiaiden tukemaa sukupolven vaihdosta sekä ennakkoluulotonta suhtautumista tulevaisuuden mahdollisuuksiin ja ughiin. Tässä toiminnassa hallikaupan jatkuvuuden turvaamisessa on hallikauppiaiden saumattomalla yhteistyöllä sekä toiminnassa mukana olevilla toimijoilla, Oulun kaupungilla ja Oulun Narikka Oy:llä, merkittävä

osuutensa. Kaikkien osapuolten on puhallettava yhteen hiileen sekä tunnustettava kauppahallin ja laajemminkin koko torinalueen kaupunkikuvallinen merkitys oleellisena osana keskustan ja sen kaupallisen ilmeen ja rakenteen kehittämistä.

Teksti: Esa Flinck ja Antero Mäkelä (2001)