

Michal Šourek, MS architekti: veřejný prostor - územní plánování - development



Author: Petr Bým | Published: 01.12.2015

Veřejný prostor - to je dnes pojem silně frekventovaný. Není to zase jen nějaká další krátkodechá mánie nebo móda?

Určitě ne. To, že se u nás o něm začalo více mluvit až v poslední době, prostě vychází z nějakého vývoje. A platí to i pro soukromý sektor. Pokud se na veřejný prostor díváme z hlediska developmentu, pak dnes ten známý bonmot či pravidlo - lokalita, lokalita, lokalita - vystřídal tento: veřejný prostor - veřejný prostor - veřejný prostor.

Kolem a kolem - není to vlastně totéž?

To je a není pravda. Veřejný prostor představují ulice, náměstí, parky, promenády, ale i veřejně přístupné prostory budov, jako jsou například divadla, galerie nebo třeba hospody. A to je vlastně základní parametr atraktivity jakékoli lokality. Ta záměna pojmů v tom bonmotu, tedy lokality za veřejný prostor, odráží nepochybně změny v zákaznických preferencích - pokud tedy zůstaneme v oblasti developmentu. Lidé už zkrátka chtějí nejen kvalitní byt nebo kancelář, ale stále více vnímají, co se děje kolem, co jim právě veřejný prostor nabízí.

Kdy se ty zákaznické preference změnily?

Myslím, že u nás ta změna úzce souvisí s nedávnou recesí. Až do doby, než i na střední Evropu dopadly důsledky toho, čemu se říká credit crunch, rezidenční development valnou většinou probíhal jedním ze dvou způsobů. Jednak zastavováním řepkových polí kdesi za městem, jednak výstavbou v prolukách nebo přestavbami starších domů ve stabilizované zástavbě na dobrých adresách. Ten první způsob reprezentoval takzvaný low-cost, ten druhý vyšší střední, nebo vysoký či ještě vyšší segment. Říct o nízkonákladovém segmentu, že v něm byla na prvním místě cena, je nepřesné: tady v podstatě žádné jiné kritérium neexistovalo. Vyšší a ještě vyšší kategorii pak charakterizoval nákladnější fit-out bytů, snaha o trochu

efektivnější fasády, ale hlavně adresa. To úsloví, že o ceně, potažmo tržní realizaci projektu rozhodují tři aspekty, totiž lokalita - lokalita - a lokalita, nebylo jen bonmotem, ale železným pravidlem. Co je ovšem zásadní: lokalita přitom byla developery vnímaná jako jednou provždy daná, jejich projekty samotné ji nijak neovlivňovaly - a developer se o nic takového ani nesnažil. Lokalitu, respektive její kvalitu prostě určovala adresa a v pochybnostech vzdálenost vzdušnou čarou od centra města - až na výjimky Prahy a Bratislavy. Podobná byla situace i v komerčním developmentu. V něm ovšem do úvah vstupoval - alespoň v Praze - přece jen ještě jeden faktor, a tím bylo metro.

A pak přišla ta krize či recese - co se stalo?

Všechno bylo špatně a mezi developery probíhala koncentrace kapitálu přesně podle Marxe. Následovaly jednak zásadní zvýšení pozornosti, věnované samotné kvalitě produktu, jednak růst průměrné velikosti projektů. To druhé zřejmě souvisí s tím, že developeři, kteří zůstali, jsou spíš větší - a větší developer, to je také větší režie. A na tu se lépe vydělává spíš větším než menším projektem. A jakýmsi obloukem se vzhledem k této okolnosti všichni museli vracet k tomu prvnímu, tedy kvalitě, protože ta souvisí i s tou zmíněnou velikostí projektů. Když zastavujete proluku nebo přestavujete starší budovu víceméně v původním objemu, s veřejným prostorem nic neděláte - a ani mnoho nenaděláte. Jiná je ale situace, když v rámci vašeho projektu vznikají nebo mohou vznikat nové ulice i náměstí. To je pro development úplně jiná situace. Přitom vlastně výhodnější, byť samozřejmě trochu složitější a náročnější ve všech směrech finance nevyjímaje. Lokalitu výstavba jednoho domu nezmění. Velkorysejší projekt ale přináší možnost lokalitu ve smyslu faktoru, který určuje cenu nemovitosti, doslova udělat. Pokud developer dokáže formovat kvalitní veřejný prostor, může tak lokalitu pozvednout i v ekonomickém slova smyslu. Ovšem také zhoršit.

Nabízí se otázka: jak definovat kvalitní veřejný prostor? Nebo lépe: jaký má být, aby jeho kvalita měla i ekonomický odraz?

Schopnost veřejného prostoru formovat lepší či horší lokalitu souvisí s tím, jak atraktivní je ten který veřejný prostor pro lidi. Chtělo by se tedy říct, že atraktivitu veřejného prostoru určuje především to, co a v jaké kvalitě a v jakém množství prostor nabízí. Můžeme tomu říkat občanská vybavenost, městská infrastruktura nebo urbánní benefity. Jenže tato teze vyvolává další otázku, podobné té o vejci a slepici: co bylo dřív? Atraktivní veřejný prostor, nebo urbánní benefity v něm!?

Jistě se i tady opět nabízí nějaká případná odpověď?

V tomto případě to tak úplně není. Především proto, že ověřit kvalitu, respektive účinkování veřejného prostoru experimentálně tak, aby takový test měl alespoň obstojnou vypovídací schopnost, je stěží představitelné. Přesto ale takový experiment proběhl - a vlastně dodnes probíhá. Umožňuje to specifická situace většiny měst v nových spolkových zemí Německa - tedy v bývalé NDR. Ta města vesměs čelí prudkému úbytku ekonomicky aktivních obyvatel, pokles populace se pohybuje mezi 25 a 40 %. Realitní trh na to pochopitelně reaguje. Ceny nemovitostí se tady limitně blíží nule a navíc nepodléhají, nebo jen velmi málo podléhají, polohové rentě. Lidé, kteří zde zůstávají - to jsou především důchodci, studenti a ti, kteří se žijí poskytováním služeb těmto dvěma skupinám - si pak bydlení vybírají především podle toho, kde se jim líbí, kde jim to vyhovuje.

Výsledek?

Nijak překvapivý - blížeji jsem seznámen jen s poměry v nám blízké Chotěbuzi či Cottbusu, ale jinde to je stejné nebo alespoň velmi podobné. V drtivé většině lidé chtějí bydlet ve starých částech či lokalitách. Konkrétně v Cottbusu v té části města, která se budovala od středověku až do sklonku 19. století. Jde o místa, která mají převážně tradiční blokovou zástavbu a stejně tradiční uliční síť. Panelová sídliště zejí prázdnotou.

Cottbus: vítěz a poražený.

Co s tím? Těžko si Sekyra Group na Rohanském ostrově nebo Penta v Jinonicích postaví něco jako Vinohrady či Nové město pražské?!

Jistě, ale to neznamená, že nemohou vybudovat kvalitní veřejný prostor, potažmo dobrou lokalitu. Development takových větších celků ovšem nutně bude - v zájmu kvality a následně úspěchu na trhu - vyžadovat mnohem větším angažmá architektů, urbanistů, designérů a snad i sociologů. Pro takový komplexní či - jak se dnes s oblibou říká - holistický přístup ovšem musí stát a obec vytvořit potřebný prostor a předpoklady.

Mluvíte nepochybně o územním plánování.

Jistě. Jeho aktuální metodika stále nechává veřejný prostor napospas osudu a dopravním inženýrům jako něco, co zůstalo mezi jednotlivými funkčními plochami. To se musí změnit. Není účelné a není v zájmu rozvoje města nařizovat ekonomickým subjektům, jaké funkce mají mít budovy, které postaví na svých pozemcích. Tím spíš, že územní plán musí směřovat do hodně vzdálené budoucnosti. Plánovat dnes, co bude město potřebovat za deset, dvacet let, je velmi nesnadné, ne-li nemožné. Územní plánování by se tedy mělo koncentrovat hlavně na tvorbu veřejných prostor. Tady, jak je vidět i na tom uvedeném příkladu, se zákonitosti, vkus a potřeby takřka nemění. V dlouhodobé perspektivě bude proto úspěšný jen takový development, který bude vnímat

01.12.2015 08:48, Petr Bým