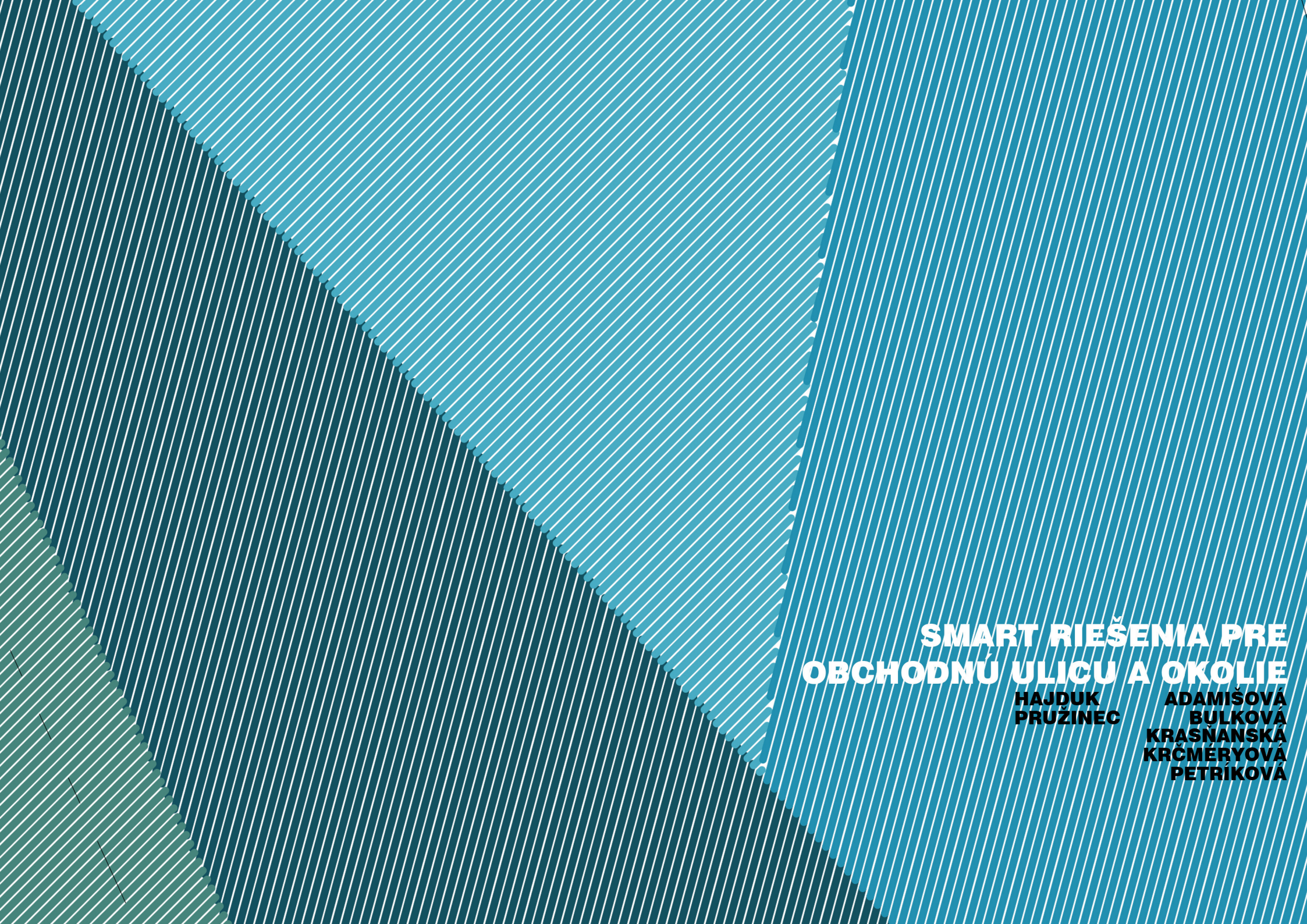


SMART RIEŠENIA PRE OBCHODNÚ ULICU A OKOLIE

HAJDUK
PRUŽINEC

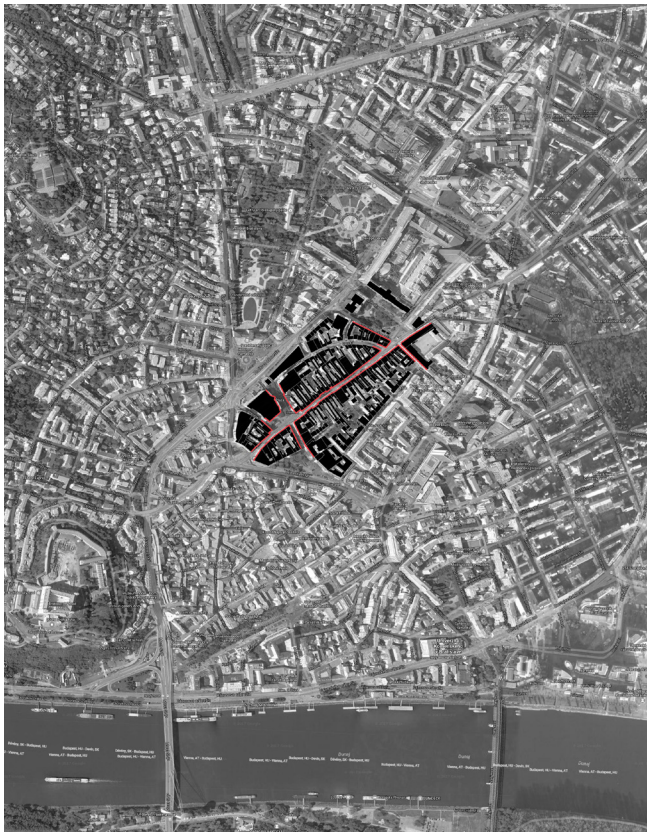
ADAMIŠOVÁ
BULKOVÁ
KRASŇANSKÁ
KRČMÉRYOVÁ
PETRÍKOVÁ

Smart riešenia pre obchodnú ulicu
Rubikova kocka “smart mesta” Bratislavy

Zloženie tímu:

Adamišová Alexandra	**MU v Brne**
Bulková Katarína	**VUT v Brne**
Hajduk Michal	**STU v Bratislave**
Krasňanská Linda	**STU v Bratislave**
Krčméryová Monika	**STU v Bratislave**
Petríková Lucia	**STU v Bratislave**
Pružinec Matúš	**STU v Bratislave**





úvod

Obchodná ulica v Bratislave je kľúčovým verejným priestorom mesta. Nachádza sa v blízkosti Starého mesta, do ktorého tvorí svojim spôsobom vstup. Dotýka sa rovnako aj dôležitých uzlových priestorov, Hodžovho námestia ako sídla prezidentského paláca i dopravného uzlu; Kollárovho námestia s komplexom univerzitných budov, ktoré tiež slúži ako dôležitý dopravný uzol; ale je napojená aj na sieť verejných priestorov, ktoré sa v tomto prípade tiahnu od Námestia Slobody cez Kollárovo námestie a Obchodnú ulicu, skrz Poštovú ulicu a Námestie SNP na Kamenné námestie a ďalej smerom k rieke Dunaj. Dôležitý peší ťah a obchodné prevádzky sú najcharakteristickejšími pojmami územia.

Svoju identitu si na základe funkčnej náplne buduje už desiatky rokov. Spolu s Poštovou ulicou slúži ako dôležitý komunikačný ťah pre pešiu a mestskú hromadnú dopravu s blízkou nadväznosťou na staré mesto a ďalšie uzlové priestory. Mnohými je vnímaná ako centrum mesta, rovnako s ňou príde do kontaktu veľké množstvo zahraničných návštevníkov. Ponúka množstvo služieb a prevádzok, na ktoré sú ľudia zvyknutí, miesto preto vyhľadávajú a dochádzajú za ním.



Obchodná ulica a jej okolie však, ako bohužiaľ väčšina verejných priestorov v Bratislave, musí čeliť množstvu problémov vyplývajúcich zo stavu, do ktorého sa za posledné roky dostala. Fyzický stav architektúry, mobiliáru, verejných priestranstiev, reklamný smog, nekoncepčnosť ulice a iné, prispievajú ulicu k všeobecnému úpadku ulice.

Do súťaže sme sa prihlásili preto, lebo Obchodnú ulicu aktívne vnímame a využívame.
Blízkosťou Obchodnej ulice ku komplexu univerzitných budov STU (Fakulta architektúry, Ústav manažmentu) je ulica logickým priestorom vyhľadávaným aj nami, teda ho máme zažitý a vnímame jeho kolorit denne.

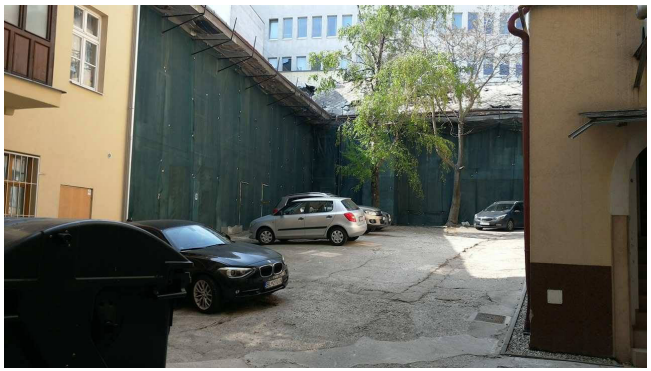
Rovnako ako si uvedomujeme jej veľký potenciál pre mesto Bratislava aj mnohé problémy, ktoré sme sa v našich návrhoch snažili adresovať.

Keďže sa naše hlavné mesto, podobne ako väčšina významných aj menej významných miest po celej Európe, hlási ku konceptu Smart City, rozhodli sme sa prispieť svojimi poznatkami a vyhodnoteniami k napĺňaniu tejto koncepcie. V súťažnom návrhu sa venujeme ako fyzickej, tak i systémovej štruktúre územia. Riešenie problémov vidíme nie len vo veľkých zásahoch, ale aj v budovaní “bottom-up”, teda zavedení takých procesov, ktoré postupne pomôžu ulicu transformovať do požadovaného stavu.

Navrhujeme niekoľko opatrení, ktoré by mohli byť pilotnými projektami v tejto snahe. Zamerali sme sa teda skôr na koncept fungovania jednotlivých priestorov ako na ich konkrétne architektonické riešenie. Dané riešenia sme sa snažili zastrešiť pod jeden celok, ktorý majá svoju vlastnp hierarchiu a možnú etapizáciu.
Na obchodnej ulici vnímame množstvo pozitív a potenciálov.
Medzi hlavné určite patrí jej poloha a dobré napojenie na viaceré kľúčové priestory mesta. Funkčná náplň Obchodnej ulice vyplýva už z jej názvu, obchodné prevádzky, služby a reštauračné zariadenia sú dôležitým mestotvorným prvkom, ktoré je pre dané územie zdrojom života a kapitálu. Podporenie tejto funkcie je preto pre ulicu tak isto veľkým potenciálom. Peší pohyb cez Obchodnú ulicu je veľmi intenzívny, avšak ulica spolu s jej okolím oplývajú potenciálom pre verejné priestory, ktoré by vedeli pešiaka pristaviť a reagovať na jeho potreby sociálne (stretávanie sa, kultúrne vyžitie, participácia a pod.) ale aj fyziologické (oddych, rekreácia, stravovanie a pod.) Okrem Kollárovho námestia či križovania Obchodnej a Poštovej ulice,ide najmä o dvory a vnútrobloky, ktoré poskytujú priestor na množstvo aktivít ako aj na prezentáciu ich historických hodnôt. Aj keď stav Obchodnej ulice nie je ideálny, ľudia k nej majú svoj vzťah, je dôležitým bodom na mentálnej mape mesta a cielene ju navštevujú.
Pozitívom sú aj iniciatívy architektov a urbanistov o koncepčné riešenie územia, záujem mesta, spolupráca so študentami a O.Z. Obchodná ulica a o.















Medzi hlavné negatíva určite patrí alarmujúci stav verejných priestorov, ktorý má za následok chovanie ľudí na Obchodnej ulici, ich vzťah k nej, celkové vnímanie tohto územia a pod. Toto priamo ovplyvňuje ďalšie chátranie ulice, jej znečisťovanie návštevníkmi, zgrupovanie asociálov a pod. Neschopnosť udržiavania týchto priestorov nahráva teórií "rozbitého okna", ktorá hovorí, že ak je budova s množstvom okien bez jediného rozbitého okna, je nepravdepodobné, že sa niekto pokúsi rozbiť ostatné. Naopak, aj je rozbité čo i len jediné okno, vedie tento stav k rozbíjaniu ďalších s ospravedlnením - veď aj tak je už budova zničená.

K ďalším problémom v území patrí nevyužitie potenciálu jednotlivých priestranstiev. Častokrát sa tieto miesta stávajú "miestami nikoho", ľudia sa im vyhýbajú.

V rámci Kollárovho námestia vnímame ako problém automobilovú dopravu a dopravu MHD, ktorá z námestia robí opustený ostrov bez dohľadu, čo zapríčinilo totálne zdevastovanie tohto priestoru.

Problémom je aj zloženie prevádzok a ich funkcia. Veľmi negatívne sú vnímané najmä prevádzky s rýchlym občerstvením, ktoré sú však paradoxne vo veľkej miere využívané návštevníkmi. Tak isto kluby a "krčmy", ktoré spôsobujú hluk a ich návštevníci často v nočných hodinách prispievajú k nelichotivému stavu verejného priestoru, rovnako môžu pôsobiť ako nebezpečný prvok pre prechádzajúcich.

Majitelia prevádzok narážajú aj na problém vyľudnenia ulice počas víkendov, čo zapríčiňuje ich skrátené otváracie hodiny. To samozrejme spätne odrádza potenciálnych zákazníkov miesto navštíviť.

Ako kľúčové priestory pre naše riešenie sme vybrali štyri základné funkčné celky ulice, ktoré sme následne analyzovali a vyjadrili sa k ich riešeniam v návrhu. Ide o priestory samotnej ulice, priestory dvorov a vnútroblokov, Kollárovho námestia a potenciálneho “námestia” na križovatke Obchodnej a Poštovej ulice. Celý návrh sme zastrešili informačným systémom, ktorý bude nástrojom pre presadzovanie požadovaných zmien.

Uličný priestor - Fasády, Zahusťovanie, Regulácia

Hmotovo-priestorové rozmiestnenie ulice a jej vizuálne stvárnenie je jedným zo štyroch častí riešenia. Táto časť ponúka názor na riešenie vizuálneho smogu na ulici, hovorí o benefitoch zahusťovania výstavby a poukazuje na potrebu dobrého spracovania územného plánu zóny, ktorý by potrebné obmedzenia a koncepčné riešenia záväzne uzavrel do platného dokumentu.



Dvory, Vnútrobloky

Časť venovaná dvorom podrobne analyzuje súčasný stav dvorov, ich funkčnú náplň, prístupnosť a pod. Zhŕňa ich problémy a potenciály a na na základe analýzy navrhuje koncept riešenia a modelový príklad ďalšej práce s dvormi.



Kollárovo námestie

Podobne je riešená aj časť venujúca sa Kollárovmu námestiu. Na základe analýz vytyčuje problémy a potenciály územia, ktoré následne koncepčne a v rámci modelového príkladu rieši. Venuje sa funkčnému deleniu územia rovnako ako aj dopravnému vybaveniu a peším ťahom na blízke okolie.



“Námestie” na križovatke Obchodnej a Poštovej ulice

Potenciál priestoru za hotelom Crowne Plaza je vyzdvihnutý v návrhu verejného priestoru, ktorý bude plniť funkciu uzlového priestoru nie len v rámci významu a prevádzkových vzťahov, ale aj ako informačný point s celomestským významom.



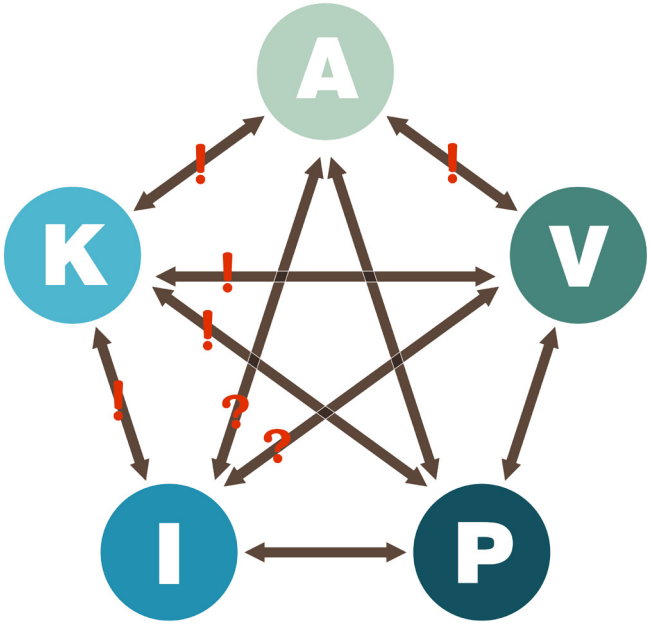


schéma AC2ID testu identity: (A-akutálna i.)(K-komunikovaná i.)(I-ideálna i.)(P-požadovaná i.)(V-vnímaná i.)

identita miesta - AC2ID test identity

Pre potreby analýzy územia sme využili tzv. AC2ID test, ktorý vznikol v korporátnom prostredí PR oddelení, využíva sa však bežne v testovaní funkčnosti a celistvosti urbánnej identity v mestách a na odhaľovanie nedostatkov a potenciálov pri budovaní cielenej mestskej identity. Test analyzuje 5 súčastí celkovej identity a to: Actual identity (aktuálna i.), Communicated i. (komunikovaná i.), Conceived i. (prijímaná i.) , Ideal i. (ideálna i.), Desired i. (požadovaná identita).

Slabé miesta vo vzťahoch medzi týmito časťami môžu byť potenciálnou hrozbou pre celkovú identitu a imidž miesta. Test poukazuje na dôležitosť zosúladenia jednotlivých elementov do jedného dobre fungujúceho celku, keďže sa dotýka otázok politických, ekonomických, etických, sociálnych a technologických. Postupnou globalizáciou ekonomiky, kultúry, politiky, kultúry a pod. začínajú mestá po celom svete vyzerať podobne. V dnešnej dobe je totiž skoro úplne jedno, kde investor otvorí svoje pobočky, kde vznikne technologická spoločnosť, kam na dovolenku sa vydajú turisti... Všade narazíme na podobné služby, podobnú kultúru, podobnú architektúru, podobné prevádzky. Vďaka internetu je svet spojený tak, že miesto už nie je dôležité. Keďže sa teda všetko môže odohrávať všade a teda hoc kde, mestská identita je kľúčovým artiklom pre úspech miest v konkurenčnom boji o obyvateľa/ zákazníka/ turistu/ investora. Túto skutočnosť si uvedomujú aj najväčšie svetové metropoly, ktoré sa s krízou identity stretávajú aj napriek tomu, že majú za sebou niekoľko storočí kultúrneho vývoja. S definovaním svojej identity má problém Tokio, New York...Istanbul sa snaží pozdvihnúť národné povedomie na budovaní mestskej identity na dedičstve osmanskej ríše. Každé významné aj menej významné mesto potrebuje prevahu nad ostatnými miestami, odlíšiť sa od nich a tým prilákať v nestálom prostredí pozornosť a kapitál aby vedelo prežiť. Ako ukazuje posledný vývoj miest, neschopnosť definovania vlastnej identity a jej následné komunikovanie a aplikovanie môže byť pre mesto osudným krokom v tomto boji. V našich podmienkach na území strednej Európy máme však okrem tejto úlohy aj ďalšie výzvy, ktoré musíme prekonať. Ako v mnohých iných mestách, v tejto časti Európy si Bratislava prešla veľmi strastiplnou cestou vlastnej identity a vnímania mesta obyvateľmi i zahraničím. Mesto má totiž za sebou pestrú paletu režimov, politických systémov, štátnych príslušností a zmeny významu mesta, ktoré v súčasnosti stále spôsobujú serióznu krízu identity. Len v posledných storočiach a najmä storočí minulom si Bratislava prešla zmenami od provinčného mesta Rakúsko-Uhorska po hlavné mesto Uhorska, stalo sa hlavným mestom Slovenska v prvej Československej republike, Slovenského štátu, hlavným mestom SR v rámci socialistického Československa a nakoniec hlavným mestom demokratickej Slovenskej Republiky. Každá etapa v živote mesta ho vnímala ináč, snažila sa mu priradiť inú funkciu, iný význam, tlačila naň inými ideologickými predstavami, čo sa podpísalo nie len vo fyzickej štruktúre mesta. Posledne mesto prešlo europanizáciou, ktorá podobne ako v okolitých štátoch prebehla pomerne úspešne. Mesto však stále výrazne zaostáva za kolegami zo západnej Európy vo viacerých smeroch, rovnako má stále problémy s definovaním seba samého a svojho smerovania, a najmä vyrovnaním sa s vlastnou minulosťou, čo zapríčiňuje množstvo vnútromestských problémov od vedenia mesta až po hmatateľné chátranie, správanie sa ľudí v meste, absenciu súnaležitosti a pod. Reakcia na tieto otázky by však potrebovala seriózny a koncepčný výskum, preto sa v rámci našej analýzy na základe uvedených hypotéz snažíme poukázať na dôležitosť silnej mestskej identity aj v menšej mierke ako napr. na Obchodnej ulici.

A

Aktuálna identita:

Obchodná ulica je v rámci mestskej štruktúry významným verejným priestorom s množstvom obchodných prevádzok a spolu s Poštovou ulicou slúži ako dôležitý komunikačný ťah pre pešiu a mestskú hromadnú dopravu s blízkou nadväznosťou na Staré mesto a ďalšie uzlové priestory.

Medzi historické hodnoty ulice patrí stredoveká parcelácia pozemkov rovnako ako podpivničenie objektov, tradícia obchodných prevádzok. Mnohými je vnímaná ako centrum mesta, rovnako s ňou príde do kontaktu veľké množstvo zahraničných návštevníkov. Ponúka množstvo služieb a prevádzok, na ktoré sú ľudia zvyknutí, miesto preto vyhľadávajú a dochádzajú za ním. Ulica má potenciál silného rozvoja a podporenia svojho významu ako kľúčového verejného priestoru v Bratislave.

V

Vnímaná identita:
Vnímaná identita je paradoxne dosť odlišná od tej aktuálnej. Podľa štúdie od Marko and Placemakers je Obchodná ulica často vnímaná negatívne, ľudom prekáža vizuálny smog, stav verejných priestorov, absencia mestského mobiliáru, infraštruktúra. Podľa prieskumu sú negatívne vnímané najmä prevádzky rýchleho občerstvenia, aj keď v rámci štruktúry zastupujú malé percentuálne hodnoty. Ľudia sú však zvyknutí na prevádzky, pravideľne v nich nakupujú. Využívané sú vo veľkej miere aj stravovacie prevádzky, ktoré využívajú najmä študenti a pracujúci z okolia. Poštová ulica je vnímaná ako jediný priestor s možnosťou oddychu a mobiliárom a tieňom v horúčavách. Negatívne sú tu vnímaní zdržiavajúci sa asociáli, rovnako ako stav verejného priestoru. Mnoho ľudí nemá informácie o miestnych dvoroch a pivniciach, ktoré sú v často verejnosti neprístupné. Keďže vnímaná identita ovplyvňuje spôsob ako sa ľudia k miestu správajú a aký k nemu majú vzťah, predstavuje problém a bude potrebné ho v záujme rozvoja ulice správne uchopiť.

P

Požadovaná identita:
Požadovaná identita je myšlienkový koncept, ktorým disponuje mesto a jeho správa, a ktorý sa snaží zaviesť do jednotlivých správnych procesov. V tomto prípade ide o koncept Smart City, ktorý je prevzaný mnohými európskymi mestami.

I

Ideálna identita:
Ideálna identita je súborom záväzných a koncepčných dokumentov, ktoré reflektujú v konkrétnej forme požadovanú identitu a usilujú sa o jej realizáciu na úrovni právnych ustanovení. V prípade Bratislavy sú dokumenty v rámci Smart City v procese spracovávania, každopádne by mali obsahovať ako koncepčné tak aj záväzné ustanovenia, ktoré by mali plniť funkciu dlhodobej stratégie. Je dôležité podotknút, že aby bol koncept Smart City úspešne zavedený a prijatý musí obsahovať konkrétne záväzné časti a ciele, ktoré treba plniť priebežne a v žiadnom prípadne nemôže ostať iba vo forme konceptu, ktorý aj keď bude dobre spracovaný nebude mať na mesto žiaden dopad, ak nebude rešpektovaný a dodržiavaný.

K

Komunikovaná identita:
Veľkým problémom pre mesto je komunikácia myšlienok a krokov mesta. Pri komunikačných kanáloch a sociálnych sieťach sa stretávame s väčšinovou negatívnou kritikou mesta, sťažností na iné podstatnejšie problémi a neochotou komunikácie mesta s občanmi. To sú dôsledky zlej komunikácie a podávania informácií, hierarchizácie poskytovaných informácií a politickej reklami/PR vrcholných prestaviteľov mesta, čo v ľuďoch vyvoláva znechutenie a apatiu. Mesto rovnako hovorí o sústredení sa obyvateľov na iné témy a kauzy, ktoré odvracajú pozornosť od dôležitých a pozitívnych krokoch mesta. V rámci Smart City stratégie je komunikácia a prezentácia vo veľmi zlej rovine, koncept je všeobecne prijíamný s nedôverou. Je vnímaný ako populistický ťah mesta bez konceptu (smart lavičky, elektrické kolobežky a pod.), ako ďalší nesprávne zvládnutý krok k zlepšeniu života v meste. Zlepšenie komunikácie je teda kľúčovým bodom pre pozitívne prijatie jeho obyvateľmi a ich získaním pre vec a participáciu.

Vyhodnotenie:
Z analýzy nám teda vyplýva veľa potenciálov, nachádzame však množstvo akútnych problémov, ktoré bude mesto nútené vyriešiť, aby sa jeho snaha - v tomto prípade koncepcia Smart City - premietla do skutočnosti a bola pozitívne prijatá. Dôležitým bude finálny stav Smart City koncepcie, ktorá ak bude správne spracovaná, bude slúžiť ako nástroj na presadzovanie zmien v meste a jeho napredovanie. Problémom je aj vizuálne vnímanie ulice návštevníkmi a z toho odvodený vzťah k miestu. Ako kritický sme vyhodnotili vzťah medzi ideálnou identitou a jej komunikovanie s verejnosťou a negatívne prijatie. Sme totiž pevne presvedčení, že práve komunikácia týchto ideí je nástrojom pre správne prijatie a následnú participáciu občanov pri budovaní silnej mestskej identity, ktorá sa tým pádom stane súčasťou mestského koloritu a nie len súborom peknych myšlienok. V súťažnom návrhu teda venujeme priestor téme komunikácie a vizualizovania informácií pre jednoduché pochopenie a participáciu zúčastnených strán a ich zobrazenia vo fyzickom prostredí mesta.

cirkulačná schéma aktivácie priestoru

Obchodná ulica v Bratislave má viac ako len jeden problém. V tejto časti sa budeme snažiť vymyslieť spôsob, ako motivovať majiteľov domov, aby vytvorili jednotný koncept ulice. Keďže 82% prevádzok prenajíma priestory od súkromníka, treba motivovať nielen majiteľov prevádzok, ale aj vlastníkov priestorov. V 92% sú prevádzky závislé na pria mom obchode v ich kamennej predajni, preto zvýšenie ruchu na ulici je pre nich prioritné. Za slabú stránku ulice sa pokladajú fast foody, ktoré sa často menia, ich prevádzky sú v zlom stave. Z ekonomického hľadiska platí, že by tam neboli, ak by to nebolo pre nich výhodné. Ponuka sa vždy rovná dopytu, takže buď týchto fast foodov je tam primerané množstvo, a všetky sú schopné pokryť svoje náklady, alebo treba len čas, kedy ich nízke tržby ich „vyženú“ z ulice.



Vizuálna atraktivita priestorov priamo ovplyvňuje mestský život, v našom prípade rovnako chod prevádzok a správanie a vzťah návštevníkov, obyvateľov a prevádzkarov k tomuto priestoru. Predpokladáme, že zvýšením atraktivity územia sa začne meniť pohľad na ulicu a jej vnímanie nie len návštevníkmi, ale aj prevádzkarmi a potencionálnymi nájomcami. To by malo za následok väčší záujem o lokalitu, vyššiu návštevnosť s väčšou spokojnosťou návštevníkov, čomu sa budú musieť prispôsobiť aj samotné prevádzky. Tie ktoré budú svojou ponukou, službami a prezentáciou pre zákazníkov ďalej neprijateľné budú nútené k lepším výkonom aby uspeli v konkurencií, alebo budú vytlačené lepšou ponukou. Zvýšený počet návštevníkov a vyššia úroveň prevádzok prinesie do územia viac kapitálu, čo znamená väčšie tržby pre prevádzky. Tento kapitál môže z časti slúžiť na ďalšie úpravy priestorov, ktoré opäť zvýšia atraktivitu územia. Viaceré príklady a štúdie dokazujú, že aj malé zmeny v území môžu byť aktivátorom ďalších, teda takáto cirkulačná schéma nebude vplývať len na ekonomickú a vizuálnu stránku ulice, pomaly bude meniť celkové vnímanie priestoru v rámci mesta, jeho posilnenie v pozícií kľúčového verejného priestoru v Bratislave. Preto bude potrebné spustiť iniciatívu zo strany mesta, ktorá by motivovala súkromných majiteľov budov a prevádzok k podieľaniu sa na týchto aktivitách. Dobrým krokom je koncentrovanie prevádzkarov v O.Z. Obchodná ulica a okolie.
Bude teda potrebné posilniť komunikáciu zainteresovaných strán a zrozumiteľne im predstaviť možnosti, ktoré môžu využiť pre spolufinancovanie fyzických zmien a aktivít - grantové projekty, podpora mesta, crowdfunding a pod. Podobne treba odkomunikovať a využiť potenciály územia, ako využitie dvorov a pivníc, rekonštrukciu verejných priestorov a pod.

Z rešeršu využiteľných grantov nám vyšlo, že je pomerne zložité vyhľadať informácie o možnosti spolufinancovania takýchto aktivít, preto ich zhrnutie a prezentácia sú pre miestnych stakeholderov veľmi potrebné. Pre príklad uvádzame niekoľko možností grantových programov, pod ktoré by programovo vedeli dané aktivity spadať:

možnosti grantového financovania

Nadácia Ekopolis - Grantový program Zelené oázy - ročník 2017

- Zamerané na vytvorenie, oživenie alebo obnovenie verejných priestorov predovšetkým v mestách a . Projekty by mali byť prispôsobené miestnym podmienkam a mali by vychádzať z potrieb miestnych obyvateľov

Grantový program podporuje

- environmentálne prijateľným spôsobom vytvorené alebo obnovené prvky drobnej záhradnej a parkovej architektúry na verejných priestranstvách a vyhliadkových miestach, napríklad stojany na bicykle, lavičky, stoly, prístrešky, mostíky, informačné panely a umelecké prvky, zariadenia slúžiace na oddych
- výsadbu novej zelene a revitalizáciu pôvodnej zelene

Grant môžu získať

- registrované mimovládne neziskové organizácie
- základné a stredné školy a učilištia
- centrá voľného času a komunitné centrá
- mestá a obce – len v partnerstve s niektorým z vyššie uvedených žiadateľov

Výška grantu: 1 000 – 5 000 eur

http://www.ekopolis.sk/zivotne-prostredie/zelene-oazy

Nadačný fond Tesco pre zdravšie mestá v Nadácii Pontis

Darcovské aktivity spoločnosť Tesco v rámci Plánu zodpovedného susedstva, ktorý zahŕňa štyri oblasti: starostlivosť o životné prostredie, propagáciu zdravého životné štýlu, podporu neziskového sektoru a snahu stať sa súčasťou komunity. Filantropické aktivity sa sústreďujú na zlepšenie kvality života ľudí v mestách. Tento cieľ napĺňa spoločnosť Tesco prostredníctvom zamestnaneckého grantového programu Tesco pre zdravšie mestá, v ktorom podporuje projekty, ktoré sú zamerané na revitalizáciu parkov alebo športové aktivity.

- Vynovenie vnútroblokov
- Námestie

Grantový program od PSS

Prvá stavebná sporiteľňa (na základe spolupráce s Úniou miest Slovenska a so Združením miest a obcí Slovenska) spustila grantový program na podporu revitalizácie verejných priestranstiev a vnútroblokov v obytných zónach.

Záujem o poskytnutie grantového financovania môžu mestá a obce, prípadne občianske združenia

Na základe získaných informácií by suma grantu nemala prevyšovať sumu 5 000 €.

http://www.isrra.sk/informacie/aktualne-vyzvy/2093-ziskajte-grant-na-financovanie-upravy-verejnych-priestranstiev-a-vnutroblokov-vo-vasom-meste-alebo-obci.html

Nadácia VÚB - grantový program Komunitné granty

- 80 000 eur

- projekty s aktívnym prístupom k životnému prostrediu podporujúce vytváranie, obnovu alebo oživenie ekologicky hodnotných lokalít,
- zveľadenie mestských lokalít a verejných priestranstiev – malé oddychové zóny alebo športoviská, podchody, parky, ihriská a miesta, kde sa prirodzene stretávajú obyvatelia sídlisk,
- inovatívne projekty z oblasti komunitného umenia, obnova miestnych kultúrnych tradícií,
- rozvoj komunitného života v regiónoch, budovanie dobrých susedských vzťahov,
- projekty z oblasti komunitného vzdelávania,

https://www.nadaciavub.sk/grantove-programy/komunitne-granty/



vymedzenie riešeného územia

Z vyššie uvedených analýz a identifikácie problémov nám vychádza 5 záujmových oblastí, ktorým sa budeme v súťažnom ideovom koncepte venovať a ktoré pokladáme za priestory, ktoré majú vysoký potenciál aktivácie Obchodnej ulice. Riešenie delíme na dve základné časti a to sú: systémové riešenia podporujúce koncept Smart City a ktoré budú plniť dôležitú funkciu mediácie a podpory rozvoja ulice; a riešenia vo fyzickom prostredí ulice, dvorov a námestí.

1 - Prvou oblasťou je samotný uličný priestor, ktorá sa venuje otázkam vizuálneho smogu, regulácie reklamy a fyzického stavu objektov a ich pozemkov a pod.

2 - Druhou oblasťou je téma samotných dvorov a vnútroblokov. V rámci analýz kategorizuje ich funkcie a súčasný stav, prístupnosť a možnosti pešieho pohybu skrz ne. Na tomto základe poukazuje na negatíva súčasného stavu a potenciály, ktorými priestory disponujú, venuje sa návrhu riešení pre jednotlivé dvory a ponúka modelový príklad postupu práce s nimi.



3 - Treťou oblasťou je územie Kollárovho námestia, v ktorom je analyzovaný súčasný stav a sú vyhodnocované problémy územia a potenciály možnej revitalizácie a podporenia životaschopnosti námestia. Návrh sa venuje funkčnému vymedzeniu plochy námestia na funkčné zóny, ktoré reagujú na potreby návštevníkov, možnosti spolupráce s Hurbanovými kasárňami, možnosťami peších ťahov a pod. Riešením dopravnej situácie a podporou funkcií reaguje na alarmujúci stav námestia, jeho súčasné využívanie a jeho vnímanie verejnosťou. Snaží sa o začlenenie námestia do siete verejných priestorov a lepšie napojenie na Obchodnú ulicu, mení "námestie nikoho" na priestor patriaci návštevníkom.

4 - Piatou oblasťou je územie "námestia" na križovatke Obchodnej a Poštovej ulice za hotelom Crowne Plaza. Poukazuje na jeho súčasný stav, jeho vnímanie verejnosťou a využívanie. Vyzdvihuje vysoký potenciál kľúčového verejného priestoru nie len pre Obchodnú ulicu ale s celomestským významom. Odstránením malej architektúry, potrebou redizajnu a najmä funkčnou náplňou predostiera návrh, na základe ktorého by sa "námestie" stalo informačným uzlom Bratislavy. Spolu s informačným systémom (bod 5) sa stáva silným aktivačným prvkom mesta, ktorý reaguje na potrebu zlepšenia komunikácie s občanmi a návštevníkmi, vizualizovaním informácií prispieva k čitateľtosti a transparentnosti mestských procesov, ponúka nástroj na priamu reguláciu vizuálneho smogu Obchodnej ulice a poukázanie na aktivity ulice a pod.

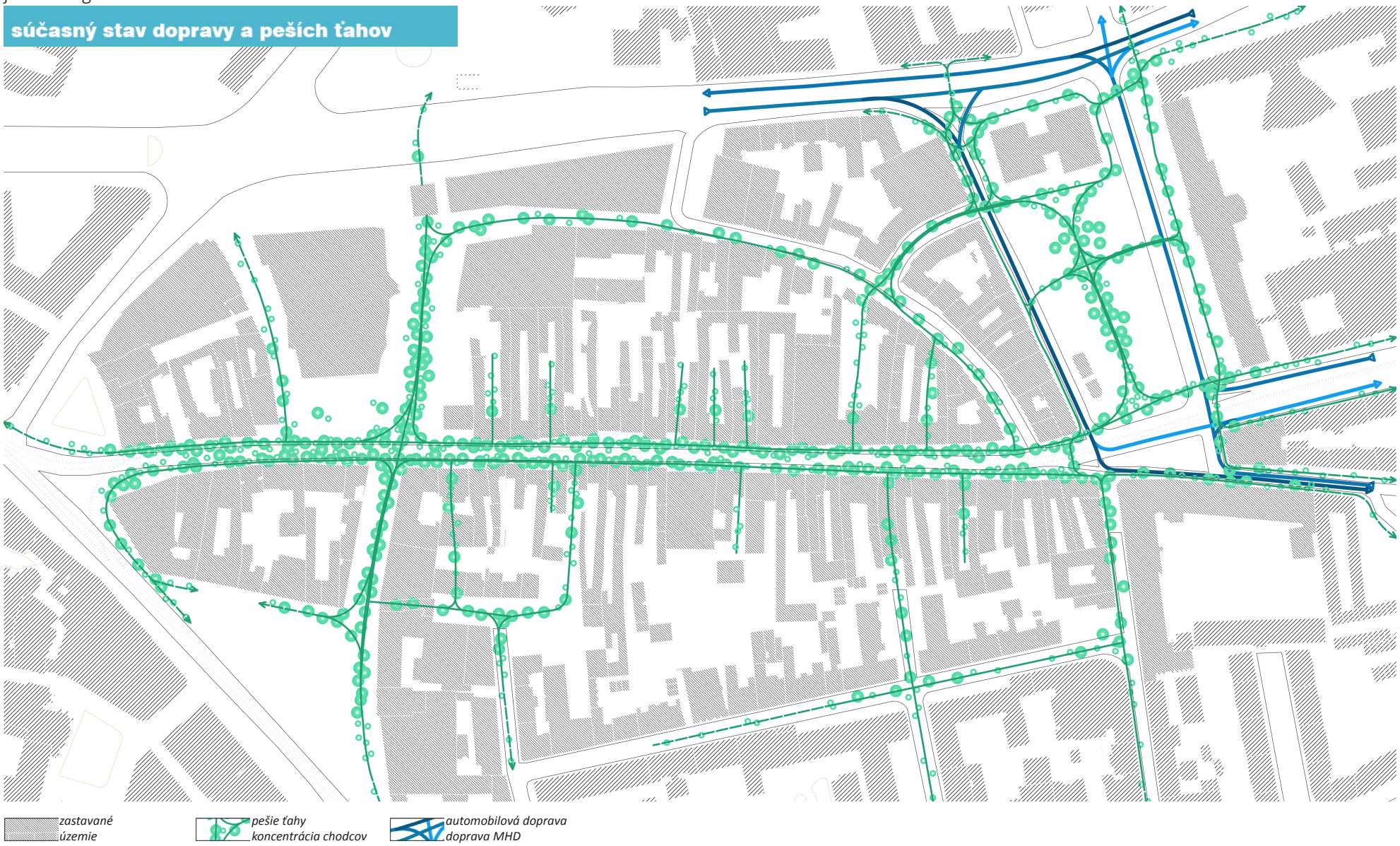
5 - Piatom oblasťou je informačný systém, ktorý celkový koncept zastrešuje a ponúka Smart riešenie na podporu aktivít, iniciatív, informácií a komunikácie. Je nástrojom dvadsiateho prvého storočia pre mesto, jeho správu, obyvateľov a návštevníkov.

Pre celkové riešenie je pre nás veľmi dôležitý peší pohyb cez priestory Obchodnej ulice a jej okolia, keďže je jedným z hlavných funkcií územia. Podporením pešieho pohybu a vytvorením zón, v ktorých sa môžu návštevníci a obyvatelia zdržiavať, sa snažíme poukázať na potenciály momentálne zdevastovaných a neudržiavaných častí územia. V rámci Obchodnej ulice sme sa preto rozhodli podporiť otváranie dvorov a vnútroblokov, čo podporí pešie ťahy a vytvorí priestor pre prevádzky a služby. V riešení dopravnej otázky reagujeme na alarmujúci stav verejného priestoru na Kollárovom námestí. Stav do ktorého sa námestie dostalo len potvrdzuje vyššie uvedené tvrdenia, ktoré poukazujú na funkčkné naplnenie a vizuálnu kvalitu priestorov. Neschopnosť udržiavania týchto priestorov nahráva teórií “rozbitého okna”, ktorá hovorí, že ak je budova s množstvom okien bez jediného rozbitého okna, je nepravdepodobné, že sa niekto pokúsi rozbiť ostatné. Naopak aj je rozbité čo i len jediné okno, vedie tento stav k rozbíjaniu ďalších s ospravedlnením - veď aj tak je už budova zničená. Problém tiež vidíme v odtrhnutí nám. a absencie priameho kontaktu s objektami-z čoho miesto pôsobí ako nám. nikoho. Túto skutočnosť riešime zrušením jednosmerných dopravných komunikácií, ktoré z nám. vytvárajú veľký kruhový objazd a navrhujeme obojsmernú dopravu zo strany chemickej Fakulty STU. Vďaka tomu sa námestie otvára pre pešiaka smerom do obchodnej ulice a vytvára rozptylovú plochu pred Hurbanovými kasárňami, ktoré navrhujeme otvoriť pre prechodz peších skrz ne smerom ku zastávke Mariánska, čo podporí funkčnosť plánovaného zámeru s kasárňami a priláka oveľa väčší počet návštevníkov do svojich priestorov. Uvednomujeme si, že náš návrh je len schematickým riešením a bola by preň potrebná detailná dopravná analýza od dorpavných inžinierov, kvôli fungovaniu dopravy v širších vzťahoch mesta.

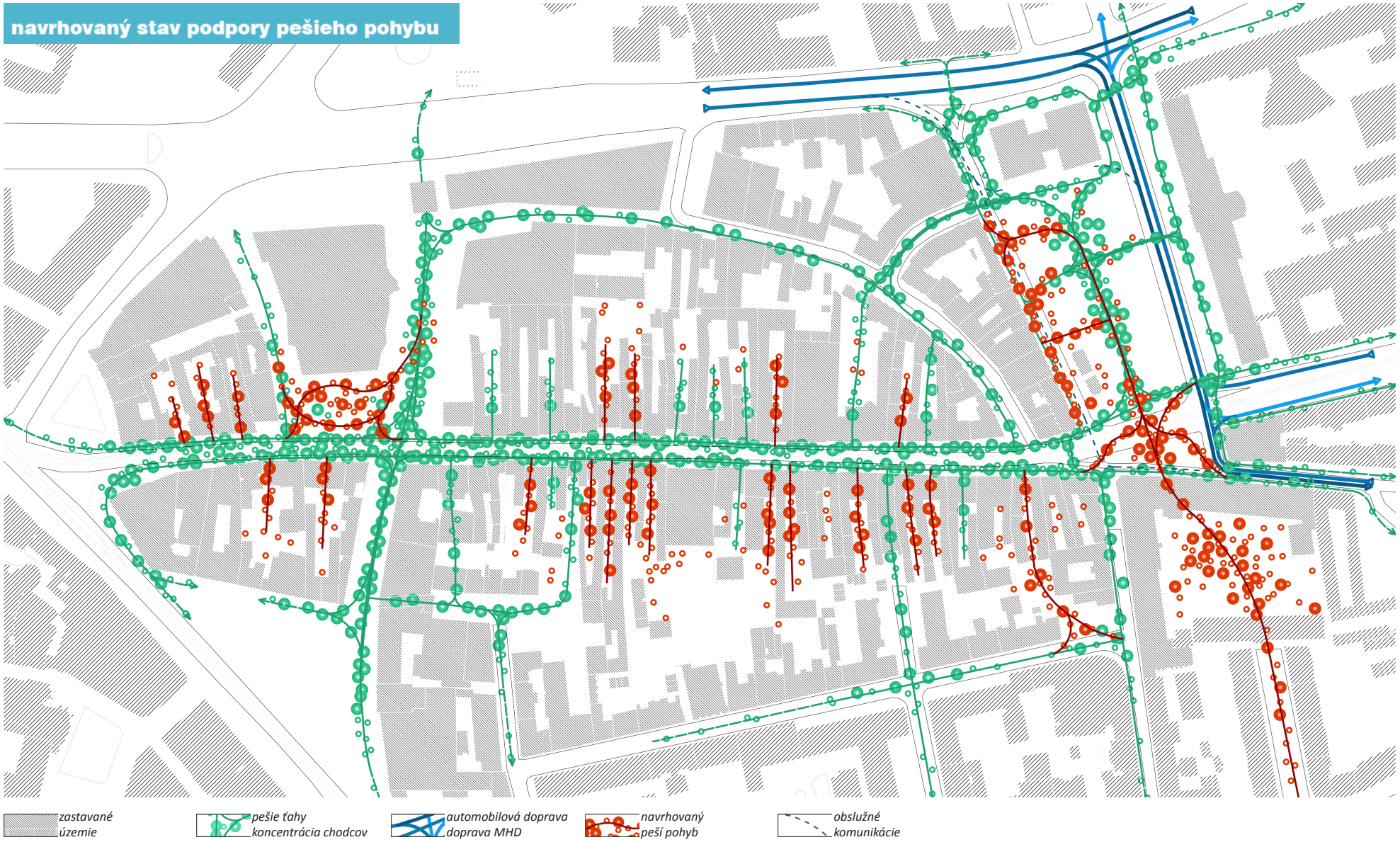




Schematické riešenie dopravnej situácie a podpory pešieho pohybu územím (Hurbanove kasárne, Kollárovo námestie, dvory a vnútrobloky) prezentujeme na nasledujúcich diagramoch:



navrhovaný stav podpory pešieho pohybu



informačný systém

Internet ako obchodná ulica

Zmena digitálneho sveta ovplyvnila nielen nákupné zvyky, či spôsoby prístupu a podávanie samotných informácií, ale ovplyvňuje i samotnú štruktúru priestoru urbánneho prostredia. Urbánny priestor zohráva jednu z najdôležitejších úloh, keďže naň sú kladené požiadavky vyplývajúce z rámcových dokumentov na čele so strategickými rozvojovými dokumentami dohovormi a inými dokumentami zahrňujúcimi priestorové usporiadanie a rozvoj, ako je napr. Stratégia Európa 2O2O.
(Európska Komisia, 2015)

Zo stratégie, mimo iného, vyplýva päť cieľov, ako:

- Zamestnanosť
- Výskum a vývoj
- Zmena klímy a energetická udržateľnosť
- Vzdelávanie
- Boj proti chudobe a sociálnemu vylúčeniu

Ktorých čiastočné naplnenie sa „obracia“ na stratégie zahrňujúce všetky vstupné faktory urbánneho územia a jeho potenciály a možnosti rozvoja, ako i väzby na okolie.
(Európska Komisia, 2015)

Mesto Bratislava v súčasnosti využíva SMART CITY ako strategickú platformu vychádzajúcu zo S.M.A.R.T. stratégie, ktorá pôvodne nebola vyvinutá pre rozvoj mesta, no analytická technika z ktorej stratégia vychádza pre navrhovanie cieľov v otázkach riadenia a plánovania je dobre aplikovateľná i na urbánne územie a jeho problematiku.

Za posledné dve desaťročia sa úplne zmenili nákupné zvyky. „Rozmach internetu otvoril nové možnosti, pribudli nekonečné zástupy elektronických obchodov – od celosvetových gigantov až po malé obchodíky ponúkajúce veľmi špecifický tovar. Na webe možno kúpiť v podstate čokoľvek – elektroniku, knihy, oblečenie, ručne robené výrobky alebo náhradné diely všetkých mysliteľných tvarov a typov. Cez internet sa už dnes bežne predávajú výživové doplnky aj potraviny. Práve tento rozmach internetového nakupovania prinútil k zamysleniu aj obchodníkov. Mnoho tradičných hráčov so sieťami kamenných predajní tento trend nezachytilo a zákazníkov im prebrali internetoví obchodníci. Sprvoti webshopy útočili najmä nízkou cenou, dnes už ale ani to neplatí. Zaváži aj dostupnosť, rýchlosť dodania, kvalita servisu, podpory a ďalších služieb.“
(Kováč, 2017)

Jedna z častí samotnej stratégie SMART CITY venuje osobitnú pozornosť zameranú na Internet of Things (IOT), resp. časť zameranú na S.M.A.R.T. riešenia v oblasti technológií, či už komunikačných, výrobných, spotrebných a ďalších, pre zefektívnenie využívania zdrojov alebo ponuky služieb, v stratégií zohľadnených pod časťou, zodpovednosti ku klíme alebo znalostne založená ekonomika.

V súčasnosti riešená lokalita disponuje viacerými informačnými kanálmi, či už vlastnými ako web stránky alebo informáciami spracúvanými tretími stranami, špecializujúcimi sa napríklad na hodnotenie kvality poskytovaných služieb, fotodokumentácia vo forme zábavy a trávenia času, či informovanie o poskytovaných zľavách a iných doplnkových informáciách, ktorých nositelia týchto informácií vzájomne komunikujú výhradne cez informačné kanály tretích strán. Vzájomné prepojenie týchto informácií a poskytnutie ich dostupnosti na jednom mieste je ich hlavným prínosom, pričom:

Nároky na realizáciu tohto prístupu sú vo forme:

- Hardware: Inštalácia informačných panelov a ich pripojenie na internet

Realizácia a zriadenie mestom.

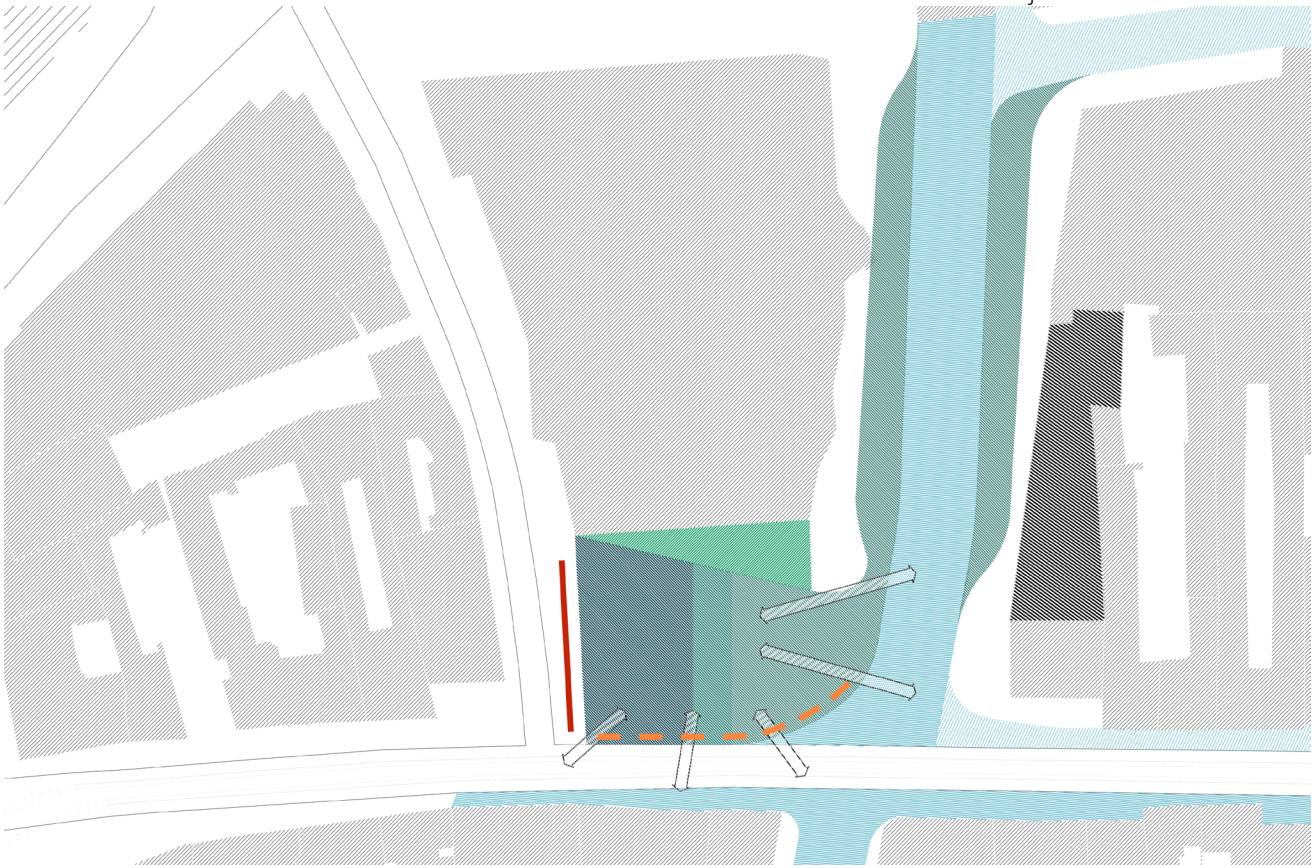
- Software: Aktualizácia existujúceho web rozhrania (prepojenia na informačné kanály tretích strán a Magistrátu)

Aktualizácia a údržba správcom webu obchodnaulicaaokolie.sk

Zo zamerania: Internet ako obchodná ulica, vyplýva hlavný benefit vo forme jednotného poskytovania zdieľania a šírenia informácií na jedinom mieste užitočných nielen pre návštevníkov a rezidentov, ale i stakeholderov a v neposlednej rade i samosprávu mesta.

vytvorenie námestia - mestský infopoint

"Námestie" na križovatke Obchodnej a Poštovej ulice je vnímané ako zabudnuté a neartikulované miesto v inak aktívne využívanom území. Je v priamej nadväznosti na Poštovú ulicu, ktorá je napriek často neudržiavanému stavu a zdržiavaniu sa asociálov vnímaná veľmi pozitívne. Ako jediná totiž ponúka mobiliár pre sedenie a stretávanie a v lete poskytuje tak žiadaný tieň, ktorý vytvára oázu odpočinku od prehriatych mestských priestranstiev v okolí. Rovnako tvorí dôležitý peší ťah medzi Hodžovým námestím ako dopravným uzlom a Obchodnou ulicou smerom na Námestie SNP, Kamenné námestie a Staré mesto. Priestor za hotelom Crowne Plaza je však napriek tomu veľmi nevyhľadávaným miestom, slúži len na občasné skrátenie cesty pešiaka. Je to spôsobené aj fyzickou bariérou, ktorú predstavuje malá architektúra s drobnými prevádzkami, ktorá vizuálne aj prevádzkovo bráni vstupu do priestoru a zakrýva ho z dohľadu a diania na Obchodnej ulici.



To nahráva sústredeniu asociálov a iných živlov, ktoré sú skryté zraku okoloidúcich a tým napomáha k celkovému chátraniu a následnej neatraktivite priestoru.
V našom koncepte z tohto zabudnutého miesta vytvárame živé námestie s veľkým potenciálom pre všetkých účastníkov mestského života v okolí. Náš návrh sa sústreďuje do dvoch základných častí - fyzického riešenia priestoru a jeho virtuálnu animáciu a významovosť.

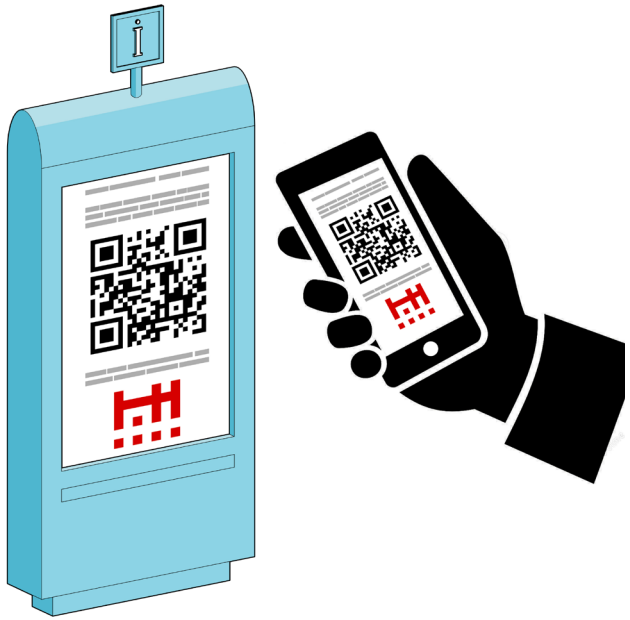
Fyzický návrh:
V rámci funkčno-priestorového rozvrhnutia vzniknutého námestia navrhujeme odstránenie drobnej architektúry, pri čom prevádzkovateľom budú ponúknuté priestory v rámci dobudovanej architektúry na voľných pozemkoch v okolí, prípadne v iných priestoroch. Námestie má plniť funkciu pobytovú, má byť prirodzeným rozšírením oddychovej zóny na Poštovej ulici a zároveň má byť uzlovým priestorom križovania Obchodnej a Poštovej ulice, ktoré je tu veľmi žiadané. Má usmerňovať a zjednodušovať križujúci sa peší pohyb a navádzať chodca na pristavenie sa. Časť námestia bude vyhradená pre potreby hotela a reštauračnej prevádzky v jeho partery. Zhromažďovacia funkcia bude plniť potreby návštevníkov na oddych, organizáciu podujatí miestnych komunít, prezentáciu mesta a jeho aktivít a bude slúžiť ako informačný bod pre mesto ako aj pre zahraničných návštevníkov. Jeho dobrá poloha predurčuje potenciál aktívneho využívania širokou škálou obyvateľstva. Priestorovou väzbou bude viesť dialóg s Námestím SNP, ktoré plní zhromažďovaciu funkciu pri protestoch, pochodoch a podujatiach aktivistov. Svojou kapacitou však pomôže s uľahčením problémov vznikajúcich koncentráciou ľudí a následnými kolíziami s inými druhmi dopravy v území a bezpečnosťou.

V rámci návrhu počítame s vytvorením čiastočne zatieneného priestoru, či už s výsadbou zelene, ktorá bude určite pozitívne prijatá verejnosťou, alebo iným spôsobom, tieniacou konštrukciou, membránami atď. Námestie bude vybavené mobiliárom, ktorý reaguje na potreby Smart City konceptu. Fyzicky osadené informačné panely, nabíjanie mobilných telefónov a pod. budú napájané z kombinovaného zdroja elektrickej energie získanou aj zo solárnych panelov. Informačné panely budú priamo spolupracovať s informačným systémom popísaným vyššie a poskytovať tak návštevníkom potrebné informácie o dianí v meste, doprave a bude komunikačným nástrojom občanov s mestom. Info panely budú slúžiť aj tým, ktorý nedisponujú smartfónmi či pripojením na internet a teda nebudú z diania vylučovať žiadne skupiny obyvateľstva. Jednoduchým prenosom dát bude možné informácie nahrať do smartfónu a využívať ich nasledovne ďalej. Informácie budú delené do niekoľkých podskupín, ktoré budú využívané rôznymi typmi používateľov.

Turistom a návštevníkom zo zahraničia budú v jazykových lokalizáciach poskytovať informácie o meste, dianí v ňom, ubytovaní, doprave, spojoch, orientácií v meste, službách, kontaktných osobách a pod.

Návštevníkom Obchodnej ulice budú podobne poskytovať informácie o dianí v meste, spojoch a pod., budú vďaka nemu však vyzvaný na participáciu pri rozhodnutiach o ktorých bude možné hlasovať, prípadne si vyberať z alternatívnych riešení, alebo pri prioritizácií riešenia akútnych problémov v meste. Bude aj nástrojom na komunikáciu občanov s mestom, nahlasovania problémov, pripomienok a ich spätnej väzby. Oznamy a informácie od mesta sa tak budú šíriť prehľadnejšie a dostupnejšie všetkým vrstvám obyvateľstva a mesto, pri dobrej komunikácií, získa požadovanú konštruktívnu spätnú väzbu od aktívnych občanov.

Pre majiteľov nehnuteľností, obyvateľov a prevádzkovateľov v území bude informačný systém podobne poskytovať komunikačný nástroj s mestom, ale aj medzi sebou navzájom. Bude poskytovať informácie o možností využitia grantov, výziev, aktivít, s údajmi na kontaktné osoby, prípadne dizajn manuál ako postupovať pri zveľaďovaní vlastnej prevádzky/stavby. Informačnými panelmi teda reagujeme na vyššie spracované analýzy. Vďaka nim bude posilnená komunikácia mesta s jeho obyvateľmi, tým pádom predpokladáme pri správnom využití systému pozitívnejšie prijímanie mestských aktivít a iniciatív oproti súčasnému stavu. Takisto podporuje ideu regulácie reklamy a vizuálneho smogu v území, pretože ponúkne možnosť digitálnej reklamy zobrazovanej veľkému počtu ľudí priamo v oblasti, alebo návštevníkom webových stránok v prehliadačoch a smartfónoch.



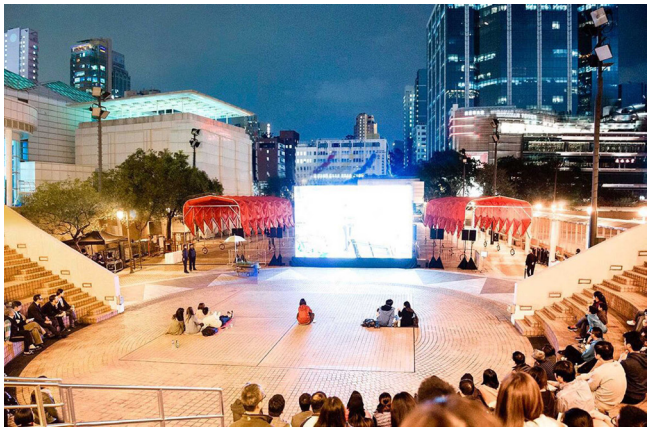












Ďalšou súčasťou navrhovaného námestia bude osadenie digitálnej interaktívnej plochy. Plocha bude taktiež napojená na informačný systém, avšak namiesto vyhľadávania informácií bude tieto informácie vizualizovať a bude madiátorom mestského života a miestotvorným prvkom pre celé okolie.

Vizualizovanie informácií je obrovským nástrojom pre komunikáciu, aktiváciu a participáciu občanov. Zjednodušeným zobrazením a správnym odprezentovaním informácií sa totiž môžeme vyhnúť ich nesprávnej interpretácií alebo nepochopeniu zložitejších vysvetlení bežným prijímateľom. Mestská iniciatíva, ktorá je v súčasnosti prijímaná len veľmi ťažko má tým pádom na jednoduchých grafoch, schémach a obrázkoch možnosť prezentácie ideí. Čo je však dôležité, informácie nie sú statické, nejde iba o konštatovanie faktu, alebo odprezentovanie výsledku. Interaktívnym zobrazovaním napríklad progressu istej aktivity dostáva človek úplne iný podnet ktorý spracováva pozitívnejšie, pretože zmeny v progresu môže vidieť priebežne počas času trvania “kampane”. Ak si napríklad zoberieme iniciatívu mesta o sprevádzkovanie veľkého počtu fontán, grafická informácia ktorá zobrazuje koľko z celkového počtu fontán je sprevádzkovaných a najmä ak sa tento údaj časom mení, pozorovateľ prijíma informáciu v dobrom svetle, pretože je zmena viditeľná. Naproti tomu video so statickým opisom situácie a prísľubom nápravy a politickou motiváciou prezentácie predstaviteľa mesta je vnímané úplne opačne a vyvoláva skôr nedôveru a apatiu. Grafické vizualizovanie podobných dát je od týchto vplyvov oprostené. Čo je dôležitým zistením v rámci mestských informačných plôch je fakt, že každá, aj tá najmenšia pozitívna zmena je prijímateľom vnímaná aktívne, vzbudzuje v ňom záujem a aktivuje ďalšie zmeny v území. Ak totiž občan vidí, že sa niečo dá a je mu to zrozumiteľne sprostredkované, je možné že s ďalšou iniciatívou príde sám, namiesto pasívneho a odmietavého postoju k mestu.

Ďalším zaujímavým faktorom je komunikácia, ktorá je spustená nie medzi prijímateľom a šíriteľom informácie, ale komunikácia, ktorá vzniká medzi sledujúcimi navzájom. Totiž aj nepatrné pousmiatie sa na neznámeho spolusledujúceho pri sledovaní pouličnej aktivity, performance, umelca a pod. vytvára pozitívne vzťahy medzi ľuďmi navzájom a vzbudzuje pocit spolupatričnosti a príslušnosti k miestu. Či už je divák v rámci publika aktívnym členom, alebo len pasívnym pozorovateľom, táto pozitívna skúsenosť v ňom buduje pozitívny vzťah k miestu. Čo je však dôležité, podobná aktivácia zúčastnených pozorovateľov či okoloidúcich vyvoláva na miesto nové, pozitívne spomienky, ktoré ak sú dostatočne intenzívne, vytesňujú z pamäti spomienky zlé. Človek sa na miesto rád vracia a zabúda na jeho stav predtým, ako bolo miesto zrevitalizované. To je efekt, ktorý je v danej lokalite veľmi potrebné docieliť. Vyššie uvedené tvrdenia totiž potvrdzujú to, prečo je súčasný stav tohto námestia, ale aj Obchodnej ulice či Kollárovho námestia v stave, v akom je. Tak, ako je možné na miesto postupne budovať pozitívne reakcie a spomienky, stagnácia a neochota riešiť problémy, ktoré sa v meste dejú vedú ľudí k znechuteniu, opovrhovaniu, neváženiu si miesta a následnému spôsobu chovania sa ľudí v priestore a predostiera priestor pre aktivity a indivíduá, ktorým sa chce mesto vyhnúť.

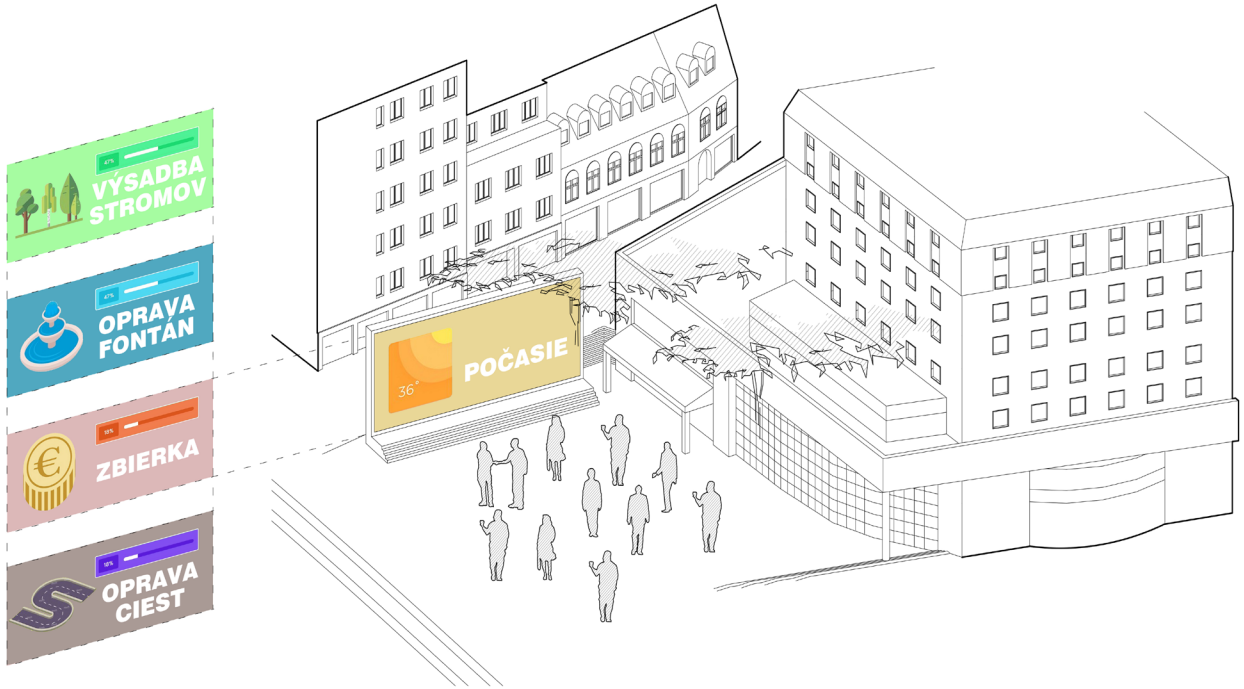
Ideovým konceptom možného využitia námestia za hotelom Crowne Plaza reagujeme na zistenia z analýz. Námestie by malo predstavovať katalyzátor pozitívnych zmien a ako nástroj na postupné budovanie silnej identity Obchodnej ulice. Informačný systém spolu s info panelmi a interaktívnou digitálnou obrazovkou riešia problém komunikácie mesta s jeho obyvateľmi. Bol by neoceniteľným nástrojom pre mesto.

Návrh popisuje ideálny stav so zakomponovaním všetkých prvkov. Pracovať však na tomto koncepte sa dá okamžite. Svojou plochou a polohou námestie predstavuje ideálne miesto na mestské intervencie a tým môže aktivovať ďalšie zmeny v území. Už v jestvujúcom priestorovom usporiadaní sa dajú organizovať podujatia a workshopy so zapájaním občanov do iniciatív mesta či aktivistov, a ich výsledky budú dobrým príkladom a ukážkou, že zmeny v meste sú možné. Námestie by sa preto už teraz malo stať inkubátorom nápadov a ich prezentácie širokej verejnosti. Je však nesmierne dôležité, aby tieto aktivity neostali iba v polohe experimentov a drobných zásahov. Ak by tomu tak bolo, mohlo by to pôsobiť opäť opačným dojmom plátania dier a populistických ťahov. Tie by mali byť iba prvým krokom k transformácií funkcie a vnímania priestoru verejnosťou.
Ku konkrétnemu dizajnu miesta sme sa v rámci súťaže nevyjadrovali, načrtli sme iba jeho ideu. Navrhujeme preto vypísanie architektonickej súťaže s jasnými podmienkami, ktoré by reflektovali vyššie uvedené podmienky.







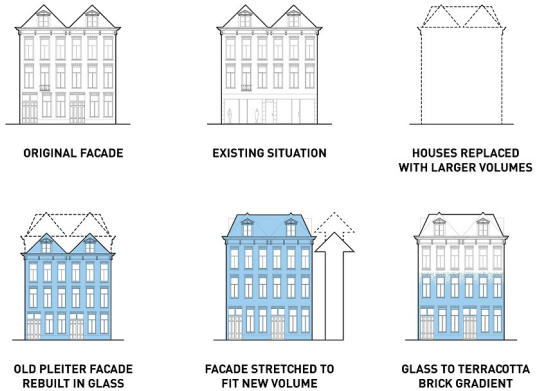


uličný priestor

01. Súčasný stav

V kontexte historického centra Bratislavy je Obchodná ulica jednou z najpotenciálnejších. Je historicky hodnotná, má skvelú mierku, lokalitu, priame napojenie na rôzne druhy MHD, diverzitu služieb. A čo je najdôležitejšie, ulica je stále v pohybe.

Paradoxne aj napriek všetkým ´common sense´ faktom sú prevažujúce odpovede ankety Obchodnej ulice alarmujúce. Ľudia vidia ulicu ako nedostatočne údržiavanú, hluk vo večerných hodinách prekáža nielen obyvateľom, ale aj pasantom , o vizuálnom smogu a kvalite povrchov nehovoriac.





02.Koncept

Zmeniť súčasný alarmujúci charakter ulice za pomoci 3 aktérov / mesto, majiteľ, okoloidúci /, za čo najefektívnejší čas a objem peňazí. Zaregulovať apropriáciu prevádzok , ich rastúcu monofunkčnosť, využiť nevyužívané priestory. Podporiť myšlienku udržatelnosti- ´Circular economy´, eliminovať ´územia nikoho´, vytvoriť Územný plán zóny a Finančné fondy na podporu historických rekonštrukcií.

Stratégia sa viaže na :

1. Fasády- reklama, rekonštrukcia
2. Uličnú čiaru- pozemky

03. Navrhovaný stav

zvýšená atraktivita ulice = úspešnosť prevádzok = finančná podpora = rekonštrukcia...

Benefity navrhovaného stavu sú nielen ekonomické, priestorovo-vizuálne, ale aj sociálne. Nasledujúci text obsahuje konkrétne kroky, aktérov, finančnú náročnosť a časový horizont.

1.1.Reklama

Absolútne kľúčová je striktná regulácia vizuálneho smogu v podobe reklám. Využitie existujúcich design manuálov, alebo riešenie v podobe otvorenej súťaže je systémové koncepčné riešenie. V prípade záujmu je možnosť prezentovať reklamu v digitálnej forme na navrhovaných screenoch. Regulácia stojí mesto 0€ a táto zmena je umožniteľná hneď v prvej fáze. Keďže je aktuálny stav nefunkčný, nový dizajn pomôže nielen priestorovo- vizuálne, ale bude mať aj ekonomické benefity pre jednotlivé prevádzky.

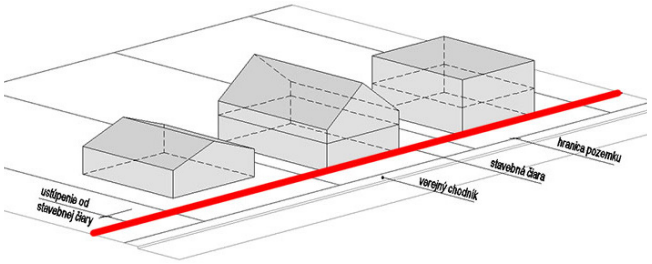
1.2. Rekonštrukcia

Územný plán zóny zjednotí charakter ulice aj na základe údržby a úpravy fasád. Aktuálny ´estetický stav´ vyrieši motivácia jednotlivých majiteľov. Novú fasádu dokáže zaplatiť napr. Efektívny priestorový index / nadstavba, prístavba/, zmena prevádzky v podobe efektívnejšieho nájmu...Fázu 1 môže vyriešiť aj predvolebná kampaň, kde každý obyvateľ Obchodnej ulice obdrží korene popínavého brečtanu, ktorý zasadí pred fasádu svojho domu.Tento príklad rieši aj zásadný problém street-tagovania. Je to takmer bezúdržbové a hlavne celoročné riešenie za minimálny budget.

2.1. Pozemky

Na Obchodnej ulici sa nachádzajú nevyužité priestory. Široké chodníky, niekoľko rokov nezastavané prieluky, potencálne nadstavby.

Mesto disponuje priestormi rozšírených chodníkov, ktoré prevádzkam zvyšuje atraktivitu, ulici prináša bezpečnostný faktor- ´ concept of being watched´. Fungujúci koncept ´Vnútroblok´ zabezpečí dočasné využitie priestoru v prospech obyvateľov ulice, návštevníkov ulice a prostredníctvom aktivít aj v prospech mesta. Nadstavby vytvoria potrebnú hustotu zástavby mesta a majiteľom domov prinesú finančné benefity. Opäť všetko s minimálnymi investičnými nákladmi.






FootWork
EURO DO RUKY
calliope


FootWork
calliope

dvory, vnútrobloky

1 - V tejto kapitole sa budeme primárne venovať problematike vnútorných dvorov situovaných za fasádami domov na Obchodnej ulici a ich význame pre nami zvolenú stratégiu / navrhované riešenie / koncept. Do zberu dát boli zahrnuté všetky priestory vnútorných dvorov (viď mapa) a v rámci terénneho prieskumu primárne dvory prístupne verejnosti (resp. dvory súkromné – prístupne so súhlasom rezidentov/majiteľov).

1.1 - Charakter ulice a dvorov

Svojím vizuálnym prevedením (architektonickou rôznorodosťou vonkajších fasád budov) je Obchodná ulica jedinečným a urbanisticky významným priestorom na mape mesta Bratislavy. Ulicu charakterizuje zástavba historických dvojpodlažných objektov, ktoré sú vybavené úzkymi vnútornými priestormi – dvormi, pasážami a vnútroblokmi; a viacpodlažnými budovami z čias modernizmu. Takáto skladba definuje spleť priestorov za dverami fasád budov, na ktoré sa názory menia – od označenia za „zbytkové" priestory po významné urbánne plochy s potenciálom rozvoja. Tieto priestory sa viažu na historický charakter/profil ulice, čím vzbudzujú u ľudí nostalgiu a dotvárajú genius loci celej lokality.

1.2 - Analýza súčasného stavu

Ulica je charakteristická pre svoj značný počet dvorov a priechodných pasáži. Vo dvoroch sa nachádzajú malé a stredne-veľké prevádzky (gastro a kaviarne, služby, wellness a pod.).

Na základe terénneho prieskumu sme dvory kategorizovali podľa

1. (ne)prístupnosti pre verejnosť (viď mapa)

a. neprístupné - súkromné (rezidenčné / s komerčným využitím – napr. pre parkovanie)

b. prístupné - verejné (najmä priechodné pasáže na Heydukovu a Jedlíkovu ulicu)

c. polo-verejné (s obmedzením prístupom na pozemok – napr. na zvonček)

d. polo-súkromné - zmiešané (spoločný priestor súkromného a verejného pozemku)

2. funkčného využitia (viď mapa)

a. rezidenčné (spoločný priestor rezidentov, záhrady a predzáhradky, parkovanie)

b. komerčné (služby, vonkajšie terasy gastro prevádzok, reklama, parkovanie)

c. zmiešané (kombinácia prvých dvoch)

d. rekreačné (ihrisko na Jedlíkovej ulici)

e. dopravno-technické (garáže, parkovanie)

3. fyzického stavu

a. pôvodné (zlý technický stav spevnených plôch, sprevádzajúcich fasád, zelene),

b. chátrajúce

c. momentálne v rekonštrukcii

d. renovované (bezbariérové)

4. viditeľnosti (značenia, propagácie)

a. jednoznačne viditeľné priamo z ulice (reklamný pútač, otvorené brány)

b. s obmedzenou viditeľnosťou (bez označenia)

5. zastúpenia zelených prvkov

a. zazelenené (trávnaté plochy, záhrady, vysoká zeleň, predzáhradky a skalky)

b. so sprievodnou funkciou zelene (vertikálna zeleň- brečtan, „kvetináčová" zeleň)

c. bez zelených prvkov

6. vlastníckych vzťahov

a. súkromné (rezidenti, majitelia prevádzok)

b. prenajaté (v správe mesta)

c. zmiešané

7. veľkosťou

a. malé- 50-150 m²

b. stredné- 150-300 m²

c. veľké- > 300 m²

1.2.1 - Verejná mienka

Z prieskumu (štúdia, 2015) sa zistilo, že zamestnanci a majitelia prevádzok umiestnených vo dvoroch by privítali lepšie zviditeľnenie a využitie dvorov, a celkové oživenie ulice prostredníctvom kultúrno-spoločenských eventov (trhy, festivaly, víkendový predaj). Podľa vyjadrení by samotné eventy mohli prebiehať priamo v priestoroch dvoroch, čím by sa zlepšilo ich využitie. Taktiež navrhujú sprístupniť a zrekonštruovať dvory, ktoré sú v súčasnosti nevyužité. Mnohí prevádzkari by privítali lepšiu komunikáciu s mestom, napríklad formou grantovej podpory pre zveľaďovanie spoločného priestoru- dvorov i ulice.

1.2.2 - Pozitíva

a. Využiteľnosť a funkčnosť

V rámci terénneho prieskumu sme vykonali prehliadku a následne ohodnotili súčasný stav verejnosti-prístupných dvorov. Medzi najlepšie priestory môžeme zaradiť dvory na ulici:

- č.64: Ústredie ľudovej umeleckej výroby - galérie „ÚĽUV" s renovovaným dvorom historickej budovy prezentujúcim tradičné slovenské remeslá a ľudovú výrobu s kvalitne zrekonštruovanými priestormi
- č.42: dobre udržiavaný dvor ponúkajúci čerstvé kávy z rôznych končín sveta
- č.17: dvor umožňujúci posedenie v letnej terase- je menej hlučný ako priestory do ulice

b. Znižovanie teploty

Bolo dokázané, že teplota vnútri dvorov je nižšia počas letných mesiacov ako teplota priamo na frekventovanej ulici, pretože tento priestor je (čiastočne) uzavretý susednými domami a vytvára tieň. (zdroj: teplotná mapa)

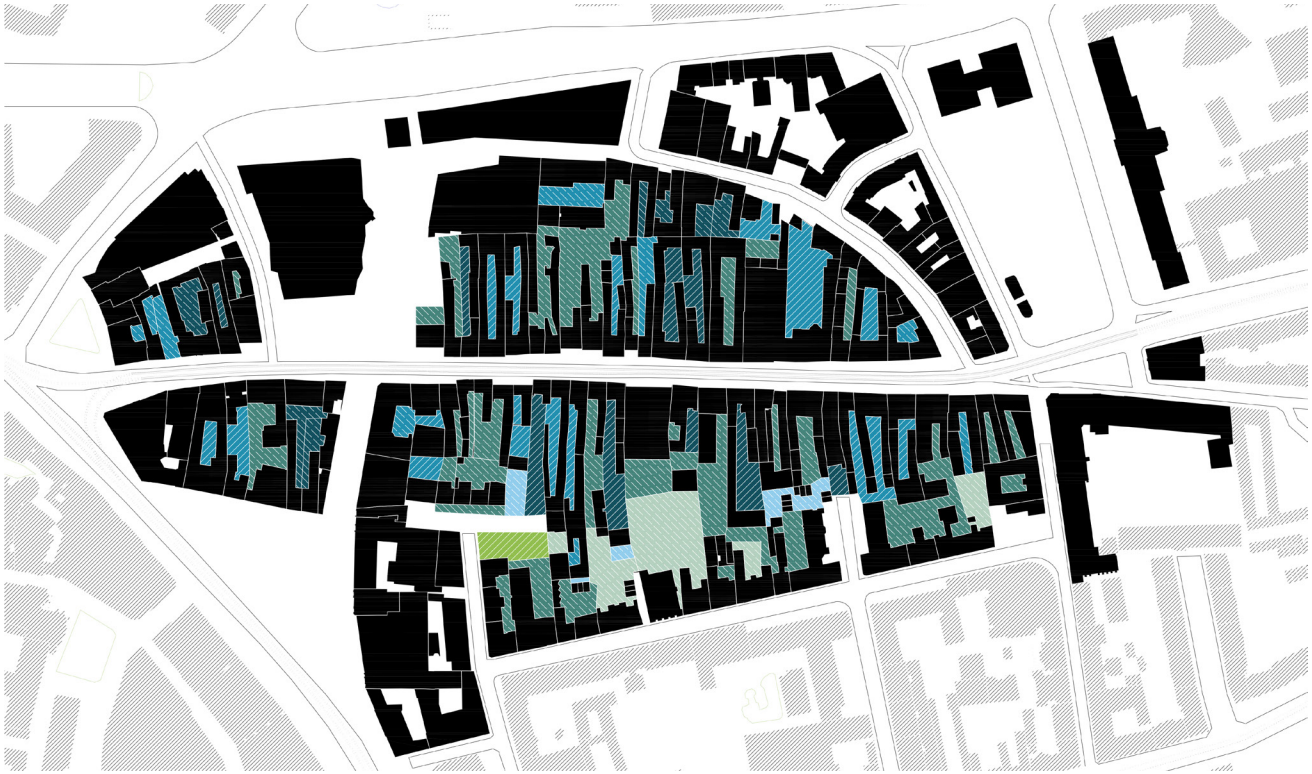
1.2.3 - Negatíva

a. Komunikácia s mestom

Prevádzka vo dvore na ulici č.30 nezískala povolenie na zriadenie terasy vo vonkajšom priestore, uvítali by lepšiu komunikáciu s mestom ohľadom využitia dvora.

b. Prístupnosť

Prístupnosť prevádzok do istej miery určuje aj ich obrat – mnohí majitelia a zamestnanci prevádzok vo dvorov (pasážach) opakovali, že sú týmto faktorom znevýhodnení, pretože nemajú priamy kontakt s návštevníkmi ulice. Niektorí majitelia prevádzok rovnako vyslovili sťažnosť pre obmedzenú možnosť umiestnenia reklamy na ulici.



rezidenčná súkromná | *zmiešaná funkcia* | *komercia služby* | *parkovanie garáže* | *záhrady* | *detské ihriská* | *verejne neprístupné* | *verejne prístupné*



1.3 Modelový príklad











Názov projektu	Revitalizácia dvoru / prieluky - Obchodná ulica č. (doplň)
Rozsah projektu	Vnútorné priestory – dvory objektov (doplň názov) katastrálne číslo (doplň číslo)
Výmera priestoru	(doplň číslo) m^2
Zúčastnené strany projektu	Prevádzka (doplň názov) OZ Obchodná ulica a okolie Stavebný úrad Staré Mesto Magistrát hl. mesta Bratislava, Verejnosť - rezidenti objektu (doplň názov)
Charakter priestoru – súčasný stav	Priestor je v súkromnom vlastníctve... Pozemok objektu je zarastený nízkou zeleňou so sprievodnou funkciou... Dvor sa využíva ako parkovacie plochy pre osobné autá...
Financovanie projektu	
Verejné zdroje	dotácie z rozpočtu mesta, súťažné granty (napr. Otvorený grantový program Nadácie Slovenskej sporiteľne, programy nadácie Ekopolis a pod.) nenávratné finančné príspevky
Súkromné zdroje	OZ Obchodná ulica a okolie Podnikatelia, rezidenti, dobrovoľné príspevky (crowdsourcing) Zbierka „Deň otvorených vnútroblokov" – dobrovoľné vstupné
Nároky /požiadavky na rekonštrukciu	úprava terénu, zazelenenie, de-barierizácia, osadenie mobiliáru, verejné osvetlenie, bylinková záhrada, ...
Plánovanie a realizácia	
I. etapa	výber priestoru, informovanie (napr. usporiadať koncert v priestore dvoru), tvorba partnerstva
II. etapa	plánovanie využitia priestoru
III. etapa	realizácia
Rozpočet projektu	2 500 – 3 000 € / projekt
Pracovné sily	50 dobrovoľníkov - svojpomocne (brigáda)
Časový harmonogram realizácie	5 dní / 40h
Materiál	Zabezpečený mestom, zapožičaním dobrovoľníkmi
Prevádzkové náklady	500€ / ½ rok
Riziká projektu	nedostatočné finančné prostriedky nedostatočný záujem zo strany verejnosti
Dopad	
Ekonomický	zvýšenie hodnoty priľahlých objektov, zníženie nákladov, podpora recyklácie druhotných surovín a bytového odpadu obyvateľov, ...
Vizuálne-priestorový	modernizácia materiálno-technického vybavenia priestoru
Komunikačno-sociálny	združovanie, spolupráca a rozvíjanie kultúrno-spoločenských vzťahov obyvateľov, zlepšovanie hygienického a zdravotného štandardu obyvateľov, rekultivácia okolitého životného prostredia, ...

1.4 Koncept / navrhovaný stav

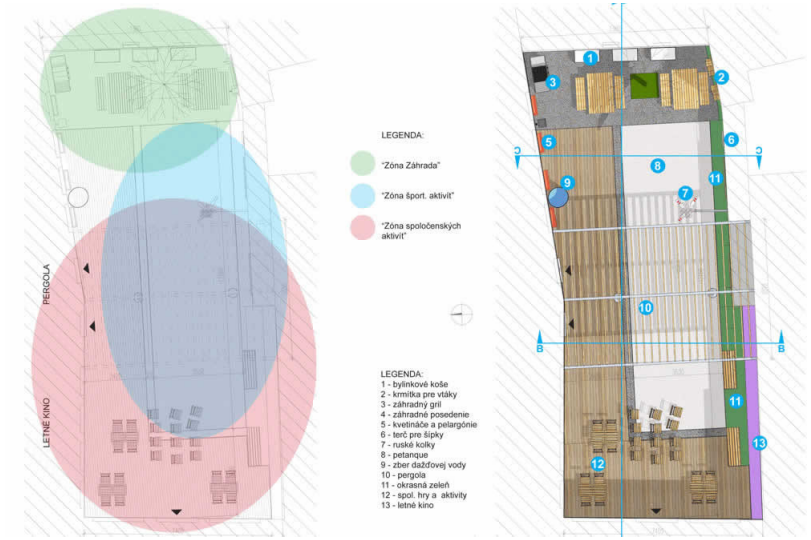
Koncept spočíva vo vytvorení systému na spoluprácu medzi rezidentmi, prevádzkarmi a mestom pri plánovaní a zlepšovaní verejných priestranstiev, v tomto prípade vnútorných dvorov.

Odporúčania pre mesto

1. Pripraviť platformu pre spoločné komunitné zveľaďovanie a kultivovanie vnútorných dvorov. Navrhujeme vytvoriť systém malých grantov, ktoré by podporovali zapojenie obyvateľov pri príprave kreatívnych aktivít spojených so zveľaďovaní dvorov, napríklad zapojením sa do úprav zelene – prostredníctvom programov adopcie zelene, komunitných grantov, zbierkovými akciami, Dňom otvorených dni (resp. dvorových brán) apod.
2. Pripraviť program aktivít, ktoré by motivovali lokálne komunity zapojiť sa do zveľaďovania verejných priestorov - napríklad Deň otvorených vnútroblokov, susedské festivaly a trhy, výstava fotografií, študentských projektov atď.
3. Pripraviť participatívny rozpočet pre revitalizáciu dvorov - ak chcú ľudia postaviť detské ihrisko, či mikro-záhradu, mesto im poskytne materiálnu podporu (techniku a pod.)
4. Pripraviť branding ulice, ktorý bude prezentovať ulicu nielen ako nákupnú pasáž ale aj ako spoločensko-kultúrny priestor mesta v nadväznosti na širšie okolie (Stará tržnica, Kamenné námestie, Námestie SNP).

Prílohy




PERGOLA
LETNÉ KINO
LEGENDA:
"Zóna Záhrada"
"Zóna šport. aktivít"
"Zóna spoločenských aktivít"
LEGENDA:
1 - bylinkové koše
2 - krmítka pre vtáky
3 - záhradný gril
4 - záhradné posedenie
5 - kvetináče a pelargónie
6 - terč pre šípky
7 - ruské kolky
8 - petanque
9 - zber dažďovej vody
10 - pergola
11 - okrasná zeleň
12 - spol. hry a aktivity
13 - letné kino


SUSHI











Kollárovo námestie

Kollárovo námestie sa nachádza medzi Námestím Slobody, Námestím 1. Mája, Radlinskou a Obchodnou ulicou. Jeho celková rozloha je 8 000 m². Z jeho severnej strany sa nachádzajú fakulty Slovenskej technickej univerzity (STU) a zo západnej strany sa rozprestiera administratívny komplex – Park One. Z južnej strany sa nachádza známe divadlo Nová scéna, obchody a vstup na Obchodnú ulicu. V súčasnosti je na námestí tiež situovaná budova cestovnej kancelárie SATUR, ktorá je v dnešnej dobe nevyužívaná. Kollárove námestie je v devastovanom, spustnutom a zanedbanom stave a nie je ničím atraktívne. Je známe zdevastovanými lavičkami, nedostatočným počtom mobiliárov, rozbitou dlažbou a určitou skupinou ľudí, ktorých môžeme na námestí stretnúť – bezdomovcami a opilcami. Preto môžeme povedať, že námestie je vyhľadávané pre lacnú zábavu a alkohol, čím si vyslúžilo všetkým týmto pomenovanie „ Námestie nikoho“. Námestie je síce známe ako jedno z mála oblasti, ktoré ponúka v centre mesta Bratislavy zeleň, no tieto dreviny, ktoré sa na námestí nachádzajú boli napadnuté, škodcami, hnilobou a hubami , čím sú narušené ekosystémové služby územia. Na základe súčasného stavu je námestie nedostatočne atraktívne pretože tu neexistuje bezpečné miesto pre oddych či prechádzku. Ľudia sa v území necítia bezpečne, preto sa na námestí nezdržujú ale ním prechádzajú. Námestie nie je preto využívané ako miesto pokoja a odpočinku. Taktiež Kollárove námestie je významným dopravným uzlom – kadiaľ prechádza 7 denných liniek mestskej hromadnej dopravy a 5 nočných liniek mestskej hromadnej dopravy. Križuje sa z električkovou traťou, ktorá prechádza cez Obchodnú a Radlinskú ulicu.

Problémy Kollárovho námestia

Problémy
Vizuálna stránka námestia
Nedostatočná atraktívnosť
Využívanie pre lacnú zábavu
Napadnuté dreviny
Absentujúca náučná a rekreačná funkcia

Návrhové riešenie Kollárovho námestia

Hlavným cieľom je prepojenie Kollárovho námestia s Obchodnou ulicou a vytvorenie, tak uceleného a prepojeného systému. Ďalším cieľom je obnovenie funkcie námestia a vytvorenie, tak atraktívneho územia, pre všetkých návštevníkov (obyvateľov, zamestnancov, turistov, študentov a ďalších). Posledným cieľom je vytvorenie integrovaného dopravného systému a vytvoriť tak ucelený dopravný uzol.

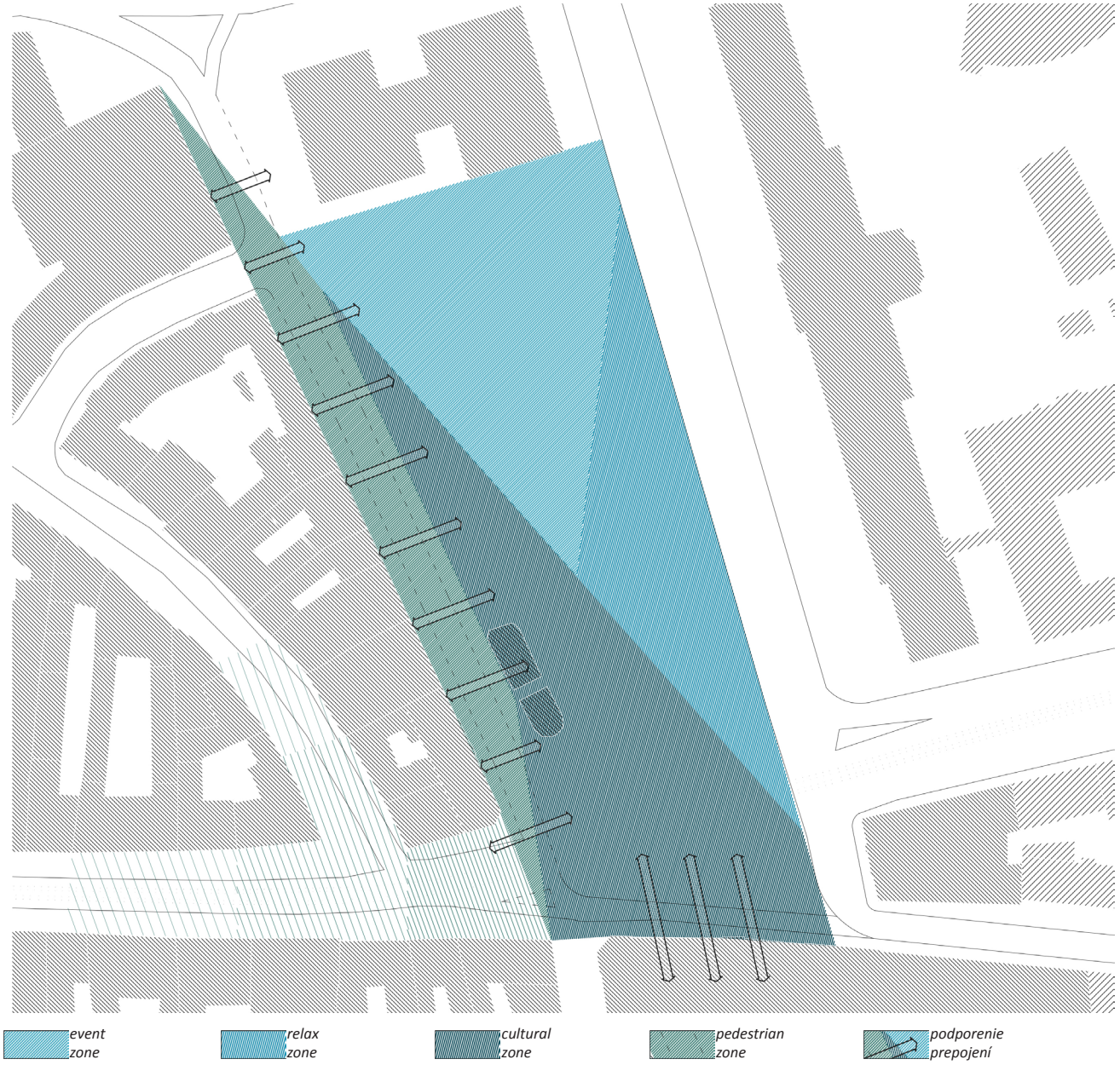
Preto v rámci návrhu, navrhuje zmenu v dopravnom využívaní územia. Doprava na Jánskej ulici bude riešená obojsmernou premávkou. Na ulici Kollárovo námestie bude doprava riešená iba pešiu dopravou – vytvorenie novej pešej zóny – čo umožní prepojenie Kollárovho námestia s Obchodnou ulicou. Dopravná situácia ďalej bude riešená presunom električkovej zastávky - Vysoká, ku Kollárovmu námestiu. Taktiež bude vyhradené nové miesto pre zástavku na Jánskej ulici, ktorá je presunutá z ulice Kollárove námestie.

Nové funčné delenie Kollárovho námetsia bude delené na 4 zóny:

EVENT zóna - bude riešená prevažne v pôdoryse amfiteátra, ktorý bude zrekonštruovaný a obohatený o zelené plochy. Táto zóna bude využívaná na eventy, organizovanie kultúrnych podujatí, festivalov a spoločenských akcií ako sú - deň detí, biela noc, vianočné a veľkonočné trhy, otvorenie projektov a ďalšie. Taktiež táto zóna môže byť využívaná pre rôzne výstavy kultúrneho zamerania, čím sa prepojí s kultúrnou zónou, ktorú bude podporovať.

CULTURAL zone - V rámci kultúrnej zóny ide o zmenu funkcie budovy cestovnej kancelárie SATUR, ktorá bude premenená na galériu s kaviarňou so zelenou strechou. V budove budú vystavované projektové práce študentov alebo práce ľudovej umeleckej tvorby. Exteriér tejto zóny bude využívaný na výstavu prác, ktoré sú vhodné na umiestnenie vonku (sochy, mobiliáre a ďalšie). Vystavované práce, taktiež budú zaujímavou atrakciou pre turistov a návštevníkov. Ďalšou zaujímavou vecou, bude stena v galérií na ktorej sa budú môcť návštevníci podpísať. Táto zóna bude prepojená tiež s Hurbanovými kasárňami – centrom kultúry.

RELAX zone - bude slúžiť najmä počas pracovných dní pre študentov a zamestnancov, ktorým bude poskytovať priestor na odpočinok, relax a oddych počas ich prestávok. V tejto zóne budú umiestnené sedacie vaky, ktoré budú umiestnene pod altánkom a hammaky, ktoré budú zavesené na stromoch. Taktiež táto zóna bude obohatená o množstvo zelene, ktorá bude znižovať stres u ľudí a bude izolovať Kollárovo námestie od dopravy na Jánskej ulici. Táto zóna bude tiež poskytovať miesto pre oddych návštevníkom a turistom ostatných zón Kollárovho územia a okolitého územia.



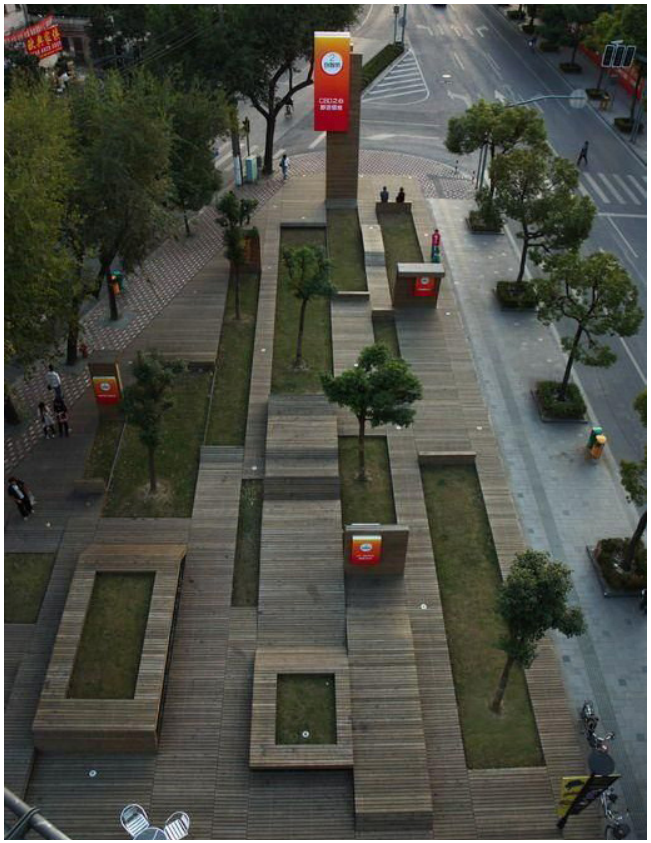
PEDESTRIAN zone

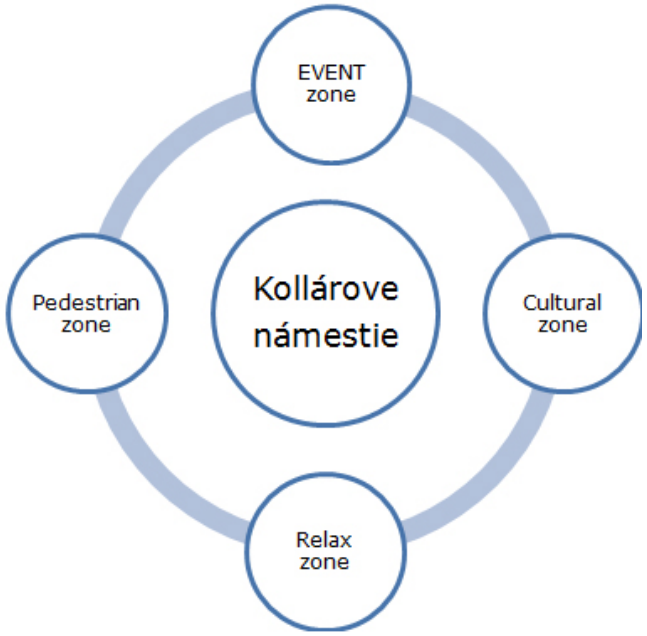
V území pešej zóny sa navrhuje vysadiť uličné stromoradie a umiestnenie mobiliárov – lavičky a smetné koše. Tiež sa vďaka tejto zóne podporia obchodné prevádzky na ulici Kollárovo námestie. Úlohou pešej zóny je tiež prepojenie Obchodnej ulice s Kollárovým námestím, čím sa vytvorí ucelený a prepojený systém. Pešia zóna tiež môže nadobudnúť novú tvár i pomocou umeleckých diel, ktoré môžu byť umiestnené v tejto zóne, čím sa prepojí s kultúrnou zónou, ktorú bude podporovať.

Kollárovo námestie ako celok

Kollárovo námestie, bude fungovať ako jeden kompletný celok, v ktorom budú navzájom prepojené jednotlivé zóny, ktoré sa budú dopĺňať a navzájom spolupracovať. Taktiež Kollárovo námestie bude fungovať ako brána do kultúrneho centra v Hurbanových kasárňach, s ktorými bude prepojené vďaka kultúrnej zóne a prostredníctvom výstavných činností a eventových podujatí. Rozčlenenie Kollárovho námestia na zóny sa podporí stretávanie ľudí a sociálna stránka územia- či už kvôli kaviarni, oddychu, kultúrnym aktivitám, eventovým podujatiam a ďalšie. Taktiež na celom území Kollárovho námestia sa obnoví dlažba, umiestnia mobiliáre a vysadia nové stromy. Vysadením nových stromov sa zlepšia aj ekosystémové služby celého územia, ktoré sú na základe napadnutých stromov nedostatočne zabezpečované. Pre kultúrne a eventové akcie budú vytvorené časové harmonogramy. Jednotlivé časové harmonogramy budú mať občania a návštevníci k dispozícii prostredníctvom informačného systému. Taktiež Kollárove námestie vďaka pešej zóny bude prepojené s Obchodnou ulicou – či už ako celkom alebo riešenými dvormi a námestím pri hoteli Crowne Plaza a informačným systémom. Vďaka vytvoreniu integrovaného dopravného systému a dopravného uzlu, bude Kollárovo námestie prepojené aj so širším okolím.









Modelové príklady:







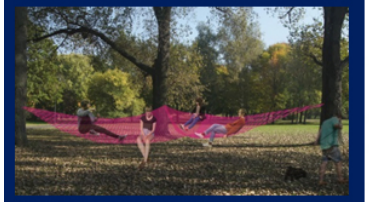




Názov projektu	Kollárovo námestie
Rozsah projektu	Kollárovo námestie
Výmera územia	8 000 m²
Zúčastnené strany projektu	OZ Obchodná ulica a okolie, Stavebný úrad Staré Mesto, Magistrát hl. mesta Bratislava Verejnosť, Stakeholder
Charakter priestoru – súčasný stav	Verejný priestor v devastovanom neatraktívnom stave – priestor námestia so spevnenou plochou, zeleňou a nedostatočným počtom mobiliárov. Námestie je využívane prevažne iba ako miesto prechodu – nie je využívané na rekreáciu a oddych.
Zodpovedná inštitúcia za projekt	Magistrát hl. mesta Bratislava
Financovanie projektu	
Verejné zdroje	Dotácie z rozpočtu mesta, Granty (Ekopolis, Nadácii Pontis - Nadačný fond Tesco, Grantový program od PSS, Nadácia VÚB - grantový program Komunitné granty a ďalšie) Nenávratné finančné príspevky Verejné zbierky
Súkromné zdroje	OZ Obchodná ulica a okolie Investor Dobrovoľné príspevky (crowdsourcing) Súkromná zbierka „ Deň obnovy Kollárovho námestia“ – dobrovoľný príspevok na Kollárove námestie
Nároky /požiadavky na rekonštrukciu	Úprava terénu a peších komunikácií, zazelenenie, osadenie mobiliáru, verejné osvetlenie, vytvorenie galérie a ďalšie.
Plánovanie a realizácia	
I. etapa	Informovanie o projekte a pripomienkovanie projektu
II. etapa	Vypracovanie projektu
III. etapa	Realizácia projektu
Pracovné sily	Dobrovoľníci Externý odborníci Pracovné skupiny Spracovateľské firmy
Časový harmonogram realizácie	1,5 roka
Materiál	Zabezpečený mestom, zapožičaním dobrovoľníkmi
Náklady	
Investičné a neinvestičné náklady	Odborne spôsobilá osoba Hrubé mzdy pracovnej sily a náklady na zamestnancov Architekti Stavebné práce Projektová dokumentácia a ďalšie
Celkové náklady na Kollárovo námestie	1 000 000 €
Riziká projektu	Nedostatočné finančné prostriedky Nedostatočný záujem zo strany verejnosti
Dopad	
Ekonomický	Zvýšenie hodnoty územia a turizmu
Vizuálne-priestorový	Modernizácia materiálno-technického vybavenia priestoru
Komunikačno-sociálny	Združovanie, spolupráca a rozvíjanie kultúrno-spoločenských vzťahov, zlepšenie sociálneho, kultúrneho a relaxačného štandardu a ďalšie









Názov projektu	Zelena zóna relaxu
Rozsah projektu	Relax zóna Kollárovho námestia
Výmera územia	2 500 m²
Zúčastnené strany projektu	OZ Obchodná ulica a okolie, Stavebný úrad Staré Mesto, Magistrát hl. mesta Bratislava Verejnosť, Stakeholder
Charakter priestoru – súčasný stav	Verejný priestor Na Kollárovom námestia – priestor námestia so spevnenou plochou, zeleňou a nedostatočným počtom mobiliárov.
Zodpovedná inštitúcia za projekt	Magistrát hl. mesta Bratislava
Financovanie projektu	
Verejné zdroje	Nadačný fond Tesco pre zdravšie mestá v Nadácii Pontis
Súkromné zdroje	Dobrovoľné príspevky (crowdsourcing) Súkromná zbierka „ Deň obnovy Kollárovho námestia“ – dobrovoľný príspevok na Kollárove námestie
Nároky /požiadavky na rekonštrukciu	Úprava terénu, zazelenenie, osadenie mobiliáru, osadenie prvkov pre oddych a ďalšie.
Plánovanie a realizácia	
I. etapa	Informovanie
II. etapa	Plánovanie využitia priestoru
III. etapa	Realizácia projektu
Pracovné sily	Dobrovoľníci Dobrovoľníci Tesco Stores SR Študenti Pracovné skupiny OZ Obchodná ulica a okolie
Časový harmonogram realizácie	5 dní / 40 h
Materiál	
Druh	Zeleň, dreviny, kry , mobiliáre (lavičky, smetné koše na separáciu odpadu, sedacie vaky, hamaky) altánok a ďalšie
Zabezpečenie	Mesto, Združenie, Dobrovoľníci a ďalšie.
Náklady	
Jednotková cena materiálu.	Dreviny a kry 30 – 50€, semena a rastliny 3€, lavička 140 €, Hamaky 25 - 40€, smetné koše na separáciu odpadu 70 € , Vzdušný sedací a lehací vak PROFI 40 €, altánok 230 € , pôdny substrát, hnojivá a rašelina 300 €, pracovne náradie 300 €, úprava terénu a ďalšie.
Celkové náklady	3 5000 €
Riziká projektu	Nedostatočný záujem zo strany verejnosti
Dopad	
Prínos	Nová hodnota územia, atraktívne prostredie na trávenie voľného času, vytvorené pozitívneho prostredia, zlepšenia vzťahu človek a životné prostredie, zlepšenie náučnej funkcie, zlepšenie sociálnej stránky územia

Záver:

V práci sme sa snažili pouázať na možné riešenia, ktoré by pomohli Obchodnej ulici k zlepšeniu celkovej situácie a zmene vnímania ulice, skvalitneniu priestorov a posilnenia identity.

Tieto riešenia ukazjú etapizáciu aj ideálny požadovaný stav.

V závare by sme radi poukázali na to, že zmeny na ulici sa aj na základne nami naznačných riešení dajú začať uplatňovať aj hneď. V prvom rade by malo mať mesto dobre spracovanú koncepciu Smart City so záväznými časťami a jasnú predstavu akým smerom by sa mala ulica uberať. Vypracovať všeobecne záväzný územný plán zóny, ktorý podporí tieto koncepty. Zlepšiť komunikáciu s obyvateľmi a vyhnúť sa prezentácií s úmyslom politickej reklami. Finančne podporiť niektorého z aktívnych účastníkov(majiteľa objektu), ktorý by zrealizoval pilotný projekt pre aktiváciu miestnych dvorov. Podobne aktivovať nevyužívané územia na malé mestské zásahy pri ktorých budú zapojení samotní občania.
O bezodkladom riešení havarijneho stavu niektorých častí verejného priestoru sa ani netreba vyjadrovať.

Dúfame, že sme našimi nápadmi prispeli k diskusií o budúcnosti Obchodnej ulice a okolia.