

# '19

# KULTURÁLIS ÉS KREATÍVIPARI VÁLLALKOZÁSOK SZENTIMREVÁROSBAN ÉS LÁGYMÁNYOSON

## KORTÁRS ÉPÍTÉSZETI KÖZPONT

*kutatási jelentés*



© Major Kata, forrás: We Love Budapest

Közreműködők:

**ÉDES BALÁZS**

**HUSZÁR DANIELLA**

**JECZKÓ MERCÉDESZ**

**TÓTH GRÉTA**

Budapest, 2019. március 15.



# TARTALOMJEGYZÉK



<b>1. BEVEZETŐ</b>	4
<b>2. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ</b>	6
<b>3. MÓDSZERTAN</b>	10
<b>4. A FELMÉRT KULTURÁLIS ÉS KREATÍVIPARI SZEREPLŐK JELLEMZŐI</b>	15
4.1. A SZEREPLŐK MEGOSZLÁSA AZ AKCIÓTERÜLETRE VALÓ KÖLTÖZÉS ALAPJÁN	17
4.2. ONLINE KÉRDŐÍV	21
4.2.1. RÉSZTVEVŐK	21
4.2.2. EREDMÉNYEK	21
<b>5. FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚK</b>	27
5.1. A FÓKUSZCSOPORTOK KIALAKÍTÁSA, SZEMÉLYI ÖSSZETÉTELE	28
5.2. AZ AKCIÓTERÜLET MEGÍTÉLÉSE AZ INTERJÚALANYOK SZEMPONTJÁBÓL	29
5.2.1. MOTIVÁCIÓK AZ AKCIÓTERÜLETRE VALÓ KÖLTÖZÉSKOR	29
5.2.2. EGYÜTTMŰKÖDÉSEK	30
5.2.3. SWOT ELEMZÉS	34
<b>6. HELYZETFELTÁRÁS ÉS FEJLESZTÉSI JAVASLATOK A KÖZÖSSÉG SZEMSZÖGÉBŐL</b>	35
6.1. NÉGY KULCSKÉRDÉS A KÖRNYÉK FEJLESZTÉSÉVEL KAPCSOLATBAN	37
6.1.1. INGATLANGAZDÁLKODÁS	37
6.1.2. KÖZTERÜLET-HASZNÁLAT ÉS KÖZLEKEDÉS	37
6.1.3. KOMMUNIKÁCIÓ	38
6.1.4. UTCAMENEDZSER SZEREPKÖR	39
<b>7. ÖSSZEFOGLALÓ - FEJLESZTÉSI JAVASLATOK NEMZETKÖZI KONTEXTUSBAN</b>	41
7.1. INGATLANGAZDÁLKODÁS	47
7.2. KÖZTERÜLET-HASZNÁLAT ÉS KÖZLEKEDÉS	50
7.3. KOMMUNIKÁCIÓ	56
7.4. UTCAMENEDZSER FELADATKÖR	59
<b>8. FELHASZNÁLT IRODALOM</b>	62
<b>9. MELLÉKLETEK</b>	65

# 01

## BEVEZETŐ

---

- **ÚJBUDA KULTURÁLIS VÁROSKÖZPONT**
- **ÚJ SZEREPLŐK MEGJELENÉSE**
- **FELMÉRÉS**
- **ADATBÁZIS ÉPÍTÉS**
- **HELYZETFELTÁRÁS**



Újbuda Önkormányzata 2005 óta foglalkozik intenzíven a Bartók Béla út és környékének kulturális fejlesztésével. A fejlesztési koncepció Újbuda Kulturális Városközpont (KVK) néven képezi részét a kerület 2015 októberében elfogadott Integrált Településfejlesztési Stratégiájának (ITS).

A KVK projekt eredeti célja egy kulturális főutca létrehozása, több kulturális, közösségi színtér kialakítása a Bartók Béla út Szent Gellért tér és a Móricz Zsigmond körtér közötti szakaszon. A koncepcióban lefedett akcióterület a lágymányosi, szentimrevárosi és gellérthegyi városrészen helyezkedik el, ahol a koncepció mentén funkcióbővítő városrehabilitációs fejlesztéssel mára kiépült a kerület kulturális központja. A program további célja, hogy egyediséget adjon Újbuda kulturális szempontból meghatározó városrészének, továbbá a kerületrész egységes és áttekinthető rendszerré alakításával a lakói és használói számára vonzóvá, könnyen azonosíthatóvá váljon.

A folyamat eredményeképpen a környéket hagyományosan meghatározó kulturális szereplők mellett az elmúlt 5 évben számos kulturális, kreatívipari szereplő költözött az akcióterületre. Újbuda Önkormányzata az akcióterület iránt aktívan elkötelezett vállalkozókkal, szervezetekkel együttműködve képzei el a terület további fejlesztését.

Az Önkormányzat a Kortárs Építészeti Központot bízta meg, hogy végezzen felmérést a kijelölt akcióterületen működő kreatívipari vállalkozások körében. A kutatás célja a kulturális- és kreatívipari szervezetek, vállalkozások felmérése, adatbázisba gyűjtése, a szereplők közötti kapcsolatok feltárása volt. A helyzetfeltárás további célja a szereplők KVK koncepcióval kapcsolatos fejlesztési javaslatainak megismerése volt.



# 02

## VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

---

- **269 FELMÉRT SZERVEZET**
- **32 FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚ**
- **28 WORKSHOP INTERJÚ**

A kutatásunk célja az akcióterületen működő kulturális- és kreatívipari szervezetek, vállalkozások felmérése, adatbázisba gyűjtése, a szereplők közötti kapcsolatok feltárása volt, a kérdőívek és az érintettek körében szervezett interaktív fórumok pedig lehetőséget adtak a terület helyzetelemzésére, mélyebb összefüggések feltárására és javaslatok megfogalmazására is. A helyzetfeltárás során mind kvalitatív, mind kvantitatív módszereket alkalmaztunk. Az alkalmazott módszertan alapját a kulturális erőforrás-térképezés képezte, melynek során az akcióterületen működő kulturális és kreatívipari vállalkozások, csoportok, intézmények adatait, helyzetét, térbeli kapcsolatait térképeztük fel, és rendeztük adatbázisba. **A felmérés során 9 fő- és 43 alkategóriában 269 db kulturális- és kreatívipari szereplőt térképeztünk fel.**

Az adatbázisépítés és a térképezés mellett a kvalitatív felmérésünk az akcióterületen dolgozó, 32 főt kitevő **aktívabb közösség tagjaival készült fókuszcsoportos interjún** alapult. A fókuszcsoportos beszélgetések eredményei alapján a terület fejlesztésével kapcsolatban kikristályosodott **négy témakör (ingatlangazdálkodás, közterülethasználat, kommunikáció, utcamenedzseri feladatkör)** részletes tárgyalására egy **World Cafe** módszertan szerint szervezett **workshopot** tartottunk. Itt a meghívott résztvevők a 4 témára koncentrálnak, fogalmaztak meg javaslatokat a helyi közösség és az önkormányzat közti együttműködésre a kreatív negyed fejlesztése érdekében.

Az elemzés tapasztalatait felhasználva a **nemzetközi kitekintésben** sikeres példákon keresztül fogalmaztunk meg "quick-win" jellegű **javaslatokat a Kulturális Városközpont koncepció továbbfejlesztési lehetőségeivel kapcsolatban.**

Javaslatainkat a kulturális, kreatív negyedeket jellemző nemzetközi irányítási modellek bemutatását követően, a 4 fenti téma köré csoportosítottuk:

## **1. INGATLANGAZDÁLKODÁS**

## **2. KÖZTERÜLETHASZNÁLAT**

## **3. KOMMUNIKÁCIÓ**

## **4. UTCAMENEDZSER**

# 1. INGATLANGAZDÁLKODÁS

A szereplők több lehetséges scenáriót is felvázoltak a helyi ingatlanviszonyokat illetően. Negatív vízióként jelent meg a kommercializáció lehetősége, ezzel együtt a kulturális funkciók kiszorulása és a homogenizáció. A pozitív lehetőségek között szerepelt az, hogy a kulturális főutca megőrizze funkcióját, további értéknövekedéssel kiegészülve, esetleges niche turizmus helyszínéül szolgálva.

Az önkormányzat számára az alábbi eszközök állnak rendelkezésre:

- **segítségnyújtás az engedélyeztetésben**
- **önkormányzati lakások kulturális szereplőknek való biztosítása**
- **további ingatlanok felvásárlása**
- **KVK akcióterület kibővítése**
- **nyitvatartás szabályozása**
- **köztér-megújítás**
- **városképi kontroll a lakásleválasztások ellen (V. kerületi példa alapján)**
- **településképi arculati kézikönyv által**

# 2. KÖZTERÜLET-HASZNÁLAT ÉS KÖZLEKEDÉS

A közterületek élhetősége és minőségének javítása érdekében felmerült az átmenőforgalom csillapítása, a parkolóhelyek számának csökkentése, több zöldfelület létesítése a fák körüli sávokban, a kerékpársávval nyert fél-másfél méteres hely hasznosítása járda szélesítésével vagy zöld sáv kialakításával, ezzel egyetemben nagy mennységű kerékpártároló kialakítása. Továbbá a már ténykedésüket veszített tárgyak (pl. telefonfülkék) felszámolása, a kevésbé élhető terek rendezése, takarítása, üzemeltetése a közösség számára való visszaadása.

A kreatív szereplők által preferált biztonságosabb, otthonosabb környezet kialakítása érdekében az alábbi pontok mentén részleteztük javaslatainkat:

## 7.2.1. Rugalmas megoldások ösztönzése a parkolás kérdésében

## 7.2.2. Forgalmecsillapítás

## 7.2.3. Portálprogram létrehozása

## 7.2.4. Placemaking - kreatív téralkotás

## 7.2.5. Jan Gehl-féle közterületi felmérés

### **3. KOMMUNIKÁCIÓ**

A résztvevők megítélése szerint hiányzik a kulturális főutca valódi egysége, a szereplők kevéssé ismerik egymást, több nagyobb intézmény nem kapcsolódott be a kreatív negyed vérkeringésébe. Jelentős együttműködések csak a régóta az akcióterületen tevékenykedők között és/ vagy hasonló területen dolgozók között valósul meg. Bár a közösségi élet és a környéken dolgozók nyitott hozzáállását is sokan pozitív példaként említették, hiányolják az összetartást, a közösségépítő eseményeket, a valódi kapcsolatokat.

A szereplők, illetve az önkormányzattal való hatékonyabb kommunikáció érdekében javaslatainkat az alábbi pontokban részleteztük:

#### **7.3.1. Brandépítés és egységes arculat kialakítása**

#### **7.3.2. Térkép továbbfejlesztése, fenntartása**

### **4. UTCA MENEDZSER**

A felmérés tapasztalatai azt mutatják, hogy szükség van egy olyan érdekképviseleti szervezetre, mely tágabb környezetben, több szereplőt foglal egységbe. A szervezet szabad belépési lehetőséget biztosítana azon vállalkozásoknak/szervezeteknek, amelyek a kulturális- és kreatíviparban tevékenykednek az akcióterületen.



# 03

## MÓDSZERTAN

---

- **KULTURÁLIS TÉRKÉPEZÉS**
- **ADATBÁZISÉPÍTÉS**
- **FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚK**
- **WORD CAFÉ WORKSHOP**

A helyzetfeltárás során mind kvalitatív, mind kvantitatív módszereket alkalmaztunk.

Az alkalmazott módszertan alapját a kulturális erőforrás-térképezés képezte, melynek során az akcióterületen működő kulturális és kreatívipari vállalkozások, csoportok, intézmények adatait, helyzetét, térbeli kapcsolatait térképeztük fel, és rendeztük adatbázisba.

A kulturális térképezés a kreatív negyedek fejlesztésében Európa-szerte alkalmazott módszer.<sup>1</sup> A kulturális térképek fontos alap-információkat szolgáltatnak mind a közösség tagjai, mind pedig kívülállók részére a közösség számára rendelkezésre álló, azt szolgáló erőforrások elérhetőségével, eloszlásával és felhasználásával kapcsolatban.

Első lépésként az akcióterületet és a felmért szervezetek kategóriáit határoztuk meg.

Akcióterületként a Bartók Béla út Szent Gellért tér és Kosztolányi Dezső tér közti szakaszát és környékét határoztuk meg, azaz a Szent Gellért tér – Mányoki út – Ménesi út – Szüret utca – Tas vezér utca – Bocskai út – Irinyi út – Duna-part között fekvő, a Belső-Szentimrevárosra és a Belső Lágymányosra kiterjedő területet.

Az akcióterületen a helyszíni felmérés során olyan kulturális és kreatívipari (KKI) szereplőket, vállalkozásokat, nonprofit szervezeteket, alkotó-csoportokat térképeztünk fel, akik az akcióterületen működtetik szervezetüket. A kapcsolódásnál igyekeztünk a valóban itt zajló tevékenységekre fókuszálni (tehát nem csak az ide bejegyzett szereplők jelennek meg a kutatásban).

A brit DCMS modell (Department of Culture, Media and Sport) szerint kreatíviparnak tekinthetjük azon iparágakat, amelyek az egyéni kreativitáson, képzettségen és képességeken alapulnak, és amelyek képesek a szellemi tulajdon létrehozásán és felhasználásán keresztül jólétet és munkahelyeket teremteni.<sup>2</sup>

A KKI alszektorainak osztályozásánál az Európai Unióban is elterjedt ágazati meghatározást vettük alapul (az Európai Bizottság „Priority Sector Report” című<sup>3</sup> illetve az Ernst

---

1 Ghiraldi (2017)

2 Department of Culture Media and Sport (2015)

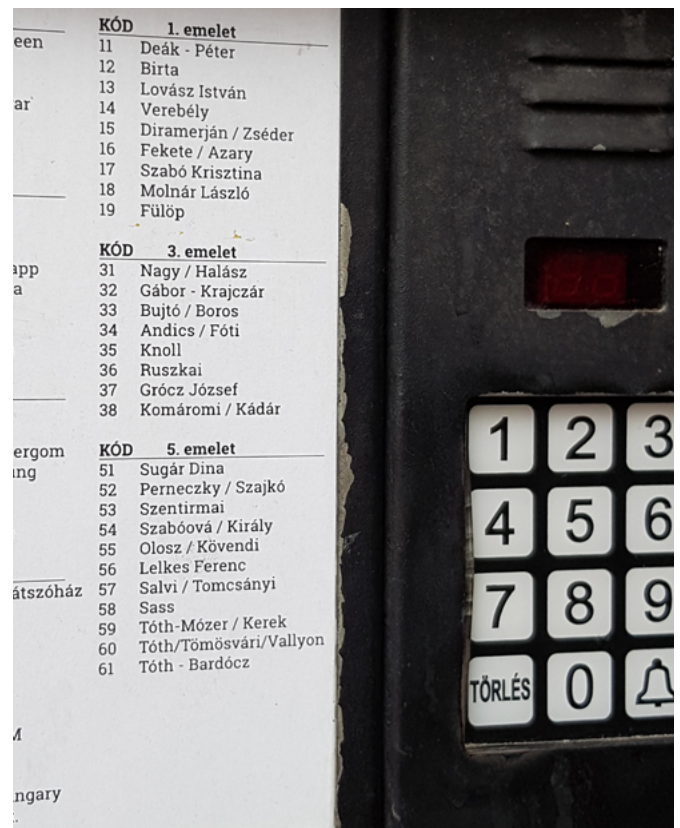
3 Power - Nielsen (2011)

8 Young tanácsadó cég 2014-es jelentését<sup>4)</sup>, amelyet a helyi adottságok figyelembevételel módosítottunk, egészítettünk ki.

Ezen felül olyan tényezőket, erőforrásokat vettünk még figyelembe, amelyek a környék élhetőségéhez járulnak hozzá<sup>5</sup>. Így a természeti adottságok, sportolási lehetőségek, oktatási, közösségi intézmények, kulturális események, fesztiválok, ifjúsági kultúra infrastrukturális feltételei, szervezetei is elemzésünk tárgyát képezték. A környék növekvő gasztronómiai kínálata miatt kiemelten fontosnak tartottuk a minőségi gasztronómiát kínáló vállalkozások megjelenítését. Így 9 fő és 43 alkategóriába soroltuk az akcióterületen dolgozó szervezeteket. A kategóriákat részletesen az 1. melléklet tartalmazza.

A helyszíni felmérés során gyűjtött adatokat online adategyeztető kérdőívben ellenőriztük, melynek célja volt a „rejtve” maradt szereplők elérése is.

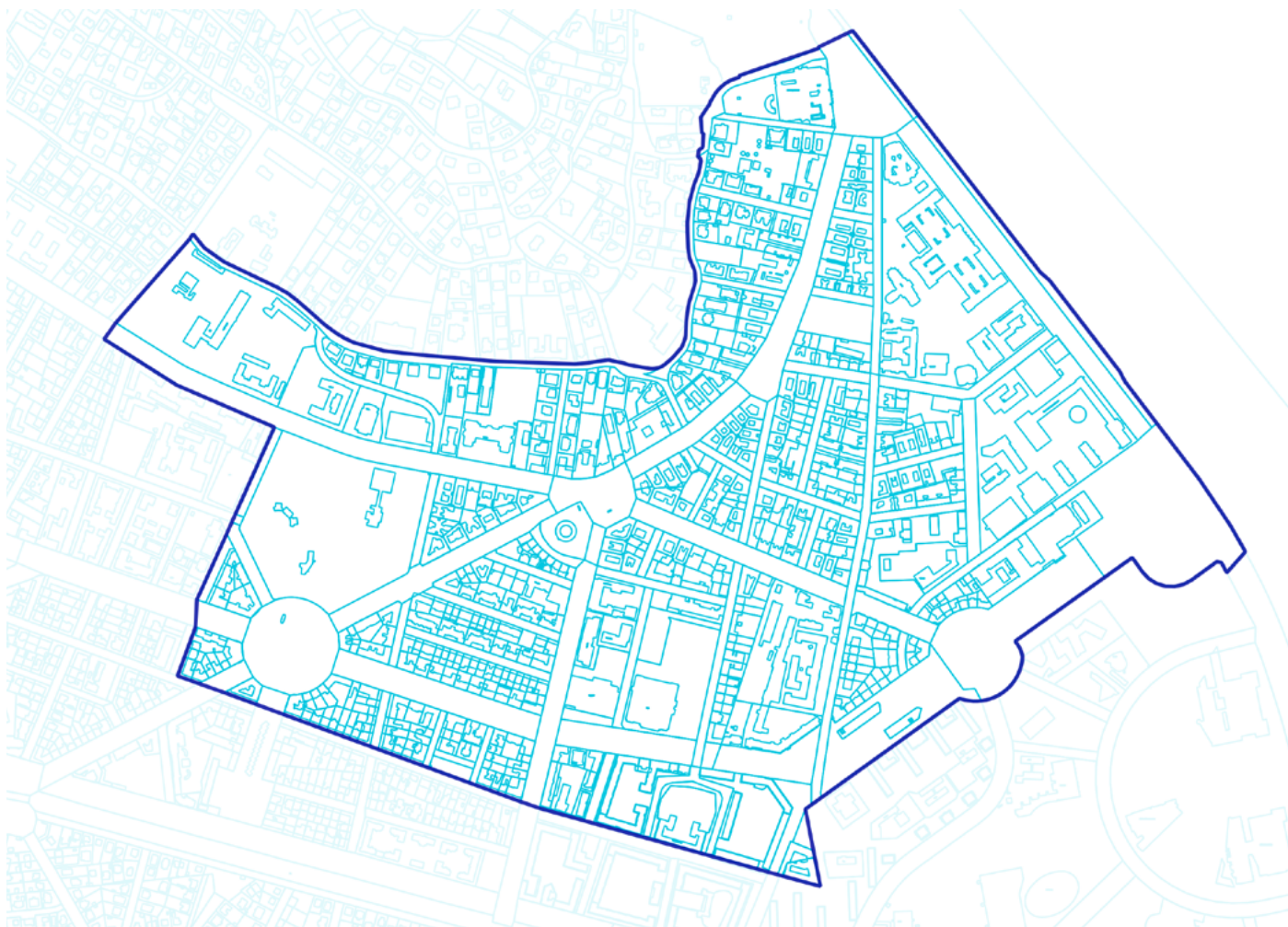
A helyszíni felmérést az Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalom- és Gazdaságföldrajzi Tanszék Földrajz BSc illetve Geográfus MSc képzés hallgatóinak bevonásával végeztük.



4 Lhermitta - Perrin - Blanc (2015)

5 Ghiraldi (2017)





Az adatfelvételt követően a kérdőíveket rögzítettük, majd statisztikai adatbázisba rendeztük, ezzel a folyamattal párhuzamosan beszereztük a helyi kreatív iparágban tevékenykedő cégek elérhető gazdasági-statisztikai adatait, melyből egy 269 elemet és több mint 30 változót tartalmazó adatbázist képeztünk, ami a kvantitatív vizsgálat alapjául szolgált.

Az adatbázisépítés és a térképezés mellett, a kvalitatív felmérésünk az akcióterületen dolgozó, 32 főt kitevő aktívabb közösség tagjaival készült fókuszcsoportos interjún alapult. Az interjúkon elhangzott megállapítások szintézisével jutottunk el a SWOT analízis megalkotásához.

Végezetül az interjúk során a terület fejlesztésével kapcsolatban felmerült négy kulcskérdés részletes tárgyalására egy World Café módszertan szerint szervezett workshopot tartottunk. Itt a négy kérdés kezelésére a közösség alkotott és fogadott el javaslatokat, megoldási scenáriókat.

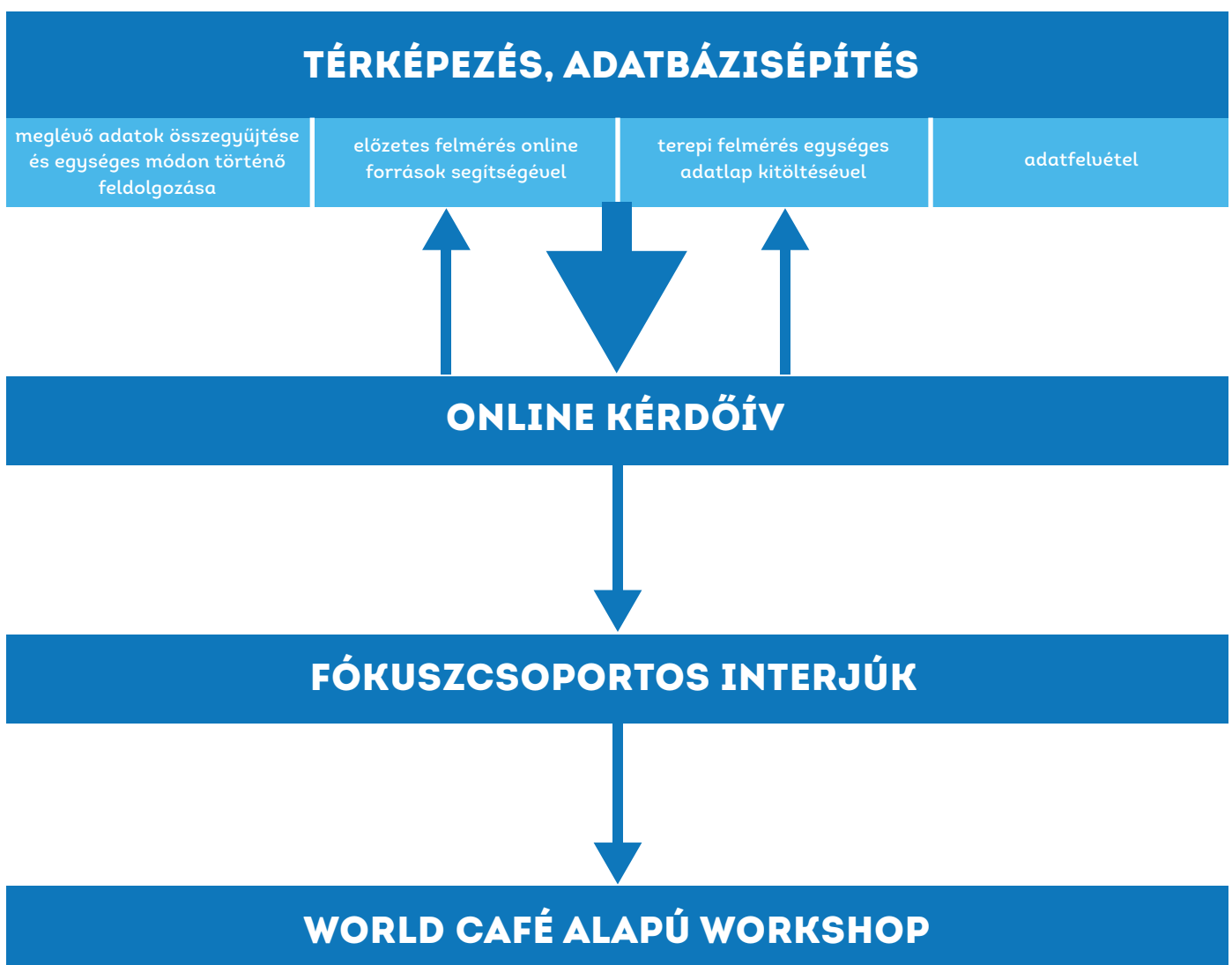
A módszer lépései összefoglalva a következők voltak:

1. térképezés, adatbázisépítés

- meglévő adatok összegyűjtése és egységes módon történő feldolgozása
- előzetes felmérés online források segítségével (pl. Google Maps, Open Street Map)
- terepi felmérés egységes adatlap kitöltésével (ld. 2. melléklet)
- adatfelvitel
- online kérdőív (ld. 3. melléklet)

2. Fókuszcsoportos interjúk

3. World Café alapú workshop



# 04

## A FELMÉRT KULTURÁLIS ÉS KREATÍVIPARI SZEREPLŐK JELLEMZŐI

---

→ 269 SZERVEZET

→ 9 KATEGÓRIA

→ 43 ALKATEGÓRIA

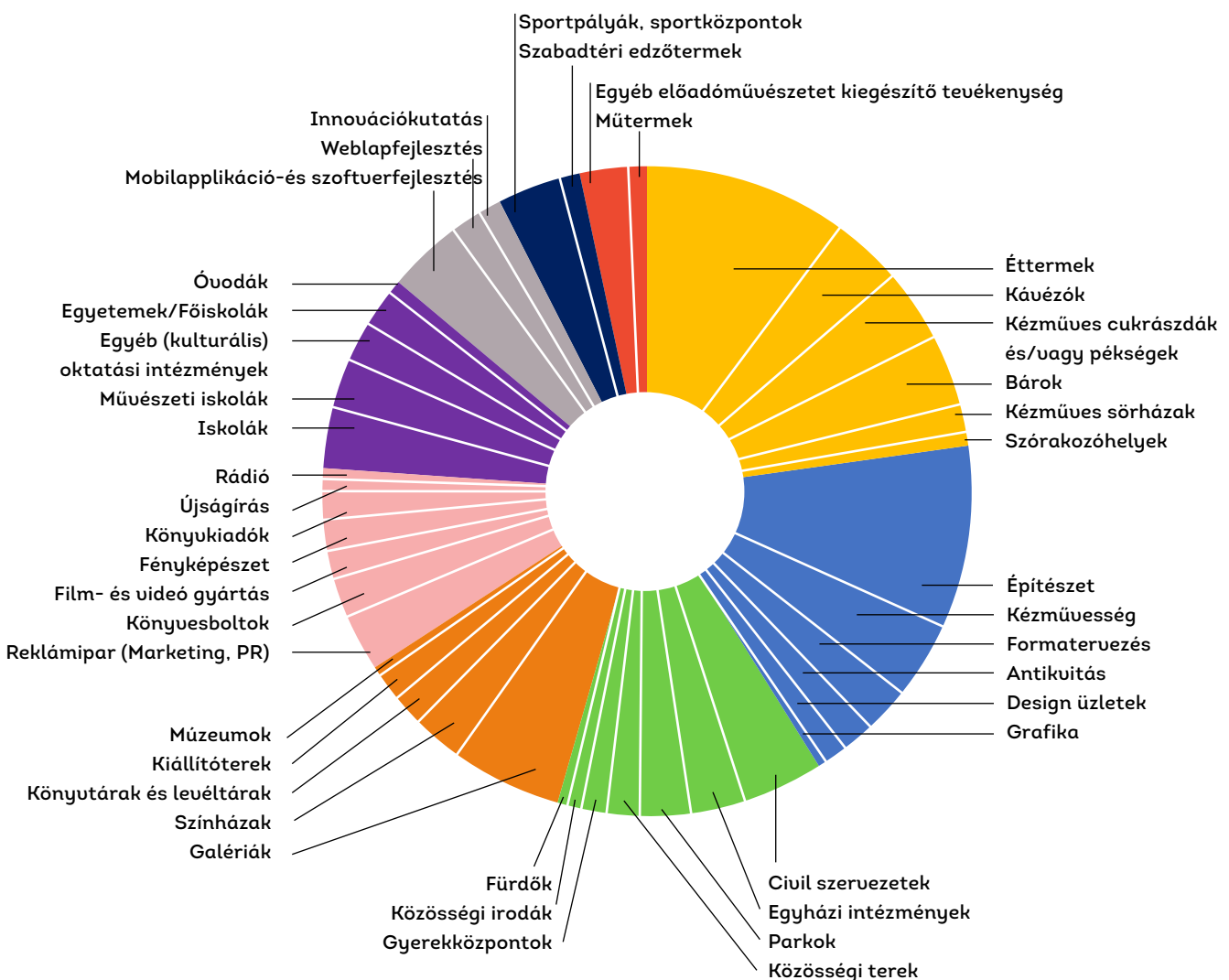
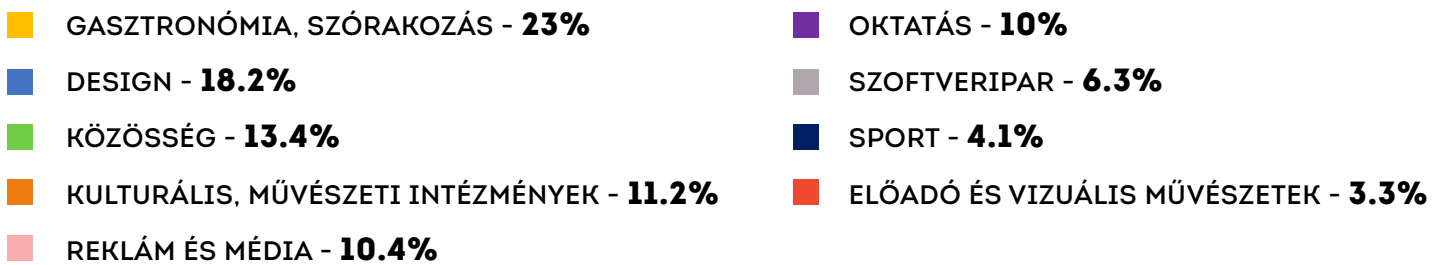
## A FELMÉRÉS SORÁN 269 DB KULTURÁLIS- ÉS KREATÍVIPARI SZEREPLŐT TÉRKÉPEZTÜNK FEL:



- |   |  |
|---|--|
| <span style="color: yellow;">■</span> GASZTRONÓMIA, SZÓRAKOZÁS          | <span style="color: purple;">■</span> OKTATÁS                    |
| <span style="color: blue;">■</span> DESIGN                              | <span style="color: grey;">■</span> SZOFTVERIPAR                 |
| <span style="color: green;">■</span> KÖZÖSSÉG                           | <span style="color: darkblue;">■</span> SPORT -                  |
| <span style="color: orange;">■</span> KULTURÁLIS, MŰVÉSZETI INTÉZMÉNYEK | <span style="color: red;">■</span> ELŐADÓ ÉS VIZUÁLIS MŰVÉSZETEK |
| <span style="color: pink;">■</span> REKLÁM ÉS MÉDIA                     |  |

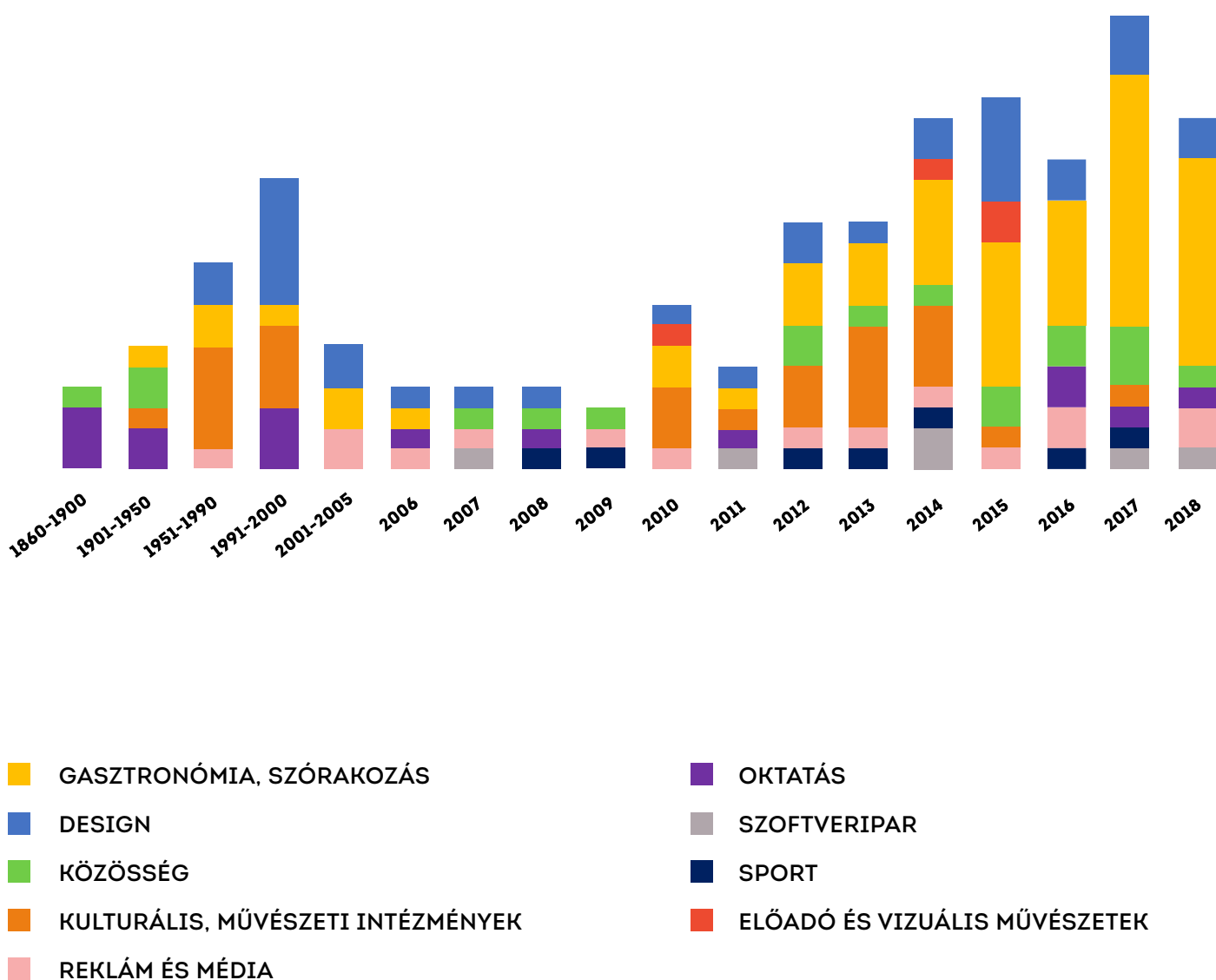
## 4.1. A SZEREPLŐK MEGOSZTLÁSA

A felmért szervezetek és vállalkozások közel negyede a **gasztronómia, vendéglátás és szórakozás** főkategóriába sorolható, ezután következik a **design**, amely **18.2%**-os aránnyal jelenik meg. A legnépesebb alkategória, az **építészet** is ehhez a főkategóriához tartozik. A felmérés alapján itt működő összesen 25 építész- és tájépítésziroda a területen található vállalkozások **9.3%**-át alkotja, ezt követi az **éttermek** alkategória, melyek képviselői közül 24 található a felmért területen.



A tevékenységüket jelenleg is az akcióterületen végző vállalkozásokat és szervezeteket abból a szempontból is megvizsgáltuk, hogy melyik évben költöztek a Bartók Béla útra és vonzáskörzetébe. A 2008-as gazdasági világuválság hatására a 2006 óta stagnáló számok tekintetében kismértékű csökkenés jellemezte a frissen ideköltözött vállalkozások számát. **2011 óta erőteljes növekedés** figyelhető meg a vizsgált területre költöző vállalkozások számában. A **legkiemelkedőbb év 2017** volt, ekkor **22 újabb vállalkozás** választotta helyszínéül a vizsgált területet, **2018-ra** ez az érték **20%-kal visszaesett**.

### ***Akcióterületre való költözés időbeli megoszlása:***



A terepi felmérést nehezítette, hogy a rejtett szereplőket is igyekeztünk azonosítani. Akadt néhány olyan vállalkozás, amely a helyszíni felmérés (kapucsengőkön szereplő vállalkozások feljegyzése, ellenőrzése) ellenére is „láthatatlan” maradt. Többnyire ezek azok a vállalkozások lehetnek, amelyek székhelye az akcióterületen kívül esik és nem olyan tevékenységet végeznek, amelyhez szükséges a közvetlen ügyfélfogadás, így motiváció híján semmilyen módon nem került jelölésre, hogy az adott épületben valamilyen kulturális és/vagy kreatív folyamat zajlik. Az online felületen értékesítő vállalkozások a legtöbb esetben nem tüntetik fel a műhelyük helyszínét, így azok térképezése is nehézségekbe ütközött. A kis létszámú műhelyeket működtető vállalkozások elérése is akadályozott volt, kiemelten azokban az esetekben, amikor weboldallal vagy Facebook oldallal sem rendelkeztek.

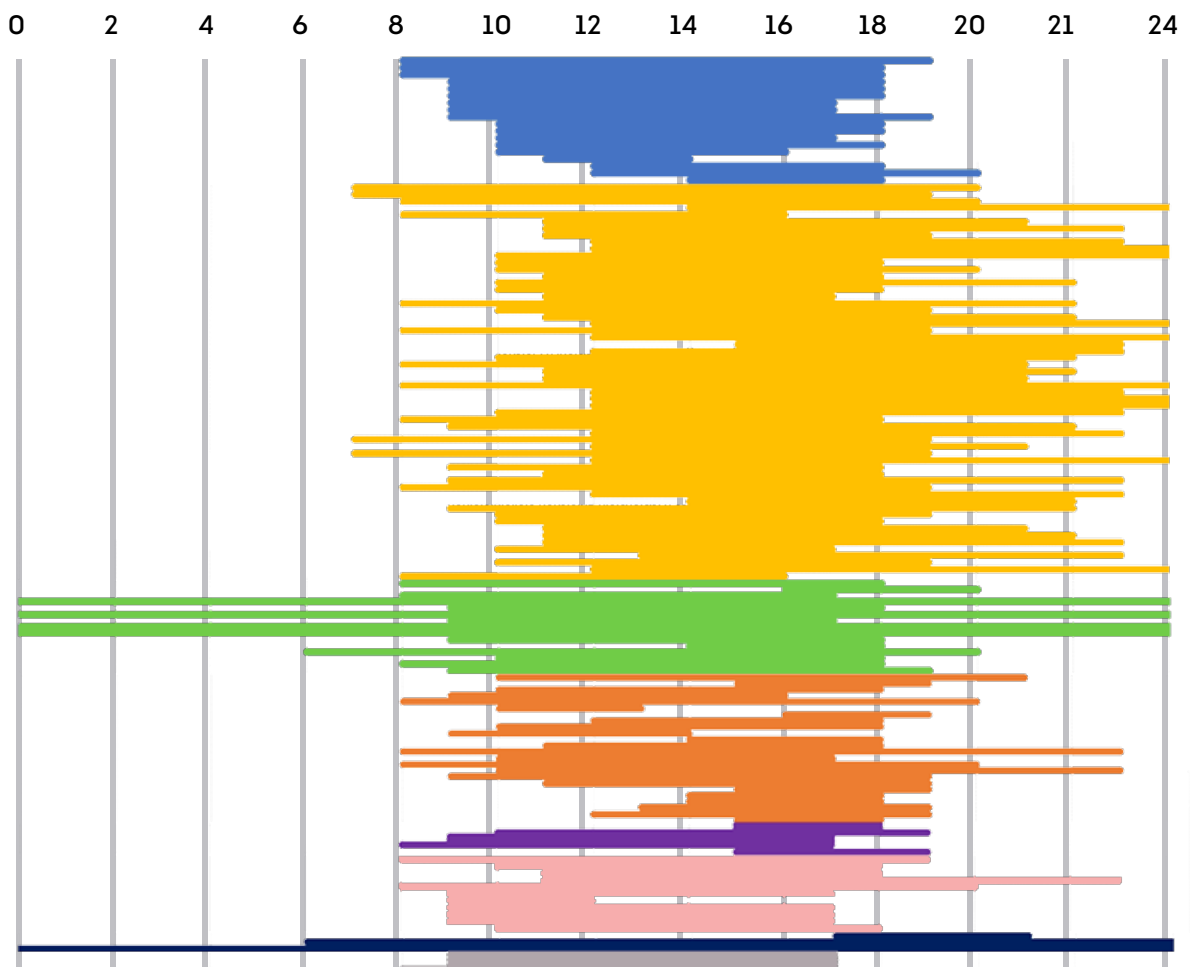
Potenciális nehézségként jelenik meg továbbá az adatbázis üzemeltetése és fenntartása, mivel a területen nagymértékű fluktuáció jellemző; kizárólag a felmérés ideje alatt (három hónap) több vállalkozást kellett kihúznunk vagy újonnan felvennünk. Az adatbázis hosszútávú fenntartására az Összefoglaló fejezetben részletesen kitérünk.



## ÜZLETEK NYITVATARTÁSI IDEJE

A felmérés alatt az üzletek, szervezetek nyitvatartási idejét is vizsgáltuk, mely kettős célt szolgált. Egyrésztől publikus információt szolgáltat az érdeklődőknek, másrészt megfigyelhető, hogy az akcióterületen mely időszakban érhető el a legtöbb szolgáltatás. A nyitvatartási időket kategóriánkénti felosztásban jelenítettük meg. A grafikonon kirajzolódik, hogy a gasztronómia, szórakozás és kulturális, művészeti intézmények képviselői nyitva tartással az esti időszakban lehetőséget biztosítanak az akcióterületen való aktív kikapcsolódásra.

- GASZTRONÓMIA, SZÓRAKOZÁS
- DESIGN
- KÖZÖSSÉG
- KULTURÁLIS, MŰVÉSZETI INTÉZMÉNYEK
- REKLÁM ÉS MÉDIA
- OKTATÁS
- SZOFTVERIPAR
- SPORT
- ELŐADÓ ÉS VIZUÁLIS MŰVÉSZETEK





## 4.2. ONLINE KÉRDŐÍV

A vállalkozásokat listázó adatbázis pontosítása érdekében online kérdőívet hoztunk létre, amely két részből épült fel. Az első egy "adatbekérőként" arra szolgált, hogy egyrészt a már felmért szereplők adatai ellenőrizzük, másrészt az esetlegesen rejtve maradt szereplőket is elérhessük. A második rész célja egy részletesebb kép kialakítása a vállalkozásokról (pl. ingatlanviszonyok), illetve a szereplők – az akcióterületet érintő – véleményének megismerése volt.

A kérdőívből zárt, félig nyitott és nyitott kérdések illetve Likert-skálák szerepeltek. A terjesztés a közösségi médiában, illetve személyes megkeresések által történt, a kitöltésre három hónap állt rendelkezésre.

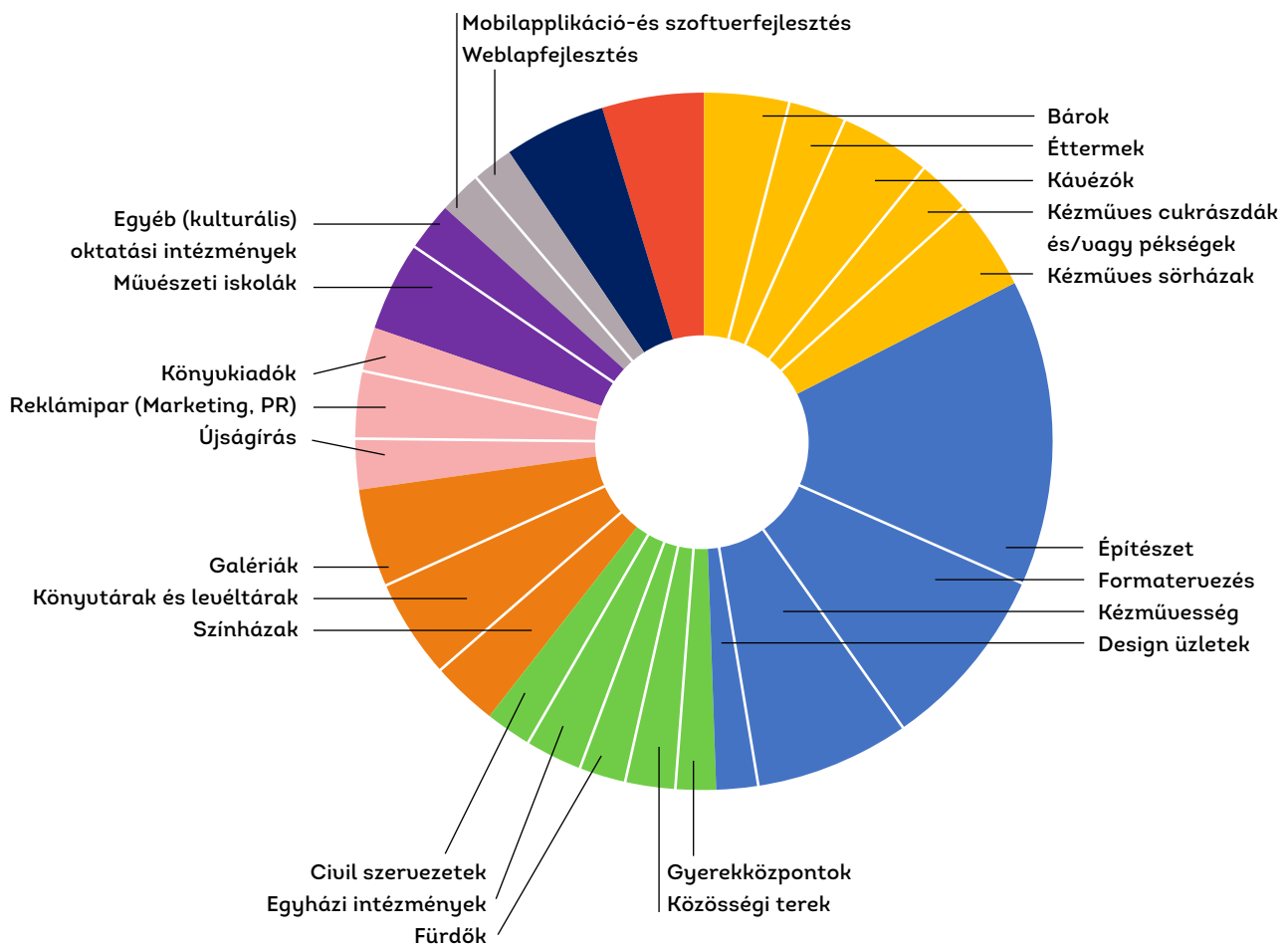
### 4.2.1. RÉSZTVEVŐK

A 70 kitöltés közül 67 volt érvényes (hárman az akcióterületen kívüli vállalkozást képviseltek). Az összes főkategória 26 alkategóriájába tartozó képviselői töltötték ki a kérdőívet. Az akcióterületen található legnépesebb alkategória, az építészet képviselői kiugróan magas aktivitást mutattak (ez valószínűsíthetően többek között a Kortárs Építészeti Központ tevékenységét támogató hozzáállás miatt is lehetséges).

### 4.2.2. EREDMÉNYEK

Az első, adatbekérő részre beérkező válaszok a már meglévő adatbázis frissítésére szolgáltak, a második részben sokkal nagyobb szabadságot kapott a kitöltő a véleménye kifejtésére. A felvetett témák között szerepeltek a helyszínt (vállalkozás, akcióterület) érintő kérdések, a közösség, a szereplők közötti kommunikáció, az akcióterületre való költözés fő motívációi, illetve a szereplők által megfogalmazott fejlesztési irányok.

## Online kérdőív kitöltőinek megoszlása kategóriák szerint:



■ GASZTRONÓMIA, SZÓRAKOZÁS

■ DESIGN

■ KÖZÖSSÉG

■ KULTURÁLIS, MŰVÉSZETI INTÉZMÉNYEK

■ REKLÁM ÉS MÉDIA

■ OKTATÁS

■ SZOFTVERIPAR

■ SPORT

■ ELŐADÓ ÉS VIZUÁLIS MŰVÉSZETEK

## Fizikai elhelyezkedést érintő kérdések:

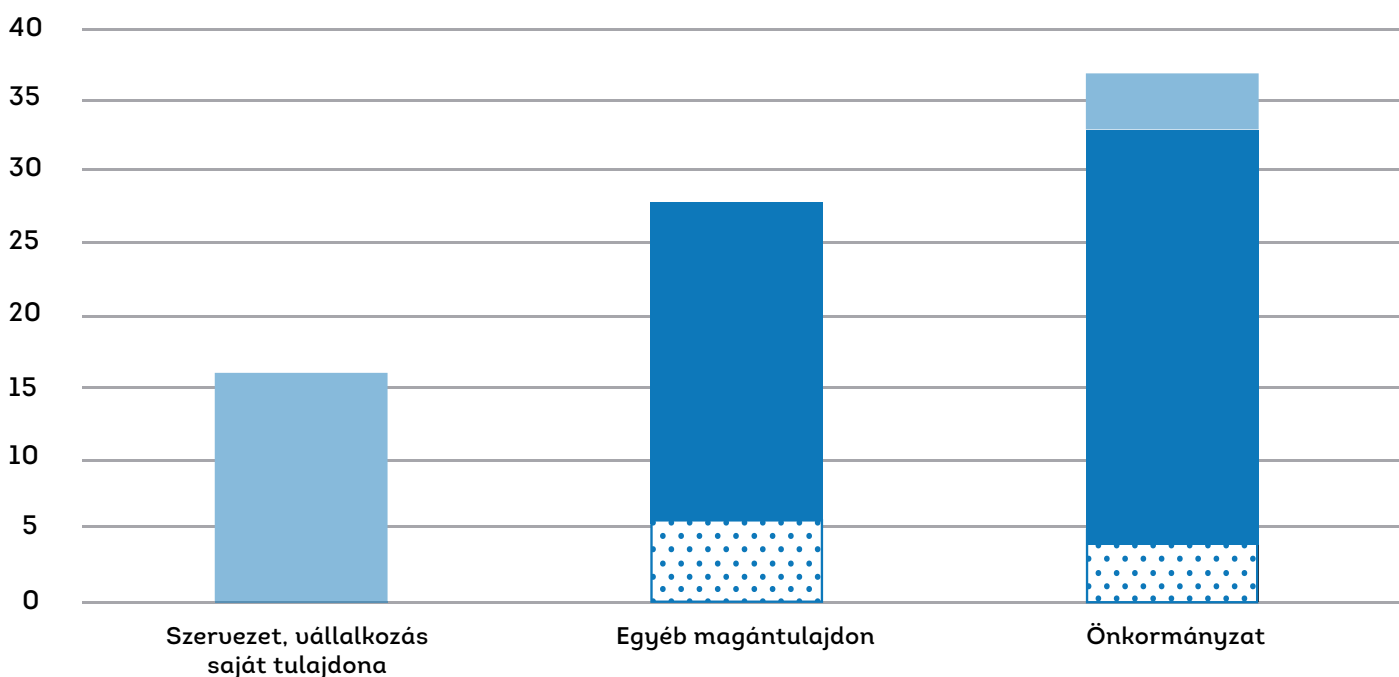
### → INGATLANVISZONYOK

A válaszok alapján a vállalkozások **fele** működik olyan ingatlanban, amely **nem a szervezet saját tulajdona**, illetve nem önkormányzati ingatlan. **27%**-a működik **önkormányzati ingatlanban**, és mindössze közel **ötöde** működteti vállalkozását **saját tulajdonban** lévő ingatlanban. Az összes ingatlan **68%**-a bérlemény, ennek **83%**-a határozatlan idejű.

### → MEGHATÁROZÓ HELYSZÍNEK

A legtöbb kitöltő számára a **Móricz Zsigmond körtér** közelébe való költözés volt elsődleges szempont, a válaszadók több mint **40%**-a jelölte meg motiváló tényezőként a nemrégiben megújult körteret. A második legnépszerűbb helyszín a **Bartók Béla út és környéke (35%)**, ezt követi a **Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem (15%)**, majd a **Szent Gellért tér (13%)**. A megkérdezettek negyedét nem befolyásolta a választáskor egyik helyszín sem.

### Tulajdonolási viszonyok:



HATÁROZOTT      HATÁROZATLAN      NEM BÉRLEMÉNYBEN MŰKÖDIK A VÁLLALKOZÁS

## → ELHELYEKEDÉSBŐL ADÓDÓ HÁTRÁNY

A válaszadók **kétharmadának semmilyen hátránya** nem származott a vállalkozás fizikai elhelyezkedéséből, a legtöbben (válaszadók **ötöde**) a **parkolási nehézségeket** emelték ki egyértelmű problémaként. Említésre került még, hogy a szervezet helyszíne viszonylag kieső helyen található, ezzel nehezítve a megközelítést, illetve az üzlet láthatóságát. Továbbá a Karinthy Frigyes utcán lévő üzletek egyike nehezményezte a közbiztonság állapotát, többször tapasztalt kirakat-rongálást, és betörés áldozata is volt.

## **Közösséget, kommunikációt érintő kérdések:**

### → EGYÜTTMŰKÖDÉSEK, KAPCSOLATOK

A megkérdezettek **több mint harmada** az **azonos területen tevékenykedőket jól ismeri**, a válaszadók **negyede jól ismeri a környéken lévő vállalkozásokat, de nincs közöttük aktív kapcsolat**. A kitöltők **30%-a régóta tervezi a kapcsolatfelvételt**. Az **aktív kapcsolatot** ápolók aránya **15%**.

### → KÖZÖSSÉGI PROGRAMOK, KOMMUNIKÁCIÓ

A válaszadók **90%-a szívesen részt vesz a helyi programokon**. A legtöbben (**62,5%**) **Facebookon keresztül** értesülnek a helyi rendezvényekről. A **Pont Magazin** általi, különböző **szórólapokon való**, illetve **ismerősön keresztül** való tájékozódás szerepe is meghatározó, a válaszadók **25-25%-a** értesül ezeken a csatornákon. Újbuda honlapját, egyéb programmagazinokat, illetve a hírleveleket már csak a kitöltők **15%-a** említette meg tájékozási forrásként.

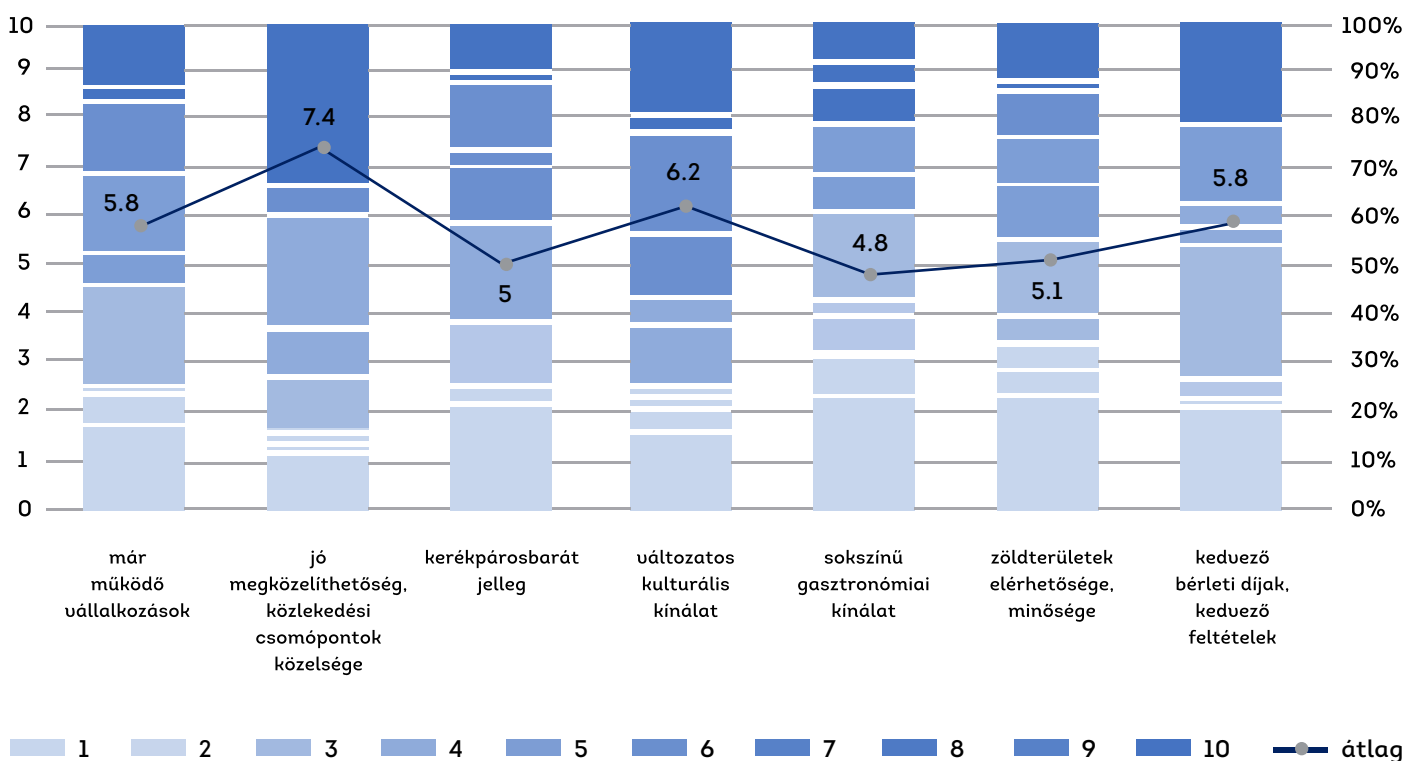
### → ELSŐDLEGES VONZERŐ AZ AKCIÓTERÜLETRE KÖLTÖZÉSKOR

Az **1-10-ig** terjedő skálát tartalmazó kérdések főként arra irányultak, hogy a vállalkozókat különböző tényezők milyen mértékben befolyásolták az akcióterületre való költözéskor. A válaszok elemzésére a kérdésekre adott válaszok átlagát vizsgáltuk. A felmérésből egyértelműen kirajzolódik, hogy a szereplőket elsősorban a **jó megközelíthetőség, a közlekedési csomópontok közelsége (átlag: 7,4)** motíválta abban, hogy a Bartók Béla út közelében hozzák létre vállalkozásukat. Emellett a szereplők által egyöntetűen fontosnak ítélt tényező a **környék változatos**

**kulturális kínálata (átlag: 6,2).** A válaszadókat közepesen befolyásolták a **kedvező bérleti díjak, feltételek (átlag: 5,8)** illetve a **már működő vállalkozások miatt kialakult jó környezet (átlag: 5,8).** Egyes tényezők esetében a vélemények megoszlása jóval szélsőségesebb, illetve kevésbé motiválta a szereplőket az akcióterületre való költözésben. **A zöldfelületek elérhetősége, minősége (átlag: 5,1), környék kerékpárosbarát jellege (átlag: 5), sokszínű gasztronómiai kínálata (átlag: 4,8)** nem vagy alig üti meg a középítő értéket.

A motivációs tényezők egy nyitott kérdéssel is felmérésre kerültek, amely nagyobb szabadságot biztosított a kitöltőknek véleményük kifejtésére. A Likert-skálás kérdések válaszait megerősítette, hogy a **kiemelkedő infrastruktúra** jelenti a fő vonzerőt a vállalkozások számára, a résztvevők **37%**-ának válaszában szerepelt, mint elsődleges tényező. Eltérés a Likert-skálás kérdésekhez képest, hogy a második legtöbbet (**12%**) említett tényező a **kedvező bérleti díjak** voltak. Továbbá az önkormányzat nyitott hozzáállását, személyes kötődést (pl. lakhely közelsége), illetve egyéb létesítmények közelségét emelték ki a szereplők.

### Motivációs tényezők



## → FEJLESZTÉSI JAVASLATOK

Arra a kérdésre, hogy „*Véleménye szerint, mivel tudná Újbuda Önkormányzata vonzóbbá tenni a Bartók Béla út és környékén kialakulóban lévő kulturális városközpontot?*” rendkívül sokrétű válaszok érkeztek.

A legnépszerűbb felvetés a **zöldfelületek növelése** volt, fák ültetését, illetve parkok kialakítását a válaszadók **28%**-a jelölte meg mint potenciálisan vonzó tényezőt. A **parkolás (23%)** sarkalatos kérdésére kevésbé érkeztek konkrét javaslatok, inkább csak igényként jelent meg, hogy a jelenlegi viszonyok változtatásra szorulnak. A következmények figyelembevétele nélkül többen javasolták a parkolási díjak mérséklését, több parkolóhely kialakítását, ezzel szemben többen igényelték az **autós forgalom csökkentését (19%)** is. A válaszadók **15-15%**-a szívesen látna több (szabadtéri) **rendezvényt** az akcióterületen, illetve ezek erősebb **kommunikációját**. Továbbá a **szeleplők közötti kommunikációra** is több lehetőséget teremtenének.

# 05

## FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚK

---

- 7 INTERJÚ
- 28 RÉSZTVEVŐ
- SWOT ELEMZÉS

A fókuszcsoportos vizsgálatot azért választottuk, mert a módszer kiválóan alkalmazható vitatott társadalmi kérdések feltárására, a szereplők és gondolkodásuk mélyebb megismerésére, kvantitatív felmérések kiegészítésére. Az eredmények a relatíve alacsony résztvevői létszám miatt kevésbé reprezentatívak, ugyanakkor részletesebbek, megfelelő elemzéssel az eredményeket hipotézisek felállítására, módosítására, illetve a meglévő vagy jövőbeli konfliktusok feltárására egyaránt fel tudtuk használni. Az interjútechnika további előnye, hogy több résztvevő interaktív kommunikációjára támaszkodik, így a kérdések megválaszolása mellett a résztvevők között valódi kapcsolatteremtés is történik, illetve megfigyelhetővé válnak az egyedi csoportdinamikák.

## 5.1. FÓKUSZCSOPORTOK KIALAKÍTÁSA, SZEMÉLYI ÖSSZETÉTELE

Annak érdekében, hogy az eredmények – a kis létszám ellenére – minél inkább reprezentatívak legyenek, a fókuszcsoportok kialakításakor több tényezőt vettünk figyelembe, minél vegyesebb csoportokat igyekeztünk létrehozni. Kiemelten fontosnak ítéltük, hogy azok a szereplők is hallathassák hangjukat, akik eddig rejtve maradtak, esetleg a közelmúltban költöztették vállalkozásukat az akcióterületre. A másik elengedhetetlen szempontként jelent meg, hogy a fókuszcsoportokon résztvevő szervezetek más-más kategóriákból kerüljenek ki. A fókuszcsoportok személyi összetételét erőteljesen meghatározta az egyes szereplők elérhetősége, ennek ellenére minden esetben sikerült sokszínű csoportokat kialakítani.

A meghívottak kiválasztása három módon történt:

1. az előzetesen összeállított adatbázis kiemelt szereplőinek megkeresése (email, telefon)
2. online kérdőív felületen lehetőség nyílt a részvételi szándékot jelezni
3. hólabda-módszer (az interjúján résztvevők ajánlottak más kreatívipari szereplőket)

**2018. december 7. és 2019. január 11.** között összesen **7 db** interjú valósult meg. Az interjúkon összesen **28 résztvevő** (17 férfi, 11 nő) jelent meg, a vállalkozások/szervezetek képviselői az alábbi kategóriákból kerültek ki:



## 15 alkategória (8 főkategóriából):

- építészet (**design**)
- formatervezés (**design**)
- kávézók (**gasztronómia, szórakozás**)
- bárók (**gasztronómia, szórakozás**)
- éttermek (**gasztronómia, szórakozás**)
- kézműves cukrászdák és/vagy pékségek (**gasztronómia, szórakozás**)
- közösségi terek (**közösség**)
- gyerekközpontok (**közösség**)
- kiállítóterek (**kulturális, művészeti intézmények**)
- színházak (**kulturális, művészeti intézmények**)
- galériák (**kulturális, művészeti intézmények**)
- művészeti iskolák (**oktatás**)
- reklámpiac (marketing, PR) (**reklám és média**)
- sportpályák, sportközpontok (**sport**)
- weblapfejlesztés (**szoftveripar**)

## 5.2. AZ AKCIÓTERÜLET MEGÍTÉLÉSE AZ INTERJÚALANYOK SZEMPONTJÁBÓL

### 5.2.1. MOTIVÁCIÓK AZ AKCIÓTERÜLETRE VALÓ KÖLTÖZÉSKOR

Az akcióterületre való költözéskor a legtöbbször említett motivációk – gyakoriság szerint rendezve – a következők voltak:

1. jó közlekedés, megközelíthetőség
2. lakóhelyhez való közelség
3. „nem Pest”, mégis közel a belváros
4. személyes kötődés
5. az önkormányzat hozzáállása (urbanisztikai és művészeti fejlesztések iránti nyitottsága; KVK; fejlesztési irányok; nyitott, fiatalos hozzáállás)
6. egyetemek közelsége
7. a környéken tevékenykedő formálódó kreatív közösség

8. Bartók Béla Boulevard brand
9. környéken lévő emberek hozzáállása
10. jó kisugárzás

### 5.2.2. EGYÜTTMŰKÖDÉSEK

**Jelentős együttműködések** csak a **régóta** az akcióterületen **tevékenykedők között** és/ vagy hasonló területen dolgozók között valósultak meg. Sokszereplős együttműködések inkább olyan esetekben voltak jellemzőek, amikor az adott vállalkozás/szervezet tevékenységi köre a környéken lévők megismerését kifejezetten megkívánta. Az interjúk nagy részében felmerült a **csoportok résztvevői között az együttműködési lehetőség**, ezért kivétel nélkül nyitottan várták a nagyobb létszámú workshopokat, ahol az akcióterületről több szereplővel is megismerkedhetnek.

### 5.2.3. SWOT ELEMZÉS

Jelen SWOT elemzésben az interjúk eredményeit összesítjük.

Az egyes kategóriáknál tényezőket nem fontossági sorrendben említjük.



#### **ERŐSSÉGEK (belső tényezők)**

Az erősségek egyértelműen egybevágnak az előzőleg felsorolt motivációkkal, mégis a legtöbbször kiemelt pozitívum a **kulturális diverzitás, a környezet jó kisugárzása** (ezzel egyetemben a formálódó kulturális beállítottságú réteg) volt, melyet csak az akcióterületre való költözés után tapasztaltak meg a különböző szereplők. Ehhez járul hozzá a környéken tevékenykedő formálódó kreatív közösség mellett, a **környéken dolgozó emberek pozitív hozzáállása**. A **Bartók Béla Boulevard és az Eleven Ősz és Tavasz** kezdeményezéseket minden megkérdezett pozitív fejleménynek találja.

Az interjúalanyok harmada **személyesen kötődik a környékhez** (volt vagy jelenlegi lakók, tanulmányaikat a környéken folytatók), ők a lakóhelyhez való közelséget is pozitívumként említették.

Sok esetben felmerült a jó infrastrukturális ellátottság, bizonyos **létesítmények, helyszínek közelsége**, mint például a Gellért fürdő, Feneketlen-tó (zöldfelületek), építészirodák jelenléte.

**Az egyetemi campusok** közelsége, rangos kutatási központok jelenlétéje a környék további erőssége.

**Az önkormányzat urbanisztikai és művészeti fejlesztések iránti nyitottsága,** a KVK, illetve egyéb, a területtel kapcsolatos fejlesztési irányok is az erősségek részét képezik.

—

### **GYENGESÉGEK (belső tényezők)**

A résztvevők megítélése szerint hiányzik a kulturális főutca valódi **egysége**, a szereplők kevésbé ismerik egymást, több nagyobb intézmény nem kapcsolódott be a kreatív negyedbe (sokan említik a Gellért Szállót példaként).

Bár a közösségi életet és a környéken dolgozók nyitott hozzáállását is sokan pozitív példaként említették, **hiányolják az összetartást, a közösségépítő eseményeket, a valós kapcsolatokat.**

A kulturális élet nyújtotta **lehetőségek kihasználatlanul maradnak.** Ezt többek között a **reklámlehetőségek, kommunikációs lehetőségek hiánya** is okozza, véleményük szerint nincs olyan kulturális magazin, amiben megjelenhetnének. A Pont Magazint „bulvárszerűnek”, kevésbé informatívnak gondolják. **A mellékutcában, tehát a „kirakattól” távolabb eső vállalkozások kevésbé érzik láthatónak** magukat, illetve úgy látják, hogy a Bartók Béla út Móricz Zsigmond körtér felőli szakaszán már fellazul a kulturális jelleg. Ezt erősíti **az egységes arculat hiánya.**

A kommunikáció nem csak a kulturális ipari szereplők között/felől/felé hiányos, hanem a **lakosság tájékoztatása is elmarad**, akik nem minden esetben értesülnek (idejében) az eseményekről. A környéken lakók többek között ezért ellenségesen reagálnak egy-egy „hirtelen jött” rendezvényre. A lakosság igényeinek meghallgatását és figyelembevételét javasolják, hogy a **kulturális ipari szereplők és lakók közötti ellentétek** minimálisra csökkenhessenek.

A **lakosság és az önkormányzat közötti kommunikációt** (valóban és megfelelően) működő **érdekképviselet segíthetné.** A **Kulturális 11 Egyesület vagy más szervezet érdekképviseleti szerepét erősítenék**, indítványozzák, hogy az egye-

sület munkájában nagyobb hangsúlyt kapjon a szereplők közötti kapcsolatteremtés és kommunikáció.

Touábbá többen sérelmezték, hogy a 7-8 éve publikált **tervek nem, vagy csak részben valósultak meg**, pedig sokakat ez motiuált a területre való költözéskor.

A **köztisztaságot érintő hiányosságok** is számos esetben felmerültek. A megkérdezettek keveslik a kültéri hulladékgyűjtők mennyiségét. A Gárdonyi tér jelenlegi állapotát például a kulturális negyed imázsába nem illeszkedőnek ítélték. A környék **zöldfelületeinek arányát** is kevesellték, több ízben szóba került a vilamos pályák, megállók zöldítése.



### **LEHETŐSÉGEK (külső tényezők)**

A **tömegközlekedés kiemelkedő minőségével** a többség egyetértett, viszont elenérzést váltott ki a 7-es busz Bartók Béla úton futó útvonala.

A Bartók Béla úton kijelölt **biciklisávokat** számos résztvevő pozitíuumként emelte ki, mely még touábbi fejlesztésre és területi kiterjesztésre szorul.

Az **ingatlanárak és bérleti díjak** emelkedését többségében önkormányzati beavatkozással mérsékelnék, amely egyúttal megoldaná a kihasználatlan ingatlanok problémáját is, ezáltal szélesebb körnek nyílna lehetősége az akcióterületre való költözésre.

A **Feneketlen-tó** és környéke sokaknak kedvező lehetőségeket kínál, ezért **touábbi fejlesztéseket** javasolnak, például a „láthatóság” problémáját tekintve, javasolták (szükségességét megerősítették) a **szereplőket megjelenítő adatbázis** és térkép létrehozását.



### **VESZÉLYEK (külső tényezők)**

A **közlekedést** érintő kérdésekben, teljes egyetértés mutatkozott abban, hogy a **parkolási, forgalmi viszonyok** megváltoztatásra szorulnak. Az állandó forgalmi dugók egyértelmű zavaró tényezőként mutatkoztak meg, ennek orvoslására több javaslat is született. Felmerült az autók teljes mértékű kizárása a Bartók Béla útról (a Szent Gellért térről a Gárdonyi útig, ideális esetben

a Móricz Zsigmond körtérig terjedő szakaszon), a gépjármű forgalmat sokan a Budafoki útra terelnék.

A **parkolás** kérdéskörét illetően sokan korlátoznák a parkolási időt (csak rövidtágra engedélyeznék a megállást a Bartók Béla úton). A többség megszüntetné az ingyenes parkolást, különös tekintettel a Műegyetem előtti részen (sok résztvevő nem volt tisztában azzal, hogy az erről szóló döntés már korábban megszületett). A kerületi lakosok évi parkolási díját túl alacsonynak tartják, hiszen sokan gyakorlatilag ingyen tartanak az utcán két autót, úgy hogy azokat szinte soha nem használják, és közben ezzel az itt dolgozók és vendégeik parkolási lehetőségeit lehetetlenítik el.

A tömegközlekedéssel kapcsolatban felmerült veszélyek a **Budafoki út rendezetlensége, a 7-es busz Bartók Béla úton való közlekedése, és a „folyamatos” építési munkálatok zaja**, mely utóbbi a másik legtöbbször említett negatívum (a villamosokra alig érkezett panasz, többen kiemelték az új, halkabb villamosok előnyét).

Gyakran említésre került a **kihasználatlan ingatlanok** (és ezzel együtt lehetőségek), illetve a magas **bérleti díjak** kérdése. Többen aggodalmuknak adtak hangot a tekintetben, hogy az ingatlanárak növekedésének jelen mértéke, a környékre költöző vállalkozások profiljának változását vonzza majd, minek hatására a környék veszthet kulturális jelentőségéből. A résztvevők véleménye szerint javasolt a kiadatlan helyek támogatott áron való kiadása, hogy igazán pezsgő kulturális központtá válhasson a terület.

Felmerült, hogy **egyes vendéglátóhelyek** (pl. Kelet Kávézó, Szatyor Bár) **túlzsúfoltak**, több ilyen szolgáltatásra lenne szükség. **Közösségi terek, terek hiánya**, nem megfelelő kihasználtsága is többször merült fel veszélyként.

## A SWOT ANALÍZIS ÖSSZEGZÉSE

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
<ul style="list-style-type: none"><li>• kulturális diverzitás</li><li>• a környéken tevékenykedő formálódó kreatív közösség</li><li>• személyes kötődés a környékhez</li><li>• Bartók Béla Boulevard brand</li><li>• ELEVEN Tavasz/Ősz</li><li>• jó infrastrukturális ellátottság</li><li>• egyetem közelsége</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• egység hiánya</li><li>• közösségi összetartás hiánya</li><li>• nagy szereplők részvételének hiánya</li><li>• egységes arculat hiánya</li><li>• reklámlehetőségek, kommunikációs lehetőségek hiánya</li><li>• mellékutcákban tevékenykedők láthatatlansága</li><li>• lakosság tájékoztatásának hiánya</li><li>• érdekképviseleti szerv tisztázatlan hatóköre</li><li>• ITS-ben foglalt fejlesztési tervek részleges megvalósulása</li><li>• köztisztaság</li></ul>
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
<ul style="list-style-type: none"><li>• jó tömegközlekedés</li><li>• kulturális célra fordított kedvezményes bérleti díjú önkormányzati ingatlanok</li><li>• Bartók Béla úti kerékpársáv</li><li>• zöldfelületek növelése</li><li>• Feneketlen tó</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ingyenes parkolás</li><li>• túl alacsony parkolási díj</li><li>• forgalmi dugók</li><li>• 7-es busz Bartók Béla úti útvonala</li><li>• kihasználatlan ingatlanok</li><li>• bérleti díjak emelkedése</li></ul>

# 06

## HELYZETFELTÁRÁS ÉS FEJLESZTÉSI JAVASLATOK A KÖZÖSSÉG SZEMSZÖGÉBŐL

---

- WORLD CAFÉ WORKSHOP
- 4 TÉMA
- 28 RÉSZTVEVŐ

Az online kérdőív és fókuszcsoportos interjúk alapján felmerült legfontosabb kérdéseket 4 téma köré csoportosítottuk, melyeket a World Café alapelveit követő workshopon dolgoztunk fel. A workshopon a meghívott résztvevők a 4 témára koncentrálnak, javaslatot, hogyan tud a helyi közösség és az önkormányzat a kreatív negyed fejlesztése érdekében jobban együttműködni.

### **1. INGATLANGAZDÁLKODÁS**

### **2. KÖZTERÜLET-HASZNÁLAT ÉS KÖZLEKEDÉS**

### **3. KOMMUNIKÁCIÓ**

### **4. UTCA MENEDZSER**

A World Café módszert azért választottuk, hogy informális hangulatot teremtsen, kávéház jelleggel több különálló asztalnál folyó beszélgetéseket szervezzünk, ahol az összes meghívott résztvevő az összes téma feldolgozásában, hozzáadhat az előzőleg elhangzottakhoz.

A World Café-t 2019.02.20-án 9 órától rendeztük a Kortárs Építészeti Központban, a témagazdákkal és moderátorral együtt összesen 28 résztvevővel. A résztvevők listáját a 6. melléklet tartalmazza. A workshopon résztvevő kulturális- és kreatívipari szereplők 12 alkategóriából kerültek ki, amelyek az alábbiak voltak:

#### **12 alkategória (5 főkategóriából):**

- építészet (**design**)
- formatervezés (**design**)
- kézművesség (**design**)
- kávézók (**gasztronómia, szórakozás**)
- bárók (**gasztronómia, szórakozás**)
- éttermek (**gasztronómia, szórakozás**)
- kézműves cukrászdák és/vagy pékségek (**gasztronómia, szórakozás**)
- kiállítóterek (**kulturális, művészeti intézmények**)
- színházak (**kulturális, művészeti intézmények**)
- galériák (**kulturális, művészeti intézmények**)
- egyéb (kulturális) oktatási intézmények (**oktatás**)
- újságírás (**reklám és média**)



## **6.1. NÉGY KULCSKÉRDÉS A KÖRNYÉK FEJLESZTÉSÉVEL KAPCSOLATBAN**

### **6.1.1. INGATLANGAZDÁKODÁS**

A workshop alatt kiderült, hogy a résztvevők nem rendelkeznek konkrét tudással és ötletekkel a helyi ingatlangazdálkodással kapcsolatban – ebben kivételt képeznek az önkormányzat képviselői és olyan helyi gazdasági-kulturális szereplők, akik a közelmúltban kerestek ingatlant a környéken.

Az akcióterület adottságait tekintve elmondható, hogy a KVK projekt beérett, a program folytatódik, az eddig biztosított kedvezményes bérleti díjak továbbra is érvényesek. Az önkormányzati ingatlanok nagymértékű kihasználtsága jellemző, csupán néhány alagsori ingatlan maradt kiadatlanul. A környék speciális “mikroklímával” rendelkezik, egyszerre családias és vibráló. Emellett viszonylag kis területen minden szolgáltatás megtalálható, sőt a vendéglátás számára egyre nagyobb vonzerőt jelent az akcióterület. A pozitív adottságok ellenére mégis az figyelhető meg, hogy az önkormányzati helyiség-pályázatok iránt alacsony az érdeklődés.

Az ingatlangazdálkodás jelenlegi problémái között az egyre dráguló környék jelenik meg erőteljesen, a kulturális projektek életbenmaradását ez nagymértékben megnehezíti. Az Allee megnyitása (2009) elszívó hatást gyakorolt a kiskereskedelmet folytató vállalkozásokra. A vendéglátói tevékenységet végző vállalkozások tömeges megjelenésének negatív oldala, hogy az újonnan a területre költözők nem illeszkednek annak arculatába, többek között ezért is alakult ki egy zavaros arculat és városkép.

A szereplők több lehetséges scenáriót is felvázoltak a helyi ingatlanviszonyokat illetően. Negatív vízióként jelent meg a kommercializáció lehetősége, ezzel együtt a kulturális funkciók kiszorulása és a homogenizáció. A pozitív lehetőségek között szerepelt az, hogy a kulturális főutca megőrzi funkcióját, további értéknövekedéssel kiegészülve, esetleges niche turizmus helyszínéül szolgálva.

### **6.1.2. KÖZTERÜLET-HASZNÁLAT ÉS KÖZLEKEDÉS**

A téma sajátossága az erős ellentétek jelenléte, hiszen itt ha a kiinduló helyzettől bármilyen irányba történik elmozdulás, valakinek negatívan fogja érinteni az érdekeit.

A beszélgetések során átfogó témák és ötletek ugyanúgy felmerültek, mint apró részletek, könnyen korrigálható hibák.

A Bartók Béla út szerkezeti szerepének ismeretében kiuihető csillapítás - itt sok lehetőség merült fel a minimális beavatkozásoktól az átfogó átalakításig. Ilyenek voltak például a buszközlekedés megszüntetése, a forgalom sebességének csillapítása (biztonságosabb, otthonosabb környezet, a maival megegyező átmenő kapacitás, azonban ösztönzés más útvonalak keresésére), füvesített villamosvágányok illetve sétálóutca kialakítása - szakaszolva, csúcsidőn kívüli lezárással, hétvégi, vagy a Szabadság-híd záráshoz igazodó lezárással, illetve aszimmetrikus zárás (forgalom a sín egyik oldalán két irányban, másik oldalon kizárólagos gyalogos használat).

A közterületek élhetősége és minőségének javítása érdekében felmerült a parkolóhelyek számának csökkentése, több zöldfelület létesítése a fák körüli sávokban, a kerékpársávval nyert fél-másfél méteres hely hasznosítása járda szélesítésével vagy zöld sáv kialakításával, ezzel egyetemben nagy mennyiségű kerékpártároló kialakítása. Továbbá a már funkciójukat vesztett objektumok (pl. telefonfülkék) felszámolása, a kevésbé élhető terek rendezése, takarítása, üzemeltetése a közösség számára való visszaadása (pl. Gárdonyi téri padok).

### **6.1.3. KOMMUNIKÁCIÓ**

Ebben a témakörben egyrészt a potenciális célközönség elérésére irányuló kommunikációs platformok lehetőségeit, másrészt a kulturális- és kreatívipari szereplők közötti kommunikációt, illetve a közös célokat az önkormányzat irányába képviselő szervezet feladatait vettük sorra a workshop résztvevőivel.

#### **Célközönség elérése**

A jelenlegi helyzet megfogalmazásakor egyértelműen kiderült, hogy nincs olyan egységes platform, ahol a szereplők számára elérhetővé teszi a rendezvényeik hirdetését, illetve a jelenlegi offline hirdetési felületeken (pl. Pont Magazin) való megjelenést túl költségesnek ítélik. Továbbá a keresztutcában lévő vállalkozások a workshopon is megemlítették, hogy sokkal nehezebben érik el a célközönségüket és ezt egyértelmű hátrányként élik meg. Míg a keresleti oldalról megközelítve a résztvevők úgy érzik, hogy a tájékoztatás esetleges, illetve sokszor utólagos.

## **Kulturális- és kreatívipari szereplők közötti kommunikáció**

A szereplők egyetértettek abban, hogy az első és legfontosabb feladat a szereplők összekötése, azok közötti szabad információáramlás kereteinek megvalósítása.

A jelenlegi helyzet feltárásakor azzal szembesültünk, hogy a résztvevők nem, vagy alig ismerik a környezetükben lévő vállalkozások tulajdonosait, munkatársait személyesen, és nincs egy olyan egységes platform, ahol ezt megtehetnék. A régebb óta aktívan tevékenykedő vállalkozások esetében létrejöttek múltbéli együttműködések, és ezeket a kapcsolatokat szeretnék kiterjeszteni, szorosabbra fűzni.

### **Egyesület**

A résztvevők egyetértettek abban, hogy szükséges egy olyan egyesület, amely ellátja a kommunikációs, közösségi, érdekképviseleti feladatokat, azonban a konkrét keretek meghatározása több vitát eredményezett.

A jelenlegi helyzet értékelésekor kiderült, hogy az akcióterületen lévő vállalkozások egy része közötti kommunikáció jelenleg a Kulturális 11 Egyesület keretei között valósul meg, de a fellelhető szereplők számához (kb. 270 db) képest kevés az egyesületbe belépett tagok száma, továbbá sok szereplő úgy érzi, hogy nincs megfelelően tájékoztatva az egyesület tevékenységéről, programjairól.

## **6.1.4. UTCA MENEDZSER SZEREPKÖR**

A fókuszcsoportos interjúk során felmerült, hogy szükség van egy utcamenedzser feladatkör betöltésére. A workshopon egy ideáltipikus utcamenedzser feladatkörét fogalmaztuk meg. A feladatkör célja a szervezett oda- vissza kommunikáció, érdekképviselet, problémamegoldás. A tapasztalatok szerint a kommunikációt sokszor hátráltatják részinformációk, vagy hogy késői jelzések miatt nem lehet a problémákat hatékonyan orvosolni. Az utca menedzseri rendszer azonban kiküszöbölhetné ezt a hiányosságot.

Az elképzelés szerint a közösség maga választaná meg az akcióterület menedzserét, aki ezután szoros kapcsolatot ápolna a közösséggel és az önkormányzattal, és felelős gazdaként szavatolna a környék közterületeinek állapotáért, a felmerülő problémák kezeléséért, a környék arculati kézikönyvének betartatásáért, illetve a programok kommunikációjáért a környékre érkezők felé.

Az utca menedzseri rendszer üzemeltetése mind az önkormányzat, mind a helyi közösség, illetve a lakosság közös beruházásával valósulhatna meg. Az utcamenedzseri rendszer fontos eleme a közös gondolkodás, ahol nemcsak a szűkebb lakókörnyezet a

téma, hanem a városfejlesztéssel, a közösségi intézmények működtetésével, vagy akár a civil szféra fejlesztésével kapcsolatos elképzelések is. Továbbá hozzájárulhat a transzparencia kiterjesztéséhez, a demokrácia erősítéséhez, a közösségfejlesztéshez.

A workshopon tárgyalt szempontok a feladatkörrel kapcsolatban:

<b>FŐBB KARAKTERJEGYEK, KOMPETENCIÁK</b>	<b>FELADATOK</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• köztisztviselőként álló helyi lakos</li> <li>• energikus, kedélyes</li> <li>• véleményvezér</li> <li>• jó networker, összekötő</li> <li>• látható szerep</li> <li>• elkötelezett és tájékozott a helyi programok, történések iránt</li> <li>• ezeket készséggel kommunikálja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tisztában van a közterületeket érintő intézményrendszerrel (önkormányzati osztályok, cégek, fővárosi fővárosi cégek és feladataik a közterületekkel kapcsolatban)</li> <li>• a közterületet érintő felmerülő ügyek, problémák orvoslása</li> <li>• közösségi események szervezése (pl. köztisztasági, zöldítő akciók)</li> <li>• tájékoztatás közösségen belül és kívül</li> <li>• kommunikáció, képviselet</li> <li>• önkéntes toborzás</li> </ul>
<p><b>MOTIVÁCIÓ, KÖZÖSSÉG ELVÁRÁSA A POZÍCIÓVAL KAPCSOLATBAN</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• környezet iránt elkötelezett</li> <li>• a közösség pártatlan tagja</li> </ul>	

# 07

## ÖSSZEFOGLALÓ - FEJLESZTÉSI JAVASLATOK NEMZETKÖZI KONTEXTUSBAN



- **KREATÍV NEGYEDEK  
VILÁGSZERTE**
- **9 NEMZETKÖZI PÉLDA**
- **JAVASLATOK**

Az elemzés tapasztalatait felhasználva "quick-win" jellegű javaslatokat fogalmaztunk meg a Kulturális Városközpont koncepció továbbfejlesztési lehetőségeivel kapcsolatban. Javaslataink a tervezett infrastrukturális fejlesztéseket kiegészítő, kisléptékű (soft) projektek, amelyek gyorsan, a lehető legkisebb ráfordítással a legnagyobb gazdaság és társadalmi előnnyel járnak. Javaslatainkat a kreatív negyedek fejlesztésével kapcsolatos aktuális nemzetközi tapasztalatok figyelembevételével fogalmaztuk meg. A keretbe foglalt írások az ajánlásokat kontextusba helyezendő, egy-egy már működő nemzetközi jó gyakorlatot mutatnak be. Javaslatainkat a kulturális, kreatív negyedeket jellemző nemzetközi irányítási modellek bemutatását követően, az interjúkon körvonalazódott négy kulcskérdés (ingatlangazdálkodás, közterülethasználat, kommunikáció, utcamenedzseri feladatkör) köré csoportosítjuk.

Egy a kulturális városfejlesztés iránt elkötelezett városokat tömörítő nemzetközi szervezet (World Cities Culture Forum) megbízásából készült elemzés 12 kulturális negyed alapján vizsgálta, hogy a városok miként reagálhatnak a negyedeket érintő kihívásokra (pl. ingatlanárak emelkedése, lakhatási válság). A jelentés javaslatokat fogalmazott meg a negyedek fejlesztésére a forrásteremtés, tervezés és szabályozás, valamint a térfejlesztés területeire vonatkozóan. Az alábbi táblázat a három említett területről foglalja össze az önkormányzatok rendelkezésére álló ösztönzőket.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Woodley – Jones (2017): 8.o.

## ÖNKORMÁNYZATI STRATÉGIÁK A KULTURÁLIS NEGYEDEK KIALAKÍTÁSÁRA<sup>7</sup>

FORRÁSOK ÉS FINANSZÍROZÁS	TERVEZÉS ÉS SZABÁLYOZÁS	TÉRFEJLESZTÉS ÉS HOZZÁFÉRÉS
<p><b>Tőke- és működési támogatás</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Működési támogatás a kulturális szervezeteknek</li> <li>Tőketámogatás a kulturális szervezeteknek</li> <li>Engedélyezési és városfejlesztési díjak elengedése</li> <li>Terület átengedése kulturális infrastruktúra fejlesztését célzó projekteknek</li> <li>Adójóváírás a kulturális terek fejlesztésébe fektető magánbefektetőknek</li> </ul> <p><b>Ingyenadó-mentesség és ösztönzők</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mentesség az ingatlanadó alól</li> <li>Pénzügyi ösztönző programok kreatív munkahelyek fejlesztése érdekében</li> <li>Ingyenadó-alkategóriák, kulturális használat esetén alacsonyabb adó</li> </ul> <p><b>Finanszírozás</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tőke kölcsönzése kulturális projektek számára</li> </ul>	<p><b>Eszközök és programok tervezése</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturális tőkével foglalkozó projekteket előnyben részesítő közösségfejlesztés</li> <li>Inkluzív zónák kialakítása a megfizethető lakásokhoz való jobb hozzáférés érdekében</li> <li>A fejlesztési értéktöbbletből vagy fejlesztési díjakból kulturális létesítmények fejlesztésének támogatása</li> <li>Megfizethető lakástulajdonra vonatkozó szabályok és stratégiák kidolgozása</li> <li>A kulturális létesítmények ökoszisztémájának feltérképezése</li> </ul> <p><b>Kulturális létesítmények tervének kidolgozása</b></p> <p><b>Szabályozás</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A szabályozás és az engedélyezési folyamat modernizálása</li> <li>A körzetek felosztásának felülvizsgálata a kreatív foglalkoztatás támogatása érdekében</li> </ul>	<p><b>Önkormányzati tulajdonú/üzemeltetésű létesítmények</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kulturális létesítmények birtoklása és üzemeltetése</li> <li>Kihaszíratlan önkormányzati ingatlanok bérbeadása kulturális nonprofit szervezeteknek a piacon alacsonyabb áron</li> </ul> <p><b>Társadalmi célú ingatlanok</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Az ingatlanokat társadalmi célból üzemeltető szervezetek létrehozása</li> <li>Térteremtő kezdeményezések támogatása</li> <li>A megfizethető lakások művészeti fókuszú kiadásának támogatása</li> <li>Közösségi területkezelés fejlesztése és támogatása</li> <li>Társadalmi célú ingatlanhálózat létrehozása és támogatása</li> </ul>

<sup>7</sup> Ibid.

FORRÁSOK ÉS FINANSZÍROZÁS	TERVEZÉS ÉS SZABÁLYOZÁS	TÉRFEJLESZTÉS ÉS HOZZÁFÉRÉS
<p><b>Finanszírozás</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tőkekölcson kulturális terek fejlesztésével foglalkozó nonprofit szervezetek számára</li> <li>Az adóbevételekből a kulturális fókuszú felújítási projektek támogatása</li> </ul>	<p><b>Eszközök és programok tervezése</b></p> <p><b>Szabályozás</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A kulturális helyszínekkel szembeni ellenséges hozzáállást csökkentő szabályozások</li> </ul> <p><b>Összehangolás</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A szolgáltatások közötti koordináció javítása</li> <li>Útmutató a tervezéshez és a fejlesztéshez a kulturális terek fejlesztői számára</li> </ul>	<p><b>Fejlesztési együttműködések támogatása</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Társadalmi közbeszerzés: a felesleges területeket azzal a feltétellel adják el, hogy ott kulturális létesítményt kell létrehozni</li> <li>Megállapodások közvetítése magán és társadalmi célú ingatlanok között</li> </ul> <p><b>Kerületek, területek, negyedek és körzetek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kreatív klaszterek fejlesztését célzó stratégia kialakítása</li> <li>Kulturális létesítmények beágyazása a fő felújítási és fejlesztési projektekbe</li> </ul>

A világ kulturális negyedeit és intézeteit tömörítő nemzetközi szervezet (Global Cultural Districts Network) megbízásából készült tanulmány 32 nagyváros példáján vizsgálta a kulturális negyedek kormányzási (governance) stratégiáit.<sup>8</sup>

A kutatás többek közt a negyedek városban betöltött szerepéről, irányítási struktúrájáról kérdezte a vezetésével megbízottakat, a városrészek legfontosabb érintettjeit.<sup>9</sup> A formális irányítási struktúrától függetlenül a kulturális körzetek nagy része a láto-

<sup>8</sup> Doeser – Marazuela (2018)

<sup>9</sup> Ibid. p. 13.



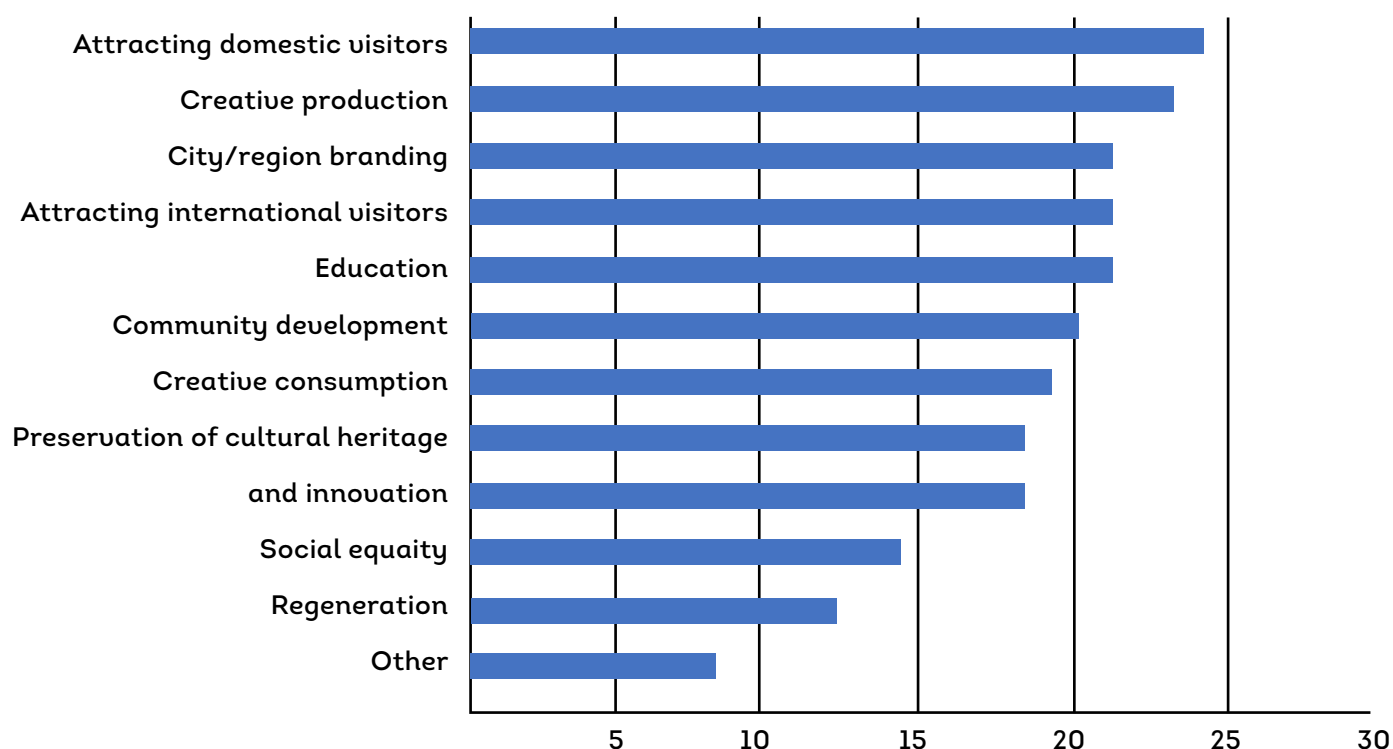
gatószám növelése és kulturális programok koncentrációjának növelése mellett köteleződött el. A közterek eseményekkel vagy műalkotásokkal való kulturális fejlesztését célzó negyedek is gyakran említették az üzleti tevékenység, az innováció és a vállalkozói szellem ösztönzésének fontosságát.

A válaszok alapján a kulturális negyedek célja gyakorisági sorrendben:

- A helyi lakosok bevonása
- Kreatív termelés ösztönzése
- Város/régió márkájának erősítése
- Külföldi látogatók bevonása
- Oktatás
- Közösségfejlesztés
- Kreatív fogyasztás ösztönzése
- A kulturális örökség megőrzése
- Vállalkozás és innováció
- Társadalmi egyenlőség
- Kikapcsolódás

## KULTURÁLIS NEGYEDEK FUNKCIÓJA 6 VILÁGVÁROSBAN

What are the functions of your cultural district?



## KREATÍV NEGYEDEK IRÁNYÍTÁSI MODELLJEI VILÁGSZERTE<sup>10</sup>

- Nonprofit szervezet
- Kormányzati szervezet
- Éves tagsági díjat fizető tagok
- Húzóintézmény (a kulturális kerület energiái főként egy szervezettől származnak)
- Public private partnership
- Ingatlantulajdonosok által működtetett
- Innovációs negyed
- Kerület Vállalat
- Üzletfejlesztési körzetek (Business Improvement District)
- Ad hoc (nincs jogi struktúra, hanem önkéntesekből álló tanácsadó testület felügyeli)
- Szövetkezet vagy alapítvány
- Magánkezdeményezés

Legtöbb válszadó egynél több jellemző struktúrát is megjelölt, hiszen a kreatív negydek irányításának nincsen egyetlen modellje, mégis látszik, hogy melyek a leggyakoribb típusok.

Számos történet ismert olyan kulturális körzetekről, melyek elvesztik a fókuszot, ebből fakadóan a gazdasági és kereskedelmi erők veszik át felettük az irányítást, melyeket képtelenek hatékonyan szabályozni.

A KVK szempontjából is fontos lenne a fentiek alapján meghatározni a 3 legfontosabb célt és irányt, amellyel az itt formálódó aktív közösség is azonosulni tud.

A kreatív negydek legfrissebb szakirodalma a hierarchiák és a szektorok közti olyan hálózatos irányítási modellt támogat, amely rendkívül együttműködő és gyorsan képes reagálni a városlakók és a társadalom aggályaira<sup>11</sup>. Ez policy szinten is változást kíván, a hatalom decentralizálásának szükségességét, és a helyi közösségek felé történő nyitást, illetve a polgárok szintjén a demokratikus elköteleződés ösztönzését.

---

<sup>10</sup> Ibid. p. 13.o.

<sup>11</sup> Kat Hanna (2016): 4.o.

Ennek kialakítását a szakirodalom szerint 3 tényező támogathatja:

- Átjárhatóság (az épített környezet és az azt körülvevő környék, természeti környezet között)
- Megengedő hozzáállás (a közterekhez való hozzáférés és az itt zajló tevékenységek sokszínűségének támogatása)
- Programozás (inkluzív projektek és a közösség proaktív részvétele)

Az önkormányzat jelenlegi elköteleződése, és a közösség aktív részvétele alapján egyaránt úgy látjuk, hogy az akcióterületen Budapesten egyedülálló módon van esély egy hálózatos szerveződésű, a fenti elveket figyelembe vevő működési modell kialakításához. A fő irányok és közösséggel való együttműködés formájának meghatározásához azonban az önkormányzatnak kell vezető szerepet vállalni a párbeszéd megtartása mellett.

## 7.1. INGATLANGAZDÁLKODÁS

Az önkormányzati lehetőségek meglehetősen limitáltak, nem lehet differenciálni a területek között a kerületen belül, az önkormányzatnak nincs befolyása a bérleti díjakra.

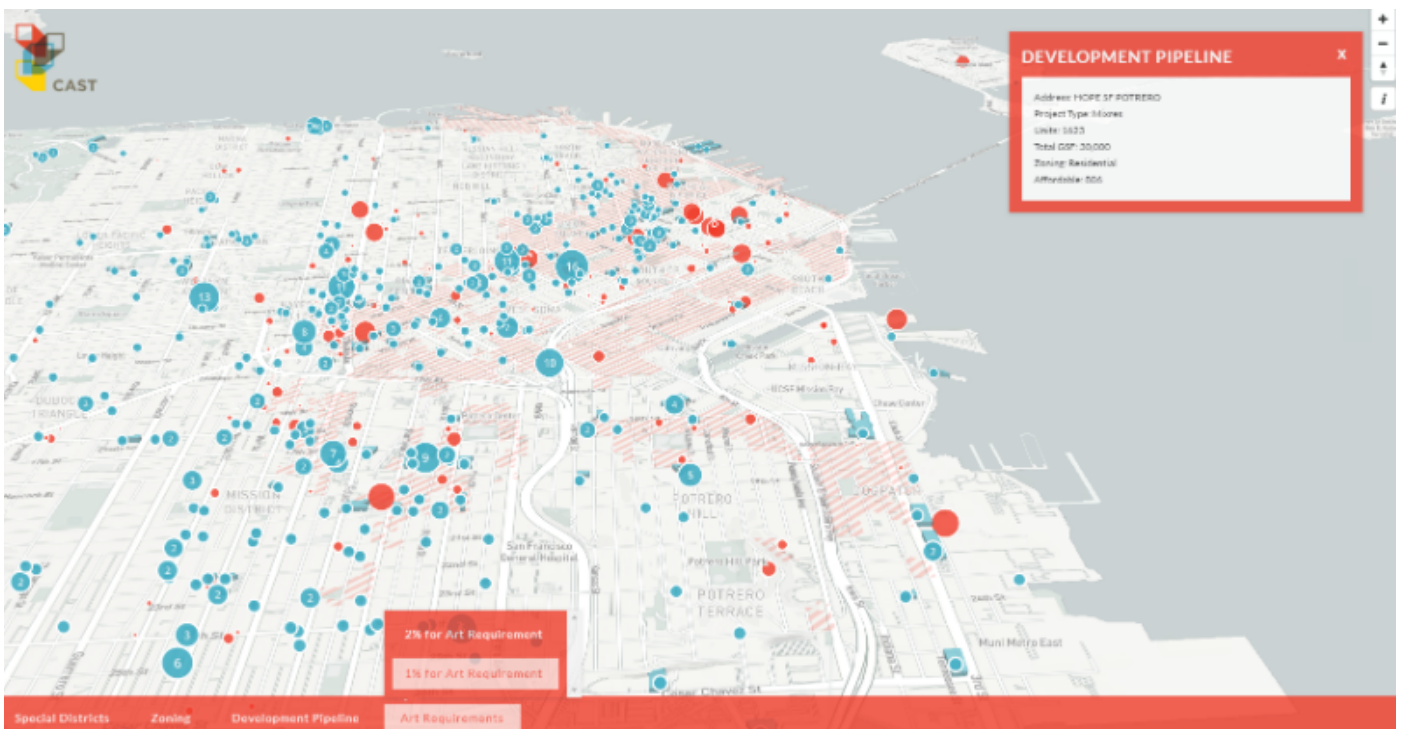
Az önkormányzat számára az alábbi eszközök állnak rendelkezésre:

- segítségnyújtás az engedélyeztetésben
- önkormányzati lakások kulturális szereplőknek való biztosítása
- további ingatlanok felvásárlása
- KVK akcióterület kibővítése
- nyitvatartás szabályozása
- köztér-megújítás
- városképi kontroll a lakásleválasztások ellen (V. kerületi példa alapján)
- településképi arculati kézikönyv által

## COMMUNITY ARTS STABILIZATION TRUST

(CAST, Közösségi művészeti szövetség), San Francisco

Az ingatlanpiac izzik San Franciscóban, többek között azért, mert ez a város az információs technológia központja. A Közösségi Művészeti Szövetség (CAST) a köz- és magánszféra partnerségén alapul, amely a „bérlőlől tulajdonos” modell alapján a piaci ár alatt adja el vagy adja ki az ingatlanokat nonprofit művészeti szervezeteknek. A CAST a tökeigényes működési modelljéből fakadó kihívások ellenére is sikerrel vetette meg a lábát a piacon, és a kulturális szervezetek, a magánfejlesztők és az ingatlantulajdosok is bizalommal fordulnak hozzá.



© Community Arts Stabilization Trust Facebook

## → KREATÍV TEREK ÉS ÉPÍTETT KÖRNYEZET

(Creative Spaces and the Built Environment), Sydney

Sydney építésre és tervezésre vonatkozó jogszabályai nem tartanak lépést a modern kreatív szektorral. Létrejött egy multidiszciplináris csapat, amely a szabályozás megreformálásához készít javaslatokat. A projektnek két célja van. Egyrészt szeretnék megérteni a kreatív kisvállalkozások igényeit – milyen típusú épületekre van szükségük, milyen piaci körülmények között dolgoznak, hogyan használják a teret. Másrészt szeretnék megtalálni Sydney város politikai eszközeit, és felhasználni ezeket arra, hogy megkönynyítsék a teret kereső kreatív vállalkozások életét.



© Sydney Város Önkormányzata



## **7.2. KÖZTERÜLET-HASZNÁLAT ÉS KÖZLEKEDÉS**

A téma sajátossága az erős ellentétek jelenléte, hiszen bármilyen irányba mozdulunk el, valakinek negatívan fogja érinteni az érdekeit. A beszélgetések során átfogó témák és ötletek ugyanúgy felmerültek, mint apró részletek, könnyen korrigálható hibák.

### **7.2.1. RUGALMAS MEGOLDÁSOK ÖSZTÖNZÉSE A PARKOLÁS KÉRDÉSÉBEN**

Az online kérdőívben gyakran említett, és az interjúkon kivétel nélkül felmerülő téma a parkolás illetve az autós forgalom újragondolása esetében elsőként a preferenciák felmérése, a probléma jobb felismerése, tévhitek eloszlatása szükséges. A parkolási problémák orvoslására javasolt a látens kereslet kizárása, az ingyenes parkolás megszüntetése, a lakossági engedélyek alul árazásának korrekciója (különösen a második autóra), szociális kedvezmények megtartásával. Szükséges a rugalmasabb megoldások ösztönzése, például rövid idejű, logisztikai célú parkolóhelyek kialakításával, üzleti és lakossági használhatósággal, taxi drosztok megszüntetésével, csökkentésével.

### **7.2.2. FORGALOMCSILLAPÍTÁS**

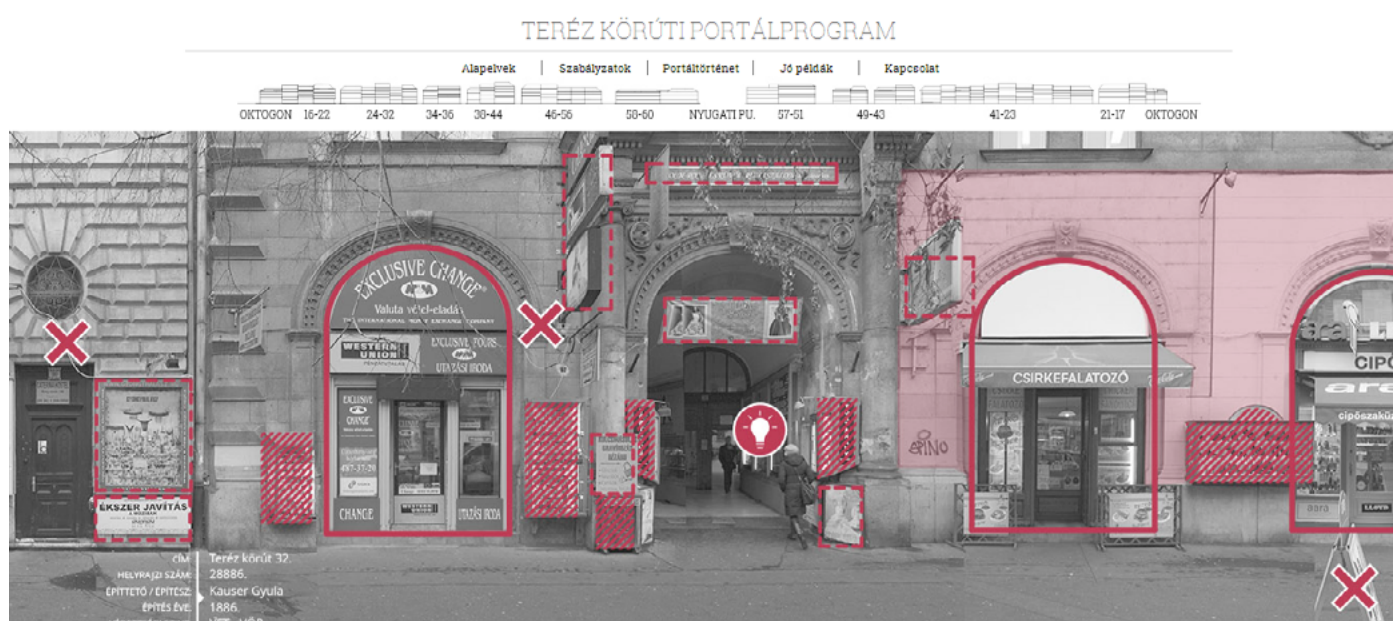
A forgalom sebességének csillapítással a kreatív szereplők által preferált biztonságosabb, otthonosabb környezet, de a maival megegyező átmenő kapacitás (más útvonalak keresésére ösztönzés) érhető el. Az átmenőforgalom kezelése egyrészt a forgalom problémás helyekről való kizárása (pl. Bertalan Lajos utca használata a Karinthy Frigyes út helyett délutáni csúcsforgalomban) vagy teljesen sétáló, vagy csillapított zónák létrehozásával (Bertalan Lajos u., Bercsényi u. stb.) érhető el. Itt megoldásként felmerül még a szakaszolt, csúcsidőn kívüli lezárás, vagy a hétuégi, vagy a Szabadság-híd zárás-hoz igazodó lezárás, illetve aszimmetrikus zárás (forgalom a sín egyik oldalán két irányban, másik oldal csak gyalogos használat).

### **7.2.3. PORTÁLPROGRAM LÉTREHOZÁSA**

Az egységes arculat kialakítása érdekében javasolt egy portálprogram létrehozása a megfelelő városképért (kézikönyv, terutanács, erősebb jogosítványok, ösztönzők, támogatások), az üzlethelyiségek, utcai irodák, műhelyek utcához kapcsolása - rugalmas szabályozással nem kereskedelmi kiülős helyek (pl. fodrász, galéria stb.). Ezzel kapcsolatban kiemelten fontos az önkormányzati - bérlő tulajdonosi együttműködéssel a helyi "gazdák" bevonása az ingatlanok előtti területek fenntartásába, üzemeltetésébe (utcabútorok, zöldfelületek, köztisztaság stb.).

## → NAGYKÖRÚT PORTÁLPROGRAM, Budapest

Budapest Főváros Önkormányzata megbízásából készült honlap segítséget kíván nyújtani a nagykörúti üzletportálok építészeti értékeinek és arculatának jobb tételéhez. Ehhez a körutat alapvetően meghatározó történeti építészet és a mai kor kereskedelmi igényeiből fakadó ellentmondások feloldására van szükség. Az oldalon megtalálható fotódokumentáció tartalmazza a körút mind a 250 házának földszinti üzletsorát, kiegészítve a fővárosi és kerületi szabályozások összesített szempontjai alapján végzett elemzéssel, amely a földszinteken, kapualjakban és portálokon megjelenő szabálytalanságokat jelöli. Az elemzés a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Középülettervezési Tanszékének vezetésével készült.



© Nagykörút Portálprogram

### 7.2.4. PLACEMAKING - KREATÍV TÉRALKOTÁS

Az angolszász kultúrkörben elterjedt köztéralkotási elmélet, illetve módszertan szerint a jól működő városi közterek megalkotásában, használatában elengedhetetlen a lakosok, használók aktív közreműködése, mind a tervezésben, működtetésben. Az akcióterületen számos lehetőség adódik a placemaking módszer megvalósítására az egységes utcabútor programtól, a kis-léptékű kreatív beavatkozásokig, térinstallációkig.

Ehhez külön előny olyan kreatív alkotócsoportok jelenléte az akcióterületen, mint a S39 Hybrid Design, B-teru csoport, Eleven Blokk Művészeti Egyesület. Az itt dolgozó design



szcénát megszólításra terülyázat kiírását javasoljuk. Ehhez adja magát a kerékpársávvá nyert fél-másfél méteres hely hasznosítása járda szélesítésével vagy zöld sáv kialakításával. A visszajelzések alapján szükség lenne nagy mennyiségű kerékpártárolók kialakítására, valamint úgymaradt helyek és dolgok rendezése (sosem használt telefonfülkék), éhhetetlen terek takarítása, üzemeltetése, közösségnek való visszaadása (pl. Gárdonyi téri padok).



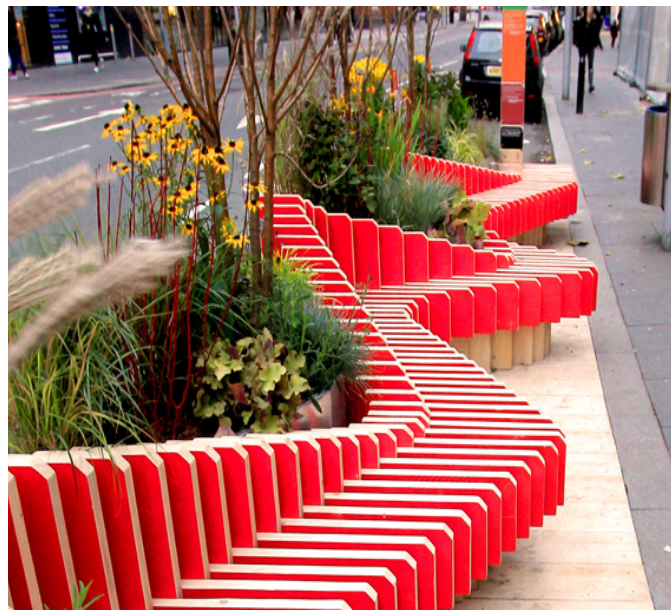
© San Fransisco Bike Coalition



© Philip Halling



© Minneapolis Institute of Arts



© WMB Studio



## → LONDON FESTIVAL OF ARCHITECTURE, London

*A Londoni Építészeti Fesztivál 2019-es témája (akadálymentes város) közvetlenül kapcsolódik Londonhoz is, ezért idén először a fesztivál keretében fiatal londoni építésznek, designereknek, hallgatóknak szóló pályázatot írtak ki köztéri padok tervezésére. A padok amellet hogy színesítik a városképet, a fiatal építészeti és designer szcéna bemutatkozási terei is.*



© London Festival of Architecture



## → BRÓDNO SZOBORPARK, Varsó

*Bródno a város leszakadt, keleti részén fekszik, ahol kevés kulturális intézet található, és a művészeti tevékenységeknek nincs nagy hagyománya. A park célja, hogy több kultúra jusson a folyó keleti oldalára is. 2009 óta a projekt megpróbálta a Bródno Parkot szabadtéri kortárs művészeti galériává alakítani, úgy, hogy közben megőrizze annak rekreációs jellegét. A projektet a művész Paweł Althamer vezette, és részt vett benne a varsói Modern Művészeti Múzeum, (amely a folyó másik oldalán helyezkedik el,) Varsó város és a Targówek kerület helyi hatóságai is. A 'Bródno polgárai' projektben 150 ember közösen készített egy új szobrot, ezzel ünnepelve meg, hogy Bródno 100 éve vált Varsó részévé.*



## **7.2.5. JAN GEHL-FÉLE KÖZTERÜLETI FELMÉRÉS**

A közterületi felmérés a tereken zajló közösségi életre fókuszál, amely vizsgálata túlmutat a már több helyen alkalmazott forgalomszámláláson vagy az ingatlanuagyon számbavételén. Az ún. public life data ismerete (pl. egy-egy tér funkcióinak feltérképezése, az áthaladó/egy helyben lévő emberek viselkedésének felmérése) elengedhetetlen a megfelelő döntéshozatalhoz. A felmért adatok segítségével többek között mérnöki modelleket alkottak, illetve design és beruházási döntéseket hoztak meg. A több tíz éves kutatási múltra alapozó metódust több száz városban alkalmazták sikeresen az elmúlt években.

A köztérhasználati felmérés során Jan Gehl módszertana alapján több “eszköztár” is rendelkezésünkre áll, hogy részletes képet kapjunk az adott tér lokális szerepéről. Ezen módszerek közül három csatolt sablon munkalap felhasználásával ajánljuk.

### ***Helyszíni eszközlétár (place inventory)***

Ez az eszköz a helyszínen elhelyezkedő fizikai objektumok felmérésére szolgál, illetve a helyszínen való szabadidő eltöltésére ösztönző erejüket vizsgálják. Nincs meghatározott ideje a felmérésnek, amennyiben nagy a lefedendő terület, szükséges lehet a helyszín alapos körbejárása.

A munkalap két részből áll, egyik része a meglévő térképen különböző objektumok feltüntetése (pl. ülőalkalmatosságok, növények, árnyékolók, biciklitárolók, hulladékgyűjtők stb.). A második része a felmérést végző személy belső intuícióna támaszkodó kérdőív, amelyben az adott térről alkotott első benyomását fejtheti ki megadott kérdések alapján (pl. van-e olyan terület, ahol lehetőségünk nyílik hosszabb időtöltésre).

### ***Egy helyben lévő/állomásozó személyek számlálása (stationary activity mapping)***

Az egy helyben lévő emberek térképezése egy fénykép készítéséhez hasonló, ahol egy pillanat alatt lencsevégre kapható a helyszínen végzett összes tevékenység. Nem köthető előre meghatározott időtartamhoz, akár 5 másodperc is lehet, de 20 percet is igénybe vehet a helyszínen időt töltő emberek mennyiségétől függően. A téren határain belül tartózkodó embereket aszerint kategorizáljuk, hogy milyen tevékenységet végeznek (pl. álló, ülő, fekvő, mozgó), illetve ezeket térképesen is megjelenítjük.

### **Mozgó emberek számlálása (people moving count)**

Ez az eszköz az adott területen áthaladó gyalogosok és kerékpárosok számát rögzíti. A különböző mozgásformák által kategóriákba soroljuk a téren áthaladó embereket (pl. sétáló, futó, mozgáskorlátozott, guruló, kerékpáros stb.), majd ezeket az előre megadott térképen ábrázoljuk. (**Melléklet 7.1., 7.2., 7.3.**)

## **7.3. KOMMUNIKÁCIÓ**

### **7.3.1. BRANDÉPÍTÉS ÉS EGYSÉGES ARCULAT KIALAKÍTÁSA**

A közösség véleménye szerint a mainál mélyebb, átfogóbb és konzisztensebb brand és egységes arculat kialakítására van szükség. A Bartók Béla Boulevard márka ismert, de szűken definiált, kevés szereplőt és programot érint, nem épít a környék egészére. Ez nem feltétlenül probléma, csak hangsúlyozni kell akkor külön a kiterjedését, illetve az akcióterület ilyen értelemben képviselés nélkül marad továbbra is.

Fontosabb dimenzióként felmerült egyrészt, hogy az itt összeálló tartalom épít a tradícióra, de kortárs módon újragondolva, erre a jellegzetességre érdemes stratégiai-  
lag alapozni. Másrészt elmondható, hogy az itt megvalósuló kultúra inkább elit, felső középosztály jellegű, amit nem kizáró módon, megfelelően lehet kommunikálni, illetve a programok esetében is érdemes tudatosítani.

Az egységes arculat frissítése, bővítése, másképpen fogalmazva kialakítása mindenképp szükséges lenne, ami akár meghívásos pályázat útján is megvalósítható. Az alapvető elemek mindenképp az online és offline (jelzőtáblák) felületek, arculati kézikönyv. A projekt tapasztalatai alapján egyértelműen látszik, hogy az érintettek aktív, tartalmi, konstruk-  
tív részvétele ebben a folyamatban teljesen reális, erre építeni tehát mindenképp érde-  
mes. Pozitív példaként hozható az elmúlt időszakban hasonló területen Kaposvár város  
arculata, amely az itt elvárható minőségben valósult meg, és alkalmas arra, hogy a ma-  
gyar városok viszonylatában a konkurensok közül egyértelműen kiemelkedjen.

### **7.3.2. KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNÁK KIÉPÍTÉSE**

A kommunikációs csatornák kapcsán két lényeges cél egyértelműen azonosítható, me-  
lyek összefüggnek, és részben hasonló erőforrások alapján kiszolgálhatók. Egyrészt  
alapvető igény a potenciális célközönség elérésére irányuló kommunikációs platformok

lehetőségeinek jó kihasználása. A célközönség elérése több eszköz egyidejű alkalmazásán keresztül valósulhat meg.

Az offline hirdetési felületek esetében például jó eszköz lehet plakátok kihelyezése a havi programokról az akcióterület több pontján (akár kirakatokban), vagy egy egyszerű programfüzet megjelentetése heti-kétheti rendszerességgel. Az online felületeknél szükséges lenne egy hetente kiküldött hírlevél, amelyben a szereplők az aktuális rendezvényeiket egy adatlap kitöltésével küldhetik el (önkormányzati támogatással), illetve az interaktív térkép kiegészítéseként applikáció fejlesztése, amely az aktualitásokat is megjeleníti, követi a frissítéseket, nem veszti el érvényességét, és mindig elérhető.

A másik fontos kommunikációs irány a kulturális- és kreatívipari szereplők közötti kommunikációt, illetve a közös célokat az önkormányzat irányába képviselő szervezet feladatait érinti. Itt offline eszközként alkalmasak lehetnek a fenti, elsősorban a célközönség számára készülő tartalmak is, de ennél jóval fontosabb és hatékonyabb lehet a személyes találkozás és az online elérések.

A személyes formák között hasznos lenne személyes találkozók szervezése a szereplőknek, akár önkormányzati támogatással, vagy alulról jövő szerveződéssel. Ennek több formája működhetne párhuzamosan, így pl. évente egy nagy részvételi arányú találkozó, ezen felül 3-9 kisebb találkozó, ahol az aktuális események (pl. Eleven Tavasz/Ősz) részleteit lehet megbeszélni, továbbá eszközt teremt az együttműködésekhez, de ugyanígy elképzelhető tematikus módon, vagy egy-egy szakmai területet összefogó kisebb találkozók szervezése.

Az online platform talán a leginkább szükséges forma, ahol a tagoknak lehetőségük nyílik az akár napi-heti szintű kapcsolattartásra, illetve ennek részeként egy olyan hírlevél, amely a célközönségnek szolgáló tartalmakat pontosabban, belső szereplők számára célirányosan osztja meg (így pl. lehet erősebb fókuszot adni, egy ilyen felületen ki lehet emelni jobban szubjektív ajánlásokat, vagy pl. belső kedvezmények nyújtásával lehet ösztönözni a területen belüli kohézió erősödését is akár).

### **7.3.3. TÉRKÉP TOVÁBBFEJLESZTÉSE, FENNTARTÁSA**

A térképezés hosszú távú folyamat, amely fokozatosan kiterjeszti és elmélyíti a közösségi erőforrásokkal kapcsolatos információkat. A naprakész adatbázisok fenntartásának kulcsa, hogy több egyén és érdekelt fél számára is lehetővé tegye az információk

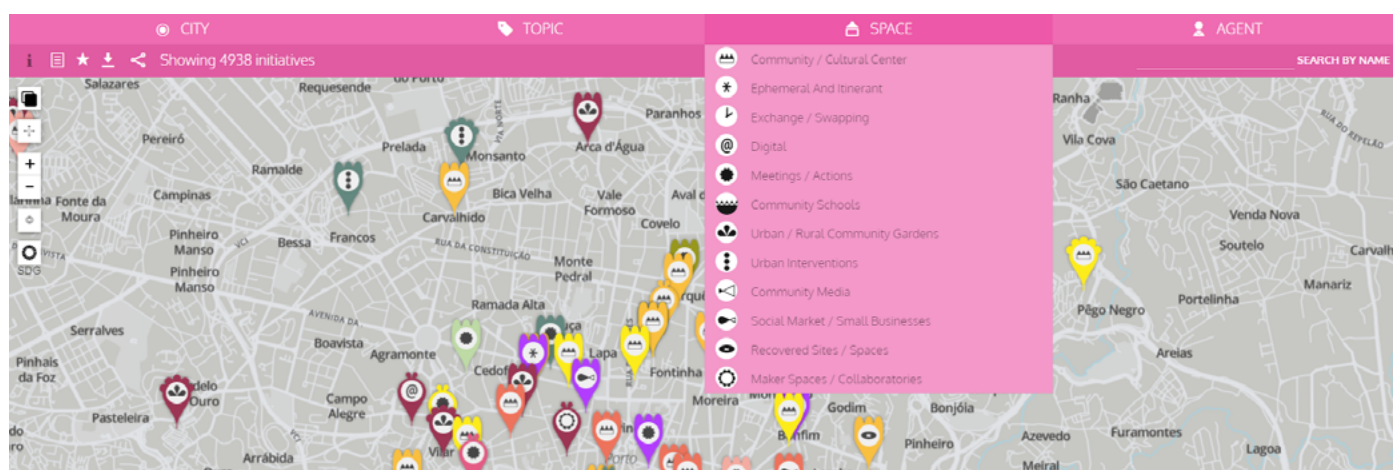




## VIVERO DE INICIATIVAS CIUDADANAS

állampolgári kezdeményezések feltérképezése és támogatása, Madrid

A *Vivero de Iniciativas Ciudadanas* platform madridi állampolgári kezdeményezéseket segít. Az *Estudio SIC* építésziroda által alapított platform feltérképezi és összekapcsolja a város különböző negyedeit formáló civil kezdeményezéseket, és segít meghatározni az erősségeiket és gyengeségeiket. Alulról jövő kezdeményezésként indult, de kapcsolatban áll a városi tanáccsal is, amely fel kívánja karolni az állampolgári kezdeményezéseket és szorosabb kapcsolatokat igyekszik kiépíteni a civil szektorral. A városi tanács támogatni akarta ezt a kutatást, ezért készítették el a térképet: a papíralapú változatban nagyjából 100 kezdeményezés szerepel, a *civics.es* digitális felületen pedig további 400, így ezek a nagyon különböző tevékenységek mind összekapcsolódnak.



© CIVICS Impulsa Tu Ciudad

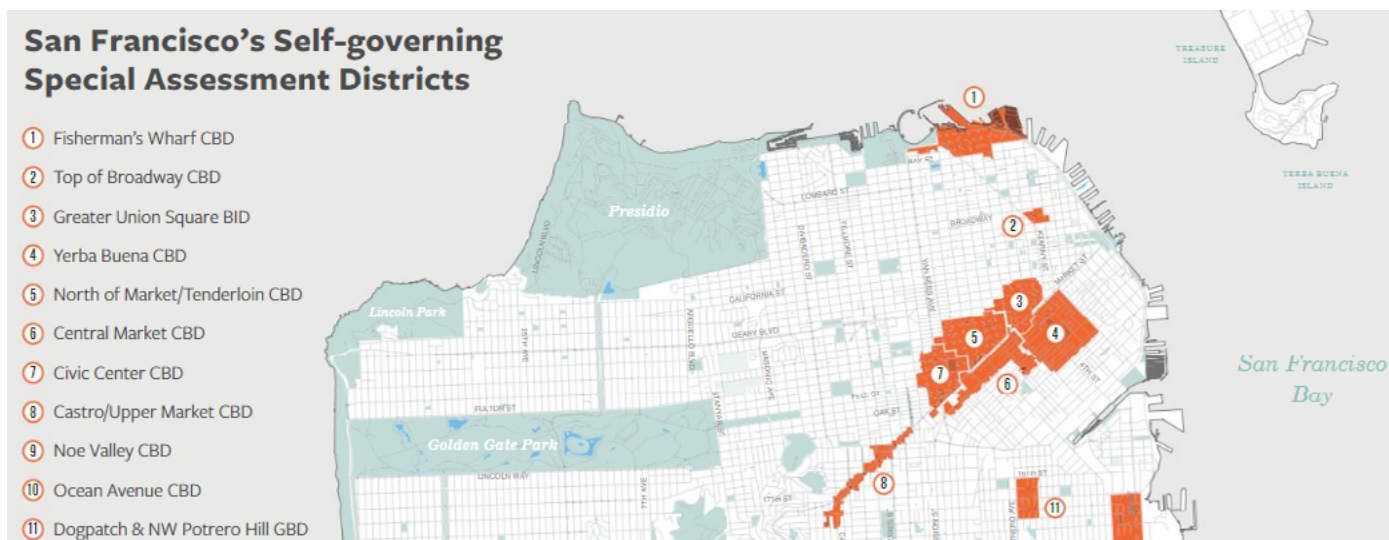
## 7.4. UTCAMENEDZSER FELADATKÖR

A felmérés tapasztalatai azt mutatják, hogy szükség van egy olyan érdekképviseleti szervezetre, mely tágabb környezetben, több szereplőt foglal egységbe. A szervezet szabad belépési lehetőséget biztosítana azon vállalkozásoknak/szervezeteknek, amelyek a kulturális- és kreatíviparban tevékenykednek az akcióterületen. Ez a jelen felmérés részeként fejlesztett és a jövőben jól karbantartott adatbázis alapján könnyen szűrhető lenne. Az egyesület tagsági díj mértékének újragondolása lehetőséget teremtene a fentiekben felvázolt utcamenedzseri feladatkör finanszírozására az önkormányzat támogatásával. Közös események esetén javasolt továbbá a szereplők (tagok és az akcióterületen tevékenykedő egyéb szervezetek) bevonása a tervezési folyamatba.

## → KÖZÖSSÉGI ELLÁTÁSI KÖRZETEK

(Community Benefit Districts)<sup>12</sup>

Az üzletfejlesztési körzetek (*Business Improvement District*) modelljéhez hasonló, az Egyesült Államok városaiban jellemző rendszer. San Franciscóban például 11 db ilyen körzet működik. Létrehozását és működését az önkormányzat rendeletben szabályozza, külön erre a célra létrehozott alapból finanszírozza. Jellemzően egy nonprofit szervezet hoznak létre a működtetésére, a közösség által választott igazgatótanáccsal működik. A szervezet létrejöttéhez a közösség legalább 30%-os támogatása szükséges. A szervezet működési szabályzatát és éves tervét a közösség javaslatai alapján, többségi szavazással fogadják el. Feladatai közé tartozik a közterek karbantartása, felügyelete, melyen több csapat dolgozik. A léptéket érzékeltetendő, a közterek tisztaságáért felelős csapat például napi és havi feladatbontásban foglalkozik a járdák tisztántartásával, szemétszedéssel, frissítő festéssel, zöldfelületek rendben tartásával. Gyakori, hogy a rászorulókat segítő jótékonyági nagyköveteket foglalkoztatnak a környéken. A szervezet lehetővé teszi kiegészítő rendőri felügyelet finanszírozását. A feladatai közé tartoznak továbbá a környezetbarát közösségi programok szervezése (zöldítési programok, szemétszedési akciók, faültetések szervezése).



© <https://publicspacestewardship.org>



## → ÉLŐ TÉR (ŽIVÉ NÁMESTIE), Pozsony

A Régi Vásárcsarnok Egyesületet (Aliancia Stará Tržnica, AST) 2012-ben alapította tizenegy szakértő. Az alapítók elégedetlenek voltak a pozsonyi Régi Vásárcsarnok történelmi épületének állapotával. Célul tűzték ki, hogy városi központtá alakítsák a csarnokot, ahol piactér működhet, kulturális eseményeket rendezhetnek, és értékes szolgáltatásokat nyújthatnak a helyiek és a turisták számára, miközben anyagilag a város költségvetésétől függetlenek maradnak. 2013. júniusában az AST és Pozsony város bérleti szerződést írt alá, és a Régi Vásárcsarnok Egyesület átvette az épület vezetését. Az Élő Tér kezdeményezés az egyesület munkájának következő állomása volt. A vásárcsarnok épülete urbanisztikai szempontból szorosan kapcsolódik a közvetlen környezetéhez, és az épület vezetését, nem meglepő módon, érdekli, milyen állapotban van ez a környezet. Az egyesület két építésziroda, illetve egyéb szakértők közreműködésével nagyszabású kutatásban vizsgálta a tér jelenlegi helyzetét. Pozsony főváros önkormányzata és a szlovák kormányral szintén részt vett a projektben. A munka során egyeztettek más érintettekkel, szakértőkkel, helyi lakosokkal és a városba látogatókkal. A tanulmány célja az volt, hogy a pozsonyi SNP teret (Szlovák Nemzeti Felkelés teret) és a Kamenné teret egységesítsék és felújítsák, amely, így újjászületve, jó példája lehet majd a jól működő és hozzáférhető városi térnek. Végeredményben a tereket a városi egyesület és a téren működő legfőbb érintettek közösen fogják vezetni. Az egyesületnek szem előtt kell tartania a köztér érdekeit, ideértve a működtetését, karbantartását és a tér programjának alapvető megtervezését. A téren található bútorzat tisztántartását és javítását a napi visszajelzések alapján végzi majd.

### Let's unify the square

The analysis shows that there are 61 different types of objects and furniture, including: 16 kinds of flower pots, 7 kinds of waste bins, 5 types of cycle stands, 7 seating types, 13 types of barriers, 8 types of information boards and 5 kiosk types. Part of it would be good to remove altogether and another part would be good to replace or move elsewhere, which would reduce the number of types of furniture from 61 to 12 standard types. This would create a more harmonious space in the squares.



08

**FELHASZNÁLT  
IRODALOM**



**Batta Barnabás – Szandrocha Kamilla:** [\*Hazai design üzleti szemmel - Helyzetértékelés és sikeres modellek.\*](#) Budapest, MITTE Communications, Central European Investment Services. (Letöltve: 2018. augusztus 08.)

**Borsi Balázs – Viszt Erzsébet:** [\*A kreatív és kulturális ágazatok \(CCI\) szerepe és növekedési lehetőségei a Budapest Metropolisz gazdaságában.\*](#) Budapest, GKI Gazdaságkutató Zrt., 2010. (Letöltve: 2018. augusztus 30.)

Department of Culture Media and Sport: [\*Creative Industries Economic Estimates.\*](#) London, UK Government, 2015. (Letöltve: 2018. szeptember 30.)

**Doeser, James – Kim, Anna Marazuela:** [\*Governance Models for Cultural Districts.\*](#) Global Cultural Districts Network, 2018. Letöltve: 2019. február 01.)

EURES Consulting Kft., Dél-Dunántúli Kulturális Ipari Klaszter KKI Egyesület, Pécs Kreatív Ipari Érdekcsoport: [\*Pécsi Kreatív Ipari SWOT elemzés.\*](#) Pécs, Kulturális Innovációs Kompetencia Központ Egyesület, 2011. (Letöltve: 2018. augusztus 30.)

**Fleming, Tom:** [\*Cultural and creative spillovers in Europe.\*](#) Tom Fleming Creative Consultancy, 2015. (Letöltve: 2018. július 12.)

**Gályász Anett – Dr. Gályász József:** [\*A kreatív ipar mérésének és elemzésének módszertani problémái.\*](#) Közép-Európai Közlemények, 2011, (III. évf.) 5-6. sz. 294–301. (Letöltve: 2019. február 01.)

**Ghiraldi, Lia:** [\*Making the most of cultural and creative resources - The Mapping and Strategy Building Handbook for Creative Towns and Regions.\*](#) Culture and Creativity, London, 2017. (Letöltve: 2018. július 12.)

**Kat, Hanna:** [\*Spaces to Think: Innovation Districts and the Changing Geography of London's Knowledge Economy.\*](#) Centre for London, London, 2016. (Letöltve: 2019. február 01.)

KEA European Affairs: [\*Measuring economic impact of CCIs policies - How to justify investment in cultural and creative assets.\*](#) KEA, Brüsszel, 2012. (Letöltve: 2018. február 20.)

**Keresnyei Krisztina – Egedy Tamás:** [\*A pécsi kreatív osztály helyzetének értékelése statisztikai és empirikus kutatások alapján.\*](#) Tér és Társadalom (30. évf.) 1. sz.  
(Letöltve: 2018. július 12.)

**Lhermitta, Marc – Perrin, Bruno – Blanc, Solenne:** [\*Cultural times: the first global map of cultural and creative industries.\*](#) United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, Ernst Young for International Confederation of Authors and Composers Societies, 2015. (Letöltve: 2018. július 12.)

**Marques, Léna – Richards, Greg:** [\*Creative districts around the world – Celebrating the 500th anniversary of Bairro Alto.\*](#) Breda, NHTV University of Applied Sciences, 2014.  
(Letöltve: 2019. február 25.)

**Power, Dominic – Nielsen, Tobias:** [\*Priority sector report: Creative and Cultural Industries.\*](#) Europe Innova European Cluster Observatory, 2011.  
(Letöltve: 2019. február 01.)

Research and Creative Metropolises Project team: [\*How to support creative industries? Good practises from European cities.\*](#) 2010. (Letöltve: 2019. február 01.)

SF Planning, The Streets Plan Collaborative, MJM Management Group: [\*Public Space Stewardship Guide. A toolkit for funding, programming and maintenance.\*](#) 2016.  
(Letöltve: 2019. február 01.)

**Woodley, Sophia – Jones, Tim:** [\*Making Space for Culture.\*](#) World Cities Culture Forum, London, 2017. (Letöltve: 2019. február 01.)

**Worpole, Ken – Knox, Katharine:** [\*The social value of public spaces.\*](#) York, Joseph Rowntree Foundation, 2007. (Letöltve: 2019. február 01.)

09

# MELLÉKLETEK



## 9.1. KATEGÓRIÁK MEGHATÁROZÁSA

- DESIGN** ■ ————— Antikuitások  
————— Design üzletek  
————— Építészet  
————— Formatervezés  
————— Grafika  
————— Kézműesség

- 
- ELŐADÓ ÉS VIZUÁLIS MŰVÉSZETEK** ■ ————— Műtermek  
————— Egyéb előadóművészetet kiegészítő tevékenység

- 
- GASZTRONÓMIA, SZÓRAKOZÁS** ■ ————— Bárok  
————— Éttermek  
————— Kávézók  
————— Kézműves cukrászdák és/vagy pékségek  
————— Kézműves sörházak  
————— Szórakozóhelyek

- 
- KÖZÖSSÉG** ■ ————— Civil szervezetek  
————— Egyházi intézmények  
————— Fürdők  
————— Gyerekközpontok  
————— Közösségi irodák  
————— Közösségi terek  
————— Parkok  
————— Galériák  
————— Kiállítóterek  
————— Könyvtárak és levéltárak  
————— Múzeumok  
————— Színházak

**KULTURÁLIS,  
MŰVÉSZETI INTÉZMÉNYEK**

- Galériák
  - Kiállítóterek
  - Könyvtárak és levéltárak
  - Múzeumok
  - Színházak
- 

**OKTATÁS**

- Egyetemek/főiskolák
  - Iskolák
  - Művészeti iskolák
  - Óvodák
  - Egyéb (kulturális) oktatási intézmények
- 

**REKLÁM ÉS MÉDIA**

- Fényképészet
  - Film- és videógyártás
  - Könyvesboltok
  - Könyvkiadók
  - Rádió
  - Reklámipar (marketing, PR)
  - Újságírás
- 

**SPORT**

- Sportpályák, sportközpontok
  - Szabadtéri edzőtermek
- 

**SZOFTVERIPAR**

- Innovációkutatás
- Mobilapplikáció- és szoftverfejlesztés
- Weblapfejlesztés

## 9.2. HELYSZÍNI ADATFELVÉTELI ÍV

ZÓNA:  
Felmérés ideje:  
Felmérő neve:

### ÚJBUDA KVK FELMÉRŐ ADATLAP

<b>Név</b>	
<b>Főfunkció</b>	
Kategória	
Alkategória	
<b>Alfunkció</b>	
Kategória	
Alkategória	
<b>Weboldal</b>	
<b>Elérhetőség</b>	
Kontaktszemély	
Telefonszám	
Emailcím	
<b>Szolgáltatások</b>	
<b>Rövid ismertetés</b>	
<b>Cím</b>	
Irányítószám	
Út/utca/tér Házzszám, Emelet (Kapucsengő)	
<b>Tulajdonos</b>	
<b>Nyitva tartás</b>	
<b>Megjegyzés</b>	



## 9.3. ONINE KÉRDŐÍV

### Készül Újbuda kreatív közösségi térképe!

Feltérképezzük a Bartók Béla út és környékén dolgozó kreatív ipari vállalkozásokat, szervezeteket. Célunk a helyi szereplők közti együttműködések támogatása, a megosztható erőforrások megismerése.

A felmérést Újbuda Önkormányzatának megbízásából a Kortárs Építészeti Központ készíti. A részvétellel fontos visszajelzéseket adhat az önkormányzat felé, ötletei, javaslatai a következő időszak fejlesztési munkáját befolyásolják. Köszönjük, ha a kérdőív kitöltésével támogatja a munkát!

#### A PROJEKT HÁTTERE

Kulturális- és kreatívipari vállalkozások Szentimrevárosban és Lágymányoson

Újbuda önkormányzata úgy látja, hogy a jelenleg érvényben lévő Integrált Településfejlesztési Stratégiájával együtt az Újbudai Kulturális Városközpont (KVK) koncepció felülvizsgálata, társadalmi egyeztetése is szükségessé vált.

A KVK projekt eredetileg elfogadott célja egy kulturális főutca létrehozása, több kulturális, közösségi színtér kialakítása volt a Bartók Béla úton és környékén. A koncepció mentén funkcióbővítő városrehabilitációs fejlesztéssel mára kiépült a terület kulturális központja. A program célja, hogy egyediséget adjon Újbuda kulturális szempontból meghatározó városrészének, továbbá a kerületrészes egységes és áttekinthető rendszerre alakításával a lakói és használói számára vonzóvá, könnyen azonosíthatóvá váljon.

A Kortárs Építészeti Központ Újbuda Önkormányzatának felkérésére felmérést végez Budapest XI. kerületben, a kijelölt akcióterületen működő kreatívipari vállalkozások körében. A felmérés eredményei alapján egy interaktív térkép készül, amely elősegíti az akcióterületen belüli kapcsolatépítést és együttműködést.

A felmérés nem csupán a térkép elkészítését foglalja magában, az ősz folyamán több kiscsoportos interjút valósítunk meg, illetve nagyobb létszámú workshopokat szervezünk, amelyek a jövőben szintén segíthetik a szereplők közötti együttműködést. Az interjúalanyok visszajelzései alapján kialakított helyzetkép a XI. kerületi Önkormányzat további fejlesztési munkáját alapozza meg.

Részvételét köszönjük, számíthatunk véleményére!

Adatkezelési nyilatkozat:

[http://kek.org.hu/media/attachment/adatkezelesi\\_nyilatkozat.pdf](http://kek.org.hu/media/attachment/adatkezelesi_nyilatkozat.pdf)

\*Kötelező

### Alapadatok

Az alapadatok a kulturális- és kreatívipari szereplőket bemutató térképre kerülnek fel, a kitöltéssel hozzájárul ezek online megjelenítéséhez.

**1. Vállalkozás/szervezet neve \***

(Pl.: Kortárs Építészeti Központ)

---

**2. Vállalkozás/szervezet rövid ismertetése (max 500 karakter) \***

(Pl.: A KÉK – Kortárs Építészeti Központ független szakmai szervezet, melynek fő célja az építészet, az urbanisztika és az épített környezet kérdéseinek, ezek közösséghez való viszonyának napirenden tartása, megvitatása, bemutatása.)

---

---

---

---

---

**3. Vállalkozás/szervezet fő tevékenységi köre/körei (több válasz is lehetséges)**

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Kiskereskedelem
- Vendéglátás
- Non-profit tevékenység
- Alkotó-, művészeti, szórakoztató tevékenység
- Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység
- Mérnöki és építésmérnöki tevékenység
- Oktatás
- Reklám, piackutatás
- Kiadói tevékenység
- Könyvtári, levéltári, múzeumi, egyéb kulturális tevékenység
- Film, video, televízióműsor gyártása, hangfelvétel-kiadás
- Műsorösszeállítás, műsorszolgáltatás
- Egyéb: \_\_\_\_\_

**4. Vállalkozás által nyújtott egyéb szolgáltatások \***

(Pl.: coworking iroda, rendezvényhelyszín, projektgaléria)

---

---

---

---

---

**5. Mióta működik a vállalkozás az akcióterületen? \***

(Pl.: 2015)

---

## Elérhetőségek

Az elérhetőségek a kulturális- és kreatívipari szereplőket bemutató térképre kerülnek fel, a kitöltéssel hozzájárul ezek online megjelenítéséhez. Amennyiben ezek közül valamelyiket nem szeretné publikussá tenni, azt az utolsó kérdésnél jelezheti.

**6. Weboldal címe \***

(Pl.: [kek.org.hu](http://kek.org.hu))

---

**7. Kapcsolattartó neve**

---

**8. Kapcsolattartó telefonszáma**

(Pl.: 06201234567)

---

**9. Központi telefonszám (nyilvános) \***

(Pl.: 06201234567)

---

**10. Email cím**

(Pl.: [info@kek.org.hu](mailto:info@kek.org.hu))

---

**11. Cím \***

(Pl.: 1111 Budapest, Bartók Béla út 10-12.)

---

**12. Milyen nyitvatartással üzemel? \***

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Állandó nyitvatartás, szabadon látogatható (mint egy üzletnél)
- Időszaki, rendezvényekhez kötött (mint egy galéria, rendezvényhelyszín)
- Előzetes egyeztetéssel (mint egy ügynökség, iroda)

**13. Nyitvatartás (állandó nyitvatartás esetén)**

(Pl.: H-P: 09:00-18:00)

---

**14. Hozzájárulok, hogy a fenti adatok szerepeljenek Újbuda kreatív közösségi térképén**

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
- Nem

**15. Amennyiben azt szeretné, hogy valamelyik adat NE kerüljön nyilvánosságra, kérjük, itt jelölje:**

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Weboldal címe
- Kapcsolattartó neve
- Kapcsolattartó telefonszáma
- Központi telefonszám (nyilvános)
- Email cím
- Cím
- Nyitvatartás

## Jellemzők

A vállalkozás ezen jellemzői a kulturális- és kreatívipari szereplőket listázó térképre felkerülnek, a kitöltéssel hozzájárul ezek online megjelenítéséhez.

**16. Gyermekbarát a vállalkozás?**

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
- Nem
- Nem releváns

**17. Kutyabarát a vállalkozás?**

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem  
 Nem releváns

**18. Bankkártyás fizetés lehetséges? \***

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem  
 Nem releváns  
 Egyéb: \_\_\_\_\_

**19. Kik alkotják jellemzően a látogatói, vásárlói, érdeklődői vendégkört? \***

(Pl.: külföldi és helyi építészek, urbanisták, designerek stb.)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## Ingtalan

Az ingatlanra vonatkozó adatok nem kerülnek megjelenítésre az online adatbázisban, kizárólag az önkormányzati kutatás részét képezik.

**20. A vállalkozás helyszínénél szolgáló ingatlan milyen tulajdonban van? \***

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Önkormányzati  
 Szervezet/vállalkozás saját tulajdona  
 Egyéb magántulajdon  
 Közösségi  
 Egyéb: \_\_\_\_\_

**21. Amennyiben bérelt, határozott vagy határozatlan időre bérlí az ingatlant? \***

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Határozott  
 Határozatlan  
 Nem bérleményben működik a vállalkozás  
 Egyéb: \_\_\_\_\_

**22. Hány négyzetméteren működik a vállalkozás? \***

(Pl.: 272)

\_\_\_\_\_

**23. Akadálymentesen megközelíthető a vállalkozás?**

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem  
 Nem releváns

## Együttműködések

Az együttműködések feltárása elsősorban a workshopok és interjúk előkészítéséhez szükségesek.

24. Mennyire jól ismeri a környezetében lévő kreatív szektorban tevékenykedő vállalkozásokat? (több válasz is lehetséges)

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Jól ismerem, aktív kapcsolatban vagyunk
- Jól ismerem őket, de nincs aktív kapcsolat
- Csak az azonos területen tevékenykedőket ismerem jobban
- Régóta tervezem a kapcsolatfelvételt/együttműködést, de nem volt eddig mód rá
- Nem tartom fontosnak a helyi kapcsolatokat
- Egyéb: \_\_\_\_\_

25. Jött-e már létre együttműködés az akcióterületen működő kreatívipari szereplővel? Ha igen, kérjük, röviden mutassa be milyen együttműködés(ek) valósult(ak) meg.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?

26. A területen már működő vállalkozások miatt kialakult jó környezet befolyásolta, hogy a Bartók Béla út közelében működtessem vállalkozásom. \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Egyáltalán nem értek egyet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Teljes mértékben egyetértek

27. A jó megközelíthetőség, közlekedési csomópontok közelsége befolyásolta, hogy a Bartók Béla út közelében működtessem vállalkozásom. \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Egyáltalán nem értek egyet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Teljes mértékben egyetértek

28. A környék kerékpárosbarát jellege (kerékpársávok, tárolók mennyisége, kerékpáros-barát fejlesztések), befolyásolta, hogy a Bartók Béla út közelében működtessem vállalkozásom. \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Egyáltalán nem értek egyet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Teljes mértékben egyetértek

29. A környék változatos kulturális kínálata befolyásolta, hogy a Bartók Béla út közelében működtessem vállalkozásom. \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Egyáltalán nem értek egyet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Teljes mértékben egyetértek

**30. A környék sokszínű gasztronómiai kínálata befolyásolta, hogy a Bartók Béla út közelében működtesse vállalkozásom. \***

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Egyáltalán nem értek egyet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Teljes mértékben egyetértek

**31. Zöldfelületek elérhetősége, minősége befolyásolta, hogy a Bartók Béla út közelében működtesse vállalkozásom. \***

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Egyáltalán nem értek egyet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Teljes mértékben egyetértek

**32. A kedvező bérleti díjak, kedvező feltételek befolyásolták, hogy a Bartók Béla út közelében működtesse vállalkozásom. \***

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Egyáltalán nem értek egyet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Teljes mértékben egyetértek

## Tapasztalatok és fejlesztési javaslatok

A tapasztalatok és fejlesztési javaslatok a workshopok és interjúk előkészítéséhez szükségesek.

**33. Mi volt az elsődleges motiváció a környékre való költözéskor?**

Pl.: a szereplők közelsége, önkormányzat pozitív hozzáállása, jó infrastruktúra, specifikus vendégkör elérése, kedvező bérleti díj stb.

---

---

---

---

---

---

**34. Volt olyan helyszín, amihez mindenképpen közel szerettek volna kerülni?**

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Igen, a Bartók Béla út és környéke
- Igen, a Móricz Zsigmond Körtér
- Igen, a Szent Gellért tér
- Igen, a Kosztolányi Dezső tér
- Igen, a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
- Nem volt ilyen helyszín
- Egyéb: \_\_\_\_\_

**35. Véleménye szerint, mivel tudná Újbuda Önkormányzata vonzóbbá tenni a Bartók Béla út és környékén kialakulóban lévő kulturális városközpontot?**

---

---

---

---

---

---

36. Az elmúlt évek alapján hogyan értékeli az akcióterület fejlődését kulturális szempontból?

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Egyáltalán nem fejlődik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Egyértelműen fejlődik

37. Származott bármilyen hátrány a vállalkozás fizikai elhelyezkedéséből?

(Megközelíthetőségi probléma, nem megfelelő célközönség elérése stb.)

---

---

---

---

---

38. Szívesen részt vesz az akcióterületen megszervezett közösségi programokon?

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

Igen

Nem

Egyéb: \_\_\_\_\_

39. Honnan értesül az akcióterületen megrendezett eseményekről?

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

Facebook

Újbuda honlapja

Pont Magazin

Egyéb programmagazin

Szórolap

Ismerősön keresztül

Hírlevél

Egyéb: \_\_\_\_\_

40. Amennyiben van egyéb észrevétele az akcióterülettel kapcsolatban, kérjük alább fejtse ki néhány mondatban.

---

---

---

---

---

## Részvételi lehetőség

41. A kutatás részeként több interjú és workshop fog megvalósulni a december-februári időszakban, ahol szeretnénk, ha minél több szereplővel személyes, interaktív módon tudnánk feltárni mélyebben a vizsgált témákat. Amennyiben érdekli ez a lehetőség, kérjük részvételi szándékát és elérhetőségét itt jelezze.

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

Igen, érdeklődöm az interjúk és workshopok iránt

Nem szeretnék részt venni az interjúkon és workshopokon

**42. Elérhetőség (név, email cím, telefonszám)**

---

---

---

---

---



## 9.4. FÓKUSZCSONPORTOS INTERJÚ KÉRDŐÍV

### Nyitó kérdés

- Személyes bemutatkozás, vállalkozás bemutatása (milyen jellegű vállalkozás, mióta van az akcióterületen, hol található, mivel foglalkozik, személyes kötődés stb.)

### Kulcskérdések

- Miért éppen itt hozta létre a vállalkozást/miért ide költöztek?  
Milyen elvárásai voltak a kezdetekkor? (pl. ragaszkodtak egy bizonyos helyszín, kialakítandó látogatói kör közelségéhez stb.)
- Az elhelyezkedésből adódó előnyök és hátrányok közül melyiket emelnék ki, az Önök szempontjából melyik az 3-3 legjobb és legrosszabb dolog a környékkel kapcsolatban?
- Valósult-e már meg együttműködés más szereplővel?  
Kivel működnének együtt szívesen, és hogyan?
- Önök szerint hogyan lehetne fejleszteni a területben rejlő potenciált a kulturális és kreatívipari szereplők számára?

### Befejező/ összegző kérdések

- Van-e bármi olyan, amit még szeretnének hozzáadni az eddig elhangzottakhoz?
- Van-e olyan visszajelzés, üzenet, amit szeretnének exponálni az önkormányzat felé?
- Nagycsoportos workshopon szeretnének-e részt venni?

## 9.5. FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚKON RÉSZTVEVŐK

### A résztvevők listája

DÁTUM	VÁLLALKOZÁS	RÉSZTVEVŐ
2018.12.07.	<b>Demola Budapest</b>	<i>Bacsa László</i>
2018.12.07.	<b>Demola Budapest</b>	<i>Surek György</i>
2018.12.07.	<b>Eleven Blokk</b>	<i>Ongjerth Dániel</i>
2018.12.07.	<b>Itt és Most Társulat</b>	<i>Bernát Tímea</i>
2018.12.07.	<b>Itt és Most Társulat</b>	<i>Molnár Anikó</i>
2018.12.07.	<b>Tranzit Art Café</b>	<i>Egri Orsolya</i>
2018.12.11.	<b>Archikon</b>	<i>Nagy Csaba</i>
2018.12.11.	<b>Nanauízió</b>	<i>Pajer Nóra</i>
2018.12.11.	<b>Nanauízió</b>	<i>Soltész Noémi</i>
2018.12.11.	<b>MAGPub</b>	<i>Magyar Márton</i>
2018.12.11.	<b>Hadik</b>	<i>Bosznai Tibor</i>
2018.12.11.	<b>Hetedik Műterem</b>	<i>Szabó Levente</i>
2018.12.11.	<b>Emerald PR</b>	<i>Vörös Dalma</i>
2018.12.13.	<b>Édes Érzés</b>	<i>Ress Róbert</i>
2018.12.13.	<b>Csajbringa</b>	<i>Erdő Zsolt</i>
2018.12.14.	<b>Gross Arnold Galéria és Kávézó</b>	<i>Gross András</i>
2018.12.14.	<b>Kelet Kávézó</b>	<i>Kolits Áron</i>
2018.12.14.	<b>Eleven Blokk</b>	<i>Mátyási Péter</i>
2018.12.14.	<b>Pékműhely</b>	<i>Vajda József</i>
2019.01.08.	<b>Lechner Tudásközpont</b>	<i>Pesti Monika</i>
2019.01.08.	<b>Demola Budapest</b>	<i>Rádai Gergely</i>
2019.01.10.	<b>WWM Studio Rajziskola</b>	<i>W. Wieger Mariann</i>
2019.01.10.	<b>Kiss Áron Magyar Játék Társaság</b>	<i>dr. Györgyi Erzsébet</i>
2019.01.10.	<b>Top Event Kft.</b>	<i>Györfi Krisztina</i>
2019.01.10.	<b>KEG Sörműház</b>	<i>Halász Zoltán</i>
2019.01.11.	<b>Amrita jogaközpont</b>	<i>Répássy Erika</i>
2019.01.11.	<b>GreatColony DesignCollab Kft.</b>	<i>Nagy Róbert</i>
2019.01.11.	<b>GreatColony DesignCollab Kft.</b>	<i>Nagy-Károlyi Dávid</i>
2019.02.01.	<b>Minusplus Generáltervező Kft.</b>	<i>Rabb Donát</i>

## 9.6. WORLD CAFÉ WORKSHOPON RÉSZTVEVŐK

### A résztvevők listája

NÉV	INTÉZMÉNY
Gross András	Gross Arnold Galéria és Kávézó
Egri Orsolya	Tranzit Art Café
Soltész Noémi	Nanauízió/KÉK
Dr. Louas Dániel	Magyar Újságírók Közössége
Kálmán Móni	Archikon
Nagy Csaba	Archikon
Lelkes Heni	Ribizli Édesműhely
Csóka Tímea	Szkéné Színház
Antal Nikolett	B32/Központ Kft./Újbuda Önkormányzat
Mulik Tünde	Piktor Tanoda
Magyar Márton	MagPub
Kampósné W. Grácia	Bor és Kézműves Műhely
Sipos Marica	Coruin Rajziskola
Király Dorka	Kelet Kávézó
Buchnitz Norbert	B-teru
Kolits Áron	Kelet Kávézó
Szeidl Dóra	Beton workshop
Farkas Róbert	B32
Lőrincz Adrienn	B32
Antal László	Fiók
Pesti Monika	Lechner Tudásközpont / Con Spirito Kamarazenekar
Técsi Judit	Újbuda Önkormányzat
Molnár Katalin	Moderátor
Édes Balázs	Témagazda
Huszár Daniella	KÉK-Projektvezető (témagazda)
Jeczkó Mercédesz	KÉK-Projekt munkatárs (témagazda)
Polyák Levente	KÉK-Kurátor (témagazda)
Tóth Gréta	KÉK-Projekt munkatárs

# 9.7.JAN GEHL-FÉLE KÖZTERÜLET-HASZNÁLATI FELMÉRÉS

## 9.7.1.HELYSZÍNI ESZKÖZLELTÁR

### ÚTMUTATÓ

Ez az eszköz a helyszínen elhelyezkedő fizikai objektumok felmérésére szolgál, illetve a helyszínen való szabadidő eltöltésére ösztönző erejüket vizsgálják. Nincs meghatározott ideje a felmérésnek, amennyiben nagy a lefedendő terület, szükséges lehet a helyszín alapos bejárása.

A Helyszíni Eszközleltár Munkalapnak két nagy rész van:

2-3 oldal: Fizikai eszközök leltára, amelyek támogatják a köztéri életet.

4. oldal: Egy felmérés az adott helyszín látogatása során tapasztaltakról. Milyennek érődik a terület, hogyan néz ki stb?

- Sétálj keresztül a helyszínen, vedd leltárba és jelenítsd meg a fizikai eszközöket a helyszíni térkép segítségével.
- A fizikai eszközök megjelenítéséhez használd a rendelkezésre álló kategóriákat és szimbólumokat.





- Ha valamelyik eszközből több mint egy darabot látsz, a megfelelő szimbólum mellett tüntesd fel azok darabszámát is. (pl. 10Xpad)
- Amennyiben bizonytalan vagy, hogy melyik kategóriába sorolhatnád a helyszínen található eszközöket, jegyzetelj a térképen, és írd körül, hogy pontosan mit látsz.
- Összesítsd az ülőalkalmatosságok számát a négy alkategória esetében külön-külön.
- Az adatlap másik felében mérd fel, hogy milyen a vizsgált helyszínről kialakult benyomásod. Ehhez töltsd ki a 2. oldalon található kérdéssort.
- Az első reakcióidra támaszkodj, de próbáld figyelembe venni, hogy mások (pl. gyerekek, idősebbek), hogyan érezhetnek a területtel kapcsolatban.

Készíts fényképeket a leltárban feltüntetett fizikai objektumokról és a helyszínen tapasztaltakról. Amennyiben bármilyen a feltüntetett kategóriákba be nem sorolható fizikai objektum található a területen, jegyzeteld le.

### TÉRKÉPEZÉS

A mellékelt térképen rajzold be a megfelelő helyre a tereptárgyakat, dokumentáld fotóiddal a helyszínt, illetve az alább részletezett szempontok alapján értékeld a helyszín állapotát.




- 1 Jelenítsd meg a térképen az **ülőalkalmatosságokat** az alábbi szimbólumokat használva, illetve tüntesd fel mellettük a darabszámukat:

	Padok	# _____
	Mozgatható székek	# _____
	Kávézók székei — Privát	# _____
	Más ülőalkalmatosságok	# _____

- 2 Jelenítsd meg a térképen a **növényállományok** helyét az alábbi szimbólumokkal:

	Fa
	Kiültetés

- 3 Jelenítsd meg a térképen az **árnyékoló és védett területeket** az alábbi szimbólumokkal:

	Árnyékoló
	Napernyő
	Árkád

- 4 Jelenítsd meg a térképen a **biciklitárolókat**

	Biciklitároló
--	---------------



- 5 Jelenítsd meg a térképen a **kommunális és szelektív hulladékgyűjtőket**:

	Hulladékgyűjtők
--	-----------------


- 6 Jelenítsd meg a térképen a **világítóelemeket**:

	Világítás
---	-----------


- 7 Jelenítsd meg a térképen a **játékra, sportra** alkalmas területeket:

	Játéktér
	Sportolási lehetőség



- 8 Jelenítsd meg a térképen a **vizes elemeket** (pl.: szökőkút, tó, csobogó stb.)

	Vizes elemek
---	--------------




- 9 Jelenítsd meg a térképen a **kültéri műalkotásokat** (pl. szobor, freskó stb.)

	Kültéri műalkotás
---	-------------------

- 10 Jelenítsd meg a térképen a **gyalogos vagy kerekesszékekkel való megközelítést akadályozó tényezőket**:

	Felület (törött burkolat, kocsifelhajtó stb.)
	Tárgy (oszlop, ülőhely stb.)

- 11 Jelenítsd meg a térképen a **fizikai határolókat**:

	Határoló (kerítés)
	Határoló (fal)
	Határoló (növény)

- 12 Jelenítsd meg a térképen a gyalogátkelőhelyeket

	Gyalogátkelőhely
---	------------------

# TÉRKÉP

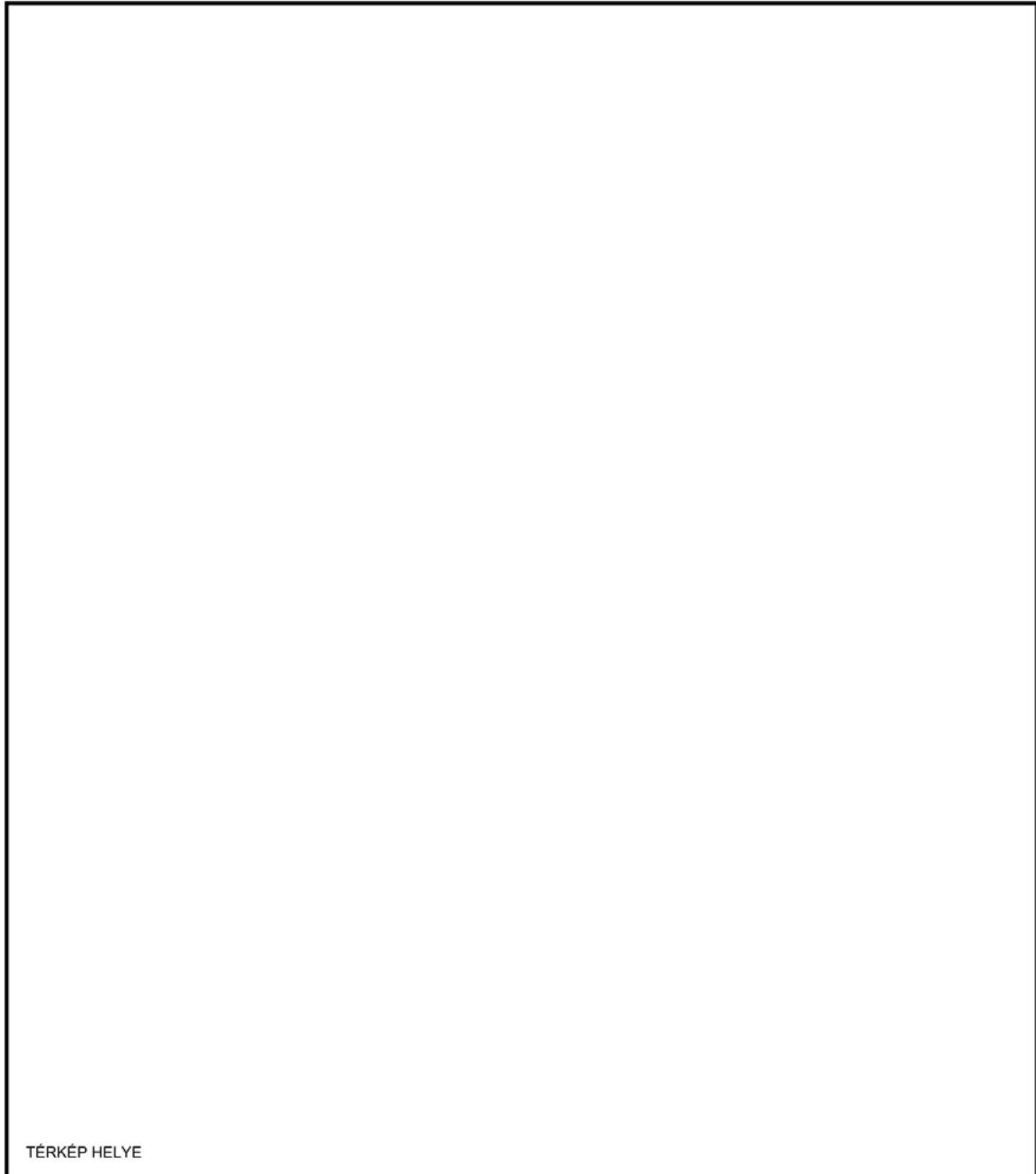
NÉV

DÁTUM

IDŐJÁRÁS

HELYSZÍN

IDŐPONT



TÉRKÉP HELYE

**TAPASZTALAT**

Válaszd meg a következő kérdéseket a helyszínről, amelyet tanulmányozol a saját reakcióidra támaszkodva, de figyelembe véve mások (pl. gyerekek) esetleges véleményét.

1 Biztosítva van a helyszínen árnyékos/védett hely?

—  —  —   
 Nem    Inkább nem    Inkább igen    Teljes mértékben

2 Van a helyszínen olyan terület, ahol napsütésben lehet tartózkodni hűvösebb időjárás esetén?

—  —  —   
 Nem    Inkább nem    Inkább igen    Teljes mértékben

3 Van a helyszínen olyan terület, ami lehetőséget teremt időtöltésre, leülésre vagy pihenésre?

—  —  —   
 Nem    Inkább nem    Inkább igen    Teljes mértékben

4 Van a helyszínen olyan terület, ami lehetőséget teremt aktivitásra, játékra?

—  —  —   
 Nem    Inkább nem    Inkább igen    Teljes mértékben

5 Megfelelő a helyszín a zavartalan, kényelmes beszélgetések folytatására?

—  —  —   
 Nem    Inkább nem    Inkább igen    Teljes mértékben

6 Milyen mértékű a növényállományok jelenléte? (fák, kiültetések stb.)

—  —   
 Alacsony    Közepes    Magas

7 Hogyan értékeled a környezet vizuális megjelenését?

—  —  —   
 Csúnya    Nem vonzó    Vonzó    Szép

**MEGJEGYZÉSEK:**

8 Megfelelően bevilágítottnak tűnik a helyszín éjszaka?

—  —       
 Nem    Kissé    Igen    Bizonytalan

9 Általánosságában véve biztonságban érzed magad a helyszínen?

—  —  —   
 Nem    Inkább nem    Inkább igen    Teljes mértékben

10 Amennyiben nem érzed magad biztonságban, miért?

- Domináns járműforgalom
- Többi ember
- Többi ember hiánya
- Világítás hiánya
- Tisztasági állapot
- Egyéb: \_\_\_\_\_

11 Akadálymentesen megközelíthető a helyszín? (pl. kerekesszéssel)

—  —  —   
 Nem    Néhány része    Legtöbb része    Igen

12 Ha a helyszín rendelkezik fizikai határolókkal, képes vagy... (többet is jelölhetsz)

- Átlátni rajtuk vagy felettük
- Rájuk ülni
- Felmászni rájuk
- Körbesétálni őket

13 Amennyiben a helyszín közelében van mozgó járműforgalom, mekkora a becsült mennyisége?

—  —   
 Alacsony    Közepes    Magas

14 Biztonságosnak érzed a gyalogátkelőhelyeket?

—  —  —   
 Nem    Inkább nem    Inkább igen    Teljes mértékben

## 9.7.2. ÁLLOMÁSOZÓ SZEMÉLYEKET SZÁMLÁLÓ MUNKALAP

### ÚTMUTATÓ

Az egy helyben lévő emberek térképezése egy fénykép készítéséhez hasonló, ahol egy pillanat alatt lencsevégre kapható a helyszínen végzett összes tevékenység. Nem köthető előre meghatározott időtartamhoz, akár 5 másodperc is lehet, de 20 percet is igénybevehet a helyszínen időt töltő emberek mennyiségétől függően.

- Definiálj egy útvonalat a vizsgált területeden és használd az adott útvonalat minden órában.
- Az előre meghatározott kategóriákat és szimbólumokat használd a térképen.
- A tevékenységek rögzítéséhez járd be a térképen kijelölt helyszínt és rajzold be a rendelkezésre álló szimbólumokat a térképre. Jelöld, hogy mit csinálnak az emberek, illetve hányan végzik ugyanazt a tevékenységet egy területen belül.
- Térképezz fel mindenkit a kijelölt területen belül, ne csak a határvonalon elhelyezkedőket. Bátran tüntesd fel a térképen a határvonalon kívül tevékenykedőket, de ezeket ne add hozzá a végső összesítésnél.
- Amennyiben a kijelölt terület kicsi, lehetséges egy ponton állva is fel tudod mérni a területet.
- Mindenkit tüntess fel a térképen, de az áthaladó/mozgó embereket ne jelöld, csak abban az esetben, ha a kijelölt területen belül maradnak. (pl. egy gördesztkázó az adott területen gyakorol trükköket)
- Ha több, mint egy területet térképezel, vagy egy területet többször mérsz fel, használd külön térképeket és adatlapokat és az összesítést is külön végezd el.
- Jegyzeteld le az észrevételeidet a térképezés alatt, illetve mindenképp tüntesd fel, ha bármi szokatlan történik vagy nagy számú ember ugyanazt a tevékenységet végzi.

AZ ADATLAPRA ÍRD FEL A NEVEDET, A DÁTUMOT. ÖSSZESÍTSD A STRIGULÁKAT MIELŐTT ÁTADOD AZ ADATLAPOT.

#### POZÍCIÓK

- Álló
- Köztéren ülő
- △ Magánterületen ülő
- Kereskedelmi egységben ülő
- ⊠ Informálisan ülő
- Fekvő
- × Többfajta mozgás

#### TEVÉKENYSÉGEK

- Közösségi közlekedésre várakozás
- Étél/ital fogyasztás
- Kereskedelmi tevékenység
- Beszélgetés
- Kulturális tevékenység
- Rekreáció és játék/testedzés

# TÉRKÉP

NÉV

DÁTUM

IDŐJÁRÁS

HELYSZÍN

IDŐPONT

TÉRKÉP HELYE

POZÍCIÓ	ROVÁTKA/STRIGULA (egy embert csak egy kategóriába sorolj be)	TEVÉKENYSÉGEK (válassz annyit, amennyi megjelenik)				
		VÁRAKOZÁS KÖZ. KÖZLEKEDÉSRE	ÉTEL/ITAL FOGYASZTÁS	KERESKEDELM TEVÉKENYSÉG	KULTURÁLIS TEVÉKENYSÉG	REKREÁCIÓ JÁTÉK/TESTEDZÉS
ÁLLÓ ●						
ÜLŐ KÖZTERÜLET □						
ÜLŐ MAGÁN △						
ÜLŐ KERESKEDELM ○						
ÜLŐ INFORMÁLIS ⊠						
FEKVŐ —						
TÖBBFAJTA/ MOZGÓ ×						



### 9.7.3. MOZGÓ SZEMÉLYEKET SZÁMLÁLÓ MUNKALAP

## Mozgásban lévő emberek számolása

Ez az eszköz az adott területen áthaladó gyalogosok és kerékpárosok számát rögzíti.

### ÚTMUTATÓ

- Állj a térképen kijelölt helyszínrre.
- Koncentrálj egy pontra a szemben lévő oldalon, és képzelj el egyenes vonalat magad és a kinézett pont között.
- Strigulázd az elképzelt vonalon elhaladó összes embert és mérd az eltelt időt.
- Számold az összes elhaladót 10 percen keresztül. Tartsd észben, hogy amennyiben kevesebb ember kerül felmérésre az torzítja az adatokat.
- Amikor végeztél az első helyszíneden, egyből menj a következőre, egészen addig, amíg nem mérted fel az összes helyszínedet.
- Amikor az összes helyszíneden végeztél, területenként egyenként összesítsd a strigulákat, majd tüntesd fel az áttekintő térképen.  
Minden helyszínhez külön adatlapot használj.
- Amennyiben bármi szokatlan történik, jegyezd fel az adatlapon.

AZ ADATLAPRA ÍRD FEL A NEVEDET, A DÁTUMOT.  
ÖSSZESÍTSD A STRIGULÁKAT MIELŐTT ÁTADOD AZ  
ADATLAPOT.

Megjegyzés: Olyan helyszíneken, ahol fokozott az áthaladók forgalma, használj külön adatlapot a gyalogosok és a kerékpárosok számára. Ahol kevesebb az áthaladók száma, használd ugyanazt az adatlapot, ezzel időt takarítva meg, és lehetővé téve több helyszín felmérését.

# Mozgó személyek számolása

10 PERC

KATEGÓRIA		SZÁM—STRIGULÁZZ MINDENKIT	
GYALOGOSOK	SÉTÁLÓ		ÖSSZ
	FUTO/KOCOGO		ÖSSZ
	MOZGÁS- KORLÁTOZOTT (pl.kerekesszékes)		ÖSSZ
	HORDOZOTT (pl. babakocsiban, babahordozóban)		ÖSSZ
	GURULÓ (pl. gördeszkás)		ÖSSZ
KERÉKPÁROSOK			ÖSSZ

NÉV

DÁTUM

IDŐJÁRÁS

HELYSZÍN

IDŐPONT

TÉRKÉP HELYE
--------------

**ÚTMUTATÓ:** Számold meg a kijelölt vonalon áthaladókat 10 percen keresztül.

Amennyiben szükséges, alakítsd át a hosszát az útvonalnak, annak érdekében, hogy tisztán beláthasd az elejét és a végét.