

**PROTOKÓŁ Z PRZEBIEGU SPOTKANIA
RADY MENTORÓW
w dniu 29 lutego 2016 r.**

W spotkaniu uczestniczyli: Jacek Jaśkowiak – Prezydent Miasta Poznania oraz następujący członkowie:

A. Rady Mentorów:

1. Agnieszka Duczmal - założycielka i dyrektor Orkiestry Kameralnej Polskiego Radia „Amadeus”,
2. Ewa Wycichowska - dyrektor naczelny i artystyczny Polskiego Teatru Tańca – Baletu Poznańskiego,
3. Solange Olszewska - współzałożycielka i wieloletnia prezes Solaris Bus & Coach S.A,
4. Zuzanna Skalska - analityk trendów ds. designu, innowacji i biznesu, doradca ds. innowacji i designu dla polskich i holenderskich instytucji rządowych,
5. Grażyna Kulczyk – przedsiębiorca, kolekcjonerka i mecenas sztuki współczesnej; założycielka Art Stations Foundation, członki m.in. Zarządu Wielkopolskiego Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych, Rady Fundacji Centrum Twórczości Narodowej,
6. prof. dr. hab. Waldemar Łazuga – profesor dr hab. nauk historycznych; kierownik Zakładu Myśli i Kultury Politycznej w Instytucie Historii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu; kierownik Uniwersyteckiego Centrum Edukacji Szkolnej,
7. Jens Ocksen – prezes Zarządu Volkswagen Poznań Sp. z o.o., członek Kierownictwa Marki Volkswagen Samochody Użytkowe, kierownik projektu Crafter we Wrześni,
8. Piotr Voelkel - prezes Wielkopolskiego Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych,
9. Lech Mergler - działacz społeczny, współzałożyciel Stowarzyszenia Prawo do Miasta,
10. Jakub Głaz - krytyk architektury i publicysta,
11. Maciej Nowak - zastępca dyrektora ds. artystycznych Teatru Polskiego w Poznaniu,
12. Marian Gorynia - rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu,
13. Michał Beim - specjalista ds. transportu miejskiego i regionalnego, wiceprezes poznańskiego Stowarzyszenia „Sekcja Rowerzystów Miejskich”,

B. „Interpretatorzy”:

1. Wojciech Eichelberger – psycholog, psychoterapeuta i trener biznesu, współtwórca i dyrektor Instytutu Psychoimmunologii w Warszawie,
2. Anna Krenz – artysta, teoretyk kultury, dziennikarz, z wykształcenia architekt od 2003 r. mieszkająca w Berlinie; od 2001 r. współpracuje z duńskim centrum energii odnawialnych przy projektach dotyczących zrównoważonego rozwoju,
3. dr Monika Matusiak – Dyrektor Centrum Polityk Publicznych Spółka Celowa Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, ekspert Banku Światowego ds. strategii RIS3 (inteligentnych specjalizacji),
4. prof. dr hab. Witold Orłowski – główny doradca ekonomiczny PwC Polska, Dyrektor Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej, Specjalny Doradca Komisji Europejskiej,
5. Paweł Potoroczyn – menedżer kultury, dziennikarz, publicysta, przedsiębiorca i dyplomata, dyrektor Instytutu Adama Mickiewicza,

C. Hot Team:

1. Anna Wróblewska

2. Justyna Grycz
3. Rafał Kołodziej
4. Michał Szewczyk
5. Iwona Matuszczak-Szulc
6. Katarzyna Plewa

D. Inni:

1. Zuzanna Bartczak i Dionizy Smoleń – reprezentujący PwC Polska,
2. Szymon Trzebiatowski, Karolina Karolczak i Piotr Zawadzki – asystujący prezesowi Zarządu Volkswagen Poznań Sp. z o.o. Jensowi Ocksensowi,
3. Tomasz Lisiecki – Zastępca Dyrektora Gabinetu Prezydenta UMP

Celem spotkania Rady Mentorów i zaproszonych ekspertów było uzupełnienie kierunku rozwoju Poznania nakreślonego podczas warsztatów z mieszkańcami miasta. Eksperci przyjęli rolę „Interpretatorów” analizujących wypracowane przez mieszkańców kierunki rozwoju miasta, mające stać się podstawą aktualizacji strategii rozwoju Poznania.

Spotkanie otworzył Prezydent Miasta Poznania Jacek Jaśkowiak, który po przywitaniu gości, odniósł się w swoim wystąpieniu do zorganizowanych z udziałem mieszkańców warsztatów, podczas których zdefiniowano potrzeby poznaniaków oraz zdiagnozowano pewne problemy Poznania. Prezydent uznał, iż w pracach nad nową strategią rozwoju Poznania należy korzystać z najważniejszego kapitału – zapału mieszkańców. Prezydent podkreślił, że podczas prac nad aktualizacją strategii należy uwzględnić odczucia społeczne oraz to, o czym myślą mieszkańcy, czego im brakuje i co – ich zdaniem – trzeba zmienić. Prezydent podziękował gościom za czas poświęcony na udział w spotkaniu i wyraził nadzieję, że dzięki spotkaniom tego rodzaju i wspólnej pracy Poznań będzie lepszy.

Spotkanie prowadzili **Anna Wróblewska** i **Rafał Kołodziej**, który przedstawił cel spotkania, tj. interpretację i rozwinięcie wizji miasta zbudowanej oddolnie. Eksperci otrzymali do interpretacji materiał wypracowany podczas warsztatów z mieszkańcami. Wyciągnięte wnioski miały stać się zaś punktem wyjścia do dalszej dyskusji, mającej przybliżyć odpowiedź na dwa podstawowe pytania:

- Jak skutecznie zarządzać miastem w modelu partycypacji?
- Jakie kierunki działania pozwolą budować przyszłość miasta?

Anna Wróblewska poinformowała, iż każdy z Interpretatorów ma ok. 20 min na wypowiedź. Pozostałych uczestników poproszono o notowanie refleksji i wniosków, które na koniec spotkania w formie pisemnej wypowiedzi na temat kierunku rozwoju mieliby przekazać organizatorom w celu dalszej interpretacji.

Jako pierwszy swoją interpretację wizji rozwoju miasta przedstawił profesor **Witold Orłowski**. Opinię mieszkańców odebrał jako głos ludzi sfrustrowanych tym, że Poznań przestał się wyróżniać. Profesor stwierdził, że utożsamianie Poznania z miastem biznesu i miastem targów nie przywołuje dobrych skojarzeń. Zdaniem profesora Poznań słynął m.in.

oszczędności, pracowitości i zorganizowania, a teraz nie może się nimi poszczycić; stał się jednym z wielu miast, mającym kompleks Berlina i trochę Warszawy, a przede wszystkim Wrocławia, który przejął to, z czego Poznań był najbardziej dumny – dynamikę, umiejętność współdziałania, uporządkowanie. Profesor stwierdził, że mieszkańcy nie są zadowoleni z tego, jak Poznań się zmienia. Potrzebne jest natomiast strategiczne i kompleksowe myślenie, a w scenariuszu rozwoju miasta najważniejsze są trzy punkty:

- porywający cel rozwoju miasta bazujący na gospodarce, przedsiębiorczości i wspólnocie – definicji wizji brakuje słowa „ambicja”, która sprawi, że Poznań będzie mógł być lepszy niż inne miasta w swojej dziedzinie;
- integracja, biznes, edukacja, nauka – biznes i edukacja oraz wiedza traktowane muszą być jako całość; należy uczynić z wiedzy wiodącą gałąź gospodarki; istotne są poprawa jakości edukacji, uczenie pracy zespołowej oraz symbioza między gospodarką a edukacją;
- odbudowa dumy mieszkańców Poznania i współodpowiedzialności oraz ożywienie poczucia wspólnoty wszelkimi możliwymi sposobami m.in. poprzez partycypację.

Rozpoczynając dyskusję, prof. **Marian Gorynia** zapytał o realne przewagi Wrocławia nad Poznaniem, a nie tylko wykreowane przewagi PR. Prof. **Witold Orłowski** stwierdził, że Wrocław ma PR dobrze skalkulowany i nie należy o nim zapominać. Ponadto Wrocław ma nad Poznaniem przewagę w konsekwencji realizowania strategii od ponad 20 lat i posiada porywającą wizję – chce być drugim miastem Polski. **Grażyna Kulczyk** opowiedziała o sytuacji, kiedy – będąc na spotkaniu z obecnie urzędującym prezydentem Wrocławia – w dwóch zdaniach określiła powody swojej wizyty, a prezydent Wrocławia przez godzinę opowiadał jej na temat strategii rozwoju Wrocławia, którą konsekwentnie realizuje. Będąc wielokrotnie na bardzo krótkich spotkaniach z prezydentem Poznania poprzedniej kadencji nigdy nie usłyszała natomiast wizji rozwoju miasta, a Poznaniowi potrzebna jest taka wizja, która najpierw musi zafunkcjonować w głowie Prezydenta. Profesor **Waldemar Łazuga** przypomniał, że hasłem warsztatów z mieszkańcami było „narzekam”, co oznacza, że ludzie wypowiadający się podczas spotkań nie są frustratami. Profesor przytoczył wyniki wykonanych we Wrocławiu badań socjologicznych, z których wynika, że znaczna część mieszkańców Wrocławia uważa, że dobrze zarządzanym miastem, w którym jest mało przesady, a dużo konkretów jest Poznań. Profesor stwierdził ponadto, że często dobrze jest tam, gdzie nas nie ma i że musimy ponazywać te nasze walory, których nie potrafimy określić. Profesor dodał, że można albo wymyślić wizję miasta od podstaw, albo można ją budować, szukając rozmaitych punktów identyfikacji. Profesor **Witold Orłowski** stwierdził, że Wrocław, nie mając tradycji, zdołał wykreować dumę z miejsca i poczucie wspólnoty oraz zdołał przekonać ludzi, że żyją w miejscu, w którym Polska będzie za 20 lat. Poznań również potrzebuje takiej motywacji. Ponadto w Poznaniu można odwołać się do tradycji. Profesor stwierdził, że rozwój jest możliwy tylko dzięki aktywności ludzi, których należy motywować, a nie nimi kierować. Potrzebne jest znalezienie dobrej, ambitnej wizji, która wskaże, gdzie Poznań ma być na kulturowo-rozwojowej mapie Polski. **Lech Mergler** wskazał, iż potencjały i zasoby Wrocławia i Poznania się uzupełniają i klimat rywalizacji niczemu nie służy, należy natomiast szukać synergii. Za frustracją może kryć się – zdaniem mówiącego – ambicja. W związku z tym rodzą się pytania o to, w jakim kierunku ta poznańska ambicja ma być skierowana oraz jaki rodzaj biznesu powinien być w Poznaniu rozwijany. **Witold Orłowski** odpowiedział, że najmocniejszą podstawą rozwoju gospodarczego w perspektywie 20 lat jest integracja wiedzy z gospodarką. Oczywiście strategią rozwoju miasta Poznania powinno być

to, że mieszkańcy są dumni z gospodarki i umiejętności współpracy. Zdaniem profesora frustracja może być destrukcyjna, ale może być też motywująca, a dla rozwoju gospodarki niezbędne jest stworzenie odpowiednich warunków i motywacji dla ludzi. W Polsce jest nisza, której jeszcze żadne miasto nie zagospodarowało – to ścisła współpraca nauki i biznesu na wzór Doliny Krzemowej. Według profesora Poznań powinien poważnie rozważyć tę możliwość.

Jako drugi interpretację wizji rozwoju miasta przedstawił **Wojciech Eichelberger**, który wyszedł od stwierdzenia, że mimo powierzchownych podobieństw miasto nie jest firmą i miastem nie da się zarządzać, tak jak zarządza się firmą, ponieważ miasto zaspokaja albo powinno zaspokajając potrzeby mieszkańców takie, jak: potrzeby materialne, bytowe oraz te związane z kulturą, bezpieczeństwem, zdrowiem. W kręgu zainteresowań mówiącego znajdują się potrzeby psychologiczne człowieka, do których zalicza się potrzebę sprawstwa, czyli wpływu na to, co się dzieje w mieście, w którym się mieszka, i związaną z tym potrzebę partycypacji. Z potrzeb tych wynika natomiast potrzeba działania, bo tylko działanie daje odczucie partycypacji. Projekt, którego dotyczy dyskusja, jest w początkowej fazie – diagnostycznej. Podczas warsztatów pytano ludzi o to, na co narzekają, o czym marzą, tymczasem uczestnictwo w organizmie, jakim jest miasto, związane jest z dodatkowymi potrzebami takimi, jak potrzeba tożsamości i potrzeba godności. Żeby te potrzeby były realizowane, mieszkańcy nie mogą być tylko konsumentami tego, co zaoferują im władze miasta. Ich działalność nie może ograniczyć się do działalności diagnostyczno-prognostycznej. Muszą być prosumentami, czyli muszą mieć zdolność konsumowania tego, co sami produkują. W związku z tym rodzi się pytanie, jak pobudzić i realizować taką postawę. Miasto nie jest firmą i nie może ograniczyć się do sformułowania wizji i misji oraz czynników motywacyjnych. Działalność mieszkańców nie jest działalnością zarobkową, dlatego pobudzanie motywacji nie jest proste. Miasto powinno mieć zdolność do zaspokajania osobistych, rozwojowych potrzeb człowieka. Miasto jest – zdaniem mówiącego – jak hologram, w którym nic nie dzieje się w sposób izolowany. Każda zmiana ma swoje wyczuwalne skutki we wszystkich obszarach istnienia organizmu miejskiego. Ma to dobrą stronę, bo jeśli wybierzemy taki punkt w hologramie, w którym jest silna interferencja bardzo wielu oddziaływań, to możemy trafić w punkt, który przyniesie szybką zmianę w całej strukturze. W związku z tym należy szukać miejsca, w którym można zdiagnozować największą ilość energii i interakcji mieszkańców wokół danego problemu czy zagadnienia. Należy odpowiedzieć na pytanie, co łączy mieszkańców Poznania, jakie są ich bolączki oraz jakie cele są istotne dla wszystkich bez względu na ich status materialny, wykształcenie, pozycję społeczną, dzielnicę, w której mieszkają itp. Szczególnie ważne dla wszystkich jest powietrze, woda i chleb. Istotą angażowania mieszkańców w sprawy miasta jest fakt, iż każdy może coś zrobić – jest to ważny element partycypacji. Zdaniem mówiącego trzeba wybrać cel, na rzecz którego każdy mieszkaniec od zaraz może aktywnie działać, nie czekając na decyzje administracyjne, rozstrzygnięcia, ustawy czy struktury. Tożsamość to bardzo ważna sprawa w Poznaniu. Rodzi się zatem pytanie, dlaczego Poznań – miasto o szczególnej historii i znaczeniu w przeszłości – zaczął tracić tożsamość? Propozycja misji „Miasto ludzi samorealizujących się” może być odbierana zbyt egoistycznie i zbyt wąsko. Poznań leży na linii Wschód – Zachód. Ta oś Europy na terenie Polski nazywa się natomiast Autostradą Wolności. Poznań jest pierwszym na wschód od Odry dużym polskim miastem, ma wspaniałą historię jedyne go zwycięskiego powstania oraz grób Józefa Wybickiego (autora słów hymnu). W związku z tym Poznań powinien być „Miastem Wolności, Miastem Wolnych Ludzi”.

Wolność jest bardzo pojemnym stwierdzeniem. W Poznaniu istnieje potencjał wolności gospodarczej, potencjał edukacyjny, potencjał różnorodności kulturowej i światopoglądowej. Wolność powinna uwzględniać ważny element godnościowy, tj. sprawiedliwą dystrybucję wolności, godności i szans.

Na początku dyskusji profesor **Ewa Wycichowska**, nawiązując do „Siedmiu boskich pomyłek” współautorstwa Wojciecha Eichelbergera, zapytała o siedem grzechów głównych Poznania, o to, ile jest w nas lenistwa, pychy, gniewu, zazdrości... **Wojciech Eichelberger** odpowiedział, że porównywanie się i rywalizacja to nie jest dobry punkt wyjścia, aby poszukiwać własnej tożsamości i może skończyć się popełnieniem dużego błędu. Trzeba natomiast dokonać pewnego wysiłku, aby dobrze zidentyfikować mocne strony, własne zasoby. Zdaniem **Zuzanny Skalskiej** wolność jest słowem zbyt uduchowionym, najbardziej wolna jest myśl, nikt nie zabroni myśleć. Myśl jest bardzo interesująca. Zdaniem mówiącej Poznań może być „Miastem myśli”, „Miastem wolnej myśli”. **Wojciech Eichelberger** uznał tę propozycję za dobry kierunek i zaproponował np. „Miasto wolnomyślicieli”. **Piotr Voelkel** zauważył, że Poznań stał się miastem z PR opartym na kłamstwach i przemilczeniach (sprawa Kroloppa, Paetza, kluby Go Go, notoryczne picie alkoholu na Starym Rynku) i należy to zmienić. Stworzono bardzo ambitną strategię „know-how”, a naprawdę realizowano strategię tzw. kiboli, przyzwalającą na prostactwo i chamstwo. Ważne, aby stworzyć strategię, która będzie realizowana. Trzeba wrócić do prawdy i dobrych, uczciwych diagnoz oraz przypomnieć, że stać nas było na Cegielskiego, powstanie 1956 r., na „Malte”, która była niegdyś festiwalem, na targi, które były przejawem nowoczesności i bliskich relacji ze światem. Zdaniem mówiącego należy postawić na rzeczywistość i jasno mówić o problemach. **Wojciech Eichelberger** stwierdził, że wolność zaczyna się od samopoznania, bo nie sposób czegoś zmienić, jeśli udaje się, że jest się kimś innym. **Grażyna Kulczyk** stwierdziła, że należy zadać pytanie o to, czy powinniśmy wracać do historii Poznania, o której mało się mówi i mało się wie, choć jest bardzo bogata (tu narodziła się państwowość), lecz mamy duże zaległości w komunikowaniu świata i Polski o tym, skąd się wywodzimy, czy też powinniśmy kwestie historyczne pozostawić na boku (bo już nie jesteśmy w stanie nadrobić tych zaległości informacyjnych) i skierować się w stronę Poznania nowoczesnego. **Jakub Głaz** podzielił się refleksją, że poznaniacy stali się trochę leniwi, bo przez lata bazowali na legendzie przedsiębiorczości, targów itp., a nagle okazało się, że to już nie jest nośne i popularne. W tej chwili przeciętny poznaniak nie jest na tyle twórczy, aby wykreować nową tożsamość. Rodzi się pytanie, czy tożsamość kibolska, trochę kłamliwa, o której wspominał Piotr Voelkel, nie stała się tą podstawową tożsamością Poznania, czy należy z nią walczyć, czy może właśnie taki jest w tej chwili Poznań. Mówiący zastanawiał się, czy Poznań nie ucieka od niemieckiej tożsamości, ponieważ nie ma w mieście ani jednego muzeum, które pokazywałoby historię (bez względu na to, jaka była) Niemców żyjących tutaj w XIX wieku i wcześniej? A nowoczesność, o której wspominała Grażyna Kulczyk, to nowoczesność zachodnia, niemiecka. Tylko dzięki Niemcom i temu, że oni tu byli, staliśmy się – zdaniem mówiącego – właśnie tak przedsiębiorczy, tak zaradni i oszczędni. **Wojciech Eichelberger** uznał, że Poznań może być miastem, które podkreśla wolność lub promuje ją w wielu wymiarach. Wolne miasto to miasto, które nie boi się swojej przeszłości i swoich różnych wad i ułomności. **Anna Wróblewska** stwierdziła, że mieszkańcy Poznania mają poczucie własnej wartości i są nauczeni analizy konkurencji, benchmarkingu, porównywania.

Kolejną interpretację przedstawił **Paweł Potoroczyn**, którego zdaniem warto się zastanowić, dla kogo jest to miasto. Zdaniem mówiącego należy skupić się na trzech grupach: Generation X (urodzeni w latach 1965–1979), Millennials (urodzeni w latach 1980–1995) i Generation Z (urodzeni po 1996) ze szczególnym naciskiem na dwie ostatnie grupy. Millennials są patologicznymi optymistami, bardzo zaangażowanymi lokalnie, ale nieangażującymi się politycznie. Określają ich trzy podstawowe hasła: konsumpcja jako realizacja pewnych wartości, przeżywanie zamiast posiadania, dostęp zamiast własności. Generacja Z to z kolei pokolenie chcące zmiany świata, pokolenie wychowane na grach komputerowych. Najważniejszą ikoną w ich życiu jest „try again”, popełnienie błędu oznacza, że trzeba spróbować jeszcze raz. Są świetnie zorientowani w stanie gospodarki, ponieważ jest to pokolenie wychowane w czasach kryzysu. Zdają sobie doskonale sprawę z tego, że tradycyjne wybory i edukacja już nie gwarantują sukcesu. Są zdumiewająco dojrzały jak na swój wiek. Pierwszy raz w historii świata na przestrzeni najdalej 15 lat dojdzie do sytuacji, w której jedna grupa pokoleniowa będzie stanowiła połowę populacji świata i będzie kontrolowała 90% jego siły nabywczej oraz 75% miejsc pracy. Strategie są zaś po to, aby antycypować pewne trendy, które wystąpią za 15 lat. To, dla kogo powstaje omawiana strategia rozwoju Poznania, powinno być jednym z fundamentów poznawczych tego dokumentu.

Zuzanna Skalska, uznała, że nadszedł czas miast i małych społeczności, ponieważ młode pokolenia właśnie tych małych społeczności potrzebują i jedyne je znają. **Anna Krenz** stwierdziła, że nie zawsze wszystko da się przewidzieć, że są pewne wartości, które się nie zmieniają, dlatego w projektowaniu miast pod względem trendów zawsze należy uwzględnić margines błędu.

Następną interpretację przedstawiła **Anna Krenz**, która rozpoczęła wypowiedź od stwierdzenia, że ilekroć odwiedza Poznań dostrzega zmiany – zmienia się architektura, powstają nowe budynki, stare budynki są odrestaurowywane. Zdaniem mówiącej Poznań żyje, i aby to stwierdzić, wystarczy spojrzeć na Stary Rynek i okolice, gdzie w kawiarniach siedzą nie tylko młodzi ludzie, ale także starsze pokolenia. Poznaniacy znowu zaczynają cieszyć się życiem, szczególnie ludzie starsi. W Poznaniu dzieje się dużo w każdej dziedzinie. Z drugiej strony czasami w mieście jest za dużo zakazów (np. zakaz deptania zieleni w parkach), a miasto jest dla ludzi. Mieszkańcy powoli zaczynają uczyć się zabierać głos. Jeśli chcemy, żeby miasto było partycypacyjne, musimy pozwolić mieszkańcom zabrać głos, nawet jeśli ten głos nam się nie podoba. Mieszkańcy mają do tego prawo. W Poznaniu kultura mówienia powoli się zaczyna; są tu anarchiści, których głosu nie powinniśmy lekceważyć. Zdaniem mówiącej Poznań jest dogodnie położony, znajduje się w centrum, jest jednak traktowany głównie jako miasto tranzytowe. Poznań nie musi mieć kompleksów wobec Warszawy czy Berlina. Żadne miasto nie jest idealne, a każde jest wyjątkowe. W kwestii wspólnoty, trzeba wypracować postawę, w której ludzie potrafią spojrzeć na miasto jak na wspólną własność i wartość. Z poczucia odpowiedzialności rodzą się dobre przedsięwzięcia. Mówiąca zaproponowała model współdziałania na rzecz ożywienia miasta – poziom odgórny (top down) – władze; poziom środkowy – biznes (czyli pieniądze) i aktywiści (którzy nie muszą mieć pieniędzy, ale działają, robią); poziom oddolny (bottom up) – mieszkańcy. W modelu tym wszystkie poziomy się przenikają, każda grupa musi wiedzieć, jaka jest jej rola. Trzeba zwrócić uwagę na gentryfikację (czyli zmianę charakteru danej części miasta) oraz na to, jakie mogą być skutki podejmowanych działań. Mówiąca zaproponowała, by

promować i realizować wizję Poznania jako miasta zielonego. Zastanawiała się, czy Poznań za 10 lat mógłby być pionierem w Polsce w realizacji wizji miasta zielonego i uznała to za nietrudną strategię rozwoju.

Na początku dyskusji **Lech Mergler** stwierdził, że w Poznaniu panuje trochę ksenofobiczny klimat w sensie dystansu do ludzi, którzy nie są poznaniakami. Zastanawiał się, co zrobić, żeby otworzyć się na nowych ludzi, którzy przychodzą i zmieniają miasto. Zdaniem mówiącego, musi być mocny sygnał, że jesteśmy otwarci na przybyszów nie tylko z punktu widzenia polityki, np. uchodźców, ale też na innych. Bycie poznaniakiem, to nie tylko bycie urodzonym w Poznaniu, ale też bycie kimś, kto się z tym miastem identyfikuje i je kreuje. Idea zielonego Poznania jest – zdaniem prelegenta – godna uwagi. **Anna Krenz** podzieliła się refleksją, że będąc na studiach zauważała następującą utrudniającą komunikację różnicę – poznaniacy mieszkali u rodziców, a przyjeżdżający studenci w akademikach. Uznała, że rzeczywiście można by popracować nad tym, by poznaniacy byli bardziej otwarci. **Jakub Głaz** stwierdził, że w zarządzaniu miastem w obecnym czasie ważna jest elastyczność i należy być przygotowanym na różne sytuacje, kryzysowe również. Elastyczność pozwala testować pewne rozwiązania miejskie i byłoby dobrze, gdyby Poznań był wielkim laboratorium miejskich rozwiązań dla całego kraju. **Agnieszka Duczmal** zaproponowała, by wykorzystać możliwości terenowe i poszerzyć ulice tam, gdzie jest to możliwe. Nie można szufladkować pokoleń i myśleć tylko o tym jednym następnym pokoleniu, ponieważ inne, także te, które przemijają, też mają swoje potrzeby. Trzeba działać wielotorowo. Mówiąca stwierdziła, że nie potrafimy wypromować tego wszystkiego, co w Poznaniu mamy. Nie umiemy pochwalić się tym, co mamy. Prezydent **Jacek Jaśkowiak** odniósł się do kwestii poszerzania ulic i podał, że do jednego tramwaju wchodzi 200 osób, a stopień napełnienia samochodu to 1,1. W Poznaniu nie ma zatem innej opcji niż transport publiczny. Problem polega na tym, jak przekonać społeczeństwo do tego, co zrobiono w Berlinie czy Kopenhadze, czyli do ograniczenia liczby samochodów. W Poznaniu mamy 600 samochodów na 1000 mieszkańców, w Berlinie 400. W Kopenhadze jest 125 samochodów na 1000 mieszkańców, a Kopenhaga jest miastem wielkości Poznania.

Ostatnią interpretację przedstawiła dr **Monika Matusiak**. Wystąpienie rozpoczęła dygresją, iż mamy duży dysonans pomiędzy tym, jak nas widzą inni, a jak my sami siebie postrzegamy. Mówiąca postrzega miasto jak system z wieloma warstwami, które znajdują się i pod, i nad ziemią. Patrzymy na miasto bardzo punktowo i nie zwracamy uwagi na to, że interwencja w każdy punkt systemu prowadzi do powiązanych reakcji. Miastu potrzebna jest wspólna wizja, która musi być spójna również w kontekście tego, jakie potencjalnie pozytywne i negatywne synergie reakcji mogą się zdarzyć, kiedy podejmiemy działania. Na miasto można patrzeć jak na sieć. Aby wywołać realną zmianę potrzeba prawdy. Prawda jest to realna zmiana, niezapisana w dokumencie. Żeby wywołać zmianę w sieci społeczno-ekonomicznej należy wpłynąć na 10% kluczowych aktorów. Rodzi się pytanie, kim są kluczowi aktorzy i jak na nich wpłynąć. Należy sobie odpowiedzieć również na pytanie, do jakich zmian dążymy – systemowych, punktowych czy sieciowych? Miasta są długotrwałe pod względem historycznym i ich zmiana zajmuje bardzo dużo czasu. Bardzo ważne jest to, co obiecujemy mieszkańcom Poznania, bo obietnica to odpowiedzialność. Każda niespełniona obietnica niszczy zaufanie społeczne. Miasto jest tak skomplikowanym systemem, że żadna administracja nie może go zmienić, nie ma takiej mocy ani takich zasobów. Jeżeli chcemy zmienić miasto, to musimy zidentyfikować i wygenerować prawdziwe mechanizmy

partnerstwa, które sprawią, że inni aktorzy będą te strategie realizować. Miasto zmienia się długotrwale i jest to prawdziwa zmiana, ale to nie znaczy, że każdy z mieszkańców będzie czekał na tę zmianę do końca emerytury. W związku z tym należy pomyśleć o kilku flagowych akcjach i szybkim sukcesie. Konieczna jest transparentność i skuteczna komunikacja powiązana z monitoringiem. Należy przedstawić i skoncentrować się na 3–5 priorytetach, aby zmiany realnie wygenerować. Musimy wybrać priorytety i bardzo dobrze zaplanować interwencję publiczną. Musi być ona precyzyjna, odpowiadająca na potrzeby. Potrzebne jest, abyśmy wytrwali w tej zmianie, żeby widzieć systematycznie i konsekwentnie wdrażane pewne etapy, wcześniej wyjaśnione. Niezbędny jest wysoki standard usług publicznych, komunikacji, a także wyjaśnienie mieszkańcom tego, jak jest, a to wymaga rozwoju instytucjonalnego i nabycia pewnych kompetencji przez urząd.

Jacek Jaśkowiak stwierdził, że we wszystkich metropoliach występują problemy mobilności i zabezpieczenia potrzeb przemieszczania się mieszkańców. Należy słuchać głosu mieszkańców, ale w kwestii rozwiązywania problemów należy korzystać z wiedzy osób, które mają kompetencje i wiedzę specjalistyczną. Zgodnie z poprzednią strategią – stwierdził Prezydent – chcieliśmy być dobrzy we wszystkim – Poznań stawia na sport, edukację, na kulturę... Nie można jednak być dobrym we wszystkim. Należy wyjść z założenia „wyróżnij się albo zgiń”. Podstawową kwestią dla Poznania jest zabezpieczenie mobilności, położenie dużego nacisku na kulturę, rozwój biznesu, zagwarantowanie miejsc pracy. Bardzo ważnym zasobem miasta jest zieleni i ten aspekt należy dobrze wykorzystać. Kolejnym atutem, który należy wykorzystać, jest położenie Poznania pomiędzy Warszawą a Berlinem. Należy także pamiętać o dobrym skomunikowaniu z północą. **Wojciech Eichelberger** opowiedział się za ideą Poznania jako miasta wolnych ludzi i zaproponował, aby w wyborze priorytetów partycypowali mieszkańcy. **Jens Oksen** uznał, że Poznań nie ma powodów, by się wstydzić. Jeszcze kilkanaście lat temu nie było zbyt dużego wyboru hoteli czy restauracji, a dziś tego typu usług świadczonych jest bardzo dużo i na wysokim poziomie. Nie ma problemu ze znalezieniem ciekawego miejsca, które można pokazać przyjeżdżającym do miasta turystom czy zaproszonym gościom. Poznaniacy są dobrze wykształceni i biegle posługują się językami obcymi, więc przybywający do miasta cudzoziemcy właściwie nie muszą uczyć się języka polskiego, by tu funkcjonować. Swoją wypowiedź uzupełnił o następującą treść pisma, które przesłał po spotkaniu:

„Poniedziałkowe spotkanie z ekspertami oraz członkami Rady Mentorów to dobry wstęp do rozmów na temat przyszłości Poznania. Patrząc na ostatnie dziesięciolecie, Poznań zrobił ogromny krok rozwojowy – krajobraz miasta z roku 2006 jest znacznie różny od tego, który obserwujemy dziś. Nasi goście z Niemiec, przyjeżdżający do VWP, nie kryją swojego zachwytu i mówią otwarcie, że pracujący tu ich rodacy mają sporo szczęścia.

Myśląc o zmieniającym się wokół nas świecie trzeba zwrócić szczególną uwagę na tempo tych przemian. Takie dziedziny, jak przemysł muzyczny, bankowość czy księgarstwo są tego najlepszym przykładem. Każdy z tych obszarów przeżył w ostatnich 20 latach prawdziwą rewolucję rozwojową. Znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy jesteśmy w stanie przewidzieć, jak będą one wyglądać za kolejnych 20 lat jest bardzo ciekawym wyzwaniem. Patrząc tylko na te trzy przykłady, warto zastanowić się, co z pozostałymi, jak choćby transport lotniczy, przemysł wizualny/ filmowy, farmaceutyczny czy motoryzacyjny. Czy i te dziedziny czeka fala swoistego tsunami rozwojowego? Zapewne tak, gdyż świat, w którym żyjemy jest nacechowany niepewnością, zmiennością, ale i wieloznacznością oraz kompleksowością, stąd

używane przez psychologów określenie „VUCA” (V-Volatility/ zmienność, U – Uncertainty/ niepewność, C – Complexity/ kompleksowość, A – Ambiguity/ dwuznaczność), charakteryzujące współczesną rzeczywistość.

Przedstawiony podczas spotkania 10-punktowy plan kierunków rozwoju Poznania jest bardzo kompleksowy i szeroki, ale, aby był również w pełni skuteczny, należy naszym zdaniem wybrać kilka punktów, wokół których Poznań powinien skoncentrować się w pierwszej kolejności. Nie sposób bowiem koordynować działań w dziesięciu obszarach i osiągnąć jednocześnie zadowalające efekty. Określenie klarownej strategii i wizji rozwoju miasta powinno być połączone z konkretyzacją priorytetów rozwojowych. Poznaliśmy już oczekiwania mieszkańców – teraz kolej na zdefiniowanie przez władze miasta kierunków rozwoju oraz listy priorytetów wraz z ramami czasowymi.

Volkswagen Poznań jest przedsiębiorstwem produkcyjnym z branży motoryzacyjnej, dlatego w centrum naszych zainteresowań znajduje się temat tzw. logistyki miejskiej. Pojęcie „urban Logistics” jest szeroko rozpowszechnione w świecie. W Polsce natomiast dopiero raczkuje, ale naszym zadaniem jest podejmowanie działań, które zapewnią mu stabilne miejsce zarówno w sferze językowej, jak i w postaci konkretnych rozwiązań.

Z naszego punktu widzenia najważniejszym zagadnieniem logistyki miejskiej jest znalezienie sposobu na optymalne wykorzystanie terenów miejskich i zaspokajanie potrzeb mieszkańców, przy uwzględnieniu dostępnych rozwiązań technicznych w zakresie transportu. Pierwszym krokiem, jaki wykonały miasta, aby zmniejszyć przepływ aut, była budowa obwodnic. Hanower był jednym z prekursorów tego typu rozwiązań. Z czasem okazało się jednak, że obwodnice to za mało, gdyż wraz z rozwojem handlu internetowego, centra miast, a także obszary przeznaczone do zamieszkania stanęły przed kolejnym wyzwaniem, jakim jest transport detaliczny zakupionych w internecie towarów. Hanower stał się także ofiarą wzmożonego obrotu w handlu internetowym. W okresie świątecznym ruch w centrum miasta był tak duży, że kurierzy zaprzestali dostarczania paczek do domów mieszkańców i pozostawiali je w punktach odbiorów lub na poczcie, gdzie mieszkańcy sami musieli je odebrać. Liczba aut na drogach w centrum miasta uniemożliwiła sprawną i terminową dostawę. Biorąc pod uwagę fakt, że rola internetu cały czas będzie wzrastać, trzeba znaleźć optymalne rozwiązanie dla transportu w centrach miast. Takie zadanie musi rozwiązać także i Poznań, balansując pomiędzy interesami mieszkańców oraz szeroko rozumianego biznesu. To zagadnienie wpisuje się doskonale w dyskusję nad tzw. ostatnią milą/ ostatnim kilometrem, który musi pokonać towar, by dotrzeć do odbiorcy w centrum miasta, bez względu na to, czy jest to odbiorca detaliczny, czy wymagający stałego zaopatrzenia sklep. Regulacje związane z wjazdem do centrum miasta muszą być mądrze zaplanowane, a w przypadku ograniczeń należy przygotować spełniające oczekiwania rozwiązania alternatywne.

Z dyskusją o ostatnim kilometrze jest też ściśle związana kwestia zanieczyszczenia centrów miast, ponieważ często to cięższe samochody dostawcze są obejmowane restrykcjami wjazdowymi. Wyjściem naprzeciw tym obostrzeniom są np. lekkie samochody użytkowe, emitujące mniej spalin i zajmujące mniej miejsca na drogach, a dzięki swojej budowie mimo wszystko spełniające funkcje aut dostawczych. Pojawiają się także nowe modele działalności gospodarczej o charakterze flotowym, umożliwiające wynajem aut użytkowych na czas trwania świadczenia usługi lub dostawy towaru. Dzięki temu usługodawca korzysta z auta, z którego za chwilę może skorzystać ktoś inny, a on sam nie kupuje własnego pojazdu, który dużą część doby i tak spędzałby na parkingu, zajmując przestrzeń miejską. W myśl takich modeli działalności gospodarczej auta należące do floty takiego przedsiębiorstwa mogą być

wykorzystywane nawet do 20 godzin na dobę, nocą rozwożąc np. prasę, a w ciągu dnia inne towary czy sprzęty. Tzw. Model „Cargo on demand” to przyszłość naszych miast.

Podsumowując rozważania na temat rozwiązań mobilnych dla miast, w tym Poznania, należy też zadać sobie pytanie, jak długo jeszcze pojęcie pracy czy biznesu będzie łączone z centrum miasta? Jak długo będziemy jeszcze tradycyjnie pracować w biurach, do których musimy dotrzeć, a później z nich wrócić? Obserwując tempo przemian na świecie, pytanie to nie powinno wzbudzać zdziwienia, gdyż telepraca staje się coraz bardziej popularna, a pojęcie „czasu pracy” nabiera coraz większej względności”.

Solange Olszewska stwierdziła, że Poznań nie jest sexy, bo nie ma tego czegoś, co je wyróżnia, buduje klimat, stanowi przewagę nad innymi polskimi metropoliami. Zdefiniowanie tego deficytu to z kolei klucz do określenia kierunku rozwoju Poznania. Ze słabych stron należy uczynić atut. Należy też wykorzystać bliskość Berlina. **Lech Mergler** uznał, że należy zwrócić uwagę na problemy mieszkaniowe, szczególnie osób młodych i niezamożnych, a także na problem pracy, jej dostępność, jakość i warunki oraz formy zatrudnienia i wysokość wynagrodzeń. **Michał Beim** stwierdził, że Poznań po okresie transformacji „osiadł na laurach”. Miastu potrzebne jest określenie, gdzie są nasze słabości oraz czy je tolerujemy, czy naprawiamy. Problem Poznania to wytworzenie odpowiedniego klimatu, atmosfery, która przełożyłaby się na powabność miasta. **Maciej Nowak** uznał, że największym problemem Poznania jest słabe samopoczucie poznaniaków. Źle wyeksponowana historia Poznania i dziedzictwo kulturowe. Mówiący stwierdził, że potrzebne jest wyeksponowanie wielokulturowości Poznania oraz dofinansowanie uczestnictwa w kulturze. **Waldemar Łazuga** podkreślił, że najważniejszy jest człowiek, a Poznań jest antylegendotwórczy. Nie jesteśmy rozwinięci towarzysko. Ciekawe jest zaś to miasto, które za ciekawe uchodzi.

Na zakończenie Prezydent Jacek Jaśkowiak jeszcze raz podziękował uczestnikom za przybycie.

Po spotkaniu Rady Mentorów swoją opinię na temat omówionych zagadnień przesłała profesor **Ewa Wycichowska**.

„Rozmyślania Ewy Wycichowskiej nakierowane na kulturę – zwłaszcza wynikające z kompetencji w dziedzinie sztuki tańca.

1. „EDUKACJA W SYMBIOZIE Z BIZNESEM”

Słuchając prof. Witolda Orłowskiego i jego stwierdzeń dotyczących odbudowy dumy Poznania i pozbycia się „frustracji” ujawnianej przez mieszkańców Poznania oraz ich kompleksów wobec np. Wrocławia, mogę przedstawić swoje spostrzeżenia:

- *W kwestii „Edukacja w symbiozie z biznesem”: wprowadzenie innowacyjnych metod nauczania w systemie akademickim, dotyczących kultury i sztuki (autorskie programy wsparte kreatywną i profesjonalną kadrą).*
- *Wymiana wiedzy i potrzeb rynkowych: integracja międzyuczelniana (wspólne badania np. w „Laboratoriach transgranicznych” i w projektach artystycznych). W dziedzinie sztuki tańca w Poznaniu to uczelnie: AWF (kierunek: Taniec w kulturze fizycznej),*

Akademia Muzyczna, Uniwersytet Artystyczny, UAM (Teatrologia), Collegium Da Vinci.

- *Współpraca z uczelniami krajowymi, w których rozwija się edukacja kulturalna. W dziedzinie tańca już dzisiaj jest to możliwe z Warszawą – UMFC, z Łodzią - Akademia Muzyczna, z Wrocławiem – filia krakowskiej Akademii Teatralnej i AWF, z Krakowem – Akademia Teatralna (bytomski Wydział: Aktor Teatru Tańca).*
- *Wymiany studentów, kadry, projektów na arenie akademickiej Europy i świata (np. Chiny, Japonia czy USA).*

2. „DIAGNOZA POTRZEBY TOŻSAMOŚCI I GODNOŚCI”

Słuchając Wojciecha Eichelbergera i przekazując jego diagnozę i „receptę” na uruchomienie większego samopoznania (samo-Poznania!) oraz wypowiedzi członków Rady Mentorów, wysnuwam następujące wnioski:

- *Potwierdzam, że artyści i twórcy kultury w Poznaniu mają zaniżoną samoocenę, wynikającą ze słabej promocji poznańskiej sztuki i jej autorów, jak i również możliwości prezentacji w samym mieście (brak sal impresaryjnych, nakierowanie się publikatorów i mediów na promocję oraz prezentację kultury i sztuki z zewnątrz – najlepiej zagranicznej). Chwalebny wyjątkiem jest dbałość o teatr alternatywny i podtrzymywanie świadomości o Poznaniu – jako stolicy teatru alternatywnego (ostatnio powstała nawet na UAM antologia tego nurtu autorstwa J. Ostrowskiej i J. Tyszki).*
- *Tożsamość kulturowa, moim zdaniem, powinna dotyczyć nie tylko rozwoju młodego pokolenia (edukacja, współpraca między sztuką i nauką), ale również wykorzystania potencjału osób dojrzałych z każdej dziedziny (przykładem jest nasza Rada Mentorów, gdzie mogę sama wysłuchać cennych spostrzeżeń wynikających z bogatych, często niepowtarzalnych doświadczeń jej członków). W mojej dziedzinie – sztuce tańca – to potencjał tzw. „wczesnych seniorów” – tancerzy, którzy kończąc swoją misję zawodową na scenie, mają wiele lat do wieku emerytalnego. Instytut Muzyki i Tańca od tego roku wprowadził konkursowy program przekwalifikowania zawodowych tancerzy – to wielka szansa dla artystów i dla miasta, które mogłoby wykorzystać ten „bagaż” artystycznych możliwości w inny sposób niż na scenie. Szansa dla wielu wspaniałych ludzi, która pozwoliłaby zachować im poczucie godności i stworzyć nową misję – nawet w innej dziedzinie.*
- *Bardzo ważnym działaniem i potrzebą, nie tylko w środowisku artystycznym i naukowym, jest „demonstracja” wolności w każdym aspekcie, a w działaniach artystycznych ochrona przed powierzchowną interpretacją sztuki.*

3. „Z WAD I OGRANICZEŃ – WYKREOWAĆ CNOTY I WOLNOŚĆ”

Słuchając Pawła Potoroczyna i analizując przystawalność obecnego stanu kultury w mieście do potrzeb przedstawionych przyszłych pokoleń „Millennialsów” oraz tzw. „Z-etów”, mogę podzielić się własnymi spostrzeżeniami:

- *Potwierdzam, że najmłodsze pokolenie chce zmiany świata: „Look mom – no Future”, czego pokolenie „Y” nie robiło, tylko wyjeżdżało z Polski (głównie w celach ekonomicznych). W dziedzinie tańca też dzisiaj chcą wyjeżdżać, ale aby studiować, zdobyć kontakty na świecie i być może wrócić do swoich korzeni. Taniec – sztuka „tu i teraz” powoduje, że widzimy w młodym pokoleniu już dynamiczne działanie inwestycji w siebie – w szeroko pojęte „ciało” i kreatywną z nim „myśl”. Ograniczenia,*

u nich, bywają odskoczną od stereotypu, trampoliną do zauważanego sukcesu (oczywiście przy autentycznym talencie), a „wady” i braki budują dla nich mosty do elastyczności w wyborach, generują zmianę i kształcą odwagę wypowiedzi artystycznej. Dzisiaj już potrafią zdobywać finanse w sieci i – jeśli miasto nie oferuje przestrzeni – działają w różnych miejscach – często na prowincji a nawet w gminach, współpracując z lokalną społecznością. Komercję spychają na drugi plan i korzystają z niej, jeśli to da środki do ich osobistego rozwoju. Młody człowiek potrafi dziś przejść inicjatywę „samopromocji” i faktycznie szuka potwierdzenia swojego talentu – oddziaływania w sieci i poza nią – „tu i teraz” w realu („I choose happiness”). Nie posiadać a używać!

4. „POZNAŃ! UWIERZ W SIEBIE! – REALNA ZMIANA”

Wypowiedź Anny Krenz, obecnie mieszkanki Berlina, nasunęła mi wizję „IKONY” miasta i pytanie: „Dlaczego Poznań od lat nie chce uwierzyć, że ma miejsca magiczne i perły architektury (tyle, że zaniedbane lub pochowane)? Do wypowiedzi doktor Moniki Matusiak mogę dodać do poprzedniej wizji „Realną zmianę” i mechanizm jej urzeczywistnienia:

STRATEGIA – PARTNERSTWO – ZAANGAŻOWANIE

- Symbolem dzisiejszego stanu wykorzystania ukrytej „Ikony” miasta jest dla mnie ruina „Starej Gazowni” i jej „wyrzut sumienia” w postaci „Nowej Gazowni” i obszaru w kierunku rzeki, który kulturalnie zagospodarował jedynie „Kontener Art”. To „Ziemia Obiecana” dla wielu poznańskich artystów i przede wszystkim bezdomnych instytucji artystycznych. Razem przeżyliśmy wielki zawód zakończony bezsilnością i wycofaniem się z dalszej walki o siedziby w tym niezwykłym miejscu.*
- Może trzeba na nowo uwierzyć w starania o prawdziwą IKONĘ MIASTA? Czy wArt@ jest tego STARA GAZOWNIA? A może „realną zmianą” jest powrót do jej dawnej nazwy jako przestania: „ZAKŁAD SIŁY, WODY I ŚWIATŁA.”*

Zastanawiała się prof. dr hab. Ewa Wycichowska”