

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 utcamenedzserment segített megszervezni gyakornoki pozíciók létrehozását, illetve a helyi lakosok alkalmazását.
- Az adóhatóság segítségével az önkormányzat segített 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 szűrkezőnőba sorolható, a minőségi kisiparos, kiskereskedő kultúra kiveszőben (előregedő mesteremberek), rendezetlen árufeltöltés;
- Társadalmi problémák gócpontja, szegénység, munkanélküliség, hajléktalanság, drogproblémák, alulképzetség, 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. **Pozitív 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

