



STOWARZYSZENIE PRZYJACIÓŁ
PAŁACU DONNERSMARCKÓW
SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE

STRATEGIA WSPÓŁPRACY SEKTORA KULTURALNEGO Z PUBLICZNYM W ZAKRESIE REWITALIZACJI DO 2023 ROKU

Obejmująca działania realizowane
na terenie Miasta Siemianowice Śląskie

Podmiotem wdrażającym jest
Stowarzyszenie Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków
w Siemianowicach Śląskich
„Pałac Inspiracji”



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Fundusz Spójności



Strategia przyjęta została uchwałą Zarządu Stowarzyszenia Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków w Siemianowicach Śląskich „Pałac Inspiracji” nr 01/12/2020 z dnia 23 grudnia 2020 roku

Strategia powstała w ramach siemianowickiego Human Smart Cities, czyli projektu pt.: "Zintegrowany, partnerski system monitoringu i informacji o mieście jako narzędzie wsparcia rozwoju społeczno-gospodarczego Siemianowic Śląskich" realizowana jest przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020. Realizatorami projektu są: Miasto Siemianowice Śląskie (Siemianowice Dobre Bo Śląskie), Akademia WSB, Fundacja Kreatywny Śląsk i Stowarzyszenie Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków w Siemianowicach Śląskich "Pałac Inspiracji".



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Fundusz Spójności



Stowarzyszenie Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków
w Siemianowicach Śląskich „Pałac Inspiracji”
ul. Nowa 32, 41-500 Chorzów
stowarzyszenie@palacinspiracji.pl
www.palacinspiracji.pl

Spis treści

| | |
|---------------------------|----|
| Streszczenie | 4 |
| Wstęp | 5 |
| Metodyka pracy | 6 |
| Diagnoza obecnej sytuacji | 7 |
| Mapa interesariuszy | 8 |
| Persony | 9 |
| Jan Maria | 9 |
| Krzysztof | 9 |
| Nikoś | 10 |
| Mapa kontekstów | 11 |
| Analiza SWOT dla obiektu | 13 |
| Szanse | 13 |
| Zagrożenia | 13 |
| Mocne strony | 14 |
| Słabe strony | 14 |
| Koncepcja nowej usługi | 15 |
| Idea | 15 |
| Propozycja wartości | 15 |
| Analiza SWOT dla usługi | 16 |
| Szanse | 16 |
| Zagrożenia | 16 |
| Mocne strony | 16 |
| Słabe strony | 17 |
| Cele | 18 |
| Plan wdrożenia | 18 |
| Monitoring i ewaluacja | 19 |
| Wskaźniki monitoringu | 19 |
| Partnerzy | 20 |

Streszczenie

Dokument opisuje proces projektowania usługi "Przestrzeń dla kultury, kultura dla przestrzeni" przez Stowarzyszenie Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków w Siemianowicach Śląskich "Pałac Inspiracji". Planowany okres jej uruchomienia to styczeń 2021 do grudnia 2023.

Celem usługi jest wsparcie rewitalizacji Pałacu Donnersmarcków poprzez wykreowanie atrakcyjnego ekosystemu dla podmiotów kultury i sektora publicznego. Ma ona włączyć mieszkańców miasta zaangażowanych w sprawy publiczne i kultury poprzez oferowanie im atrakcyjnej przestrzeni w rewitalizowanym Pałacu.

Przestrzeń będzie udostępniana w formie cyklicznego konkursu. Do korzystania z historycznych pomieszczeń zostaną zaproszeni użytkownicy, którzy wykażą się pomysłami na realizację działań pozytywnie wpływających na lokalną społeczność, miasto i Pałac.

Założenia dla dokumentu powstawały warsztatowo w oparciu o metodykę projektowania usług (*service design*). Uczestniczyli w nim zaproszeni mieszkańcy Siemianowic Śląskich, będący jednocześnie zaangażowani w działalność kulturalną i/lub publiczną na terenie miasta, w tym przedstawiciele samorządu.

Wdrożenie usługi rozpocznie się od II kwartału 2021 r. Kluczowymi wartościami dla inicjatywy są pozytywny wpływ na lokalną społeczność, miasto i Pałac oraz budowa aktywnej i trwałej społeczności wokół Pałacu. Monitoring realizacji planowany jest w okresach rocznych.

Wstęp

Celem dokumentu jest opisanie usługi wsparcia rewitalizacji Pałacu Donnersmarcków w Siemianowicach Śląskich poprzez wykreowanie atrakcyjnego ekosystemu dla podmiotów kultury i sektora publicznego w latach 2021-2023. Jest to element wypracowania modelowych rozwiązań dla współpracy podmiotów, reprezentujących szeroko rozumiany obszar kultury z administracją publiczną.

Podmiotem odpowiedzialny za testowanie a później ewentualne wdrożenie tej usługi jest Stowarzyszenie Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków w Siemianowicach Śląskich "Pałac Inspiracji".

Założenia dla dokumentu powstawały w trakcie sześciu warsztatów na przełomie września i października 2020 roku. Odbyły się one w Pałacu Donnersmarcków. Uczestniczyli w nich przedstawiciele samorządu, instytucji kultury, organizacji pozarządowych oraz biznesu.

Warsztaty były częścią projektu "Human Smart Cities - Zintegrowany, partnerski system monitoringu i informacji o mieście jako narzędzie wsparcia rozwoju społeczno gospodarczego Siemianowic Śląskich", realizowanego przez Miasto Siemianowice Śląskie wraz z Akademią WSB, Fundacją Kreatywny Śląsk i Stowarzyszeniem Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków w Siemianowicach Śląskich "Pałac Inspiracji".

Projekt, zakłada połączenie banku wiedzy o mieście, sprzężonego z miejskim portalem samorządowym i serwisem informacyjnym. Ideą projektu jest zaangażowanie Siemianowiczian i organizacji partnerskich w tworzenie funkcjonalności dla budowanego banku danych, by po uruchomieniu służył on jako źródło informacji o zasobach miasta, przyrody, spraw społecznych i gospodarczych. Projekt przyczyni się do zbudowania nowego systemu integrującego informacje o mieście, który wesprze procesy decyzyjne, a także rozwój społeczeństwa obywatelskiego i współzarządzanie przez mieszkańców miastem.

Elementem projektu Human Smart Cities jest "ReviLab", realizowany przez Stowarzyszenie Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków. W gestii stowarzyszenia są działania z zakresu partycypacji społecznej oraz pracy na rzecz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. Szczególnie ważnym obszarem aktywności organizacji jest rewitalizacja, stanowiąca istotny element zrównoważonego rozwoju miast (Cel 11 Agendy na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030).

Metodyka pracy

Dokument wypracowany został na bazie 6 międzysektorowych warsztatów strategicznych ukierunkowanych na stworzenie i wdrożenie strategii. Warsztaty realizowane były w okresie od września do października 2020 roku na terenie Kompleksu Pałacowo Parkowego w Siemianowicach Śląskich. W sześciu warsztatach uczestniczyli przedstawiciele samorządu, organizacji pozarządowych i środowisk biznesowych działających na rzecz mieszkańców, a w szczególności osoby realizujące działania na polach rewitalizacji i kultury.

Warsztaty zostały oparte o metodologię projektowania usług (*service design*) z uwzględnieniem projektowania partycypacyjnego. W procesie projektowym uczestniczyli zaproszeni mieszkańcy Siemianowic Śląskich, będący jednocześnie zaangażowani w działalność kulturalną i/lub publiczną na terenie miasta. Do projektu zaproszono uczestników posiadających różne perspektywy, doświadczenie i wiedzę o mieście. Dzięki temu możliwe było zebranie kluczowych informacji o potencjale, potrzebach, bolączkach oraz poszukiwanych korzyściach. Zebrane informacje posłużyły do dalszego procesu projektowego, którego kolejne fazy obejmują: skonsultowanie wypracowanego rozwiązania z użytkownikami, pilotaż oraz wprowadzenie niezbędnych korekt.

projektowanie partycypacyjne

Service Design jest podejściem skoncentrowanym na człowieku, współtworzeniu i współpracy, interdyscyplinarności zespołów oraz iteracji procesu projektowego. Ponadto korzysta ze zróżnicowanych metod badawczych, prototypowania i zestawu narzędzi służących w celu tworzenia doświadczeń odpowiadających potrzebom organizacji (biznesu, sektora publicznego czy organizacji pozarządowych), użytkownika i innych interesariuszy.

Zgodnie z definicją prezentowaną przez Design Council metodyka service design polega na tworzeniu usług, które są przydatne, użyteczne, wydajne i pożądane. Na proces projektowy najczęściej składają się cztery fazy:

1. odkryj (poprzez badania i zdefiniowanie potrzeb interesariuszy),
2. zdefiniuj (problem, wyznawanie projektowe),
3. rozwiń (opracuj, rozwijaj i testuj wypracowane potencjalne rozwiązania),
4. dostarcz (wybierz jedno działające rozwiązanie, przygotuj je do implementacji i wdróż).

W ramach przeprowadzonych warsztatów uczestnicy przeszli przez pierwsze dwa etapy projektowania. Kolejne fazy będą realizowane w następnych działaniach, zaplanowanych w projekcie Human Smart Cities.

Diagnoza obecnej sytuacji

Podczas pierwszych spotkań warsztatowych uczestnicy pracowali nad opisem obecnej sytuacji dotyczącej funkcjonowania podmiotów w obszarze kultury oraz relacji między nimi a samorządem. W trakcie pracy wykorzystano cztery główne narzędzia: wywiad pogłębiony dotyczący potencjalnego rezultatu, mapa interesariuszy, persona i kwadrat wpływu.

Grupowy wywiad pogłębiony przyczynił się do zmapowania głównych wyzwań związanych z procesem rewitalizacji Pałacu oraz zbudowaniem usługi dla sektora publicznego i kultury mającej pozytywny wpływ na kompleks. Dzięki mapie interesariuszy zostali zdiagnozowani najważniejsi partnerzy procesu rewitalizacji Pałacu, z podziałem na: partnerów naturalnych, otoczenie bliższe i dalsze. Trzy zbudowane przez uczestników persony dały wgląd w potrzeby potencjalnych użytkowników, a także ich oczekiwania oraz bolączki. Mapa najważniejszych interesariuszy i potencjalnych partnerów rewitalizacji została usystematyzowana na macierzy wpływu i zainteresowania. Takie uporządkowanie pozyskanych danych dało wgląd w te osoby/ instytucje/ organizacje, które mają największy wpływ i są najbardziej zainteresowane tematyką rewitalizacji Pałacu.

Mapa interesariuszy



Mapa interesariuszy pozwoliła na określenie kluczowych dla Stowarzyszenia Przyjaciół Pałacu Donnersmarcków partnerów przy budowie usługi wsparcia rewitalizacji obiektu poprzez wykreowanie atrakcyjnego ekosystemu dla podmiotów kultury i sektora publicznego.

Naturalni partnerzy to takie instytucje i osoby, które dotychczas włączały się w działania na terenie Pałacu lub zgłaszały chęć współpracy. Wśród partnerów samorządowych znaleźli się Urząd Miasta, Muzeum Miejskie oraz Willa Fitznera i Uniwersytet Trzeciego Wieku, a także Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji. Organizacje pozarządowe w tej grupie to Śląskie Stowarzyszenie Osób Niepełnosprawnych oraz Klub Seniora Michałkowice. Należą również do niej osoby aktywne, działające na rzecz kultury - Beata Tomanek, Piotr Kochanek czy Beata Gałęcka.

Rekomendacje:

Osoby te lub przedstawiciele wymienionych instytucji powinny aktywnie uczestniczyć w kolejnych warsztatach. Projektowana usługa ma w pierwszym rzędzie odpowiadać na potrzeby właśnie przez nie zgłaszane. Bliskie otoczenie obejmuje osoby i instytucje, do których stowarzyszenie ma kierować nową usługę na etapie testowania. Dalsze otoczenie to podmioty, które będą informowane o istnieniu nowej usługi oraz zachęcane do jej wspierania.

Persony

Persona to zbiór kluczowych cech potencjalnego użytkownika, wybranego z konkretnej grupy docelowej/segmentu. Proces powstawania person skoncentrowany jest wokół zbierania i porządkowania informacji o wybranych przedstawicielach grup docelowych. Ideą tego etapu procesu projektowego jest jak najgłębsze zrozumienie systemu podejmowania decyzji, a także możliwości zaspokojenia potrzeb.

Uczestnicy warsztatów opracowali trzy persony. Pierwsza osoba, Jan Maria, to siemianowicki senior. Druga, to przedstawiciel segmentu lokalnych przedsiębiorców - Krzysztof. Ostatnia persona to Nikoś, reprezentant siemianowickiej młodzieży.

Miały one pomóc odpowiedzieć na następujące pytania:

1. Kim jest potencjalny użytkownik usługi wsparcia procesu rewitalizacji?
2. Jakie są jego cechy charakterystyczne?
3. Czego poszukuje?
4. Jakie są jego potrzeby, bolączki i poszukiwane korzyści?
5. Jakie czynniki mają wpływ na proces rewitalizacji?
6. Jakie trendy, bariery, ograniczenia, szanse mogą wpłynąć na usługę wsparcia rewitalizacji?

Jan Maria

motto: "Alleluja i do przodu", "nie ma, że boli"

charakterystyka: Jan Maria jest 60-letnim, społecznikiem i aktywistą z Bytkowa. Zaangażowany w zróżnicowane sprawy obywatelskie oczekuje wysokiej jakości rezultatów. Pomimo tego, że wciąż pracuje jako inżynier, jest aktywnie zaangażowany w sprawy seniorów na terenie całego miasta. Jest członkiem Siemianowickiej Rady Seniorów oraz czynnym wnioskodawcą w budżetach obywatelskich. Jego obywatelska energia skoncentrowana jest wokół tematów "naprawienia miasta" i aktywizacji seniorów. Ponadto pragnie promować wartości tj. kosmopolityzm i otwartość. Z drugiej strony Jan Maria bywa niecierpliwy i porywczy. Szybko się irtuje co bywa nie lada wyzwaniem dla jego rozmówców. Jest wymagający i krytyczny, a kiedy ma wątpliwości co do słuszności sprawy, niełatwo daje się przekonać. Jan Maria posiada konto w mediach społecznościowych i aktywnie korzysta z możliwości internetu. W swoich decyzjach zarówno zakupowych jak i tych związanych z zarządzaniem czasem, kieruje się wysoką jakością i nerwowo reaguje na "bylejakość".

Krzysztof

motto: "Jedyną pewną w życiu jest zmiana", "Innowacja to podstawa rozwoju"

charakterystyka: Krzysztof jest 35-letnim inżynierem, dobrze zorientowanym w sprawach miasta. Jako przedsiębiorca jest skoncentrowany na celach zawodowych i dobrze potrafi działać pod presją czasu. Ma ambicje by rozwijać swoją firmę zarówno na polu biznesowym jak społecznej odpowiedzialności biznesu. Krzysztof lubi wyzwania zarówno zawodowe jak i osobiste. Uprawia sporty ekstremalne tj. triathlon. Biegłe posługuje się nowymi technologiami, a także mediami

społecznościowymi. Internet jest głównym źródłem pozyskiwanych przez Krzysztofa informacji, w tym kontaktów i kontraktów. Z racji prorozwojowego nastawienia i wielości zadań, ceni czas swój i innych. Lubi szybko pozyskiwać niezbędne informacje i oczekuje szybkiej reakcji odbiorcy/korespondenta. Śledzi trendy światowe i przysłowiowo można go nazwać "rekinem biznesu" ze społeczną twarzą. Jest skutecznym i dobrym strategiem, czujnym i rzeczowym. Krzysztof jest gadzieciarzem, a większość swoich zakupów dokonuje przez internet. Swój wolny czas spędza na aktywnej rozrywce biegnąc i/lub spotykając się z ludźmi.

Nikoś

motto: "Miasto to MY"

charakterystyka: Nikoś jest 16-letnim Siemianowiczaniec, silnie zaangażowanym w sprawy społeczne. Jest częstym wolontariuszem na zróżnicowanych wydarzeniach miejskich i ogólnopolskich tj. WOŚP. Ponadto jest członkiem Młodzieżowej Rady Miasta. Jego sytuacja rodzinna wymaga od niego zaangażowania na poziomie wsparcia rodzeństwa, co czyni z Nikosia bardzo zajęty, z nadzieją patrzy w przyszłość dlatego chce się rozwijać i pójść na studia. Swoją karierę zawodową planuje w obszarze kierunku związanego z zarządzaniem danymi (big data). W wolnych chwilach bierze udział w nieodpłatnych imprezach, głównie miejskich, nie tylko jako wolontariusz, ale również uczestnik. Jego aktualnym, głównym celem jest zdobycie doświadczenia, poznanie bliskich mu na poziomie wartości ludzi, wspólne działania na rzecz zmiany na lepsze, a jako mieszkaniec chce mieć realny wpływ na miasto. Jego głównym źródłem komunikacji i wiedzy zarówno o mieście jak i świecie jest internet. Korzysta z niego w sposób selektywny (poprzez swoje grupy). Odrzuca wszystko to co nie jest przejrzyste, czyste i dostępne. Interesujące go treści chętnie udostępnia i przekazuje znajomym. Ważnym dla niego elementem jest zabawa i grywalizacja.

Rekomendacje:

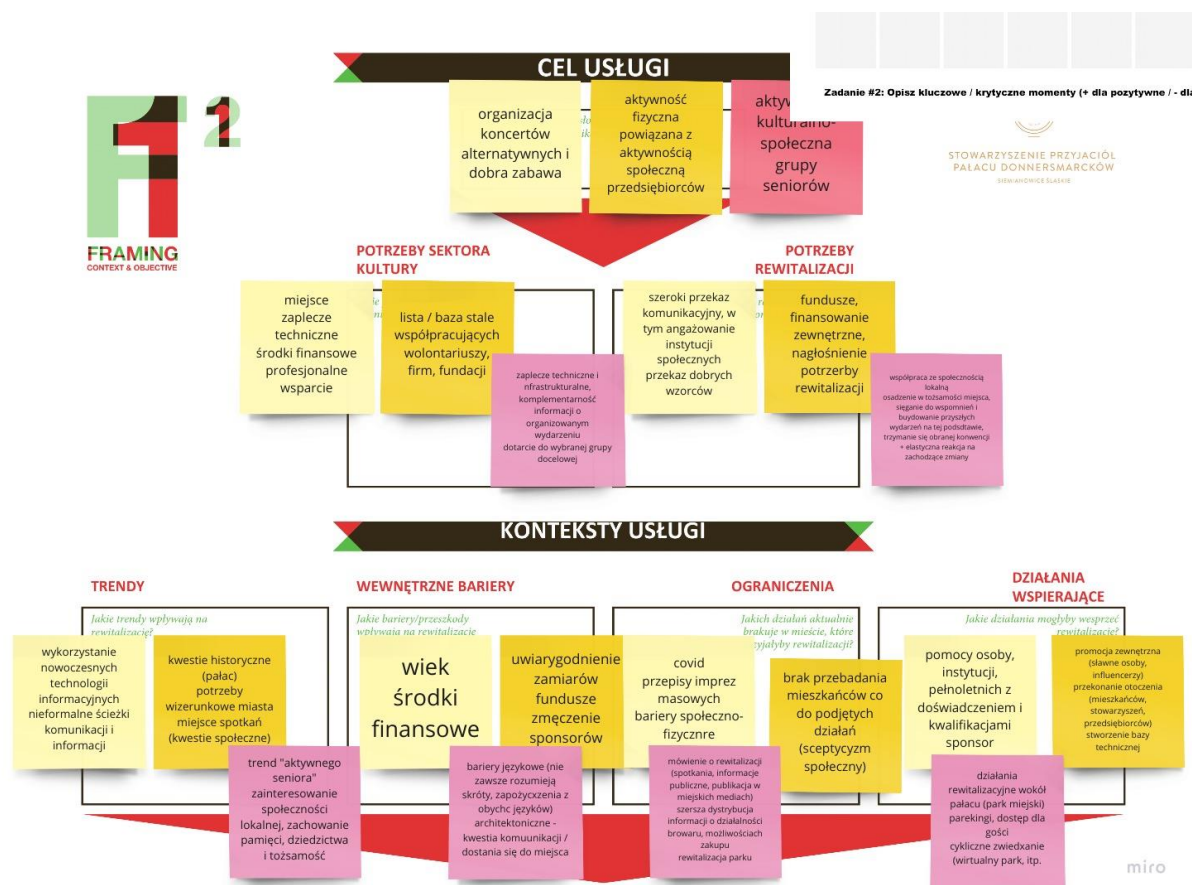
Przy budowaniu, testowaniu i wdrażaniu usługi należy korzystać z wypracowanych person. Pozwoli to lepiej ją dopasować do ich potrzeb i wymagań lub też odrzucić pewne rozwiązania.

Mapa kontekstów

Mapa kontekstów zbiera informacje opisujące otoczenie danej usługi. Najczęściej dotyczy takich obszarów jak trendy, szanse, bariery, ograniczenia czy konkurencja.

Do jej przygotowania wykorzystane zostały wypracowane opisy użytkowników (person) oraz ścieżki działania organizatorów wydarzeń kulturalnych w Siemianowicach Śląskich, tzw. podróże użytkownika (user journey). Jest to wizualne przedstawienie kolejnych kroków jakie użytkownik/klient doświadcza podczas korzystania z usługi.

Na potrzeby warsztatowe zaproponowano następujące pomysły na usługi realizowane przez użytkowników i współtwórców procesu rewitalizacji Pałacu. Jan Maria jest organizatorem wystawy prezentującej stare zdjęcia miasta (aktywizacja kulturalno-społeczna grupy seniorów), Krzysztof jest liderem wydarzenia biegu charytatywnego (aktywność fizyczna powiązana z aktywnością społeczną przedsiębiorców), Nikoś organizuje koncert niszowego zespołu alternatywnego (organizacja koncertów alternatywnych i dobra zabawa). Wszystkie te wydarzenia potencjalnie mogą odbywać się na terenie zespołu parkowo pałacowego.



Stworzona mapa kontekstów daje nam zbiorczą prezentację wszystkich użytkowników, ich potrzeb, wyzwań rewitalizacyjnych, trendów, wewnętrznych barier, ograniczeń, a także działań

wspierających. Ułatwia to budowę obrazu otoczenia oraz sytuacji wpływającej na powstającą usługę.

Rekomendacje:

Zidentyfikowany został przez uczestników warsztatów potencjał miasta i mieszkańców w zakresie oddolnej energii i inicjatywności do przeprowadzania zmian jak również chęci wpływu na miasto. Trend ten powinien być kanwą dla tworzonej usługi. Ważnym ograniczeniem przy jej projektowaniu jest potencjalnie zbyt mała liczebność grupy docelowej. Może to powodować, że w długiej perspektywie usługa nie będzie zrównoważona i będzie miała tylko ograniczony wpływ na rewitalizację i rozwój miasta.

Analiza SWOT dla obiektu

Analiza SWOT to technika służąca porządkowaniu informacji skategoryzowanych w czterech grupach: S - mocne strony, W - słabe strony, O - szanse, T - zagrożenia. Podczas spotkania uczestnicy poszukiwali odpowiedzi na następujące pytania:

1. Jakie są mocne strony związane z rewitalizacją kompleksu pałacowo- parkowego? Jakie widzą atuty, przewagi i zalety obiektu na tle konkurencyjnych?
2. Jakie są słabe strony rewitalizacji kompleksu pałacowo-parkowego? Jakie widzą słabości, bariery i wady Kompleksu i jego nowych funkcji?
3. Jakie widzą szanse dla rewitalizacji kompleksu pałacowo-parkowego? Jakie czynniki zewnętrzne będą sprzyjały korzystnej zmianie?
4. Jakie widzą zagrożenia dla rewitalizacji kompleksu pałacowo-parkowego? Jakie czynniki zewnętrzne będą stwarzały zagrożenie dla procesu i jego pomyślnej finalizacji?

Szanse

- rozwój regionu, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki biznesowej
- dostępne środki unijne oraz inne programy wspierające rewitalizację zarówno infrastrukturalną jak i społeczną
- rozwój miasta, jako atrakcyjnego otoczenia i miejsca przyciągającego młode rodziny do zamieszkania i korzystania z jego infrastruktury (m.in. rozwój budownictwa mieszkalnego)
- promocja miasta jako miejsca na weekend i na całe życie
- obecność terenów zielonych i rekreacyjnych, w tym przede wszystkim pola golfowego (możliwość budowy unikatowej oferty w skali regionu)
- szereg istniejących imprez, które mogłyby się odbywać na terenie Kompleksu
- możliwość współpracy Właścicieli Pałacu z Urzędem Miejskim w tym obszarze

Zagrożenia

- szereg konsekwencji wynikających z pandemii Covid-19 (ograniczenia w przemieszczaniu się, przebywaniu w jednym pomieszczeniu jak i inne obostrzenia, będą miały istotny wpływ na wszystkie usługi planowane na terenie Kompleksu)
- wpływ bliskości Katowic na Pałac (szybkość dotarcia gości przyjeżdżających koleją, czy korzystających z połączeń lotniczych, a z drugiej możliwy odpływ klientów do większego miasta z racji bogatszej i bardziej zróżnicowanej oferty)
- bliskość zaniedbanych kamienic
- niewystarczające doświetlenie parku i negatywny wpływ na odbiór Pałacu
- przeniesienia życia społecznego do sieci (ograniczone możliwości pełnego wykorzystania tak dużej kubatury i potencjału jaką ma w sobie Kompleks)
- depopulacja województwa Śląskiego, która przejawia się m.in. odpływem ludzi młodych za granicę i do większych miast tj. Poznań, Wrocław czy Warszawa

Mocne strony

- unikalny charakter Pałacu
- położenie w centrum Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii
- bliskość do dworca kolejowego i lotniska
- otoczenie zabytkowego parku
- dobra współpraca z Urzędem Miasta i jego jednostkami, Urzędem Marszałkowskim, Politechniką Gliwicką, University of the Arts London, lokalnymi organizacjami pozarządowymi oraz mieszkańcami
- realizacja zróżnicowanych inicjatyw i projektów jeszcze przed ukończeniem procesu kompleksowej odbudowy
- atrakcyjność budowy marki Pałacu w oparciu o rzemieślnicze piwo warzone w historycznych murach

Słabe strony

- przedłużający się proces inwestycyjny
- brak rzetelnej informacji o terminie zakończenia prac budowlanych i oddania obiektu do użytku
- konieczność zsynchronizowania projektów komplementarnych, tj. rewitalizacja sąsiadującego, miejskiego parku publicznego oraz pobliskich oficyn będących w stanie katastrofy budowlanej
- konieczność zorganizowania parkingu dla samochodów, który aktualnie jest znacząco oddalony od obiektu
- ograniczona dostępność całej powierzchni Pałacu dla osób z niepełnosprawnościami i z uwzględnieniem potrzeb osób starszych
- konieczność zapewnienia odpowiednio przeszkolonych ludzi (m.in. animatorów), którzy będą włączali i angażowali lokalne środowiska w życie Kompleksu
- długi proces rewitalizacji (10-15 lat) i związane z tym potencjalne wypalenie zaangażowanych kadr i zespołów oraz zmęczenie lokalnych liderów
- wizerunkowa "ekskluzywności", co może powodować zamknięcia się Pałacu na wybrane grupy i środowiska oraz za tym idących wysokich cen oferowanych usług

Rekomendacje:

Przy tworzeniu strategii należy pamiętać, że główny potencjał Pałacu to lokalizacja w centrum Aglomeracji. Historycznie było to miejsca spotkań o zróżnicowanym charakterze, co warto zachować. Obszarem zagrożeń jest niestety dynamika zmian będących konsekwencją pandemii, która może wpłynąć na terminy zakończenia inwestycji oraz charakter świadczonych na obiekcie usług. Strategia powinna zakładać wykonalność i realizację usługi przy wystąpieniu obu negatywnych czynników.

Koncepcja nowej usługi

Idea

"Przestrzeń dla kultury, kultura dla przestrzeni" jest propozycją systemu włączania mieszkańców miasta zaangażowanych w sprawy publiczne i kultury poprzez oferowanie im atrakcyjnej przestrzeni w rewitalizowanym Pałacu. W ramach realizowanego konkursu do korzystania z historycznych pomieszczeń zostaną zaproszeni użytkownicy, którzy wykażą się pomysłami na realizację działań pozytywnie wpływających na lokalną społeczność, miasto i Pałac. Jednocześnie w ramach własnej działalności statutowej, będą mogli realizować swoje codzienne aktywności, marzenia czy talenty. Uczestnicy w wyznaczonych co kwartał terminach, mieliby zgłaszać swoje zapotrzebowanie na przestrzeń wraz z opisem przeznaczenia (np. próby zespołu muzycznego czy teatralne, zajęcia edukacyjne dla dzieci, pracownia artystyczna itp.). Dodatkowo ich działania muszą mieć pozytywny wpływ na przestrzeń Pałacu i jego społeczność, miasto oraz lokalną społeczność.

"Przestrzeń dla kultury" ma być inicjatywą wspierającą zarówno sektor kultury i publiczny, jak również proces rewitalizacji Pałacu w Siemianowicach Śląskich. Dotychczasowe badania i warsztaty przeprowadzone z potencjalnymi użytkownikami usługi, wskazały zapotrzebowanie na przestrzeń, w której mogłaby być realizowana działalność kulturalna, artystyczna, twórcza czy społeczna. Jednocześnie istnieje istotna potrzeba Kompleksu na wymianę usług wspierających przyciąganie mieszkańców miasta i regionu do Pałacu. Z połączenia tych dwóch obszarów potrzeb powstał koncept konkursu dedykowanego Siemianowiczanom z inicjatywą.

Propozycja wartości

Propozycja wartości jest narzędziem definiującym powód, dla którego klient wybiera dany produkt lub usługę, przedkładając go nad inne. W wypadku Pałacu kluczowe wartości wynikają z misji: „Być przedsiębiorczym, odpowiedzialnym, gościnnym (towarzyskim i kulturalnym) centrum aglomeracji śląskiej - tętniącym życiem sercem Śląska”. Są nimi: przedsiębiorczość, odpowiedzialność, rozwój i gościnność.

Uczestnicy warsztatów do głównych wartości zaliczyli: przestrzeń reprezentacyjną dla miasta, przepływ wiedzy i ludzi, rozrywkę, samorozwój, innowacje społeczne, kontakty, dumę, możliwości spędzenia wolnego czasu.

Z perspektywy miasta wymienili: wizytówka Siemianowic Śląskich, prestiż, miejsce dla młodych ludzi, integrację społeczną mieszkańców.

Następnie zwrócili uwagę na wartości, które nowa usługa może przynieść Pałacowi. Zaliczono do nich: nową tożsamość, ożywienie miejsca, promocja, nowe możliwości, nowe kontakty.

W ostatnim kroku podjęto refleksję nad korzyściami, które usługa może przynieść lokalnej społeczności i do nich zaliczono: integrację, wsparcie merytoryczne, zarażanie pasją, rozwój talentów, otwarcie Pałacu na nowe dziedziny.

Analiza SWOT dla usługi

Podczas spotkania uczestnicy poszukiwali odpowiedzi na następujące pytania:

1. Jakie są mocne strony usługi "Przestrzeń dla kultury"? Jakie widzą atuty, przewagi i zalety istniejących i znanych im rozwiązań w regionie?
2. Jakie są słabe strony usługi? Jakie widzą bariery i wady, które uniemożliwią jej wdrożenie i dalszą działalność?
3. Jakie widzą szanse "Przestrzeni dla kultury"? Jakie czynniki zewnętrzne będą miały wpływ na rozwój usługi?
4. Jakie widzą zagrożenia? Jakie czynniki zewnętrzne będą stwarzały zagrożenie dla "Przestrzeni dla kultury"?

Szanse

- wzrost popytu na miejsca kulturalne zlokalizowane w nietypowych miejscach, które oferują dodatkowe atrakcje (jak np. otoczenie parku, gastronomia itp)
- reprezentacyjne miejsce i jego historia, które inspirują do działań zarówno społecznych jak i kulturalnych
- kompleksowa rewitalizacja tej części miasta, która łączy się z rozwojem infrastrukturalnym (parkingi) i przeobrażeniem w dzielnicę zadbaną i modną
- pozytywny wpływ rozwijającej się oferty grantów miejskich, regionalnych, krajowych i europejskich

Zagrożenia

- stan pandemii
- zmiana strategii właściciela Pałacu
- problem finansowania po zakończeniu dotacji 10.3.1
- długie oczekiwanie na rozstrzygnięcie konkursów i problem z płynnością finansową
- sytuacja gospodarcza i niepewność co do regulacji i obostrzeń w czasie pandemii
- konieczność dotowania kultury i potencjalny brak zaangażowania w realizację usługi w przypadku konieczności rozwoju oferty komercyjnej Pałacu

Mocne strony

- efekt nowości
- atrakcyjność lokalu i miejsca
- przestrzeń do współpracy i nawiązywania kontaktów
- otwartość na współpracę międzysektorową organizatora usługi
- doświadczenia organizatora w zakresie pozyskiwania finansowania i zarządzania usługami społecznymi

Słabe strony

- potencjalny konflikt z modelem biznesowym
- brak grup docelowych, które pozytywnie wpływałyby również na jakość procesu rewitalizacji
- aktualny brak infrastruktury parkingowej i zaplecza do realizacji usługi
- przeciągająca się budowa.

Rekomendacje: Stworzenie prototypu usługi, bazującej na obecnie dostępnej przestrzeni Pałacu we współpracy z podmiotami z naturalnego otoczenia. Następnie zaangażowanie mieszkańców miasta, w tym przede wszystkim przedstawicieli sektora kultury i publicznego w testowanie usługi "Przestrzeń dla kultury, kultura dla przestrzeni". Kontynuacja prac projektowych i doskonalenia usługi o doświadczenia i naukę płynącą z testów. Będzie to kluczowy element rozwijający i weryfikujący atrakcyjność i użyteczność usługi zarówno dla mieszkańców jak i rewitalizacji Pałacu.

Cele

Strategia ma służyć sprawnej i efektywnej realizacji założonych celów, którymi są:

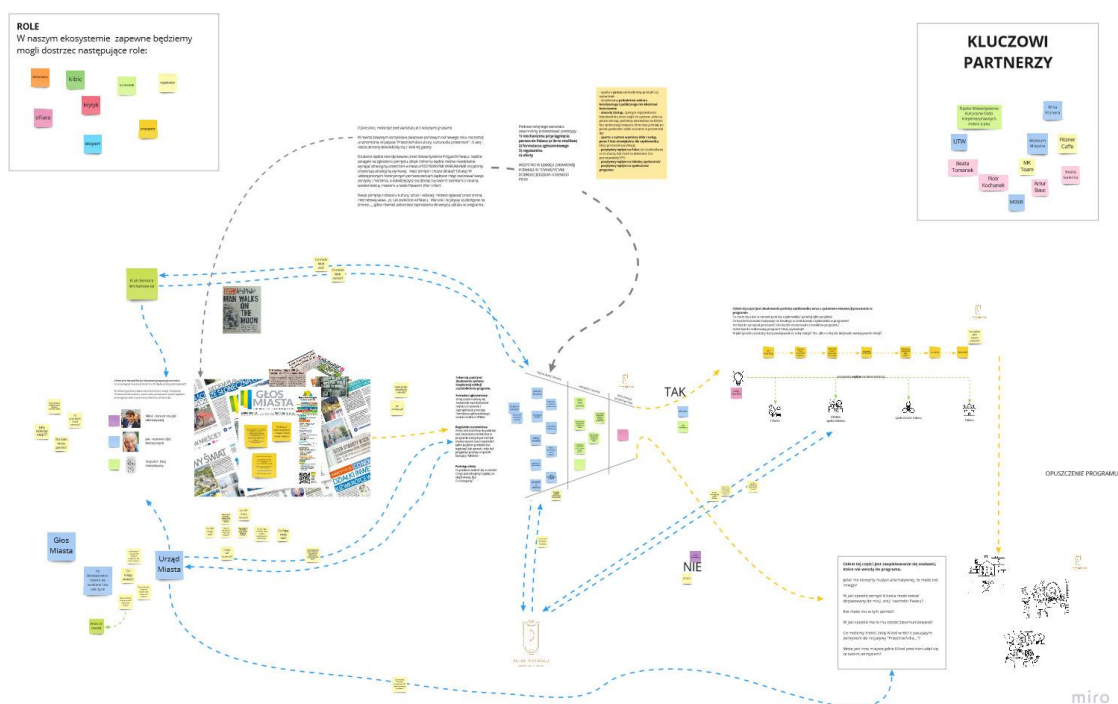
1. Zbudowanie społeczności osób i instytucji zaangażowanych w rozwój inicjatyw kulturalnych w rewitalizowaną przestrzeń Kompleksu Pałacowo-Parkowego w Siemianowicach Śląskich.
2. Rewitalizacja tkanki społecznej miasta w oparciu o włączanie mieszkańców w organizację i udział w działaniach kulturalnych realizowanych w rewitalizowanej przestrzeni „Pałacu Inspiracji”.
3. Powstanie i regularna praca zespołu liderów społeczności lokalnej angażujących się w działania kulturalne z udziałem przedstawicieli samorządu, instytucji kultury oraz innych grup.
4. Organizacja cyklicznych wydarzeń przyciągających społeczność lokalną z wykorzystaniem współpracy pomiędzy samorządem a instytucjami kultury.

Plan wdrożenia

Zakłada się, że realizacja Strategii oparta będzie na realizacji cyklicznych wydarzeń kulturalnych przyciągających mieszkańców miasta oraz gości z regionu oraz innych części kraju i świata.

1. W ramach cyklicznych wydarzeń przewidywana jest realizacja corocznych:
 - a) Gier miejskich (np. Familijny Szpil, Poszukiwanie Pisanek)
 - b) Pikników rodzinnych (np. Piknik u Donnersmarcków)
 - c) Zawodów sportowych (np. Bieg „Piwna Mila”)
 - d) Jarmarków świątecznych
2. W ramach otwarcia na nowe inicjatywy przyjmuje się model funkcjonowania oparty został o kluczowe działania, jakimi są:
 - a) Wprowadzenie
 - b) Przyciągnięcie
 - c) Wejście
 - d) Uczestnictwo
 - e) Wyjście

Przykładowy model funkcjonowania przedstawia poniższa grafika:



Monitoring i ewaluacja

Monitoring i ewaluacja ma służyć ocenie efektywności wdrażania usługi w świetle wartości zdefiniowanych dla pomysłu. Zakłada się iteracyjne uruchomienie usługi w okresach rocznych.

Wskaźniki monitoringu

- wartość #1: pozytywny wpływ na lokalną społeczność, miasto i Pałac
 - łączna liczba osób odwiedzających Pałac
 - częstotliwość: pomiar roczny
 - źródło danych: dokumentacja fotograficzna
 - stan wyjściowy (2020-12): 0 osób
 - stan docelowy (2023-12): 2400 osób
 - łączna liczba informacji prasowych
 - częstotliwość: pomiar roczny
 - źródło danych: monitoring haseł kluczowy Google Alert
 - stan wyjściowy (2020-12): 0 szt.
 - stan docelowy (2023-12): 24 szt.
- wartość #2: budowa aktywnej i trwałej społeczności wokół Pałacu
 - aktualna liczba klientów korzystających z usługi
 - częstotliwość: pomiar roczny
 - źródło danych: lista uczestników

- stan wyjściowy (2020-12): 0 osób
 - stan docelowy (2023-12): 12 osób
- liczba wydarzeń zrealizowanych w ramach usługi
 - częstotliwość: pomiar roczny
 - źródło danych: kalendarz wydarzeń
 - stan wyjściowy (2020-12): 0 szt.
 - stan docelowy (2023-12): 12 szt.
- liczba liderów zaangażowanych w organizację wydarzeń
 - częstotliwość: pomiar roczny
 - źródło danych: listy obecności / dokumentacja fotograficzna
 - stan wyjściowy (2020-12): 0 szt.
 - stan docelowy (2023-12): 12 szt.

Partnerzy

Stowarzyszenie Przyjaciół Pałacu Donnersmarków w Siemianowicach Śląskich "Pałac Inspiracji" działa nieprzerwanie od 2015 roku. Za swoją siedzibę przyjęło kompleks pałacowo-parkowy w Siemianowicach Śląskich, którego rewitalizacja stanowi istotny przedmiot działalności organizacji. Głównym celem Stowarzyszenia jest wspieranie rozwoju Pałacu oraz upowszechnianie historii i wartości leżących u podstaw jego funkcjonowania, w tym przedsiębiorczości, odpowiedzialności i gościnności. W ramach Human Smart Cities organizacja podjęła się przeprowadzenia uspołecznienia procesu budowania zintegrowanego systemu monitoringu i informacji o mieście oraz włączenia mieszkańców w proces rewitalizacji, w tym kompleksu pałacowo-parkowego.

