

Architektura: JEMS Architekti



Osiedle Górczewska Park, J.W. Construction Holding

Obecnie powstające budynki nie przypominają obiektów, które wznosiliśmy na początku naszej działalności. Wiąże się to z faktem, że zmianie uległy gusta odbiorców, a także stosowane materiały budowlane i technologie. Mimo różnorodnych projektów realizowane przez nas inwestycje zawsze muszą spełniać podstawowy wymóg, czyli być funkcjonalne, ekonomiczne, a przy tym estetyczne.

Robert Wójcik,
wiceprezes zarządu
J.W. Construction Holding

Salve deweloper!

Opracował: **Bartosz Wokan**

Nasz redakcyjny pomysł był prosty – w przeddzień rozpoczęcia sezonu budowlanego, a także w związku z „mieszkaniową” tematyką niniejszego numeru Z:A postanowiliśmy zadać polskim deweloperom zajmującym się wielorodzinnym budownictwem mieszkaniowym pytania dotyczące ich oczekiwań względem architektów i architektury.

Swoimi doświadczeniami podzielili się z nami prawdziwi rynkowi giganci, ale też mniejsze firmy działające lokalnie. Odpowiadali zarówno prezesi, jak i specjaliści od marketingu i PR. Niektóre wypowiedzi zaskakiwały swą obszernością, inne skrótowością. Na podstawie wszystkich opracowaliśmy kalejdoskop opinii i oczekiwań, mając nadzieję, że pozwoli on Architektom jeszcze lepiej zrozumieć Deweloperów. Zatem, do dzieła!

Cechy udanej mieszkaniówki

Na początku zapytaliśmy o cechy, które powinny posiadać udane budynki i osiedla mieszkaniowe. W pytaniu precyzowaliśmy, że może chodzić np. o lokalizację, architekturę i formę, funkcjonalność, zagospodarowanie czy

jakość materiałów budowlanych. Prosiłiśmy deweloperów o wskazanie, jeśli to możliwe, najważniejszej według nich cechy i o uzasadnienie wyboru.

Jak się okazało, ankietowani wskazywali przeważnie właśnie jedną najistotniejszą według nich właściwość cechującą udaną inwestycję. Piotr Działyński z *D&D Investment* stwierdził, że budynki powinny mieć przede wszystkim ciekawą architekturę, dbającą o **detal architektoniczny**, a według Marcina Wiśniewskiego z Nowej Sienny udane budynki mieszkaniowe to takie, które dają inwestorowi **radość budowania**. Najczęściej wymieniano jednak **funkcjonalność** rozumianą bardziej ogólnie jako właściwe wykorzystanie przestrzeni (*Pirelli Pekao Real Estate*), ale też

dokładniej jako optymalne rozmieszczenie pomieszczeń w mieszkaniach, mieszkań w budynku i zagospodarowanie przestrzeni wokół budynku (*Nickel*). Uzasadnienia były niekiedy obszerne, jak np. podane przez przedstawicieli *UWI Inwestycje*, którzy żartobliwie zwerbalizowali, często wzajemnie sprzeczne, oczekiwania polskich klientów:

„Chcielibyśmy, aby osiedla mieszkaniowe były ładnie położone z dala od zgiełku ulicznego, ale i jednocześnie dobrze skomunikowane, najlepiej blisko linii tramwajowej i centrum miasta. Aby sąsiad nie zaglądał nam do okna, ale i żeby to nie był domek wolnostojący. Chcielibyśmy mieć salon ok. 35 m² z kominem w mieszkaniu dwupokojowym o pow. 48 m², chcielibyśmy mieć wokół piękną zieleni,

Z pewnością łatwiej zbyć mieszkania w budynkach, które są po prostu ładne. Dodatkowo dobra architektura wpływa bardzo pozytywnie na wizerunek dewelopera. Jednak dla klientów ważniejsza jest przestrzeń za oknem, zagospodarowanie osiedla, funkcjonalność mieszkań.

Nickel Development

Jaka jest rola wizualizacji w procesie sprzedaży domów i mieszkań? Niestety zbyt duża.

Mies van der Rohe powiedział: "I don't want to be interesting. I want to be good".

Marcin Wolski,
senior marketing & PR manager
Pirelli Pekao Real Estate

Architektura: Leszek Włoczorek, PTB Nickel



Osiedle Zamkowa, Nickel Development

Architektura: Trybóń PPI



Osiedle Ostrobramska, Pirelli Pekao Real Estate

„wodę”, ale żeby nie była to wylęgarnia ciężkich owadów itd., itd. W pogoni za czymś nierealnym często zapominamy, że mieszkanie powinno być przede wszystkim funkcjonalne.”

Wskazywano także na **lokalizację, architekturę i jakość materiałów**, często łącząc te trzy cechy jak w wypowiedzi Barbary Jarząbek z *Agromana*: „Dobra lokalizacja połączona z przyjazną architekturą, właściwym zagospodarowaniem terenów osiedla a wszystko to zbudowane z dobrych jakościowo materiałów”, czy przedstawicieli firmy *PBG Dom*: „Najważniejszym z nich jest lokalizacja, ale nie wolno nie doceniać pozostałych elementów, takich jak sąsiedztwo, zagospodarowanie terenu, dojazd, infrastruktura, architektura osiedla, rozkład mieszkań czy wreszcie wykończenie części wspólnych”.

Deweloperzy wymieniali także cechę, której my nie zaproponowaliśmy – udane budownictwo mieszkaniowe to takie, które spełnia **oczekiwania klientów** (*J.W. Construction Holding, UWI Inwestycje, PBG Dom, Family House*). Oto opinia Roberta Wójcika z *J. W. Construction Holding*, firmy, która w 2009 roku była liderem w rankingu deweloperów: „Z naszych analiz wynika, że udane projekty architektoniczne muszą być ściśle związane z jednej strony z oczekiwaniami klienta i mod-

ną estetyką, ale z drugiej powinny odpowiadać aktualnym możliwościom rynku”.

Jakość architektury mieszkaniowej

Kolejne pytanie dotyczyło jakości architektury mieszkaniowej – a dokładniej czy klienci zwracają na nią uwagę, czy przyciąga ich wyróżniająca się architektura i znane nazwiska projektantów.

Okazuje się, że w większości przypadków **klienci na samą architekturę nie zwracają uwagi**. A jeżeli nawet się nią interesują, to nigdy w oderwaniu od innych elementów – liczą się także lokalizacja, przestrzeń za oknem i jakość materiałów. „Architektura osiedli jest jednym z czynników decyzyjnych podczas zakupu” (*Agroman*), „Przeciętny Kowalski nie jest zainteresowany nazwiskiem architekta, wystarczy mu prozaiczne porównanie, iż dany obiekt projektowała ta sama pracownia architektoniczna, co ten czy tamten. Nazwiska większe znaczenie mają wśród nabywców z branży architektonicznej, czy też budowlanej oraz »świata biznesu« (*UWI Inwestycje*). Tak więc architektura jest ważna, ale nigdy nie stanowi jedynego uzasadnienia dla ceny nieruchomości. Tylko jeden z rozmówców (*Atlas Estates* – działający jednak w segmencie premium) przyznał się do konsekwentnej współpracy z renomo-

wanymi pracownikami, stwierdził też że dla nabywców liczy się prestiż związany z nazwiskiem znanego projektanta czy nazwą modnej pracowni. Jednak samo nazwisko konkretnego architekta padło tylko raz – Marcin Wolski z *Pirelli Pekao* zdradził, że firma przy okazji jednej ze swoich nowych inwestycji współpracuje ze Stefanem Kuryłowiczem.

Czy badania są konieczne?

Jak się okazało **większość deweloperów prowadzi własne badania rynku**. Niektórzy (jak przedstawiciele *Family House* i *Wikany*) za najważniejsze uznali jednak nie przeprowadzanie badań marketingowych, ale własne doświadczenia płynące z dokładnego, długoletniego rozeznania rynku. Ankietowani przyznawali się też do podpatrywania konkurencji, co jednak nigdy nie oznaczało kopiowania jej rozwiązań. Robert Wójcik z *J. W. Construction Holding* podkreślił w swojej wypowiedzi rolę internetu w badaniu preferencji klientów: „W dzisiejszych czasach warto w badaniu poziomu zainteresowania nabywców budynków wielorodzinnych kierować się również opiniami zamieszczanymi na forach internetowych. Myślę, że badanie, które będzie analizować popularność i opinie na forach internetowych jest najlepszą metodą określającą preferencje klientów.”

»

Każdy architekt to przede wszystkim artysta. Wizja artystyczna nierzadko jest zupełnym zaprzeczeniem funkcjonalności mieszkania. Układ bryły budynku i jej wyraz artystyczny stanowią główne przesłanie, a marketing dewelopera to rzecz zupełnie postronna. Stąd też niebagatelną rolę w tym odgrywa doświadczenie dewelopera i jego umiejętność egzekwowania zamówienia.

UWI Inwestycje SA

Niewątpliwie era funkcjonalnych i przyjemnych budynków mieszkalnych wyparta budowanie mozolnych blokowisk. Na rynku pojawia się coraz więcej ofert, spełniających potrzeby nawet najbardziej wymagających klientów. Teraz projektuje się po to, aby mieszkało się miło i komfortowo.

Izabella Łukomska-Pyzalska,
wiceprezes Family House

Architektura: UWI Inwestycje



Osiedle Batorego, UWI Inwestycje SA

Architektura: Tomasz Mazurczak



Willa Gwiazda, Family House

» Dźwignia i podstawa

Nadal bardzo istotnym elementem w procesie sprzedaży mieszkań jest wizualizacja. Oto jak była określana w wypowiedziach deweloperów – „bardzo ważny element” (*PBG Dom*), „podstawa promocji i sprzedaży nieruchomości” (*Family House*), „dobre narzędzie sprzedaży” (*UWI*), „niezwykle istotny element” (*Nickel*), „dźwignia sprzedaży” (*Wikana*), „istotny element reklamy” (*Agroman*). **Wszyscy zapytani podkreślali, że bez wizualizacji sprzedać mieszkanie bardzo ciężko. Ale...** No właśnie. Po pierwsze okazuje się, że wizualizacja dzisiaj to absolutne minimum. Oprócz niej liczą się także komputerowe animacje (pokazują osiedla w formie filmów) i mieszkania 3D (pozwalają klientom chodzić po niewybudowanym mieszkaniu). Po drugie wizualizacja powinna być wykonywana rzetelnie i odzwierciedlać realia budowy. Należy jej też unikać wtedy, gdy obiekt został już wybudowany, wtedy lepiej jest posłużyć się fotografią. I powinna w umiejętny sposób podkreślać główne atuty inwestycji. Może się wreszcie okazać narzędziem w takim samym stopniu przydatnym, co niebezpiecznym: „ładne wizualizacje budynku i jego otoczenia na etapie realizacji mogą przyciągnąć klienta, ale i mogą zniechęcić, gdy niewiarygodnie wykonane zostaną skonfrontowane z rzeczywistością” (*UWI Inwestycje*).

Trendy mieszkaniowe

Zapytaliśmy także o trendy na rynku budownictwa mieszkaniowego. **Jak zatem wygląda idealny, z punktu widzenia dewelopera (a więc także klienta), budynek mieszkaniowy?** Musi być funkcjonalny i przyjemny, to znaczy taki w którym mieszka się miło i komfortowo, jego projekt najczęściej jest prosty, raczej nowoczesny, w jasnych kolorach (biel i szarość) z drewnem na elewacjach. Ta skłonność do jasnej kolorystyki dokładniej została objaśniona przez Michała Witkowskiego z *Atlas Estates*: „Od kilkunastu lat widoczny jest trend »rozjaśniania« elewacji. Może wynikać to po części z tego, że Polacy zmęczeni są szarością dominującą na naszych ulicach, a jasne budynki dobrze się nam kojarzą”. W wypowiedziach pojawia się też przymiotnik „ładna” określający architekturę, która się podoba. Trendy nie zawsze muszą jednak dotyczyć wyglądu zewnętrznego. Przy okazji tego pytania wraca po raz kolejny kwestia otoczenia. Popularne są zatem te inwestycje, które w udany sposób korespondują z otoczeniem, harmonijnie wpisują się w przestrzeń – to oznacza budynki łączące ze sobą nowoczesność i prostotę formy. Klienci wybierają więc budynki nowoczesne, ale nie nowatorskie, odważne. Do przestrzeniotwórczej roli archi-

tektury odwołał się także Marcin Wolski z *Pirelli Pekao* – według niego ważnym obecnie trendem jest rewitalizacja terenów poprzemysłowych. Daje ona możliwość przygotowania całościowej koncepcji urbanistycznej. Energooszczędność nie jest natomiast na razie popularną tendencją – takim budownictwem deweloperzy dopiero zaczynają się interesować. Dzieje się tak po pierwsze z powodu wciąż wysokich cen technologii, po drugie dlatego, że obiekty takie z powodu konieczności spełnienia w nich pewnych wymagań (prosta bryła, odpowiednie usytuowanie okien) uchodzą wśród polskich klientów za niezbyt urodziwe.

Wybieranie architekta

Kolejne dwa pytania stanowiły dla siebie uzupełnienie – zapytaliśmy w jaki sposób deweloperzy wybierają architektów, z którymi potem współpracują i czy projektanci potrafią dostosować się do wymagań inwestorów, a może potrzebują szczegółowego określenia oczekiwań wobec nich.

Większość deweloperów współpracę z architektem rozpoczyna od **wolnego wyboru**. Każdy jednak tego wyboru dokonuje według indywidualnych kryteriów. *Agroman* stosuje przetarg nieograniczony z jasno określonymi

Z naszych obserwacji wynika, że Polacy w architekturze cenią sobie raczej nowoczesność. Nie jest ona jednak postrzegana ortodoksyjnie i nie polega na udziwnianiu budynku za wszelką cenę. Zdecydowanie najlepiej odbierane są inwestycje, które łączą ze sobą nowoczesność i prostotę formy.

Michał Witkowski,
dyrektor ds. marketingu i sprzedaży Atlas Estates

Działamy na rynkach wielu miast, a każde z nich ma swoją specyfikę. Staramy się zaspokajać bardzo różne potrzeby, dlatego w swojej ofercie posiadamy budynki zarówno ultranowoczesne, jak i nawiązujące do tradycyjnych form, takie które wyróżniają się intensywną kolorystyką, jak i te, których urok tkwi w niemal ascetycznej prostocie.

Wikana

Architektura: Piotr Majowski, MWH Architekt



Platinum Towers, Atlas Estates



Miasteczko Wikana, Wikana

Architektura: GPA Gurbel, Pracownia Architektoniczna

ryteriami. Jakimi? Projekt musi właściwie zagospodarowywać przestrzeń, wykorzystywać walory lokalizacji i być estetyczny. Oprócz tego ważne jest do kiedy projektant może opracować dokumentację budowlaną, czy istnieje możliwość zryczałtowania cen wykonania prac projektowych i dopiero, niejako na koniec, brane są pod uwagę dotychczasowe osiągnięcia i oryginalność rozwiązań. Nowa Sienna bierze pod uwagę doświadczenie, realizację i wcześniejszą współpracę, podobnie D&D Investment. Pirelli Pekao prowadzi z kandydatami rozmowy, przyznając, że istotna jest „chemia” między deweloperem i architektem. Na wolny wybór nie zdecydował się tylko Nickel Development, który współpracuje z biurem projektowym siostrzanej spółki, ponieważ ceni sobie elastyczność architekta, otwartość na uwagi i szybkość działania. Sposób pracy tego dewelopera jest jednak nietypowy dla branży – firma posiada zespół fachowców złożony nie tylko z architektów, ale też ze sprzedawców, marketingowców, inżynierów budowlanych i specjalistów od inwestycji. Stworzenie takiej grupy to z pewnością duże ułatwienie, odpada zmartwienie o to czy architekt potrafi się dopasować do oczekiwań inwestora. Zwłaszcza, że w opinii niektórych deweloperów architekt wciąż bardziej jest ar-

tystą, dla którego najważniejsze jest przesłanie i wyraz artystyczny, natomiast wymagania marketingowe dewelopera to kwestia drugoplanowa.

Receptą wielu deweloperów na bezbolesną współpracę na linii inwestor-architekt jest staranne, precyzyjne formułowanie umowy na projekt. Pozwala to uniknąć nieprzewidzianych kosztów i konfliktów, które mogą pojawić się w sytuacjach, gdy mniej doświadczeni deweloperzy nie umieszczą na liście np. kosztów wizyt na budowie, projektu części ogólnodostępnej (np. dobór oświetlenia czy posadzek) czy inwentaryzacji powykonawczej. Dobra umowa pozwala także na lepsze egzekwowanie zamówienia.

Architekt musi współpracować

A zatem jak powinna wyglądać **modelowa współpraca dewelopera z architektem**? Na ten temat deweloperzy wypowiadali się niestety niezbyt chętnie. Dla przedstawicieli Nickel Development architekt powinien posiadać wiedzę na temat nowości, materiałów i technologii, mieć swoją wizję i być otwarty na rzeczowe argumenty innych członków zespołu. W opinii Barbary Jarząbek z Agromana o udanej współpracy decyduje „dogodny przepływ informacji oraz rzetelne sprawozdania z postępu prac”.

W Wikanie natomiast wymagania wobec architekta (ale też konstruktora czy branżowca) są werbalizowane w umowie – przede wszystkim muszą oni pozostawać w ścisłym kontakcie z ekipą realizującą daną inwestycję, uczestniczyć w naradach koordynacyjnych, które mają miejsce już od etapu wstępnej koncepcji i na bieżąco dokonywać ewentualnych korekt.

Czy architekt i deweloper stoją więc po dwóch stronach barykady? Niestety, z przesłanych do naszej redakcji ankiet wynika, że bardzo często nadal tak jest. Wciąż pokutuje przekonanie, że architekt jest artystą, który pragnie zrealizować swoje wizje, a deweloper to rzecznik klienta, który na szalone wizje zupełnie się nie zgadza i mieszkać w nich nie chce. Klient to zresztą dla deweloperów główny punkt odniesienia. Architekt jest tylko koniecznym elementem planu i ten podział ról z odpowiedzi bardzo wyraźnie przebija – klientowi należy się przypodobać, dać mu „ładną” architekturę, natomiast architekt powinien przede wszystkim skrupulatnie wykonywać polecenia inwestora i elastycznie reagować na wszelkie jego uwagi. Nie można jednak generalizować i trzeba stwierdzić, że sposób podejścia zależy bardzo często od konkretnej firmy. ■