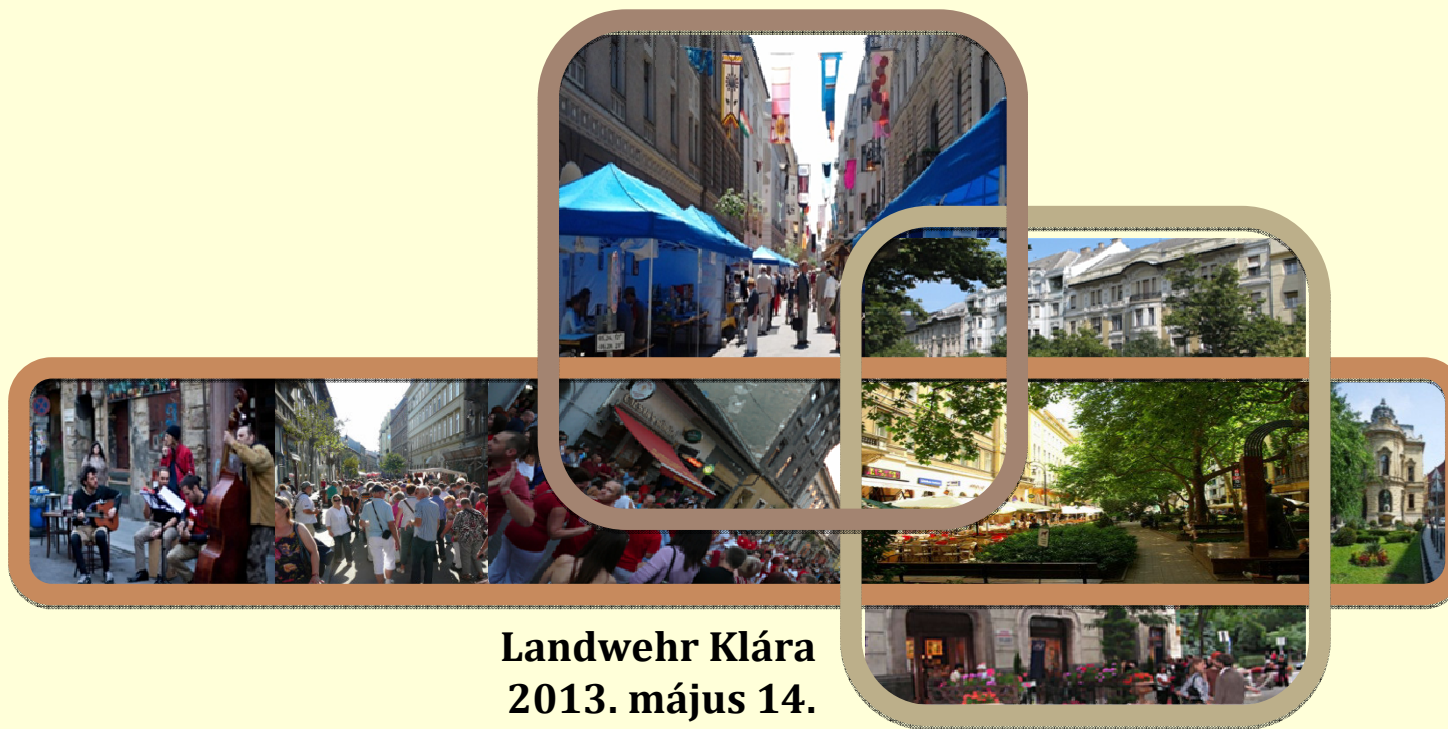


Bevásárló (tematikus) Utcák és Terek kialakulása Budapesten



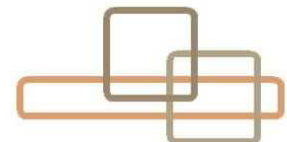
Landwehr Klára
2013. május 14.

Mit jelent a „tér menedzsment”?

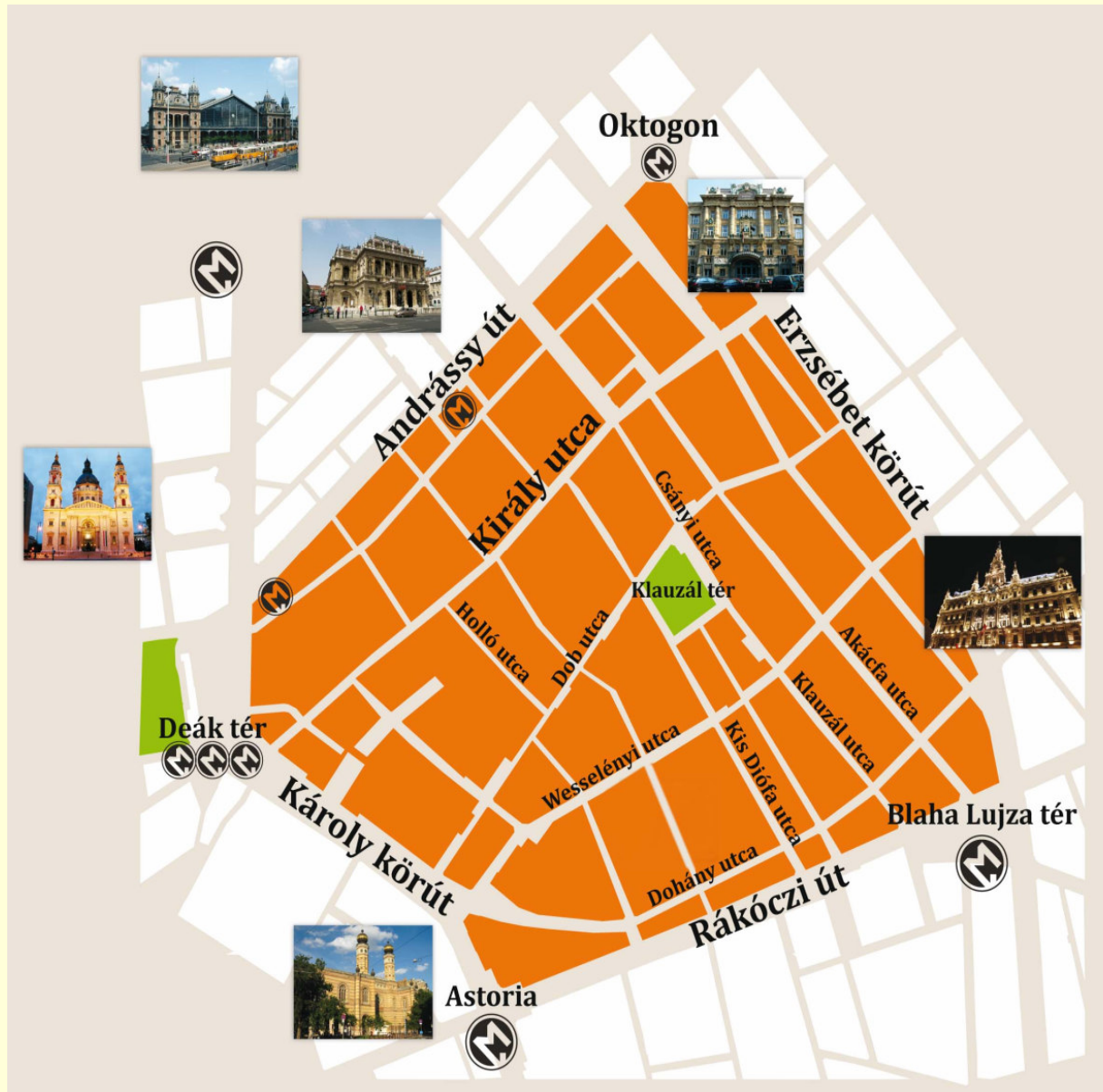
“Increasingly, place management is being recognised as a solution to improving specific locations. Place management is a coordinated, areabased, multi-stakeholder approach, harnessing the skills, experience and resources of those in the public, private and voluntary sectors”.

Source : Journal of Place Management and Development

„ A tér menedzsment egy koordinált, hely specifikus, az érintett csoportok bevonásán alapuló megközelítésmód, mely kihasználja a közszférában, a helyi közösségben és az önkéntes, magán kezdeményezésekben rejlő tapasztalatokat, szakértelmet és lehetőségeket, és egy bizonyos terület megújítására, fejlesztésére irányul.”



KultUnio Klaszter



KultUnio
BUDAPEST MULTIKULTURÁLIS NEGVEDE



Ahol Budapest újjászületik!

A belváros szívében, a Deák tértől, a Dunától és az Andrásy úttól néhány lépésre található Budapest Multikulturális Negyede, mely ca. 1 km² területen a város legváltozatosabb és legautentikusabb arcát mutatja. Gyalog, busszal, trolival és metróval (M1, M2 és M3), valamint villamossal (49, 4 és 6) éjjel-nappal könnyen megközelíthető. A Zsinagóga és a mellette elterülő zsidó negyed, a design üzletekkel tarkított Király utca, a rejtett kertek és házbelsőik, valamint Budapest híres romkocsmái teszik valóban izgalmassá és különlegessé ezt a városrészt! Mindemellett pedig az, hogy itt mindig történik valami: koncertek, fesztiválok, shopping night-ok, kiállítások várják a látogatókat egész évben.

220 műemlék épület és kulturális érték

180 étterem és kávézó

30 romkocsmá

25 hotel

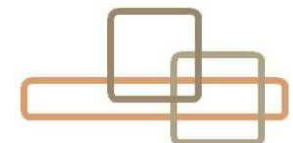
számtalan hosztelek és apartmanok

15 galéria

25 fogászati és egészségügyi központ

18 parkolóház

22 design üzlet

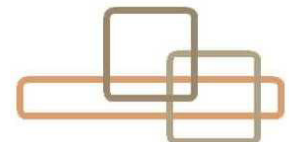


Mit jelent a „bevásárló utca” kezdeményezés?

Egy jól bevált, a város- és területfejlesztési gyakorlatban alkalmazott **interaktív, a különböző érdekelt felek, csoportok közötti érdekharmonizációra és kommunikációra épülő, hatékony városfejlesztési és marketingmenedzsment eszköz, helyszínenként egyedi menedzsment folyamat**

Városközpont menedzsment, bevásárló utca menedzsment, közösségi terek, üres üzletek menedzselése eszközei egy városrész vagy egy egész város fejlesztésének.

Ma Magyarországon leginkább bécsi mintára a bevásárló avagy tematikus utcák menedzselésével kezdtük meg a harcot az üresedő üzletek és a hagyományos kereskedő utcák kiüresedése ellen.



Üres üzletek problémaköre

Fővárosi tulajdon (1db)

VII. Kerületi (16db)

VI. Kerületi (5db)



Magán tulajdon (5db)

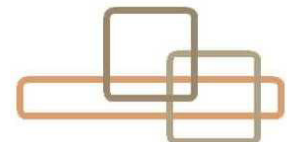


Célcsoportok

- **Térhasználók, Lakosság, Civil szervezetek, önkéntesek**
- **Közigazgatási szervek (helyi önkormányzati és állami csoportok, szakágak**
- **Kultúra, kreatív ipar (rendezvények, kiállítások, programok)**
- **Gazdasági szereplők**
 - helyi kereskedők, kapcsolódó érdekvédelmi egyesületek
 - turizmus, idegenforgalom képviselői
 - befektető és ingatlan szakma
- **Szakértők (szakmai szervezetek; városfejlesztés, közlekedés, turizmus, rekreáció, zöld, kultúra, gazdaság, intézmények, egyetemek)**
- **Marketing & kommunikáció (Média, szak és szélesebb körű)**

A humán faktor az, ami egyes eszközök és modellek sikerességét befolyásolja. Fontos, hogy minden probléma megoldásba és fejlesztésbe be legyenek vonva az érintettek, mind kormányzati, mind vállalkozói és mind lakossági (társadalmi oldalról).

Nagyon fontos megteremteni az egyensúlyt a környezet, gazdaság és társadalom között.

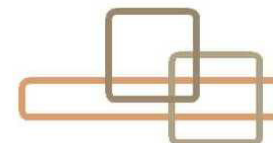


Mit jelent a „tematikus” utca?

A tematikus utcák természeti és mesterséges **attrakciókat fűznek fel egy kiválasztott téma köré**, ez nyújtja a szerveződés alapját.

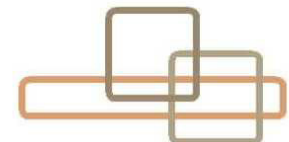
Eszközök:

- folyamatos egymás közti **kommunikáció**
- közös **megoldások** kidolgozása
- közös **cselekvési programok** kialakítása és megvalósítása
- folyamatos **brand** kommunikáció
- közös **identitás** építése és népszerűsítése eseménymarketinggel
- Közös **vízió** kell, amit közösen valósítunk meg
- Shop mix menedzselése, **üres üzlethelyiségek hasznosítása**
- művészet, kultúra és helyi civil szervezetek bevonása**



Az utcai egyesületek kialakulása Európában

- 1. London** – (Business Improvement District 1970-ben Torontóban indult). Bond Street, az Oxford Street és a Regent Street összehozza több mint 600 kiskereskedő, ingatlantulajdonosok és a West End vállalkozások kereskedelmi érdekeit, akik szorosan együttműködnek a London Fővárosával, London BKK, Helyi Önkormányzattal, rendőrséggel és a helyi lakosokkal a közös elképzelések megvalósításáért.
- 2. Bécs** - A világ legélhetőbb városa, ca. 40 éves konstans várospolitikai eredménye, 114 utcai egyesület, évi 200 utcai rendezvényt. Az eseményeket Bécs Fővárosa és a Bécsi Kereskedelmi Kamara támogatja. Helyi vállalkozók 92%-a egyesületben van.
- 3. Salzburg** - Felülről az önkormányzat részéről a kezdeményezés az állami terhek csökkentésére, köz- és a magánszféra együttműködése. Helyi törvény, kötelező a belépés, ezáltal nőttek az egyesületi bevételek.
- 3. Berlin** – A helyi Önkormányzat segíti az egyesületeket különböző módon, pl. Wirtschaftsförderung = gazdaságfejlesztési osztály, akik a vállalkozók és az Önkormányzat között közvetítenek.
- 4. Barcelona** – nagyon jó működik a bottom up és top down együttműködés.



Wien



Barcelona



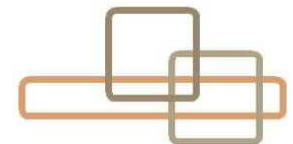
Brüssel



London



Berlin



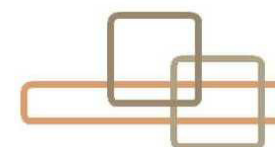
Miért van szükség az összefogásra

Nincs olyan utca/tér vagy negyed, ahol a lakók, civil szervezetek és a vállalkozók mindennel meg lennének elégedve. Megteremtődik az érdekegyeztetés a különböző érdekcsoportok és szakértők között és a kommunikációs problémák feloldása.

A fejlődéshez szükség van állandóan új ötletek és kezdeményezések megvalósítására. Együtt több sikert lehet elérni, mint egyenként.

Egy eredmény akkor lesz a „miénk”, ha mindazok, akiknek készül, részt is vesznek benne:

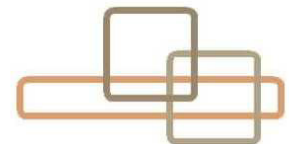
- ha a vállalkozók összefognak (pl. egyesületként), bevonva a lakókat és civil szervezeteket
- terveket/programokat találnak ki rövid és hosszú távra
- közös gondolkodást indítanak a megvalósulhatóság érdekében, ehhez partnerek és networking lehetőségek felkutatása szükséges
- együttműködés a helyi önkormányzattal, a tőlük kapható lehetőségek listázása és erről hosszú távra megállapodás megkötése
- az akcióterv megvalósítása külső partnerek bevonásával, TUTSz, utca menedzsment



Hogyan támogathatja az Önkormányzat az utcai egyesületek munkáját?

Ingyenes

- közterület használat
- útlezárás
- forgalom elterelés, biztonsági terv elkészíttetése menekülési tervvel
- kitelepülési engedély a kereskedők, vásárolók, vendéglátók és kiállítók részére
- tűzoltóság, rendőrség, mentőszolgálat, biztonsági őr, rendvédelem (polgárőrség)
- szemétszállítás és takarítás a rendezvény után
- technikai eszközök pl. asztalok, székek, padok kölcsönbe adása
- önkormányzati média felületek használata: plakátok és molinók kihelyezése (hirdetőtáblák listái), helyi rádió, újság és TV
- önkormányzati felszólítás ellenére is helyben maradt gépjárművek elszállítása
- infopontok kihelyezése

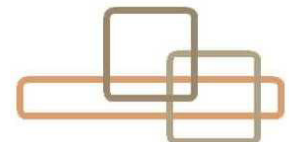


Milyen előnyökkel jár az utcai egyesület létrehozása a tagok számára?

- Közös rendezvények által az üzleti forgalom növekedése;
- Összehangolt marketing és kommunikáció;
- Rendszeres identitásépítő találkozók, közösségépítés (helyi civil szervezetek és a lakosság bevonása)
- Információ- és tudás-megosztás, - csere, tréning;
- Pályázatokon való részvétel;
- Közös érdekérvényesítés (lobbizás);
- Tematikus Terek és Utcák Szövetségével való együttműködés, ezáltal a Szövetség tudásbázisába való becsatlakozás;
- Partnerek megnyerése: BKIK, Magyar Turizmus Zrt, Főváros, BTDM;
- Bekerülés Budapest „élményturizmusába”;

Összefoglalva: Az utcai egyesületek aktív tagjai piaci helyzetüket befolyásoló előnyökben részesülhetnek.

Az utcában működő üzleteknek úgy kell működniük, mint a PLÁZÁKBAN.



Tematikus Utcák és Terek Szövetségének létrejötte és tagjai

A szövetség a budapesti és országos tematikus utcák koordinált és harmonikus fejlesztését, menedzselését célzó együttműködés.

A szervezet igyekszik tevékenységét egész Magyarországra kiterjeszteni, illetve mintaprogramokat terjeszteni a tagok között: www.kornyezettudatosuzlet.hu.

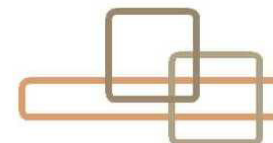
Jelenlegi egyesületi tagjai

Budapest

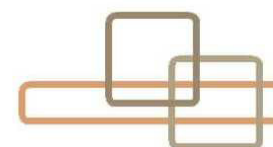
Azért Egyesület (Kazinczy utca)
Broadway Egyesület (Liszt Ferenc tér és környéke)
Falk Art Fórum (Falk Miksa utca)
Kulturális Városközpont Egyesület (Bartók Béla út)
Palotanegyed Egyesület (Belső-Józsefváros)
Ráday Soho Egyesület (Ráday utca)
KultUnio Alapítvány
KIRÁLYUTCA-DESINGUTCA Klaszter (Király utca)

Vidék

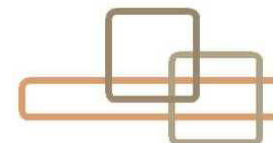
Szeresd **Szentendrét** Egyesület,
Keszthely Turisztikai Egyesület,
Pécs Belváros Egyesület



Királyi Vásár - lehetőségek

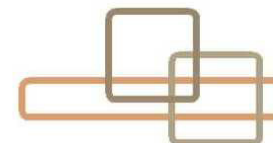


Külföldi megjelenések



Tematikus Utcák és Terek Szövetségének céljai

- az utcákban lévő üzleteket egy szervezeti formában (kft, egyesület, klaszter stb.) történő összefogása
- kooperáció egy közös érdekért – értékesítés fokozása - a jobb környezet, komfort, arculat stb. létrehozása
- összhang (koordináció) létrehozása, eseménynaptárok összehangolása
- civil szervezetek, a helyi lakosság és az önkormányzat bevonásával utcai aktivitások létrehozása
- piacilag legkedvezőbb megoldások feltárása
- üresen vagy használaton kívüli üzlethelyiségek hasznosítása
- a művészet, kultúra és vidéki tájegységek bevonása
- „minőségbiztosítási” rendszer terjesztése
- a kölcsönös bizalom növelése
- támogatók felkutatása



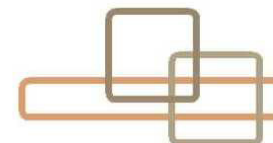
Tematikus Utcák és Terek Szövetségének eszközei

- **Térkép** a budapesti tematikus utcákról, terjesztése a BTDM-en keresztül
- Törzsvásárlói **kedvezmény kártya** bevezetése
- **Saját** utcai **rendezvények** pl. FalkArt, Királyi Vásár, stb.
- **Közös marketing és kommunikációs** tevékenységek, programajánlók
- Bekapcsolódás a **budapesti turisztikai és kulturális programokba** („élmény turizmus”)
- **Közös lobby** tevékenység
- helyi gazdaság fejlesztése, üzleti és gazdasági logikájú együttműködés, amely a partnerség erejét használja
- helyi vásárlóerő helyben tartása

Eszközök:

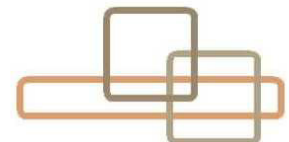
BID, mint ernyőszervezet

- Marketing terv
- Lobbi
- Tagdíj és szavazati jog
- Menedzsment terv
- Közös szolgáltatás-beszerezés
- Demokratikus szavazások



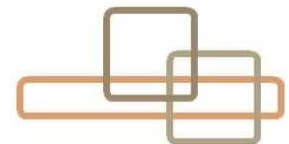
Aktivitások

Tematikus fórum, nyílt internetes portál, klaszterépítés, menedzsment bizottság, lakossági felmérés, szavazás, közös honlap, sajtóreggeli, pályázat, brand építés, közös arculat, kérdőíves felmérés, verseny, közös akció, tervezés, PPP közös programfüzet, közösségi programozás, közösség feltérképezése, közös tervezői nap, **stakeholder döntő bizottság létrehozása, workshopok, stratégiaépítés, közös fesztiválok** szervezése, **eseménymarketing, közös arculat** kialakítása, közös célok, konszenzus kialakítása, szakértő bevonása, **menedzsment bizottság, térmenedzser, sajtóreggeli**, közvélemény kutatás, befektetői portfólió, **ötlet és tervekiallítás, projektbörze, fejlesztési alap, BID, pályázat figyelés,** kiállítás, információs pont, helyi fesztivál, közös logó, helyi térfelügyelés, kirakatverseny, közös szlogen, Jövő Város Játék stb.



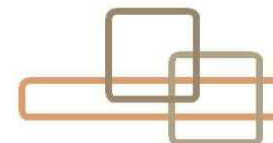
Mit nyújthat a Tematikus Utcák és Terek Szövetsége?

- „Ernyőszervezet” általi oltalom, segítség
- Közös **marketing, kommunikációs** tevékenység
- **Nemzetközi tapasztalatok** megismerése, elsajátítás lehetősége
- **Megjelenési** lehetőség bel-, és külföldön
- **Lobby erő**
- **Kapcsolatháló**
- Országos/ budapesti/ tagvárosi **programokhoz való csatlakozás** lehetősége
- Események / rendezvények **segítése**



Miért jó a Tematikus Utcák és Terek Szövetségéhez tartozni?

- **Tudás transzfer** - nemzetközi tapasztalatok és szervezési elvek átadása, megismerése
- **Brandépítés** Európai mintára. A fővárosban és országszerte is egyre inkább alakulnak a kulturális vagy kereskedelmi elven szerveződő kezdeményezések, melyek összefogását célzó tevékenységünk mára már igazi együttműködéssé alakult és keressük továbbra is az aktív kapcsolatot a szakértőkkel, a médiával, az intézményi szférával.
- Tematikus Utcák és Terek Szövetsége partnere a **TOCEMA Europe** (Town Centre Management) hálózatnak, melyen keresztül európai városok tapasztalataihoz jutunk
- A Szövetség terjeszti a "know-how"-t és ismerteti a korszerű, innovatív és a már bevált **területfejlesztési, terület-menedzselési tapasztalatokat** annak érdekében, hogy az újszerű és értékes gondolatok átkerüljenek az önkormányzati és civil szféra gazdasági és politikai szereplőihöz
- Az **utcák és vállalkozások kezdeményezései a gazdaság motorjai** és rajtuk keresztül, illetve az általuk szervezett eseményekkel lehet gazdasági lendületet adni egy városnak vagy akár egy régiónak



Közösen minden sikerülhet!

Közösen minden sikerülhet!

Köszönöm a megtisztelő figyelmet!

Landwehr Klára

0670 70 35 241

www.kiralyutcadesignutca.hu

www.kultunio.hu

www.kiralyivasar.hu

www.kornyeztudatosuzlet.hu

www.facebook.com/Tematikus Utcaák és Terek Szövetsége

