

Architektúra a dizajn - determinanty úspešnosti developerského projektu



Author: SF / Juraj Pokorný | Published: 25.06.2009

Z posledného diskusného stretnutia pred letnými dovolenkami, ktoré pod názvom [Architektúra a dizajn na podporu trhu developerských projektov](#) usporiadal 24. 6. 2009 v Art Hoteli William internetový časopis [Stavebné fórum.sk](#), vyplynulo nezastupiteľné miesto týchto kreatívnych profesných disciplín na celkovom úspechu a predajnosti akéhokoľvek realitného projektu.

Poznať potreby koncového zákazníka

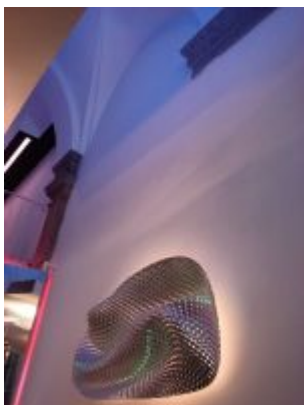


Andrej Lehocký z poradenskej spoločnosti Colliers International špecializovanej na odhad trhovej hodnoty a štúdie realizovateľnosti komerčných nehnuteľností na úvod podotkol, že náš trh je malý, a preto by mal čerpať skúsenosti z väčších, rozvinutejších trhov. Ponuka by podľa neho mala vidieť vždy koncového spotrebiteľa a tomu prispôbiť dispozičné riešenia projektu. Na štruktúre jeho štúdie realizovateľnosti by sa mali podieľať konzultanti, investor a architekti, pretože nie vždy je trh schopný absorbovať všetko, čo je dané v územnom pláne. Základným faktorom sú však finančné možnosti - developerom ide do značnej miery o náklady, vzhľad nie je primárny. Stačí len sledovať, akú klientelu trh generuje.

Ako Lehocký upozornil, dispozičné riešenia môžu mať vplyv na úspech či naopak - neúspech projektu. Demonštroval to na príkladoch 3 nemenovaných projektov. Prvým je administratívna budova v tvare valca s atypickým - kruhovým pôdorysom, kde je problém s umiestnením zamestnancov väčší ako v prípade kocky. Nehovoriac o desaťtisícoch eur navyše za vyhotovenie atypického nábytku na mieru či správu a údržbu takéhoto priestoru. Ako druhý uviedol príklad spojenia nákupných priestorov s kancelárskymi, kam prenikal

hluk z obchodnej pasáže. Podľa Lehockeho išlo o podcenenie situácie - nikto neanalyzoval potreby koncového klienta. Dnes sa už trh nájomníkov, pokiaľ ide o ich zorientovanosť a skúsenosti, posunul ďalej. Tretím prípadom je nákupné centrum s vážnymi chybami v interiéri (investor ho stavala za účelom exitu), ktoré mali reťazovú reakciu (foodcourt obkolesený maloobchodnými jednotkami, ich chaotický vzhľad, nedostatok denného svetla). „Chybou je, že nájomník sa často nechá „opit' rožkom“ v podobe dumpingových cien, no nevšimne si zvýšené koncové náklady na správu a podobne,“ povedal Lehockeý.

Ľudia chcú len to, čo sú schopní zaplatiť



„Partner, poverenec, poradca,“ ako sám seba Peter Danihel z Bond Reality nazval, sa z 80 percent venuje rezidenčnému sektoru, kde podľa neho prebieha dramatické znižovanie cien - dnes sme už na úrovni roku 2006, čo je pri nových bytoch približne do 42-tisíc Sk za m² bez DPH ($\pm 10\%$ podľa štandardu, lokality a iných pridaných hodnôt). Klasický 3-izbový byt na sekundárnom trhu, ktorý sa vlni predával za 4 milióny Sk, sa dnes realizuje za 2,4 až 2,6 milióna, čo je 40-percentný prepád! Na rozdiel od novostavieb (10-11 % ročne), tu rástli ceny veľmi nezdravo. Polovička ľudí ešte stále dúfa, že budú opäť rásť alebo aspoň prestanú klesať. „Trh sa nezastavil, ľudia chcú kupovať sekundárne byty, akurát za iné ceny. Tí, čo čím skôr zabudnú na to, čo bolo v minulosti, sú zachránení,“ upozornil Danihel na zmenenú situáciu.

Pokiaľ ide o vplyv architektúry na úspešnosť projektu, Danihel je presvedčený, že ľudia chcú dnes len to, čo sú schopní zaplatiť. Projekty sa pod tlakom krízy dajú zlacniť, ale nie je dobré, keď sa to robí na úkor úžitkových vlastností (napríklad hrúbka priečky medzi susedmi sa zredukuje z 15 na 10 cm). „Vieme, čo robia špekulatívne fondy s ekonomikami slabších krajín,“ uviedol Danihel na margo špekulatívnych nákupov nehnuteľností. Developeri sa podľa neho snažia rozostavané stavby dokončiť, mnohé megaprojekty však boli už od začiatku odsúdené na zánik. „Robme všetko pre to, aby sme boli všetci aspoň na nule. To si vyžaduje byť aj nejakým spôsobom skromný,“ uzavrel Danihel prezentáciu.

Sledovať náklady ešte v priebehu projektu



Definovať kritériá úspešnosti projektu očami architekta sa pokúsil Roman Talaš (SIEBERT + TALAŠ). Pripomenul tri najdôležitejšie, ktoré už pred 2 100 rokmi zaviedol rímsky staviteľ Vitruvius: trvácnosť (firmitas), užitočnosť (utilitas) a krása (venustas). „Súčasnosť je založená na minulosti - ako bolo vtedy,

tak je i teraz,“ uviedol Talaš, pričom k štandardným veličinám, ktoré musia byť navzájom vyvážené a jednoznačne zakotvené v zadaní pre architekta, priradil v dnešnej situácii územný plán (regio) a rozpočet (expensio). Ide o nadradené princípy tvoriace základný rámec a zadanie pre celú odbornú verejnosť. Najprchavejším prvkom je krása - na Slovensku bola doteraz podľa neho súťaž o najkrajšiu (no najnedosiahnuteľnejšiu) vizualizáciu.

„Trvácnosť bola za prvej republiky lepšia ako dnes, brizolitové omietky vydržali oveľa dlhšie,“ porovnal Talaš vývoj jedného z trojice kritérií. Ako však upozornil, bez toho, aby architekt nesledoval náklady ešte v priebehu vývoja projektu, rastie riziko, že sa doň „nestrafí“ a ohrozí tak jeho úspešnosť. Projekt dostane vyššie trhové výstupy, začne sa šetriť, čo ovplyvňuje riešenia a mení jeho podstatu. V zabehnutých trhových ekonomikách je viac ako dvojnásobok priemerného životného priestoru. Kardinálnou je podľa neho otázka, ako nastaviť vzťah medzi jeho verejnou (mestskou) a privátnou časťou (stromy medzi domami, domy medzi stromami, zabezpečený voľný priechod).

Koncepcia, komunikácia, spolupráca

„Bratislava mala veľkú šancu - otázka je, prečo to takto dopadlo, keď napríklad v ČR vidíme za porovnateľných finančných podmienok lepšiu architektúru,“ zareagoval architekt Miro Minca z ateliéru dizajnu Art of Skin na otázku, prečo nie je v slovenskej metropole jediná vyslovene „pekná“ výšková budova.

V ďalšej časti prezentácie predstavil už mekku dizajnu - talianske Miláno, ktoré sa koncom apríla 2009 stalo centrom dizajnerskej svetovej elity (pozri [Salone del mobile - Milano 2009: Existujú hranice dizajnu?](#)). Medzi najmocnejšie impulzy podujatia zaradil nové „krízové“ riešenia - recyklovateľné plastové materiály, nové štruktúry a textúry, šetriace a úsporné produkty (papierové tienidlá, akrylátové svietidlá), grafický dizajn, nábytok z používaného starého nábytku, svietidlá vyrobené z odpadu kovovýroby (stružliny) alebo graffiti ako dizajn na súpravách milánskeho metra.

„Dizajn je o koncepcii, komunikácii, spolupráci, ľudskom merítke, vzťahu k prírode. Je všade okolo nás, len ho treba nejakým spôsobom objednať. Spoločenská objednávka bola u nás asi menšia, pokiaľ ide o estetické kritériá. Je to celé o ponuke a dopyte,“ odpovedal Minca na otázku, či sú developeri a klienti na Slovensku ochotní takéto prístupy akceptovať.

Ilustračné foto - Miro Minca (Miláno)

25.06.2009 09:16, SF / Juraj Pokorný