

Hová vezet a Népszínház utca? Nemzetközi workshop a kiskereskedelem-alapú rehabilitációról

2014. november 13-14., Kesztyűgyár



Összefoglaló

A KÉK - Kortárs Építészeti Központ szervezésében, a Józsefvárosi Önkormányzat, a Roeleveld-Sikkés építésziroda és a hágai Paul Krugerlaan utcarehabilitációs projekt vezetőinek szakmai támogatásával és közreműködésével 2014. november 13-14-én megrendezett workshop a hágai Paul Krugerlaan projekt bemutatását követően a Népszínház utca közösségi alapú fejlesztési lehetőségét vizsgálta.

A workshop alapvető célja az volt, hogy feltárja az eltérő gazdasági-társadalmi státuszú Csarnok, Magdolna és Népszínház negyedeket határoló, jelenleg a környezet társadalmi problémáit talán legláthatóbb módon felszínre hozó, negatív reputációjú, de fontos kereskedelmi, iparos és kulturális értékeket őrző, a belváros és Józsefváros között "kapuként" is funkcionáló **Népszínház utca közösségi alapú megújításának**

kulcspontjait:

- Hogyan valósítható meg egy inkluzív, az utca és környéke különböző lakóit és használóit is integrálni tudó rehabilitációs folyamat?
- Hogyan teremthet az utcarehabilitáció új munkahelyeket és képzési lehetőségeket?
- Kik azok a helyi szereplők (vállalkozók, lakók, intézmények, civil szervezetek), akik bevonhatók a megújulásba, így biztosítva szilárd alapot a rehabilitációs beruházásokhoz? Hogyan lehetnek ők a rehabilitáció motorjai és milyen eszközökkel támogathatja őket ebben a helyi önkormányzat?
- Hogyan erősíthetők meg az utca egyedi minőségét adó kisiparos, kiskereskedelmi vállalkozások és etnikai éttermek, illetve miként vonzhatóak új vállalkozások az utcába és környékére?

Hogyan alakítható át az utca képe és hírneve, miként válhat vonzóvá a környékbeliek és más kerületek lakói számára?

A hágai Paul Krugerlaan rehabilitációja

A hágai Paul Krugerlaan utcarehabilitációs projektjét Manish Dixit a hágai önkormányzat munkatársa mutatta be a résztvevőknek. A 2 éves fejlesztési program több szempontból is lényeges viszonyítási pontként szolgált a workshop során:

- A Paul Krugerlaan revitalizációja a Transvaal negyed nagyobb léptékű rehabilitációs folyamatának részeként valósult meg, mint az épületrehabilitációt kiegészítő gazdaságfejlesztési program.
- Az utca üzleteinek fragmentált tulajdonosi struktúrája komoly problémát jelentett az utca fejlesztésekor: erre a problémára az önkormányzat egy közös szervezeti keret és pénzügyi alap létrehozásával válaszolt.
- A pénzügyi alap segítette a portálok felújítását.
- A kereskedőket és helyi egyesületeket összefogó szervezet elősegítette a közös igények felmérését és a szereplők közötti kommunikációt.
- Az önkormányzat a program idejére az egyik üres üzletben projektirodát nyitott, ezzel is segítve az információáramlást és az önkormányzati munkatárs, "utcamenedzser" elérhetőségét.
- Az utcamenedzser és a szakmai kamarák üzleti inkubációs szolgáltatásokat, valamint pénzügyi és szakmai tanácsadást nyújtottak a helyi kereskedőknek és vállalkozóknak.
- Az utcamenedzser és a helyi kereskedők közös logisztikai rendszereket dolgoztak ki a raktározás és házhoz szállítás koordinált megszervezésére.
- Összekötve a helyi iskolákat és vállalkozásokat, az utcamenedzser segítette megszervezni gyakornoki pozíciók létrehozását, illetve a helyi lakosok alkalmazását.
- Az adóhatóság segítségével az önkormányzat segítette felszámolni a kulcspénzek (bérleti jog átadásért fizetett díjak) rendszerét, ezzel alacsonyabbra helyezve a helyiségbérlethez való hozzájutás küszöbét, és csökkentve az üres üzletek számát.
- A homogén kereskedelmi struktúrát lazítandó, az önkormányzat segítette néhány hiányzó funkció megjelenését, valamint a vonzó, "mágnes" üzletek létesítését.
- Az utca hírért javítandó, az utcamenedzser és a kereskedők koordinált utcamarketing kampányokat és utcafesztiválokat szerveztek, alapozva a helyi értéknek tekintett etnikai sokféleségre.



A Népszínház utca problémái és lehetőségei

Problémák

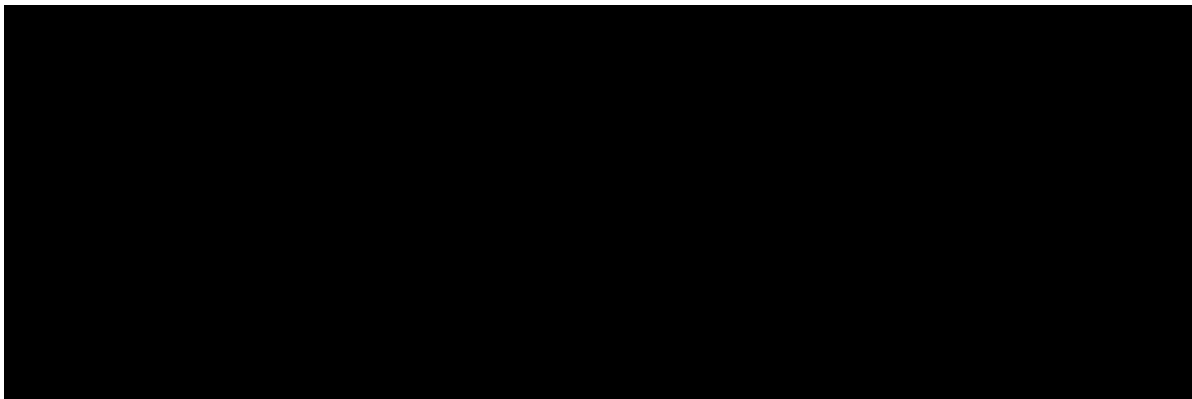
A workshop résztvevői a Népszínház utca és környékének problémáit a következő tematikus csoportokban definiálták:

- Közterületek rossz minősége, közösségi tartózkodásra alkalmas kisebb terek hiánya (“csak gyorsan át akarsz jutni az utcán, semmi nem készlet megállásra”), piszok, gyenge közvilágítás, rossz biztonságérzet;
- Földszinti portálok elhanyagolt állapota, üres üzletportálok, értékes épületállomány jelentős részben leromlott műszaki állapota;
- Gazdaság, kereskedelem hanyatlása, az alacsony vásárlóerő következtében az üzletek jelentős része nem attraktív, szűk réteget vonz, a gazdasági szűrkezőnába sorolható, a minőségi kisiparos, kiskereskedő kultúra kiveszőben (előregedő mesteremberek), rendezetlen árufeltöltés;
- Társadalmi problémák gócpontja, szegénység, munkanélküliség, hajléktalanság, drogproblémák, alulképzettség, szegregáció, gyorsan cserélődő lakosság, lakosság motivációja, részvételi szándéka alacsony;
- Rossz reputáció, rossz biztonság érzet, elszigetelődés a város/kerület többi részétől.

Erősségek

A problémák azonosítása mellett azonban a legtöbb résztvevő egyetértett abban, hogy néhány különleges vonás az egész városban egyedülállóvá teszi a Népszínház utcát:

- Az épített környezet értékei: történelmi épületek, széles járdák, átlósan beérkező mellékutcák, amelyek különleges térkialakítási lehetőségeket hordoznak;
- Elhelyezkedés: az utca központi helyzete, “kapu-pozíciója” és jó közlekedése mindenképpen hatalmas potenciált jelentenek;
- Kiskereskedelem: az utca gazdag a Budapesten már ritkaságszámba menő kisiparosi, kézműves boltokban, pl. ruha- és cipőkészítő, kalapos;
- Etnikai és kulturális diverzitás: az utca az egyre inkább multikulturális jellegű városnegyed egyik főutcája, a városban máshol nem található etnikai éttermekkel és élelmiszerboltokkal.



Az utcarehabilitáció céljai és eszközei

A Népszínház utca, mint hagyományos, de mára leromlott kiskereskedelmi és iparos utca kapuként funkcionál a pesti belváros és a Magdolna Negyed között. A Magdolna Negyed Program - integrált szociális városrehabilitáció - révén elért eredmények, a helyi közösségi aktivitás fenntarthatóságának kulcseleme, hogy az itt elindult folyamatok beágyazódjanak a kerület és a főváros vérkeringésébe. Ennek szerves módja a Népszínház utca értékeit feltáró, a helyi kereskedelmi, kisiparos és közösségi tevékenységekre alapuló "szoft" fejlesztés, amely az utca értékeit megerősíti, egyediségét városszerte láthatóvá teszi.

A hosszú távú utcarehabilitáció megalapozásának folyamata az utca és környéke szereplőinek feltérképezésével, a környék értékeinek azonosításával, egy közösségi vízió megalkotásához szükséges alapok és kommunikációs csatornák létrehozásával kezdődik. A fejlesztés következő fázisai az utca kutatásának és feltérképezésének eredményeire, a közösségi tevékenységek által létrehozott együttműködésekre és generált tudásra és ötletekre építhetők. A rehabilitáció "szoft" szakaszának céljai a következők:

1. **Aktiválható helyi szereplők azonosítása és elkötelezése:** A környék vállalkozásainak és lakossági véleményformálóinak feltérképezése: a közösség aktív, fejlesztésbe és későbbi fenntartásba bevonható tagjainak azonosítása; állampolgári felelősség, "tulajdonosi szemlélet" és kezdeményezőkedv megerősítése a helyi vállalkozókban és lakosokban, helyi kezdeményezések generálása.
2. **Közösségi összefogás és közösségi tervezési folyamat:** a társadalmi kohézió és interakció erősítése helyi lakossági, vállalkozói, kisebbségi és migráns csoportok, illetve a kerületi és budapesti lakosság között, egy közösségi vízió megalkotásán keresztül.
3. **Helyi értékek feltérképezése és érték alapú fejlesztés:** A különleges helyi értékek, kisiparosok és etnikai éttermek feltérképezése, a vállalkozások igényeinek felmérése; üzleti pozíciójuk megerősítése, láthatóságuk növelése.
4. **Külső értékteremtők bevonása és elkötelezése:** az utca vonzerejének megerősítése nem helyi érdekeltségű alkotó csoportok, kulturális kezdeményezések, vállalkozók felé; az utcának a kerületen túl is vonzerőt adó funkciók, szolgáltatások, "első fecske" üzletek létrejöttének stimulálása.
5. **Helyi munkalehetőségek és gyakornoki program előkészítése és tesztelése:** a helyi alkalmazási és gyakornoki lehetőségek, valamint oktatási intézmények feltérképezése; helyi alkalmazási és gyakornoki programok elindítása a vállalkozások és oktatási intézmények összekötésével.
6. **Pozitív médiavisszhang létrehozása és megerősítése:** az utca értékeit hangsúlyozó pozitív mediakommunikáció elindítása eseményekkel, kampányokkal; a pozitív kép elmélyítése.
7. **Brand megalapozása:** egy utca-specifikus tematika organikus kialakulásának elősegítése, megerősítése.

Az utcarehabilitáció “szoft” eszközei:

A hosszú távú fejlesztés, az önkormányzati tervekkel összhangban, a helyi tudásra és szakértelemre, valamint civil és szakmai szereplők együttműködésére, illetve nemzetközi példákra és partnerségekre építve bontakoztatható ki, a következő eszközökkel:

1. **Partnerség helyi vállalkozások és lakosokkal:** lakossági és vállalkozói ötletbörzék, kezdeményezések generálása és beépítése a fejlesztésbe.
2. **Közösségi szervezeti keretek:** közös kommunikációs és szervezeti keret létrehozása a környék kereskedelmi szereplőinek, vállalkozóinak, oktatási intézményeinek és civil szervezeteinek összekapcsolására, egy utcai helyiségben működő utcamenedzsment iroda keretében.
3. **Inkubáció és logisztikai koordináció:** A helyi igényekre építő vállalkozásinkubáció, üzleti és szakmai tanácsadás a helyi kereskedőknek és vállalkozásoknak, valamint koordinált logisztikai megoldások a raktározás és szállítás közös megoldására, közös fejlesztési alap és feltételes támogatások.
4. **Külső értékteremtők stabilizálása az utcában:** A helyiségbérlethez való hozzáférés küszöbének leszállítása, profiltámogatás kedvezményes bérbeadási lehetőségekkel az utcában kívánatos funkciók, szolgáltatások, vonzó, “mágnes” üzletek megjelenését ösztönözve.
5. **Helyi munkalehetőségek és gyakornoki program stabilizálása:** helyi alkalmazási és gyakornoki programok stabilizálása a vállalkozások és oktatási intézmények együttműködésével.
6. **Posztív médiavisszhang kiterjesztése:** események, kampányok szervezése, “nagykövetek” kijelölése, turisztikai séták szervezése, új célközönségek elérése.
7. **Brand stabilizálása:** a helyi értékekre és a közös kommunikációra épülő brand stabilizálása.



Kortárs Építészeti Központ Alapítvány

+36 20 236 1626

<http://lakatlan.kek.org.hu>

lakatlan@kek.org.hu

