

Miasta

z wizją



SÃO PAULO • BILBAO • DUNDEE • LIPSK • WIEN • KOPENHAGA • BERLIN

© Copyright by Instytut Obywatelski

Warszawa 2014

Publikacja dostępna na stronie:

www.institutobywatelski.pl

Redakcja i korekta:

Magdalena Jankowska

Projekt graficzny, skład i łamanie:

Marcin Tas

Druk:

Drukarnia EFEKT Warszawa

ISBN 978-83-63874-29-2



Instytut Obywatelski

ul. Wiejska 12 lok. 9

00-490 Warszawa

tel. 22 459 64 41

www.institutobywatelski.pl

e-mail: biuro@institutobywatelski.pl

spis treści

WSTĘP 5

POWRÓT DO MIAST XIX-WIECZNYCH..... 8

MIEJSKIE STRATEGIE_____

Radosław A. Szymański

SÃO PAULO – MIASTO BEZ REKLAM 21

Joanna Orzechowska-Waślawska

SUKCES BILBAO MOŻLIWY TYLKO W BILBAO 35

Radosław A. Szymański

DUNDEE – NIE TYLKO EKONOMIA 55

Przemysław Filar

LIPSK – MIASTO URATOWANE PRZED UPADKIEM 69

MIASTO DO ŻYCIA_____

Michał Dobrzański

WIEDEŃ – NAJWYGODNIEJSZE MIASTO ŚWIATA 91

Radosław Widłak

KOPENHAGA – JEDNO Z NAJBARDZIEJ
„ZIELONYCH” MIAST..... 107

Weronika Przecherska

BERLIN – STAR-UP W CENTRUM EUROPY..... 131

POSŁOWIE_____

Konrad Niklewicz

POMYSŁ PAŃSTWA NA MIASTA 158

W cyklu „Miasta z wizją” Instytut Obywatelski przygląda się miejscom z całego świata, w których ludzie próbują szukać własnej, oryginalnej ścieżki rozwoju. Miejscom, które – choć kiedyś niekoniecznie były postrzegane jako ośrodki innowacyjności – mają dziś odwagę tworzyć własne rozwiązania dla współczesnych problemów. Z obserwowania tych nowych, wciąż potencjalnych liderów innowacyjności wynika dwojaka korzyść.

Pierwszą jest gotowa wiedza, tak zwane *know-how*. Druga, znacznie ważniejsza lekcja to uświadomienie sobie – zamiast powielania „gotowców” – że każde miasto to specyficzny przypadek, a z problemami najlepiej radzić sobie ściśle dopasowanymi do okoliczności, autorskimi rozwiązaniami. Ponadto z naszych analiz wynika, że każdy – nie tylko burmistrzowie Londynu czy Nowego Jorku – może wymyślać przyszłość i tworzyć nowe rozwiązania.

Aleksandra Kaniewska – redaktor prowadząca cykl „Miasta z Wizją”, analityk polityczny w Instytucie Obywatelskim.

Jarosław Makowski

WSTĘP

W ostatnich miesiącach w Instytucie Obywatelskim odwiedziliśmy polskie miasta. Spotykaliśmy się z mieszkańcami, politykami i działaczami miejskimi, dyskutując o budżecie obywatelskim: o tym, jak go dobrze wprowadzić, jakie korzyści daje mieszkańcom i jak może wpłynąć na rozwój miasta.

Te spotkania, bardzo twórcze i odświeżające, pokazały dwie rzeczy. Po pierwsze, w Polsce zapanowała swoista moda na budżet obywatelski, którego Instytut Obywatelski od kilku lat jest propagatorem. Ludzie widzą w tej formie partycypacji możliwość wpływania na rozwój swoich miejscowości. Pod drugie, mieszkańcy intuicyjnie czują, że mają „prawo do miasta”, tak jak mają prawo do wolności słowa. Miasto jest ich, a nie takiej czy innej władzy, takiego czy innego prezydenta.

Rozmowy, zwłaszcza z młodymi mieszkańcami, pokazały, jak szybko rośnie znaczenie i rola miasta w życiu ludzi. Jeśli dzisiaj zapytamy młodych, gdzie chcieliby mieszkać, nie wymienią wcale Hiszpanii, Wielkiej Brytanii czy Włoch. Odpowiedzą: „W Barcelonie, Londynie, Bolonii”. To świadczy o jednym: dziś to nie państwo przyciąga ludzi, elektryzuje

ich wyobraźnię, ale miasto. Barcelona mogłaby leżeć w Wielkiej Brytanii, a Londyn w Hiszpanii, a mimo to miasta te nie straciłyby nic ze swojej atrakcyjności. Ten proces – wzrostu znaczenia miast jako ośrodków życia społecznego, politycznego, gospodarczego i kulturalnego – będzie postępował. Miasto jest naszym przeznaczeniem.

Jeśli miasta, co pokazują także migracje, stają się naszym, również Polek i Polaków, przeznaczeniem, to jest naturalne, że chcemy mieć wpływ na ich rozwój. W jaki sposób? Trzeba mieć na miasto pomysł. Mieć wizję rozwoju miasta. Dlatego w Instytucie Obywatelskim w 2012 roku rozpoczęliśmy cykl tekstów, który zatytułowaliśmy „Miasta z wizją”.

W jego ramach przyglądaliśmy się miejscom na całym świecie, w których ludzie szukają własnej, oryginalnej ścieżki rozwoju oraz takiego pomysłu na miasto, by spełniało ich potrzeby, aspiracje i gwarantowało odpowiedni komfort życia. Prezentowaliśmy miasta, które choć tradycyjnie nie były postrzegane jako ośrodki innowacyjności, miały odwagę wymyślać własne rozwiązania dla współczesnych problemów.

Z obserwowania tych nowych, wciąż potencjalnych liderów innowacyjności można wyciągnąć dwojaką korzyść.

Pierwszą jest gotowa wiedza, tak zwane *know-how*. Opisujemy ciekawe i pomysłowe rozwiązania, które dają do myślenia. Są inspirujące i pobudzają wyobraźnię w kierunku takiego przeobrażenia miast, aby stawały się one bardziej przyjazne dla mieszkańców.

Druga lekcja jest znacznie ważniejsza: najlepsze strategie to nie „gotowce”, które można łatwo skopiować. Nasze teksty pokazują, że przypadek każdego miasta jest specyficzny, a problemy najlepiej rozwiązuje się dzięki ściśle dopasowanym do okoliczności, autorskim pomysłom. Nie ma nic gorszego niż nieudane imitacje cudzych idei. Zresztą, każde miasto, jeśli chce być przyjazne, musi mieć na siebie pomysł – uwzględniający potencjał gospodarczy, społeczny i kulturowy. Wszystkie teksty, które ukazały się w cyklu na naszej stronie internetowej, razem z infografikami obrazującymi najważniejsze aspekty wprowadzanych miejskich strategii, można znaleźć w niniejszej publikacji. „Miasta z wizją” to pozycja obowiązkowa dla wszystkich, którzy mają odwagę tworzyć swoje miasta nie poprzez imitację, ale poprzez kreację. Serdecznie zapraszam do lektury.

Jarosław Makowski – filozof i publicysta, redaktor naczelny kwartalnika „Instytut Idei”, szef Instytutu Obywatelskiego.

POWRÓT DO MIAST XIX-WIECZNYCH

„W mieście powinno być wszystko i gęsto. Na jak najmniejszej powierzchni człowiek musi mieć dostęp do miejsc różnych aktywności” – mówi profesor Marek Janiak w rozmowie z Aleksandrą Kaniewską.

Aleksandra Kaniewska: Coraz częściej w miastach bada się jakość życia. Łodzianie na przykład twierdzą, że źle żyje im się w ich metropolii, a łódzki transport od lat jest nazywany najgorszym z możliwych.

Marek Janiak: Żeby mieć prawdziwy obraz poziomu życia w danym mieście, wcale nie trzeba rozmawiać z ludźmi. Trzeba natomiast stanąć z zegarkiem i policzyć, ilu pasażerów jedzie w tramwaju czy autobusie, jak szybko się one przemieszczają, w ile minut dojeżdża się z miejsca na miejsce. To dopiero jest miarodajne. Jeśli jedzie się szybko, w komunikacji miejskiej jest sporo osób, ale podróżują komfortowo, a tramwaje czy autobusy przyjeżdżają nie rzadziej niż co osiem minut, to te parametry otaczającej nas rzeczywistości wskazują, że jest dobrze. Natomiast sondaże czy sondy uliczne to ogromne pole do manipulacji. Poza tym sama pani wie, co powiedzą ludzie w Polsce, kiedy zapyta ich pani o opinię.

Że jest źle?

Właśnie tak.

Ale nie może pan zaprzeczyć, że dzisiaj mamy nowy paradygmat myślenia o miastach. Już nie chodzi tylko o twardą infrastrukturę – choć ulice, domy czy szkoły zawsze będą ważne – ale o człowieka. O stworzenie miasta, w którym dobrze będzie się czuł ośmio- i osiemdziesięcioletek. Chodzi też o to, żeby ten człowiek miał w swoim mieście głos.

W mieście zawsze chodziło o ludzi. Nawet w XIX-wiecznym kapitalizmie. Ale pani pewnie ma na myśli partycypację? To fantastyczne zjawisko i świetnie, że się o nim coraz więcej rozmawia. Choć uważajmy, żeby nie zrobiło się z niej słowo-wytrych. Tak stało się na przykład ze zrównoważonym rozwojem, które to zjawisko każdy rozumie inaczej i naciąga do własnych potrzeb. Mamy więc w myśleniu o miastach wysyp pustych pojęć. Kiedyś w konceptualizmie, w latach siedemdziesiątych, artyści czerpiący z filozofii, między innymi Zbigniew Dłubak, stworzyli pojęcia właśnie takiego „pustego znaku”.

Pusty znak, czyli co?

Gest, czyli oznaczenie czegoś, w co można wstawić jakieś inne znaczenie. Wiele słów, które kiedyś miały określone znaczenie, straciło je w obróbce społecznej, w jakimś ich nadużyciu. I stały się znakami pustymi.

Oznaczają wszystko, czyli nic?

Tak. I to jest przerażające.

Ale za słowami, które bywają nadużywane i zagarniane, często stoi jakiś sens. Budżet obywatelski dla Łodzi to 130 tysięcy łodzian, którzy poszli do urn. To aż jedna piąta mieszkańców. A w Polsce mamy przecież kłopot z niskim zaangażowaniem społecznym.

To prawda. Ale budżet to jedna z form aktywności obywatelskiej. Uważam, że powinniśmy pracować nad tym, żebyśmy w Polsce mieli lepsze, bardziej przedstawicielskie wybory. Dzięki nim ci, którzy działali na szkodę miasta lub wykorzystywali urząd, powinni być odsuwani.

Ale to już działa. W miastach, które były źle zarządzane, odbywały się referenda i prezydenci tracili stołki. Tyle że mieszkańcy chcą więcej. Nie tylko wybierać kogoś raz na cztery lata, ale też na bieżąco kontrolować swoich przedstawicieli. Budżet partycypacyjny jest tego dobrym przykładem. Można wydawać publiczne pieniądze na sondaże, pytając, gdzie poprowadzić nową uliczkę lub ścieżkę rowerową. Ale czy nie jest sensowniejsze po prostu oddać wyborcom część pieniędzy i posłuchać, co mają do powiedzenia?

W sztuce jestem zupełnym anarchistą, ale ta sfera charakteryzuje się niską szkodliwością społeczną. W życiu publicznym powinno być inaczej. Działania urzędnicze to niesłuchanie poważne sprawy. Podejmowane decyzje wpływają na życie wielu ludzi. Chodzi o to, by zapewnić maksymalnie dobry rozwój zarówno całym grupom społecznym, jak i indywidualnym obywatelom.

Rozumiem, że władza to poważna sprawa. Ale budżet partycypacyjny jest synergią władzy lokalnej i obywateli.

Zgoda, ale trzeba uważać, by nie zamieniło się to w jarmark swawoli. Żeby podjąć w miarę rozsądną decyzję, trzeba mieć bardzo dużą wiedzę. Jeżeli decyzję podejmuje osoba, która wie za mało, prawdopodobieństwo złej decyzji jest bardzo duże. Budżet partycypacyjny polega na pytaniu ludzi, czego chcą. Jedna osoba marzy o większej liczbie cukierni, ktoś inny chce materace dmuchane zamiast miejsc parkingowych. Wystarczy, że będzie miał siłę przebicia, by te materace dla miasta zdobyć.

Na tym polega demokracja, czyż nie?

Pamiętajmy jednak – jak nauczyła nas historia – że nie liczba popleczników, a mądrość decyzji jest najważniejsza. Dlatego już starożytni wiedzieli, że właściwie nie ma dobrej demokracji, a najlepszy jest oświecony absolutyzm.

Trudno jednak znaleźć tych oświeconych autokratów.

Oczywiście. Mimo to, gdy patrzymy na rozwój urbanistyczny, przypadkowo powstałe skoki cywilizacyjne można przypisać pojedynczym zdolnym ludziom. Georges-Eugène Haussmann przebudował Paryż, a Ildefons Cerdà stworzył nowoczesną Barcelonę. Dzięki ich decyzjom miasta te stały się w swoim czasie najnowocześniejszymi na świecie.

Jak powinno wyglądać idealne miasto? Takie, w którym dobrze żyje się wszystkim – nastolatki, staruszce, rodzinie z dzieckiem czy młodej kobiecie bez samochodu?

Miasta powinny tworzyć się same. Organicznie. Powstawać poprzez wspólne uzgadnianie wspólnych interesów wszystkich ludzi, podej-

mowanie jak najlepszych decyzji przez władzę, która działa w interesie jak największych grup.

Pomysły na miasta się zmieniają. Korzystając z otwartych granic, Polacy wiele dziś podróżują i zakochują się w miejscach do życia za granicą. Ja jestem fanką Londynu, choć to miasto często męczące, zbyt wielkie do wygodnego życia.

Też uważam Londyn za jedno z najlepszych miast na świecie. Fantastyczny jest też Berlin, zwłaszcza w tych częściach, które ostały się po II wojnie światowej i nie zostały zniszczone przez komunizm. Kolebką pięknych miast wciąż jest Europa, mimo że w Stanach Zjednoczonych tworzy się wiele ciekawych miejsc. Najpiękniejszym miastem jest jednak dla mnie Wenecja, przed Londynem, Paryżem, Barceloną czy Nowym Jorkiem.

Piękne miasto, ale czy nadaje się do życia?

No właśnie, dla mnie tak. Mimo że w Wenecji są śmierdzące kanały, malutkie placzki i rozsypujące się domy. I prawie w ogóle nie ma zieleni. Nie mieści się to w żadnych nowoczesnych definicjach „dobrego miasta”. Dla mnie jest to pewna pułapka myślowa: architekci modernistyczni uważali, że w mieście ważne są tylko dwa parametry: światło i przestrzeń. A miasto to jest milion parametrów. Plus człowiek i jego zmienne emocje oraz różne upodobania.

Ale są chyba jakieś priorytety. Sam pan o nich pisał w strategii rozwoju przestrzennego Łodzi. „Jedną z podstawowych po-

winności dzisiejszego pokolenia Łodzian jest pozostawienie w dobrym stanie dziedzictwa materialnego, które pozostawiła nam historia”.

W moim przekonaniu to jest właśnie oś dyskusji. Krajowa Polityka Miejska, skądinąd świetny projekt, mówi o wszystkim: o zieleni, transporcie, współuczestnictwie i rewitalizacji. Ale nie mówi o tym, że miasto jest continuum, a także, że jest to zjawisko kulturowe. Czasami trzeba sobie zadać pytanie, co jest ważniejsze: muzeum czy trawnik. Modernista powiedziałby, że zielen. Ale człowiek nie jest krową, której do szczęścia jest potrzebny tylko trawnik. W moim przekonaniu człowieczeństwo oznacza, że również czytam poezję i dyskutuję o filozofii, oglądam budynki, a nie tylko leżę na trawie.

Ale jeśli byłby pan jedną z łódzkich szwaczek, pewnie wolałby pan po pracy położyć się na trawniku.

Być może. Ale szwaczka też powinna czasem pójść do kina lub do biblioteki. I te z nich, które nie leżały błogo na trawniku, mogły na przykład zostać inżynierami, dyrektorami, a może nawet ministrami.

Czyli postuluje pan, żeby miasto było projektem kulturowym?

Bardziej zjawiskiem w kulturze. W PRL-u po raz pierwszy architekci podnieśli rękę na miasto. Budowali koszarne osiedla z wielkiej płyty, zamiast zadbać o naturalny rozwój historycznego centrum miasta. W teorii bloki mają trawnik i dostęp do światła, bo stoją daleko od siebie. Ale poza tym są kompletnie aspołeczne, nie ma przyjemnej przestrzeni publicznej, gdzie wszyscy mogą się spotkać, nie ma też

porządnej przestrzeni prywatnej. „Wszystko jest wszystkich i nic nie jest czyjeś”.

Czyli nie istnieją miasta idealne.

Takich miast nie ma i nie będzie. Zresztą, nie od dziś ich szukamy. Nawet jeden z najlepszych secesyjnych architektów Wiednia, Otto Wagner, też kiedyś planował takie zbudować. Próbował nakłonić do przebudowy całego Wiednia w stylu totalitarnej bezdusznej megastruktury. Już od starożytnej Grecji wymyślano idealne miasta. I wszystkie te projekty były słabe, bo najczęściej jednowymiarowe.

Dlaczego?

Bo nie dbały o istniejące, naturalnie tworzące się miasto. Chciały burzyć i zaczynać od nowa. A trzeba korzystać z dorobku historii. Haussmann stworzył nową strukturę urbanistyczną Paryża, ale brał pod uwagę istniejącą strukturę i potrzeby miasta.

Czyli sugeruje pan, że powinniśmy budować miasta XIX-wieczne?

Tak – a dokładnie mówiąc, ich „współczesną kontynuację”.

Ale mamy przecież inne potrzeby.

Okazuje się, że nie.

Inny sposób życia, dużo samochodów...

Ale przecież od samochodów uciekamy. Okazuje się, że XIX-wieczne miasta cały czas są fantastyczne. W niektórych budowano tunele

i parkingi. W Barcelonie pod każdym podwórkiem są miejsca dla samochodów.

Łódź ma więc teoretycznie dużo szczęścia, bo zachowała strukturę XIX-wiecznego miasta.

Mało tego. Łódź ma strefę wielkomiejską rzędu 1,4 tysiąca hektarów. Jest tu prawie 12 tysięcy obiektów, które powstały przed II wojną światową. Nigdzie w Polsce nie ma takiego tradycyjnego centrum miasta i takiej architektury w takiej ilości.

Część, niestety, jest w opłakanym stanie.

To prawda. Ale paradoksalnie Łódź najbardziej zniszczono po 1990 roku. Zniszczono wtedy większość fabryk. Na Piotrkowskiej wyburzono kamienice. Przed I wojną światową Łódź była ogromnie bogata i niezwykle się rozwijała. Było w niej ponad tysiąc fabryk! Miasto stworzyło własną kasę zapomogowo-pożyczkową, do której przemysłowcy się składali i pożyczali sobie nawzajem fundusze. W ten sposób utrzymywano miasto w dobrym stanie i ciągłym procesie rozwoju.

Ale miasta XIX-wieczne były wygodnymi miejscami do życia tylko dla bogatych.

Niekoniecznie. Były miastami wszystkich. Prawda, to ludzie bogaci je budowali. I tak powinno być. Kiedy w Stanach Zjednoczonych domy zaczęli budować biedni, wywołało to kryzys, bo nie mieli jak spłacić kredytów. Uważam, że tradycyjne miasta zawsze były dla

wszystkich. Były z jednej strony demokratyczne, a z drugiej – hierarchiczne.

A co z wizjonerstwem?

Miasto to delikatna struktura. Zalecałbym więc ostrożność. Jak u lekarzy – przede wszystkim nie szkodzić.

W jaki sposób?

Tworząc miasta wielowymiarowe. Wiadomo, że samochody są w miastach uciążliwe. Ale nie możemy opierać transportu tylko na rowerach. Bo na przykład bez samochodu nie przewieziemy wersalki.

Jaka jest pana definicja miasta?

Miasto ma przede wszystkim pozwalać człowiekowi realizować jakość życia. Jakość, nie poziom. Na to składają się dobra materialne, ale też osiągnięcia intelektualne i społeczne współistnienie. Innymi słowy, w mieście powinno być wszystko i gęsto. Na jak najmniejszej powierzchni człowiek musi mieć dostęp do miejsc różnych aktywności.

Czy uważa pan, że Krajowa Polityka Miejska, dokument przygotowywany przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju przy współpracy z szeregiem NGO-sów i działaczy miejskich, to dobry kierunek?

Świetny. Ale warto nad nim popracować. Brakuje mi w nim na przykład rekomendacji UNESCO z 2011 roku o ochronie krajobrazu miast historycznych. Tam jest powiedziane, że trzeba chronić zniszczo-

ny przez agresywny kapitalizm krajobraz miejski, ponieważ jest on wartością samą w sobie. Musimy pamiętać o ciągłości kulturowej naszych miast.

Jakie są najważniejsze zadania dla rządzących miastami, oprócz polecanej przez pana zasady: *primum non nocere*?

Najważniejszym zadaniem władz miasta jest edukacja. Czas, żebyśmy pojednali się z historią. We Wrocławiu ciężko jest czasem przekonać ludzi, że to, co zostało wybudowane przez Niemców, warto ratować. Podobnie jest w Łodzi, mieście Żydów i Rosjan. Trzeba nauczyć ludzi, że to historia stworzyła wartość współczesnych miejsc.

Marek Janiak – architekt, nauczyciel akademicki, artysta multimedialny, od 2011 roku Główny Architekt Miasta Łodzi. Profesor Politechniki Łódzkiej.

MIEJSKIE STRATEGIE





SÃO PAULO



BRAZYLIA

Radostław A. Szymański

SÃO PAULO:

MIASTO BEZ REKLAM

Dokonana kilka lat temu w São Paulo reforma pokazała, że ryzykowny projekt przyspieszenia zmian – poprzez odgórne narzucenie standardów dbałości o publiczną przestrzeń wizualną – może się powieść.

Jak powinna wyglądać „zdrowa” przestrzeń wizualna w polskich miastach i miasteczkach? Czy da się regulować ilość reklam i jak to robić: na poziomie samorządowym czy centralnym? Żeby przybliżyć tę tematykę, pokazujemy przykład brazylijskiego miasta São Paulo, którego burmistrz odważnie zakazał jakiegokolwiek reklamy wizualnej w przestrzeni miejskiej. Co z tego wyniknęło dla metropolii i mieszkańców, a co dla branży reklamowej?

CZYSSTE MIASTO

Brazylia jest obecnie jedną z najdynamiczniej rozwijających się gospodarek na świecie, a prawie dwudziestomilionowe São Paulo – jej największą aglomeracją. Z wysokim wzrostem PKB kojarzą się jednak nie tylko gwałtowna poprawa standardu życia, piśmienności czy

spadek umieralności niemowląt. Przed oczami stają też bezpośrednie efekty, jakie gwałtowna modernizacja w swojej początkowej fazie wywiera na społeczeństwo i środowisko. Wczesna faza modernizacji, czy to w XIX-wiecznym Londynie, czy w dzisiejszych metropoliach krajów rozwijających się, przywołuje obraz gwałtownego rozkładu struktur społecznych i radykalnej degradacji otoczenia. Zanieczyszczenia nie ograniczają się do wody, powietrza, gleby i przestrzeni dźwiękowej.

Zanieczyszczenia nie ograniczają się do wody, powietrza, gleby i przestrzeni dźwiękowej. Zanieczyszczana jest również sfera wizualna.

Zanieczyszczana jest również sfera wizualna. Jest to o tyle problematyczne, że niełatwo to zjawisko zmierzyć. Choć natrętne reklamy, billboardy i plakaty bez wątpienia wywierają negatywny wpływ na psychikę obywateli, ich szkodliwość trudno ocenić w wymiernych kategoriach, tak jak da się to zrobić w przypadku zanieczyszczenia wody, powietrza czy nawet przestrzeni dźwiękowej. Dlatego o wspólnej przestrzeni wizualnej i związanych z nią problemach oraz wyzwaniach nie myśli się w kategoriach rozwiązań systemowych. Władze nie biorą odpowiedzialności za zapewnienie obywatelom zdrowej przestrzeni wizualnej – regulacyjna siła państwa i samorządów kończy się zazwyczaj na restrykcjach dotyczących składowania odpadów, zatrutowania wód i gleb czy poziomu hałasu. Chcąc uniknąć nadmiernej ingerencji, większość państw polega w tej kwestii na istniejącej kulturze i pozostawia sferę reklamy zewnętrznej zupełnie nieuregulowaną.

W krajach, gdzie kapitalizm i idąca z nim w parze reklama pełnią znaczącą rolę od wieków, poziom regulacji jest dyktowany świadomościem powziętym konsensusem społeczności. W niektórych miejscach, takich jak większość stanów USA, reklama jest akceptowaną i ważną częścią krajobrazu. W innych zaś, jak na przykład w Wielkiej Brytanii, często spotyka się silną regulację na poziomie samorządowym. W krajach pozbawionych długoletniej tradycji kapitalizmu – takich jak kraje rozwijające się czy postkomunistyczne – zdanie się na istniejącą kulturę estetyczną zawodzi. Dokonana kilka lat temu w São Paulo reforma pokazała, że ryzykowny projekt przyspieszenia zmian – poprzez odgórne narzucenie standardów dbałości o publiczną przestrzeń wizualną – może się powieść.

NOWE PRAWO

W 2006 roku burmistrz São Paulo Gilbert Kassab oficjalnie włączył zanieczyszczenie wizualne w poczet problemów cywilizacyjnych, z którymi władze mają obowiązek się zmagać. Identyfikując nienaganną estetykę przestrzeni publicznej jako jedno z podstawowych dóbr, które miasto powinno zapewniać swoim mieszkańcom, burmistrz uczynił walkę o wizualną przestrzeń publiczną swoim priorytetem. Uzasadnieniem takiego podejścia była relatywna zbędność zanieczyszczenia wizualnego i, co za tym idzie, łatwość jego całkowitego usunięcia.

Hałas jest ceną, jaką płacimy za szybkość i elastyczność transportu. Zanieczyszczone powietrze jest ceną za tanią energię i dobra przemysłowe.

EFEKTY PRAWA „CZYSTE MIASTO”



Ponad

70%

zadowolonych
mieszkańców São Paulo
po pięciu latach od
wprowadzenia przepisów

100

miast Brazylii
wprowadziło
podobne rozwiązania
jak São Paulo

słowe. Degradacja gleby z kolei jest ceną za wydajniejsze rolnictwo. W przypadku zanieczyszczenia wizualnego podobna analogia nie może mieć jednak miejsca. W dobie mediów interaktywnych i coraz mocniej zanikającej asymetrii informacji nonsensem jest powoływać się na informatywną rolę reklamy. Reklama zewnętrzna ma pobudzać konsumpcję i działać na podświadomość – nie można tu więc mówić o żadnej pozytywnej wartości reklamy dla społeczeństwa.

Dostrzegając zbędną naturę obciążenia miasta, jakim jest zanieczyszczenie wizualne, Kassab zdecydował się na radykalny krok. W stycz-

SZCZEGÓŁY PRAWA „CZYSTE MIASTO”



Okres przejściowy

4500\$

za każdy dzień po terminie



1,5

metra szyldu



na każde

10

metrów fasady

zawieszono ponad

2,2

metra nad chodnikiem



niu 2007 roku weszło w życie *Lei Cidade Limpa* (prawo „Czyste Miasto”), które miało na celu wyznaczenie nowych standardów dbałości o wizualną przestrzeń publiczną.

Restrykcyjny przepis całkowicie zmienił sposób, w jaki w São Paulo traktowana jest publiczna przestrzeń wizualna. Prawo działa na dwóch płaszczyznach. Po pierwsze, delegalizuje wszelkie formy reklamy zewnętrznej o charakterze komercyjnym: billboardy, plakaty i ulotki. Po drugie, wprowadza jasne i klarowne zasady dotyczące rozmiarów reklamy zewnętrznej o charakterze informacyjnym – czyli znajdujących się na terenie przedsiębiorstw sztyldów.



W dobie mediów interaktywnych i coraz mocniej zanikającej asymetrii informacji nonsensem jest powoływać się na informatywną rolę reklamy.

Początkowo projekt spotkał się z silnym sprzeciwem ze strony branży reklamowej oraz z powątpiewaniem dużej części mieszkańców miasta, którzy dopatrywali się w nim populistycznego posunięcia. Posunięcia, którego celem miało być odwrócenie uwagi wyborców od innych, bardziej istotnych problemów.

W pięć lat po wprowadzeniu nowych przepisów 70 procent mieszkańców było z nich zadowolonych. Małe i średnie przedsiębiorstwa nie napotkały na większe niż zwykle trudności w prowadzeniu biznesu, a przewidywania o negatywnym wpływie nowego prawa na gospodarkę się nie sprawdziły. Postrzeganie sukcesu jest

na tyle duże, że podobne przepisy wprowadziło już ponad 100 brazylijskich miast, w tym – choć na razie tylko częściowo – Rio de Janeiro.

Wstrząs, jakim było nowe prawo, przetrwała nawet pozornie najbardziej dotknięta regulacjami branża – działające w São Paulo firmy reklamowe. Dostosowały się one do sytuacji, zmieniając strategie pro-



W pięć lat po wprowadzeniu w São Paulo nowych przepisów 70 procent mieszkańców jest z nich zadowolonych.

mocyjne. Funkcjonują teraz w oparciu o akcje społeczne i dzięki internetowi. Reklamodawcy, gdy raz zostali zmuszeni przez prawo *Cidade Limpa* do przemyślenia kwestii reklamy zewnętrznej, wyciągnęli trwałe i nieograniczające się do São Paulo wnioski. Spostrzegli, że – nawet pomijając koszty społeczne związane z zanieczyszczeniem wizualnym – billboardy cechują się wysokimi kosztami eksploatacji i relatywnie niską efektywnością wynikającą z faktu, że rozmywają się w przeładowanym bodźcami wizualnymi krajobrazie miejskim. Są więc *de facto* mało opłacalną formą reklamy.

Cidade Limpa w efekcie popchnęło lokalną branżę reklamową o kilka dekad do przodu. Reklamodawcy, z braku możliwości zamawiania reklam tradycyjnych, siłą rzeczy zaczęli zamawiać reklamy innowacyjne. Firmy reklamowe, nie będąc w stanie dalej zajmować się tradycyjną reklamą zewnętrzną, skierowały swoje siły na tworzenie no-

wej, bardziej inteligentnej i lepiej dopasowanej do odbiorcy, a przez to mniej szkodliwej społecznie reklamy.

W zaledwie kilka lat po wprowadzeniu rygorystycznych przepisów lokalna branża reklamowa zyskała opinię jednej z najbardziej innowacyjnych na świecie. Na zmianie skorzystali też reklamodawcy – oparte na happeningach i akcjach społecznych alternatywne formy reklamy (*guerilla advertising*) oferują wydajniejsze kanały dystrybucji informacji do potencjalnych konsumentów. Są zatem bardziej skuteczne z czysto rynkowego punktu widzenia.

LOGIKA WYŚCIGU ZBROJEŃ

Czy rozwiązanie zaproponowane przez burmistrza São Paulo nie było zbyt radykalne w swojej autorytarności? Choć efekt końcowy wydaje się być korzystny dla wszystkich – nie tylko dla obywateli i reklamo-

„Dobra, które z natury nie mogą należeć do żadnej osoby prywatnej – z definicji wspólne – nie są efektywnie zarządzane mechanizmami rynkowymi.

dawców, ale nawet dla firm marketingowych – w pewnym stopniu został osiągnięty przez naruszenie prawa własności. Niemniej, warto pamiętać, że nie byłby to pierwszy przykład regulacji o pożądanych i nieosiągalnych inną drogą skutkach.

Dobra, które z natury nie mogą należeć do żadnej osoby prywatnej – z definicji wspólne – nie są efektywnie zarządzane mechanizmami

rynkowymi. Klasycznym przykładem sytuacji, w której racjonalność wszystkich jednostek nie gwarantuje wyniku optymalnego z punktu widzenia społeczeństwa, jest kwestia atmosfery. Publiczna przestrzeń wizualna cieszy się dziś tak samo niskim poważaniem, jak niegdyś atmosfera. Jest niczyja, nie ma więc przeszkód, żeby każdy miał wolną rękę przy wykorzystywaniu jej do własnych celów.

W dobie problemów klimatycznych społeczność międzynarodowa zdała sobie sprawę z krótkowzroczności podobnej postawy. Uświadomiono sobie, że istnieje niedostrzegalna, acz istotna różnica między dobrem bezwartościowym a dobrem bezcennym. Walka z ociepleniem klimatycznym polega na próbie uświadomienia tego rozróżnienia wszystkim: państwom, miastom, osobom prywatnym i przed-



siębiorstwom. Publiczna przestrzeń wizualna jest pod tym względem podobna do atmosfery: też jest dobrem, ale bez ceny. Dlatego jej ochrona wymaga regulacji – niewidzialna ręka rynku jej nie pomoże.

Eksperyment São Paulo jednoznacznie pokazał, że jedynym powodem, dla którego na billboardach wieszają się reklamy, jest sam fakt obecności billboardów. Jeśli przestrzeń reklamową wykupi jedna firma, kolejne pójdą w jej ślady, by nie ryzykować relatywnej straty wizerunkowej. Wielkie, kosztowne reklamy nie leżą jednak ani w intere-



Gdy indywidualna racjonalność jest przeciwna zbiorowemu interesowi, uwypukla się dobroczynna rola państwa, które jako jedyne może skutecznie wejść w rolę gwaranta i strażnika regulacji.

się firm, które są potencjalnymi nabywcami olbrzymich, nieefektywnych przestrzeni reklamowych, ani tym bardziej w interesie konsumentów, których przestrzeń wizualna jest w ten sposób zaśmiecana.

Logika ciągłej ekspansji reklamy zewnętrznej jest pokrewna logice zimnowojennego wyścigu zbrojeń. Nikt – prócz producentów broni czy właścicieli billboardów – na tym nie zyskuje. Ale, co istotne, nikt się też z własnej woli nie wycofa. Choć koszty i dyskomfort rosną, każdy uczestnik tej sytuacji (potencjalny reklamodawca) postrzega dalsze „zbrojenie się” w nową przestrzeń reklamową niczym zabezpieczenie własnego interesu.



W sytuacji, gdy indywidualna racjonalność wszystkich uczestników nie sumuje się do zbiorowej racjonalności, może zarządzić tylko odgórna władza, która zagwarantuje przestrzeganie stosownych regulacji. Brak instytucji międzynarodowej, która byłaby w stanie dać skuteczną gwarancję obu stronom konfliktu, spowodował, że wyścig zbrojeń trwał dłużej, niż chcieli tego jego uczestnicy. Reklamowy wyścig zbrojeń nie musi trwać. Analogiczną instytucją, która zapewniłaby wszystkim stronom „rozbrojenie”, może być państwo. W sytuacjach, gdy indywidualna racjonalność jest przeciwna zbiorowemu interesowi, uwypukla się dobroczynna rola państwa, które jako jedyne może skutecznie wejść w rolę gwaranta i strażnika regulacji. Regulacji, których celem będzie efekt pożądaný przez wszystkich i jednocześnie nieosiągalny przez nikogo indywidualnie.

Idea *Cidade Limpa* nie odnosi się do lokalnej specyfiki miasta czy kraju. Jak podkreślają wykonawcy projektu, może być on łatwo zastosowany w każdym miejscu na Ziemi. Nic nie stoi na przeszkodzie, by polskie miasta poszły w ślady São Paulo.

Radosław A. Szymański – student filozofii i stosunków międzynarodowych na uniwersytecie w St Andrews, odbył staż w Instytucie Obywatelskim.



HISZPANIA



KRAJ BASKÓW



BILBAO

Joanna Orzechowska-Wałaszka

SUKCES BILBAO

MOŻLIWY TYLKO W BILBAO

W Bilbao bez działania strategicznego i kooperacji pomiędzy wieloma partnerami publicznymi i prywatnymi „efekt Guggenheima” nie byłby możliwy.

Bilbao to liczące przeszło 350 tysięcy mieszkańców miasto na północy Hiszpanii, na terenie Autonomii Baskijskiej. Dziś uznawane za jeden z czołowych światowych ośrodków designu, jeszcze przed 30 laty było podupadającym miastem postindustrialnym, kojarzonym w świecie niemal wyłącznie z baskijską terrorystyczną grupą ETA. Niezwykła zmiana wizerunkowa ostatnich lat jest związana z przyjętą w Bilbao strategią rewitalizacyjną. Jej flagową inwestycją było ożywienie Abandoibarry – nabrzeżnej przemysłowej, centralnie położonej części miasta.

To właśnie tam w 1997 roku otwarto zbudowane według projektu Franka Gehry’ego Muzeum Guggenheima, które szybko zdobyło miano ikony współczesnej architektury, przyciągając do miasta rzesze

turystów zarówno z kraju, jak i z zagranicy. Zainteresowanie muzeum, a w dużej mierze samym projektem Gehry'ego, przyczyniło się do swoistej rewizji miasta, czyniąc z Bilbao ośrodek rozpoznawalny w skali międzynarodowej.

Sukces przyjętej strategii rewitalizacyjnej sprawił, że o Bilbao zrobiło się głośno. Miasto przedstawiano jako „najlepszą praktykę” dla projektowania działań rewitalizacyjnych w innych ośrodkach poprzez

„Bilbao – jeden z czołowych ośrodków designu – przed 30 laty było podupadającym miastem postindustrialnym.

mysłowych. Ponieważ „okrętem flagowym” całego projektu było właśnie Muzeum Guggenheima, o powodzeniu rewitalizacji Bilbao zaczęto mówić jako o „efekcie Guggenheima”.

Ponieważ muzeum szybko stało się wizytówką, a nawet – jak sugeruje Joan Ockman – „synonimem całego miasta”¹, rewitalizację Bilbao powszechnie utożsamiano z Muzeum Guggenheima. W efekcie w powszechnym przekonaniu utrwalił się pogląd, że do powtórzenia sukcesu Bilbao powinna wystarczyć realizacja jednego spektakularnego projektu o wielkiej skali, reszta zaś – wzrost ruchu turystycznego i zwiększenie obrotów w regionie, zmiana wizerun-

¹ Cyt. za: Louise Johnson, *Cultural capitals: revaluing the arts, remaking urban spaces*, Ashgate Publishing, Farnham 2009, s. 124.

kowa miasta, poprawa jego rozpoznawalności na arenie światowej itd. – przyjdą same.

Takie uproszczenie rewitalizacji Bilbao jest błędne, i to przynajmniej z dwóch zasadniczych powodów. Po pierwsze, abstrahuje od całego kontekstu społecznego i ekonomicznego, który jest efektem histo-

GOSPODARKA MIASTA BILBAO

PKB PER CAPITA (2008 ROK):



30 572

euro w Bilbao



23 866

euro w Hiszpanii

BEZROBOCIE (2009 ROK):



14,4%



18,01%

rycznego rozwoju miasta. Bez zrozumienia specyfiki socjokulturowej, socjoekonomicznej i socjopolitycznej nie da się zrozumieć obrotowej w Bilbao strategii rewitalizacyjnej. Ani, tym bardziej, nie da się wytłumaczyć jej powodzenia.

Po drugie, całkowicie pomija ono to, co w przypadku Bilbao było kluczowe, a mianowicie właśnie strategię, na której oparto cały projekt rewitalizacyjny. W rzeczywistości bowiem muzeum, które stało się znakiem firmowym przemian Bilbao, było jedynie częścią – jakkolwiek niezwykle ważną – owej strategii. Bez wielu podejmowanych w jej ramach działań z pewnością nie można byłoby dziś mówić o takim sukcesie rewitalizacji miasta.

INDUSTRIALNE POCZĄTKI

Historia Bilbao jest nieodzownie związana z historią Basków. Jako miasto portowe Bilbao przez wieki było swoistym oknem na świat, dzięki któremu Baskowie rozwijali handel morski z północno-zachodnią częścią Europy, dokąd w zamian za sukno i zboże wywożono hiszpańską wełnę i baskijskie żelazo. Importowane produkty trafiały na tereny baskijskie bez dodatkowych opłat. Granice celne niemal do połowy XIX wieku były bowiem ustalone w tak zwanych suchych portach, czyniąc ziemie baskijskie *de facto* strefą wolnego handlu.

Zniesienie tych specjalnych uprawnień ekonomicznych, które wiązało się z polityką centralizacji i unifikacji hiszpańskiej władzy pań-

stwowej, pozbawiło Basków ich dotychczasowych przywilejów (tak zwanych baskijskich *fueros*), zrównując ich w prawach i obowiązkach z innymi mieszkańcami państwa hiszpańskiego. Jednym ze skutków takich przekształceń stało się włączenie ziem baskijskich pod generalną jurysdykcję władzy państwowej w zakresie prawa górniczego.



Bilbao końca XIX wieku stało się jednym z czołowych ośrodków miejskich doby industrialnej w Europie Zachodniej.

W konsekwencji umożliwiło to prywatyzację baskijskich kopalń oraz liberalizację handlu rudą żelaza, dając impuls dla procesu uprzemysłowienia terenów baskijskich.

Najbardziej intensywny rozwój gospodarczy końca XIX wieku dotyczył Vizcái – jednej z siedmiu historycznych baskijskich prowincji. W szczególności zaś rozwój objął obszary położone wzdłuż rzeki Nervión, gdzie były zlokalizowane zagłębia rud żelaza i skoncentrowany był przemysł hutniczy. W centrum tego obszaru znajdowało się Bilbao, pełniące funkcje głównego ośrodka industrialno-finansowego, wokół którego od końca XIX wieku zaczęła formować się aglomeracja miejsko-przemysłowa, znana jako obszar metropolitalny Bilbao (*área metropolitana de Bilbao*). Obok samego Bilbao obejmował on także okręgi górnicze oraz nowe centra przemysłowe i przemysłowo-mieszkalne.

Zwiększenie zapotrzebowania na pracę w rozwijających się sektorach gospodarki regionu pociągnęło za sobą spektakularny wzrost

demograficzny oraz zmianę struktury zawodowej ludności. W latach 1877–1900 liczba mieszkańców obszaru metropolitalnego Bilbao wzrosła z 62 417 do 166 220. Ludność samego Bilbao zwiększyła się ponad dwupółkrotnie, z 32 734 w mieście Bilbao (plus 2 771 w Abando) w 1877 roku do 83 306 w 1900 roku², co wynikało zarówno z ruchów migracyjnych, jak i z przestrzennej ekspansji samego miasta. W początkach industrializacji prowincji Vizcaya do Bilbao zostały włączone okoliczne *anteiglesias*, w tym między innymi Abando.

Charakterystyczna dla Bilbao okresu industrialnego była także zmiana struktury zatrudnienia. Według danych z lat 1887–1990 szacuje się, że w Bilbao odsetek pracujących w rolnictwie był jednym z najniższych w regionie (2,57 procent), wyższy natomiast niż przeciętnie był udział zatrudnionych w usługach (6,18 procent), a także osób wykonujących wolne zawody (6,26 procent), jak i służby (15,84 procent) oraz elit (4,79 procent).

Z taką strukturą zatrudnienia, pozostając tradycyjnie miejscem zamieszkania warstw średnio wysokiej i wysokiej burżuazji, Bilbao na przełomie wieków stawało się szybko rozwijającym się ośrodkiem przemysłowym (odsetek robotników wynosił 50,12 procent)³ i usługowo-finansowym.

² Dane na temat wielkości populacji na podstawie: Fondo Documental del Instituto Nacional de Estadística.

³ Dane na temat struktury zatrudnienia na podstawie: *Los orígenes de una metrópoli industrial: la ría de Bilbao*, Manuel González Portilla (dir.), Fundación BBVA, Bilbao 2001, s. 81.

Tu w 1891 roku uruchomiono giełdę i otworzono Bank Handlowy, zaś w 1901 roku swoją działalność rozpoczął Bank Vizcai.

Dynamikę rozwoju miasta najlepiej oddają wspomnienia bilbaończyka José de Oruety, który w połowie XIX wieku Bilbao opisywał jeszcze jako „świeże i pyszne, [gdzie] z każdej strony domostwa dochodziły prawie do miasta”⁴, by już pod koniec stulecia pisać o ruchliwości Bilbao, przechodzącego „gorączkę finansową tworzenia wszelkiego rodzaju ogromnych towarzystw i przedsiębiorstw”⁵, gdzie „wszyscy byli finansistami”⁶. Będąc, według obrazu literackiego Oruety, „najlepszym [miejscem] na świecie”⁷, Bilbao końca XIX wieku stało się jednym z czołowych ośrodków miejskich doby industrialnej w Europie Zachodniej.

KONSEKWENCJE DEINDUSTRIALIZACJI

Jakkolwiek w XX wieku pozycja Bilbao jako prężnie rozwijającego się nowoczesnego ośrodka przemysłowego stopniowo słabła, najtrudniejszy okres rozpoczął się dopiero od lat siedemdziesiątych, gdy do Hiszpanii dotarły echa kryzysu naftowego. Tak jak w pozostałych krajach europejskich, wymusiły one podjęcie reform polityczno-gospodarczych. Dla przemysłu baskijskiego, który już dawno przestał być konkurencyjny – zarówno ze względu na opóźnienia technologicz-

⁴ José de Orueta, *Memorias de un bilbaino 1870–1900*, Colección „El Cofre de Bilbao”, Bilbao 1962, s. 38.

⁵ *Ibidem*, s. 221.

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem*, s. 19.

ne, jak i wysokie koszty produkcji – lata siedemdziesiąte były okresem niezwykle trudnych przemian gospodarczych, wpływających pod znakiem deindustrializacji.

Szacuje się, że w latach 1975–1985 zatrudnienie w przemyśle bałkijskim spadło o 24 procent, co odpowiadało cięciom 94,7 tysięcy

]] Konieczność przywrócenia potencjału miasta dostrzeżono jeszcze pod koniec lat osiemdziesiątych.

ca etatów, prowadząc do zamykania wielu zakładów w sektorze produkcji żelaza i stali, a także w przemyśle stoczniowym. Bilbao z wizytówki nowoczesności przeistoczyło się w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych w symbol upadającego ośrodka postindustrialnego.

STRATEGIA REWITALIZACJI

Konieczność przywrócenia potencjału miasta dostrzeżono jeszcze pod koniec lat osiemdziesiątych. Jedną z pierwszych inicjatyw była prezentacja w maju 1989 roku projektu Generalnego Planu Zagospodarowania Przestrzeni Miejskiej Bilbao (*Plan General de Ordenación Urbana*, PGOU), w którym zwracano uwagę na postępującą utratę przez miasto jego dawnej, centralnej pozycji i zaznaczano, że celem nadrzędnym polityki miejskiej powinno stać się zatrzymanie tego procesu i przekształcenie Bilbao w dynamiczne centrum finansowo-usługowe.

TURYŚCI W BILBAO

LICZBA TURYSTÓW (1996 ROK):



1997 ROK – OTWARCIE MUZEUM GUGGENHEIMA

LICZBA TURYSTÓW (2010 ROK):



Plan ten wyróżniał cztery obszary rewitalizacji, a jednym z nich była Abandoibarra, obejmująca obszar 35 hektarów położony wzdłuż nadbrzeżnej części miasta usytuowanej w jego centrum. W tym samym roku, z inicjatywy rządu baskijskiego, Deputacji Vizcai i Rady Miejskiej Bilbao zainicjowano działania zmierzające do sformułowania Planu



Już na etapie planu postulowano między innymi: rozbudowę sieci komunikacji lądowej, portu morskiego i lotniczego, budowę osiedli mieszkalnych, stworzenie emblematycznych budowli pozwalających na promocję społecznego i kulturalnego wizerunku miasta.

Strategicznego Rewitalizacji Metropolitarne Obszaru Bilbao (*Plan Estratégico para la Revitalización del Bilbao Metropolitano*), który określał kluczowe obszary działań mających poprawić sytuację miasta. Dla każdego z nich przedstawiał zakres konkretnych celów, środków i strategii ich realizacji.

Już na etapie planu postulowano między innymi rozbudowę sieci komunikacji lądowej, portu morskiego i lotniczego, budowę osiedli mieszkalnych, stworzenie emblematycznych budowli pozwalających na promocję społecznego i kulturalnego wizerunku miasta; dalej: rozwój partnerstwa pomiędzy inicjatywami publicznymi i prywatnymi w zakresie efektywnego planowania i zarządzania procesami regeneracji przestrzeni miejskiej, a także, co istotne, budowę Muzeum Guggenheima i Palacio Euskalduna de Congresos y de la Música, pozwalających na promocję Bilbao jako centrum kulturalno-kongresowego.

Charakterystycznym elementem planu było z jednej strony oparcie na instytucjach publicznych jako głównych inicjatorach i podmiotach finansujących przedsięwzięcie, z drugiej zaś przyjęcie perspektywy długoplanowej i wieloaspektowej. Plan zakładał wdrożenie rozwiązań, które prowadziłyby do internacjonalizacji miasta i poprawy jego pozycji na arenie międzynarodowej poprzez zwiększenie jego potencjału tak od strony podażowej, jak i popytowej.

PARTNERSTWO PRYWATNO-PUBLICZNE

Zgodnie z postulowanym w planie partnerstwem pomiędzy instytucjami publicznymi i prywatnymi, kluczowymi instytucjami w procesie reorganizacji i ożywienia przestrzeni miejskiej Bilbao były dwie publiczno-prywatne inicjatywy: powstała w 1991 roku *Bilbao Metropoli 30* oraz utworzona rok później *Bilbao Ría 2000*.

Bilbao Metropoli 30 (BM 30) powołano z inicjatywy zarówno instytucji publicznych, w tym rządu baskijskiego, Deputacji Vizcai, Rady Miejskiej Bilbao, jak i wielu organizacji prywatnych, w tym instytucji finansowych, naukowych oraz przedsiębiorstw działających w różnych obszarach aktywności ekonomicznej. Od początku swojego istnienia BM 30 definiowało swoje cele w sferze działań dotyczących planowania, badań i promocji. To właśnie BM 30 wzięło na siebie ciężar konstruowania globalnej koncepcji rewitalizacji i prowadzenia działań integracyjnych i koordynujących.

Z kolei *Bilbao Ría 2000*, formalnie prywatna organizacja *non-profit*, której udziałowcami były wyłącznie instytucje publiczne (prawa własności podzielone były w równej części pomiędzy administrację centralną i baskijską), została powołana do realizacji projektów rewitalizacyjnych, w tym – uznawanej za najbardziej emblematyczną inwestycję w Bilbao – rewitalizację obszaru nadbrzeżnego Abandoibarra.

ABANDOIBARRA – FLAGOWY PROJEKT REWITALIZACJI

Megaprojekt Abandoibarra od początku traktowany był priorytetowo, stając się swego rodzaju wizytówką procesu rewitalizacyjnego Bilbao. Obszar ten już w projekcie PGOU z końca lat osiemdziesiątych był wymieniany jako tak zwany „obszar możliwości”. Jego szczególny potencjał wynikał z dwóch zasadniczych kwestii. Po pierwsze, z niezwykle korzystnego położenia w nabrzeżnej i zarazem centrycznie usytuowanej części miasta, która w okresie industrializacji była przestrzenią wykorzystywaną do działalności przemysłowo-portowej, a po zamknięciu w początkach lat dziewięćdziesiątych znajdujących się tam stoczni Euskalduna przestała pełnić funkcje użytkowe. Po drugie, ze specyficznej sytuacji własności tamtejszych gruntów, które jakkolwiek znajdowały się w rękach wielu właścicieli – między innymi hiszpańskich kolei (RENFE), Narodowego Instytutu Przemysłu (INI), władz portowych i władz miejskich – w 95 procentach należały do podmiotów publicznych. Ko-

ordynacją współpracy pomiędzy tymi podmiotami miała się zajmować opisywana powyżej *Bilbao Ría 2000*.

Od początku projekt rewitalizacji Abandoibarry skupiał uwagę międzynarodową. W 1992 roku, a więc w rok po podjęciu decyzji o budowie Muzeum Guggenheima i ustaleniu, że będzie ono usytuowane właśnie na tym obszarze, władze miejskie ogłosiły konkurs na projekt architektonicznej reorganizacji i przebudowy całej zony. Oprócz architektów lokalnych do udziału w konkursie zaproszono trzy zespoły zagraniczne. Zwycięzcą konkursu został Cesar Pelli i na podstawie jego projektu został skonstruowany dla Abandoibarry Szczegółowy Plan Reformy Wewnętrznej (*Plan Especial de Reforma Interior*, PERI). Mimo że projekt ulegał kilkukrotnym modyfikacjom, ogólny podział funkcjonalny obszaru na zony o różnym przeznaczeniu (między innymi mieszkalną, usługowo-biznesową, rekreacyjną, kulturalną) został zachowany.

Rewitalizacja Abandoibarry była zaplanowana jako przedsięwzięcie na wielką skalę, zarówno w odniesieniu do całego obszaru – celem projektu było przeistoczenie go w nowe centrum usługowo-biznesowo-kulturalne – jak i jego poszczególnych elementów. Stąd dążenie do ulokowania tam emblematycznych budowli, do których projektowania zatrudniono wybitnych architektów o światowej sławie: Franka Gehry’ego do projektu Muzeum Guggenheima, Rafaela Moneo do Biblioteki Uniwersytetu Deusto, Alvara Sizę do Audytorium Uniwersytetu Kraju Basków (UPV-EHU) czy Cesara Pellego do wieżowca Torre Iberdrola.

EFEKT GUGGENHEIMA

Najbardziej znaną budowlą Abandoibarry jest oczywiście Muzeum Guggenheima. Porozumienie w sprawie jego utworzenia w Bilbao zostało zawarte już w grudniu 1991 roku. Wybór zarówno obiektu, miejsca jego usytuowania, jak i światowej sławy architekta, który miał go zaprojektować, były strategią zaplanowaną, wpisującą się w przedstawiony powyżej plan rewitalizacji przestrzeni nabrzeżnej



Wybór muzeum był strategią PR-ową, mającą przyczynić się do zerwania z wizerunkiem Kraju Basków jako miejsca niebezpiecznego, poprzez pokazanie go jako obszaru nowoczesnego, mającego istotne centrum kulturalne.

Bilbao, jak i w przyjętą logikę działań rewitalizacyjnych. Baskijscy liderzy polityczni – jak słusznie podkreśla Jeremy MacClancy – od początku byli świadomi, że znani praktycy „sprzedadzą” miasto bardziej efektywnie, niż gdyby robili to oni sami⁸.

Wybór muzeum był w pewnym sensie strategią PR-ową, mającą przyczynić się do zerwania z wizerunkiem Kraju Basków jako miejsca niebezpiecznego, poprzez pokazanie go jako obszaru nowoczesnego, mającego istotne centrum kulturalne. Fundacja Guggenheima ideal-

⁸ Por.: Jeremy MacClancy, *Expressing Identities in the Basque Arena*, School for Advanced Research Press, Santa Fe 2007, s. 164.

nie nadawała się na instytucję partnerską dla takiego przedsięwzięcia, ponieważ mogła zapewnić wysoką jakość kolekcji i zagwarantować międzynarodową rozpoznawalność.

Sukces wybranej strategii, przedstawiany jako „efekt Guggenheima”, można rozpatrywać wielopłaszczyznowo. Oto jego najbardziej widoczne efekty ekonomiczne.

Po pierwsze, niemal natychmiast wzrósł ruch turystyczny. W pierwszym roku funkcjonowania muzeum odwiedziło je około 1,4 miliona osób (od inauguracji w październiku 1997 roku do końca 1998 roku odwiedzających było przeszło 1,5 miliona) i frekwencja zbliżona do miliona osób rocznie utrzymywała w kolejnych latach. Międzynarodowe zainteresowanie muzeum (według danych Muzeum Guggenheima około 60 procent osób odwiedzających to obcokrajowcy) przyczyniło się do zwiększenia turystyki w regionie. Najbardziej spektakularny wzrost nastąpił w pierwszym roku działalności muzeum, gdy liczba turystów zagranicznych w Bilbao korzystających z usług hotelowych wzrosła o przeszło 107 procent – z poziomu 61 173 gości w 1997 roku do 126 953 w 1998 roku.

Po drugie, wysoka stopa zwrotu inwestycji pozwoliła na zmniejszenie nakładów publicznych na utrzymanie muzeum. Już w 2000 roku przychody wypracowywane przez tę placówkę pozwalały na jej samofinansowanie w ponad 75 procentach. Wskaźnik ten utrzymywał się w kolejnych latach blisko poziomu 70 procent,

umacniając pozycję Muzeum Guggenheima jako jednej z czołowych instytucji kulturalnych o tak wysokim poziomie samofinansowania.

Po trzecie, jako pochodna wzrostu turystyki zwiększyły się obroty finansowe w regionie (choć opinie na temat tego, w jakim stopniu muzeum rzeczywiście przyczyniło się do wzrostu potencjału gospodarczego regionu, są podzielone). Zgodnie z analizami samego Muzeum Guggenheima w okresie od października 1997 roku do końca 2010 roku funkcjonowanie muzeum, tak ze względu na zwiększenie ruchu turystycznego (wydatki turystów na jedzenie, zakupy, zakwaterowanie, transport i rozrywkę), jak i działalność samego muzeum (opłaty za bilety, przychody restauracji muzealnej i sklepu, dotacje, subsydia, przychody z działalności kongresowo-kulturalnej itd.) przyczyniły się do wygenerowania dodatkowych przychodów w wysokości 369 520 428 euro, co jest równoznaczne ze średnimi dodatkowymi przychodami do baskijskiego budżetu rządu 25–30 milionów euro rocznie.

W wymiarze symbolicznym muzeum pozwoliło na wspomnianą już rewitalizację miasta, czyniąc z Bilbao ośrodek rozpoznawalny na arenie międzynarodowej i jeden z bardziej nowoczesnych ośrodków Europy. Równocześnie dla samych bilbaończyków muzeum zaczęło pełnić funkcję nowego punktu odniesienia, stając się powoli swoistym symbolem nowoczesnej i otwartej baskijskości.

POWTÓRZENIE „EFEKTU GUGGENHEIMA”?

Biorąc pod uwagę spektakularny sukces strategii Bilbao, w wielu aspektach miasto to może stanowić dobry punkt odniesienia dla planowania działań rewitalizacyjnych. Traktowanie Bilbao jako pewnego wzoru dla tworzenia i egzekucji planów rewitalizacyjnych nie powinno jednak polegać na próbie prostego powielenia jego modelu



Biorąc pod uwagę spektakularny sukces strategii Bilbao, w wielu aspektach miasto to może stanowić dobry punkt odniesienia dla planowania działań rewitalizacyjnych.

z nadzieją powtórzenia „efektu Guggenheima”. Do tego potrzebne byłoby w pewnym sensie drugie Bilbao – miasto o zbliżonych warunkach ekonomicznych, politycznych czy społecznych. Chodzi więc raczej o inteligentne czerpanie z jego doświadczeń.

Najistotniejszą lekcją, którą z przykładu Bilbao można by wyciągnąć i zastosować w polskich warunkach, jest skoncentrowanie się na opracowaniu **strategii** jako podstawy wszelkich działań rewitalizacyjnych oraz propagowanie i rozwijanie **dialogu** pomiędzy podmiotami prywatno-publicznymi jako warunku koniecznego jej zastosowania. Warto przypomnieć, że filarem, na którym oparto rewitalizację Bilbao, była właśnie długofalowa, wieloaspektowa i kompleksowa strategia zakładająca proaktywne podejście do planowania przestrzennego. Muzeum Guggenheima stanowiło –

MUZEUM GUGGENHEIMA W BILBAO

Bilbao



2,8



zwiedzającego Muzeum Guggenheima przypada na jednego mieszkańca Bilbao

Londyn



0,6



zwiedzającego muzeum Tate Modern przypada na jednego mieszkańca Londynu

Bilbao

352 700

mieszkańców w 2010 roku

1 mln

turystów rocznie odwiedza Muzeum Guggenheima

Londyn

7,8 mln

mieszkańców w 2009 roku

5 mln

turystów rocznie odwiedza Tate Modern

Od 1997 do 2011 roku Muzeum Guggenheima odwiedziło prawie **14** mln zwiedzających

o czym należy pamiętać – zaledwie element całego projektu, nie zaś jego jedyną treść.

Niezwykle ważnym i komplementarnym elementem całego planu była realizacja także innych projektów na wielką skalę, w tym również dotyczących rozwoju infrastruktury: budowa metra i rozwój kolei, nowy terminal w porcie lotniczym czy rozbudowa portu morskiego.

W Bilbao bez działania strategicznego i kooperacji pomiędzy wieloma partnerami publicznymi i prywatnymi, zaangażowanymi w projekt rewitalizacyjny, „efekt Guggenheima” nie byłby możliwy. Ale i w polskich miastach sukces działań rewitalizacyjnych – bez strategii i współpracy w sferze publiczno-prywatnej – zdaje się mało prawdopodobny.

Joanna Orzechowska-Wacławska – socjolog, magister ekonomii i doktor nauk społecznych w zakresie socjologii, od 2005 roku związana z Instytutem Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego. Zajmuje się problematyką Basków. W swoich badaniach podejmuje problem wpływu współczesnych przemian socjoekonomicznych na rozwój baskijskiej tożsamości narodowej.



SZKOCJA



DUNDEE

Radosław A. Szymański

DUNDEE:

NIE TYLKO EKONOMIA

Dundee – choć wciąż boryka się z problemami – jest w trakcie imponującej transformacji i przemiany z gospodarki industrialnej w postindustrialną.

Dundee to średniej wielkości szkockie miasto, położone na wschodnim wybrzeżu Wielkiej Brytanii i oddalone od Edynburga o zaledwie 60 kilometrów. Jego wzloty i upadki są silnie sprzężone z losami imperium brytyjskiego. Rozwój miasta, zarówno ekonomiczny, jak i urbanistyczny, przypadł na okres rewolucji industrialnej, a wraz z końcem epoki przemysłowej rozpoczął się jego upadek. Z potężnego ośrodka handlu i przemysłu dawnego imperium Dundee stało się obiektem kpin, postrzeganym przez Brytyjczyków jako miasto biedne, zaniedbane, nudne i niebezpieczne. Wizerunkiem dorównywało takim miejscom, jak Liverpool czy Coventry.

TRANSFORMACJA SZKOCKIEGO MIASTA

Dziś Dundee – choć wciąż boryka się z problemami – jest w trakcie imponującej transformacji i przemiany z gospodarki industrialnej w postindustrialną. Miasto zaczęło pokonywać dystans, jaki dzielił je od dobrze prosperujących miast brytyjskich. Widać to choćby na przykładzie zarobków, które w latach 2001–2011 wzrosły w Dundee o 38 procent, podczas gdy średnia brytyjska zwiększyła się w tym czasie o 33 procent¹.

Co najważniejsze, rozwój ekonomiczny, choć najbardziej zauważalny, nie jest tu odizolowany od rozwoju społecznego, edukacyjnego i artystycznego. Dowód? Dundee, które liczy zaledwie 140 tysięcy miesz-



Najważniejsze obszary strategii rozwoju Dundee obejmują edukację, odnawialne źródła energii, a także kulturę i sztukę.

kańców, rozpoczęło niedawno długoletni proces rewitalizacji nabrzeża – inwestycję o łącznej wartości miliarda funtów (ponad 5,5 miliarda złotych), z czego jedna trzecia została pozyskana ze środków lokalnych. Choć droga Dundee do pełnego dobrobytu jest jeszcze długa, zmiany są imponujące, a miasto zaczęło podążać w dobrym kierunku. Najważniejsze obszary strategii rozwoju Dundee obejmują edukację, odnawialne źródła energii, a także kulturę i sztukę.

¹ http://www.dundee.gov.uk/dundeecity/uploaded_publications/publication_119.pdf (dostęp dnia 10 lipca 2012).

BIOMEDYCYNĄ I PRZEMYSŁ KREATYWNY

W Dundee zdają sobie sprawę z potencjału, jaki w kwestii stymulacji rozwoju miasta mają uniwersytety. Dwie znajdujące się w mieście uczelnie – Uniwersytet Dundee i Uniwersytet Abertay – sprawiają, że Dundee ma największy odsetek studentów spośród wszystkich dużych miast w Szkocji (prawie 16 procent). Jaki jednak wpływ na życie miasta, poza nieproporcjonalną ilością barów, klubów i hałasu, może mieć uniwersytet? W Polsce, ale w mniejszym stopniu także w Wielkiej Brytanii, pojawiają się opinie, że wiedza i umiejętności oferowane przez uczelnie nie odpowiadają potrzebom współczesnego świata; że są one odizolowane od rynku pracy.

Drugim często diskutowanym problemem jest kwestia implementacji wyników badań uniwersyteckich. Pojawiające się w środowisku akademickim innowacje często nie docierają do przedsiębiorców. Nieużywane stają się przykładami nieudanych inwestycji. Czy warto zatem mnożyć i podtrzymywać szkoły wyższe?

Dundee pokazuje, że zachęcając do aktywnej i dynamicznej współpracy między uniwersytetami i prywatnymi przedsiębiorstwami, edukacja może mieć bezpośrednie przełożenie na kondycję miasta. Miasto oferuje dwa odmienne przykłady sukcesu mocno profilowanych kursów akademickich, pełniących rolę „zawodówek” XXI wieku.

DEMOGRAFIA MIASTA DUNDEE

Populacja **145 570** mieszkańców

Liczba studentów **23 248**

PROGNOZA DEMOGRAFICZNA 2010–2035

 Wzrost populacji o **6,5%**

Populacja Dundee to **2,8%** populacji Szkocji

 W Dundee studiuje **10,5%** wszystkich studentów studiujących w Szkocji

Obecnie przemysł związany z naukami biologicznymi – mocna strona Uniwersytetu Dundee – ma aż 16 procent udziału w lokalnej gospodarce². Sektor ten powstał niemal od zera w ciągu ostatnich 20–25 lat. Jego rozkwit ma dwie przyczyny.

² <http://www.biodundee.co.uk/index.asp?cat=Life%20Sciences%20Community> (dostęp dnia 10 lipca 2012).

Pierwszą jest konsekwentnie rosnąca międzynarodowa reputacja uniwersyteckiego College of Life Sciences, który oferuje takie kierunki, jak biochemia, farmakologia, mikrobiologia czy genetyka molekularna. Jego renoma sprawia, że do miasta przybywają zarówno utalentowani i doświadczeni naukowcy, jak i obiecujący studenci. Lokalna społeczność naukowa w dziedzinie biomedycyny, na którą składają się członkowie obu uniwersytetów, instytuty i liczne firmy prywatne, jest określana mianem jednej z najważniejszych w Wielkiej Brytanii³, zaraz po Oksfordzie i Cambridge.

Drugą ważną rolę uniwersytetów w Dundee jest wspieranie przedsiębiorstw współpracujących z uniwersytetem, które korzystają ze znakomitych osiągnięć departamentu, przenosząc sukces naukowy na gospodarkę rynkową i reinwestując w badania. Znakiem reputacji miasta jako przyszłościowego centrum badań w dziedzinie *life sciences* (nauki biologiczne i biomedyczne) jest umieszczenie tam siedziby powołanego w kwietniu 2011 roku Instytutu Jamesa Huttona. Będzie to pierwszy tego rodzaju instytut w Europie.

Inną gałęzią gospodarki, z której Dundee może być dumne, a która również powstała na styku uniwersytetu i sektora prywatnego, jest przemysł kreatywny. Tworzy go produkcja gier komputerowych i rozrywki multimedialnej (*digital entertainment*). W Dundee jest zlokalizowane ponad 10 procent wszystkich brytyjskich firm zajmu-

³ <http://www.biodundee.co.uk/index.asp?cat=Business%20Support> (dostęp dnia 10 lipca 2012).

jących się grami komputerowymi⁴. Biorąc pod uwagę rozmiar miasta, czyni je to jednym z najważniejszych centrów branży w całej Wielkiej Brytanii. Historia tego przemysłu w Dundee sięga lat dziewięćdziesiątych XX wieku, kiedy powstała tu jedna z najpopularniejszych gier komputerowych na świecie, Grand Theft Auto – dziś franczyza warta setki milionów dolarów. Zlokalizowanie rozwoju tej branży właśnie w Dundee nie jest przypadkiem. Miejscowy Uniwersytet Abertay oferuje cieszące się międzynarodową renomą specjalne kursy akademickie w dziedzinie tworzenia gier komputerowych.

INWESTYCJA W ZIELONĄ EKONOMIĘ

Miasto upatruje swoją przyszłość w odnawialnych źródłach energii i zielonej ekonomii. Podobnie jak w przypadku nauk biomedycznych i informatyki zainteresowanie lokalnej społeczności objawia się dwójako. Z jednej strony Uniwersytet Dundee oraz wspomniany Instytut Jamesa Huttona (a konkretnie jego dział Macaulay Land Use Research Institute) aspirują do miana narodowych i światowych liderów w badaniach ekologicznych. Instytut ten został oceniony jako najważniejszy⁵ w swojej dziedzinie w Wielkiej Brytanii. Z drugiej strony nie brak w Dundee zainteresowania komercyjnymi zastosowaniami zielonych technologii, w szczególności produkcją morskich farm wiatrowych (*offshore wind farms*).

⁴ <http://www.themcmanus-dundee.gov.uk/sites/default/files/moderndundee.pdf> (dostęp dnia 10 lipca 2012).

⁵ <http://mediareleases.macaulay.ac.uk/2010/08/26/macaulay-land-use-research-institute-ranked-a-top-british-institute-in-environment-and-ecology-2/> (dostęp dnia 10 lipca 2012).

Choć technologia ta wciąż jest stosunkowo droga, staje się w Europie coraz bardziej popularna. Turbiny działają na morzu i mimo że wiążą się z wyższymi kosztami początkowymi, oznaczają wyższą średnią prę-



Rozwój ekonomiczny i edukacyjny miasta nie pozostawia w tyle sztuki. Dundee staje się obecnie jednym z ważnych centrów sztuki współczesnej w Wielkiej Brytanii.

kość wiatru i większą niezawodność. Opustoszałe od zmięchłości epoki industrialnej porty w Dundee już od kilku lat próbowały ściągnąć do siebie wytwórców morskich turbin wiatrowych. Po zerwaniu negocjacji z hiszpańską korporacją Gamesa, w grudniu 2011 roku został podpisany kontrakt ze szkocką Scottish and Southern Energy (SSE). Szkocki gigant energetyczny zbuduje w portach nowoczesny, pionierski zakład przemysłowy. Przełoży się to na ponad 700 miejsc pracy.

KULTURA I SZTUKA W DUNDEE

Rozwój ekonomiczny i edukacyjny miasta nie pozostawia w tyle sztuki. Dundee staje się jednym z ważnych centrów sztuki współczesnej w Wielkiej Brytanii. Oprócz relatywnie licznych w stosunku do liczby mieszkańców i zamożności miasta prywatnych galerii, miejską scenę artystyczną organizują dwie instytucje: Duncan of Jordanstone College of Art and Design (DJCAD) oraz Dundee Contemporary Art (DCA).

Pierwsza jest autonomiczną, acz mocno związaną z uniwersytetem szkołą, która koncentruje się na sztuce użytkowej. Cieszy się rosną-

cą międzynarodową renomą, szczególnie w dziedzinie wzornictwa przemysłowego i projektowania biżuterii.

PRACA I ZAROBKI W DUNDEE

ZATRUDNIENIE W POSZCZEGÓLNYCH SEKTORACH



WZROST ZAROBKÓW W LATACH 2001–2011



+38,2%

W DUNDEE



+33,2%

W WIELKIEJ BRYTANII

Tylko w 2010 roku w Dundee powstało

340

nowych przedsiębiorstw

Z kolei DCA jest nowoczesnym, mocno związanym z lokalną społecznością centrum sztuki współczesnej. Posiada przestrzenie wystawowe, sale kinowe oraz harmonogram pełen kursów i warsztatów dla mieszkańców. Do dwóch istniejących już instytucji w 2017 roku ma dołączyć filia prestiżowego londyńskiego Victoria and Albert Museum. Znajdzie się w samym środku wartej około miliarda funtów przebudowy nabrzeża. W efektownym budynku, którego budowa rozpocznie się w sierpniu 2014 roku, będzie mieścić się jedna z ważniejszych w kraju galerii wzornictwa i centrum wystawowe.

WNIOSKI DLA POLSKICH MIAST

Ewolucja, którą od ponad dekady przechodzi Dundee, z pewnością wygląda imponująco. Nie bez racji można stwierdzić, że tym łatwiej iść w górę, im niżej się zaczynało. A Dundee zaczynało dosyć nisko. W pewnym sensie to miasto na tle Wielkiej Brytanii przypomina trochę Polskę na tle Unii Europejskiej. Niższy pułap rozwoju ekonomicznego w obu sytuacjach dał podobną „przewagę”: niższe koszty utrzymania, czyli relatywnie tańszą siłę roboczą, szanse dla przedsiębiorców budujących nowe firmy, co było ważne w kontekście braku dobrze rozwiniętych starych firm, a także płynące z zewnątrz fundusze pomocowe.

Ale ta pochodząca z zewnątrz pomoc i tymczasowe zalety bycia uboższym mają jasno określone granice efektywności. Generowany w ten sposób wzrost nie może przekroczyć poziomu konwergencji. A w praktyce może nie starczyć nawet na zbliżenie się do liderów. Moment słabości i niedojrzałości trzeba zatem umieć wykorzystać w taki sposób, żeby stworzyć trwałe mechanizmy, które generują wzrost endogenicznie, od środka.

Recesja nie oszczędziła Dundee i wiele z wypracowanego przez ostatnie dekady postępu, zarówno ekonomicznego, jak i społecznego, zostało w ciągu ostatnich lat stracone. Jednak nikt nie ma wątpliwości, że jest to tylko chwilowa niedogodność. Wzrost nie był przypadkowy, więc zostanie powtórzony. Jego źródłem są mądre decyzje władz

DUNDEE NA TLE POLSKI

(PORÓWNYWALNE MIASTA W POLSCE)

| KRAJ | MIASTO | LICZBA MIESZKAŃCÓW |
|---|------------------|--------------------|
|  | Bytom | 181 617 |
|  | Rzeszów | 178 227 |
|  | Olsztyn | 176 463 |
|  | Bielsko-Biała | 175 008 |
|  | Dundee | 145 570 |
|  | Ruda Śląska | 142 950 |
|  | Tychy | 129 386 |
|  | Dąbrowa Górnicza | 127 431 |
|  | Płock | 126 061 |
|  | Elbląg | 126 049 |
|  | Opole | 125 710 |

– zarówno samorządowych, jak i akademickich – a także innowacyjność mieszkańców. Są w mieście rzeczy, których fala recesji nie zdoła „wypłukać”. Przykładem są dwa silne klastry akademicko-prywatne: biomedyczny i rozrywki multimedialnej, albo mądre zdyskontowanie portowej przeszłości poprzez ściągnięcie do siebie producentów

najnowszych technologii ekologicznych. **Być może najistotniejszy jest poprawiający się wizerunek miasta, budowany nie tylko przez uniwersytety i rozwój ekonomiczny, ale również dzięki wielu galeriom sztuki i rewitalizacji nabrzeża.** Wizerunek ten sprawia, że dziś miasto jest zdolne przyciągnąć do siebie wybitnych naukowców, przedsiębiorców i studentów z całego świata. Od kilku lat osiedla się tu więcej osób, także z zagranicy. Biorąc pod uwagę, jak blisko Dundee znajdują się miejsca tak atrakcyjne, jak zabytkowy Edynburg czy silne ekonomicznie Glasgow, wynik jest imponujący.

Choć ciężko przesądzać o przyszłym losie Dundee, zdaje się ono oferować polskim miastom cenną lekcję na temat udanej transformacji. Zamiast próbować powielać sprawdzone wzorce sprzed dekad, rządzący Dundee mieli odwagę przecierać nowe ścieżki, tworzyć i implementować własne pomysły na lokalną ekonomię, edukację, naukę i sztukę. Dundee chce być źródłem innowacji. Próbuje wyznaczać nowe trendy.

Rozwój szkockiego miasta udowadnia, że bycie liderem nie zawsze zależy od możliwości materialnych. Czasem – w obliczu ich braku – wystarczają wola i odwaga.

Radosław A. Szymański – student filozofii i stosunków międzynarodowych na uniwersytecie w St Andrews, odbył staż w Instytucie Obywatelskim.



LIPSK



NIEMCY

Przemysław Filar

LIPSK

– MIASTO URATOWANE
PRZED UPADKIEM

Lipk ma dziś ponad 540 tysięcy mieszkańców. Tylko w ubiegłym roku miastu przybyło ponad 10 tysięcy ludzi, głównie młodych.

Patrząc z perspektywy Polski, gdzie tak dynamicznie rozwija się tylko Warszawa, wielu zadaje pytanie: co przesądziło o sukcesie drugiego miasta byłej NRD, która przecież, pomimo wpompowania w nią miliardów marek, do 2050 roku straci połowę mieszkańców¹? Nawet Berlin, *harm aber sexy*, nie stał się takim symbolem sukcesu jak największe miasto Saksonii (nie mówiąc o jej stolicy, Dreźnie, które pomimo ogromnych inwestycji boryka się z mnóstwem problemów). Do Lipska przeprowadzają się nawet Polacy.

¹ Oliver Samson, *Kwitające krajobrazy – procesy demograficzne we wschodnich Niemczech*, DW.de, 21 stycznia 2009, <http://www.dw.de/kwitn%C4%85ce-krajobrazy-procesy-demograficzne-we-wschodnich-niemczech/a-3876418> (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

LIPSK



ŁÓDŹ



POWIERZCHNIA MIASTA

297 km² 293 km²

LICZBA MIESZKAŃCÓW

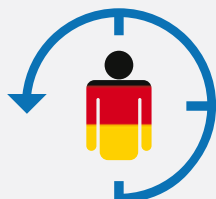


540 tys.



719 tys.

LICZBA MIESZKAŃCÓW W PRZESZŁOŚCI



750 tys.
w latach

trzydziestych XX wieku



848 tys.
w latach

dziewięćdziesiątych XX wieku

Aby zrozumieć ten fenomen, cofnijmy się do 6 listopada 1989 roku, gdy premierę miał film *Ist Leipzig noch zu retten?*². Wtedy w mieście stało jeszcze ponad 100 tysięcy budynków sprzed 1918 roku (41 procent wszystkich zasobów); była to największa tkanka zabudowy kamienicznej w całych Niemczech. Alianckie naloty podczas II wojny światowej zniszczyły właściwie tylko fragmenty Starego Miasta; o wiele większych spustoszeń dokonała rabunkowa gospodarka realnego socjalizmu – w momencie jego upadku 70 tysięcy kamienic było w złym stanie. Centralne zarządzanie ze Wschodniego Berlina, polegające raczej na propagandzie na temat odnowy miasta niż na realnych działaniach, doprowadziło właściwie do ogólnomiejskiej katastrofy budowlanej, a lipscy budowlańcy, zamiast ratować swoje miasto, pracowali w Berlinie³. Paradoksalnie dzięki brakowi funduszy na wyburzenie walących się kamienic (rozważano nawet użycie ciężkiego sprzętu Narodowej Armii Ludowej!) możemy dziś cieszyć oczy ich widokiem. Plan z 1970 roku zakładał bowiem wyburzanie tysiąca lokali rocznie i budowę w zamian trzech tysięcy w blokach.

Lipsk pod trzema względami przypomina Łódź. Są to: olbrzymie zasoby zabudowy z XIX wieku, kolejowy dworzec doczołowy oraz silny przemysł lekki, który upadł po przemianach 1989 roku. **W latach trzydziestych XX wieku populacja Lipska wynosiła 750 tysięcy**

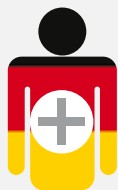
² *Ist Leipzig noch zu retten?*, Gerlinde Marquardt (dir.), DDR 1989, <http://www.video.de/videofilm/klartext-ist-leipzig-noch-zu-retten-dvd-kauf/143594> (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

³ *Bilder, die weh tun*, Spiegel.de., 13 listopada 1989, <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-13497129.html> (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

ZMIANY LICZBY MIESZKAŃCÓW

W roku 2013 przybyło

10 tys.
mieszkańców,
głównie młodych



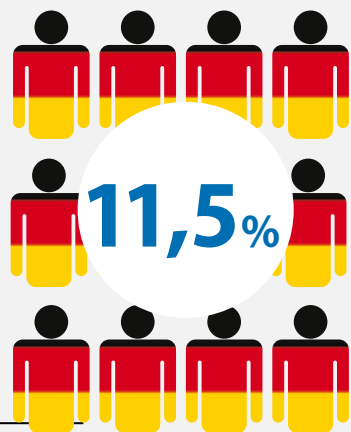
Łódź traci rocznie około

100 tys.
mieszkańców, ale wciąż więcej
młodych przyjeżdża, niż wyjeżdża
(plus 250 osób)



BEZROBOCIE

2013



2013



mieszkańców, jednak przerwanie tradycyjnych więzów gospodarczych (jedynie Targi Lipskie ratowały część z nich) z Zachodem spowodowało zmniejszenie się przemysłu (poza tekstylnym były to drukarstwo, elektrotechnika i inne), a w konsekwencji **spadek liczby mieszkańców do 530 tysięcy**, i to – w odróżnieniu od innych miast NRD – jeszcze w czasach realnego socjalizmu. Po 1990 roku miasto straciło 90 procent miejsc pracy w przemyśle i 20 procent mieszkańców, a kolejne 10 procent uciekło na przedmieścia⁴.

Dziś mniej niż 20 procent kamienic czeka na remont (dla porównania we Wrocławiu opracowano projekt „100 kamienic”, który wstępnie zakładał remont tyłu właśnie budynków rocznie; skończył się po czterech latach, podczas których w sumie dokonano 100 modernizacji, i to tylko części wspólnych, czyli fasad i klatek schodowych), a o jego przeprowadzenie konkurują profesjonalne firmy deweloperskie z mniej więcej 20 kooperatywami⁵ powstałymi w ramach programu „Selbstnutzer”. Remontowane są całe budynki, w celu ich niekomercyjnego wykorzystania dla dobra spółdzielców, którzy tanim kosztem mogą stać się współwłaścicielami pięknych mieszkań. Przyciąga to wielu młodych, aktywnych ludzi do miasta o niskich kosztach życia. Oczywiście należy pamiętać, że niskie koszty wynajmu są też związane z wciąż wysokim bezrobociem; w naszych aglomeracjach wynosi ono około 4–7 procent, podczas gdy w Lipsku – 12 procent.

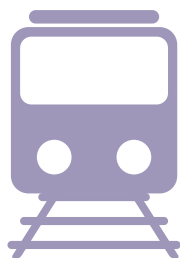
⁴ *Rewitalizacja miast w Niemczech*, Marek Bryx, Aleksandra Jadach-Sepiolo (red.), IRM, Kraków 2009.

⁵ Clemens Haug, *Kamienicznicy z wyboru*, Onet.pl, 23 marca 2013, <http://biznes.onet.pl/kamienicznicy-z-wyboru,18491,5451519,news-detel> (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

WSPÓLNA HISTORIA



Zabudowa
z XIX wieku



Kolejowy dworzec
doczołowy



Silny przemysł
lekki, który upadł
w 1989 roku

Na podstawie: *Rewitalizacja miast w Niemczech*, Marek Bryx, Aleksandra Jadach-Sepioło (red.), IRM, Kraków 2009, s. 40, plus dane za **2012 rok, czyli 540 tysięcy mieszkańców.**

Jednak miejsca pracy w spółdzielniach budowlanych na pewno są bardzo atrakcyjne i przynoszą zysk całej gospodarce miasta. Poza remontowaniem historycznej zabudowy program umożliwia również stawianie willi miejskich w śródmieściu, przede wszystkim przez młode rodziny z dziećmi. Założeniem jest wykorzystanie wolnej przestrzeni przez tych, którzy wolą zabudowę o mniejszej skali. Dostępność takich terenów w pobliżu centrum i pomiędzy kamienicami pozwoliła na zaproponowanie bardzo atrakcyjnych działek. A kto nie chciałby mieszkać w takim domku jak te na przedmieściach, ale bez uciążliwego dojazdu, w pobliżu parków i szkół?

Różnorodność proponowanych rozwiązań wraz z gotowymi projektami pozwala na znalezienie optymalnego lokum dla każdego, kto szuka miejsca do zamieszkania. Pozwoliło to przyciągnąć aktywnych ludzi, chętnych do innego stylu życia niż ten typowo mieszczański w bogatych, zgentryfikowanych miastach na zachodzie kraju. Nie bez znaczenia są liczne programy ułatwiające założenie firmy i inne pomysły na zatrzymanie mieszkańców. Na pewno istotne jest także to, że w odróżnieniu od na przykład Drezna właściwie nie widać tu skrajnej prawicy, która przez lata była zmorą nowych landów, a i dziś od czasu do czasu organizuje marsze w wielu miastach byłej NRD.

Istotne dla rewitalizacji miasta było przekonanie mieszkańców do wykupowania mieszkań. W Niemczech dużo powszechniejsze niż u nas jest wynajmowanie, jednak po 1990 roku wiele kamienic zostało wyremontowanych przez inwestorów niezwiązanych z Lipskiem, ze starych landów. Dlatego tak potrzebne było zachęcenie młodych ludzi do zdomowienia się w mieście właśnie poprzez nabycie nieruchomości. Różne rozwiązania w zakresie wsparcia finansowania remontów, budowy nowych mieszkań itp., pozwoliły na sukces takich projektów i wprowadzenie ich następnie także w innych miastach, na przykład w Erfurcie.

Szczególne skojarzenia z Łodzią przywodzi na myśl projekt zrealizowany w byłej fabryce tekstyliów Buntgarnwerke, gdzie najpierw planowano otworzyć centrum handlowe. Jednak ostatecznie przepiękny ceglany obiekt nad rzeką przebudowano na atrakcyjne lofty, bę-

dące wyjątkowo ciekawym miejscem do życia, szczególnie dla młodych ludzi poszukujących niebanalnego mieszkania. Rewitalizacja stała się silnym bodźcem rozwojowym dla całej robotniczej dzielnicy Plagwitz, która bardzo potrzebowała wsparcia.



Rewitalizacja stała się silnym bodźcem rozwojowym.

Poza zabudową historyczną duże zmiany dotyczyły także blokowisk. Przykładem jest **osiedle Grünau na skraju dzielnicy Plagwitz**, z typową zabudową z przełomu lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych ubiegłego wieku. Jego **populacja spadła dwukrotnie, z niemal 90 tysięcy do 46 tysięcy osób, i w konsekwencji pojawiło się 20 procent pustostanów. Wyburzono niemal cztery tysiące lokali, a pozostałe zmodernizowano, podobnie jak lokalną infrastrukturę i zieleń.** Co szczególnie odróżnia to osiedle od naszych blokowisk, to plan jego zagospodarowania z perspektywą do 2020 roku. Niestety, w odróżnieniu od czasów PRL-u, gdy tak krytykowane osiedla z wielkiej płyty miały normatywy ilości usług i handlu, dziś często pozwalamy u nas na wolną amerykankę, zabudowując mieszkaniami wolne skrawki terenu, choć urbaniści przeznaczili je na przestrzeń publiczną czy usługi.

Pokazuje to, jak ważne jest zarządzanie rozwojem miasta. W Lipsku wyciągnięto wnioski z czasów NRD i oderwanego od rzeczywistości centralnego sterowania z Berlina. W strukturze magistratu powstał wydział podzielony na trzy główne obszary rewitalizacji oraz depar-

tament finansowania. Poza urzędnikami w rewitalizację bezpośrednio zaangażowano zarówno architektów, deweloperów, jak i mieszkańców, przeprowadzając szerokie konsultacje i włączając ich do ochrony szczególnie cennych, a niewykorzystanych obiektów post-industrialnych nienadających się na mieszkania – przekazano je jako squaty pod opiekę tak zwanym *Wächterhäuser* (strażnikom domów).

Chętnych nie było zbyt wielu, ale władze wykazały się odwagą w wykorzystaniu kontrowersyjnych rozwiązań. Na pewno zasiedlenie pustostanów przez grupy, które zobowiążą się do doraźnego remontu i dbania o budynek, jest lepsze niż przyzwolenie na jego powolne niszczenie. Jednak nawet czekającym na lepszy czas kamienicom pomalowano partery, aby uniknąć „efektu zbitej szyby” w postaci graffiti i właśnie wybitych szyb. Dzięki temu łatwiej jest zapewnić w okolicy bezpieczeństwo.

Tym, co odróżnia żyjące centrum Lipska od polskich miast, jest liczba ulic handlowych. **Lipskie centra handlowe mają w sumie 180 tysięcy metrów kwadratowych powierzchni**⁶. Dla porównania **w Wrocławiu jest to 540 tysięcy metrów kwadratowych**⁷. Dlatego nie dziwi, że **w Lipsku poza galerią handlową na Dworcu Głównym, zajmującą powierzchnię około 30 tysięcy metrów kwadratowych,**

⁶ *European Retail Guide. Shopping Centres. March 2012*, Propertyweek.com, <http://www.propertyweek.com/Journals/2012/03/23/y/c/n/DT-European-Shopping-Centres.pdf> (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

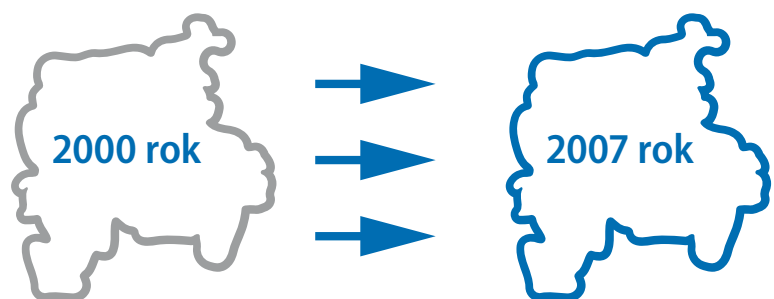
⁷ Agata Czarnecka, *Czy Wrocław jest przesycony powierzchnią handlową?*, ReNews.pl, 11 września 2013, <http://renews.pl/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=7234&cntnt01origid=17&cntnt01returnid=33> (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

handel skupia się na ulicach Starego Miasta, a przede wszystkim w pasażach wspornie odnowionych kamienic wokół Rynku.

Pierwszy olbrzymi park handlowy powstał w Lipsku w 1994 roku, na przedmieściach, przez co nie konkurował tak bardzo z lokalami na parterach w centrum. Mimo to szybko wyciągnięto wnioski z błędnych decyzji i kolejne obiekty są dużo mniejsze niż w Polsce, a także lepiej dostosowane do okolicy. Nie ma efektu zasysania ludzi do wnętrza, choć na przykład zamiana jednej z zajezdni tramwajowych w dyskont na pewno jest kontrowersyjna.

LIPSK – MIASTO MĄDREJ REWITALIZACJI

KLUCZOWE DOKUMENTY



Od października 2000 roku
PLAN ROZWOJU MIAST

KARTA LIPSKA
– dokument wskazujący
kierunki zrównoważonego
rozwoju miast UE

REWITALIZACJA KAMIENIC



REWITALIZACJA I PROGRAM BEZPIECZEŃSTWA KAMIENIC



SELEKTYWNE WYBURZANIE BLOKÓW



TWORZENIE DUŻYCH PARKÓW OSIEDLOWYCH



Obecnie na ukończeniu jest jedna z najtrudniejszych inwestycji infrastrukturalnych w mieście, budowa City Tunnel, czyli tunelu kolejowego. Wspaniały Dworzec Główny, największy doczołowy w Europie (sama jego fasada ma niemal 300 metrów długości!), sam w sobie jest bardzo ciekawym obiektem do zwiedzania. Jednak podjęto decyzję o zmodernizowaniu układu torowego w mieście poprzez połączenie Dworca Głównego z Bawarskim i puszczenie tamtą trasą pięciu linii kolei podmiejskiej S-Bahn. Koszty drążenia tunelu o długości 3,6 kilometra wzrosły w międzyczasie z 500 milionów euro do niemal miliarda euro, i wraz z nowym lotniskiem w Berlinie stał się on już obiektem krytyki za nieuzasadnioną gigantomanię. Na szczęście to jedyny tak wielki projekt w tym mieście, co pozytywnie odróżnia je nawet od naszych miast, gdzie często budujemy nadęte symbo-

le, zapominając, jaka jest skala zabudowy. Poza wieżą nowego ratusza (108 metrów, najwyższa w Niemczech) nieliczne wieżowce z czterosów NRD dość udanie wpasowują się w pejzaż miasta, a wyremontowane bloki nie przytłaczają ilością tak bardzo, jak choćby w Dreźnie.

Transport w Lipsku jest bardzo przyjazny – to miasto bez tuneli, estakad, przejść podziemnych i ekranów akustycznych, za to pełne rowerzystów i cichych tramwajów. Jego kompaktowa skala pozwala przemieszczać się szybko i wygodnie, co dla wielu osób znudzonych



To miasto bez tuneli, estakad, przejść podziemnych i ekranów akustycznych, za to pełne rowerzystów i cichych tramwajów.

korkami w bogatych, ale uciążliwych w codziennym życiu metropoliach jest wyjątkową zaletą. Na wielu wąskich ulicach udało się wygospodarować miejsce na drzewa, co jest niespotykane w Polsce, gdzie normy drogowe teoretycznie wymagają trzech metrów odległości pnia od krawężnika (*sic!*).

Po 1990 roku, podobnie jak w innych miastach nowych landów, duża grupa mieszkańców Lipska wyprowadziła się do bogatszych miast zachodnich Niemiec oraz na przedmieścia, choć już po 1996 roku dzięki remontom kamienic ograniczono rozlewanie się miasta, poprawiając warunki życia w centrum. **W październiku 2000 roku Rada Miejska Lipska przyjęła Plan Rozwoju Miasta** (niem. *Stadtentwicklungsplan Wohnungsbau und Stadterneuerung*, STEP), zakładający racjonalizację

wykorzystania tkanki mieszkaniowej i rewitalizację jej cennej części. Pogodzone się ze zmniejszeniem populacji, przez co środki miały być wydawane jak najefektywniej w długim okresie, a pochodzić miały ze źródeł unijnych, federalnych, regionalnych oraz miejskich.

STRATEGIE ZACHOWANIA I RETENCJI

- Zachowanie, remont i odnowienie budynków w historycznym śródmieściu. Strategia ta jest związana z przemianami gospodarczymi.
- Precyzyjne wyznaczenie obszarów ochrony i rewitalizacji.
- Program Bezpieczeństwa Kamienic, rozpoczęty w 2005 roku – priorytetowy dla 20 najbardziej zagrożonych budynków z okresu grynderskiego (w tym czasie powstały najbardziej spektakularne kamienice w Niemczech), które mimo złego stanu mogą jeszcze zostać uratowane. Z 20 budynków z początkowej listy 14 pomyślnie przebudowano. W grudniu 2006 roku lista została rozszerzona o 37 budynków, a w 2008 roku dodano ich jeszcze 19. W 2010 roku Kancelaria Burmistrza dodała do listy następne 60 budynków. Od 2010 roku na realizację programu przeznaczono trzy miliony euro.
- Promowanie własności mieszkaniowej z programu „Selbstnutzer”.
- Tymczasowe wykorzystanie niektórych budynków, na przykład z programu „Wächterhäuser”, w celu zachowania historycznie istotnych obiektów przy głównych ulicach.

STRATEGIE REWITALIZACJI

- Rewitalizacja zaniedbanych obszarów miasta i dzielnic z wysokim poziomem pustostanów w celu zachowania obecnych mieszkańców i ułatwienia napływu nowych, przy jednoczesnym zapewnieniu obecnych funkcji miejskich na wystarczającym poziomie.
- Tworzenie dużych parków osiedlowych. Pomiędzy 1999 a 2007 rokiem do systemu parkowego miasta oddano 32 hektary terenów zielonych.
- Tymczasowe oddanie terenów niewykorzystanych przez prywatnych właścicieli jako przestrzeni publicznej dla wszystkich. W ramach tego programu na terenie miasta zagospodarowano 17 hektarów.
- Selektywne wyburzanie bloków. Około 70 procent wyburzeń odbywa się na osiedlach mieszkaniowych powstałych w czasach NRD, takich jak Grünau, Lößnig, Mockau, Schönefeld-Ost i Paunsdorf. Inne wyburzenia odbywają się w starych dzielnicach bliskiego śródmieścia wschodniego i zachodniego, Schönefeld, Möckern/Wahren i na niektórych obszarach na obrzeżach miasta.
- Wyznaczenie i ochrona korytarzy wodnych, takich jak kanał Karl-Heine w dzielnicy Plagwitz.
- Zintegrowany rozwój osiedli.

- Wzmocnienie centrów osiedli i głównych ulic.
- Wsparcie zatrudnienia w najbliższej okolicy, a także wsparcie dla gospodarki kreatywnej oraz małych i średnich przedsiębiorstw.
- Tworzenie lub odbudowa ośrodków kultury i szkół, edukacja i wzmocnienie osiedlowych sieci edukacyjnych.
- Dzielnicowe i osiedlowe plany zagospodarowania i zarządzania.
- Dalsza partycypacja społeczeństwa na forach i w grupach roboczych.

Na końcu pojawia się największa ciekawostka, czyli koszt całego programu odnowy Lipska⁸. Otóż w latach 1991–2006 **łącznie środki publiczne wyniosły 500 milionów euro, czyli zaledwie dwa razy tyle, ile wydano na jeden wrocławski stadion, nie licząc infrastruktury wokół niego!** Natomiast dzięki konkretnym programom **rewitalizacji przyciągnięto ośmiokrotnie większy kapitał prywatny**, co pozwoliło gruntownie odmienić oblicze tego upadłego po 1989 roku miasta.

Środki publiczne były skoncentrowane na uatrakcyjnieniu śródmieścia: wyburzeniu obiektów nienadających się do remontu, bloków, tworzeniu parków (które wraz z lasami zajmują aż 40 procent po-

⁸ *Urban development of Leipzig*, Leipzig.de, <http://english.leipzig.de/leipzig-international/urban-development/> (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

KOSZT ODNOWY LIPSKA

KOSZT PROGRAMU ODNOWY LIPSKA W LATACH 1991–2006



wierzchni miasta) i przestrzeni publicznych. Istotne jest także koordynowanie projektów oraz monitorowanie zmian, i to na szerszym obszarze, w aglomeracji Lipsk–Halle. Dzięki temu władze i inwestorzy planują inwestycje na podstawie konkretnych danych co do atrakcyjności osiedli, potrzeb mieszkańców i zmiany ich liczby. Jak się jednak okazało, nie doszacowano tego ostatniego wskaźnika.

W 2000 roku prognozowano, że populacja miasta zbliży się do pół miliona w 2010 roku. Jednak już wcześniej przekroczyła ona tę liczbę, a dziś Lipsk ma więcej mieszkańców niż w 1989 roku. Jest to namacalny dowód, że pomimo skrajnie niesprzyjających warunków i wielu błędów, jakie popełniono na całym obszarze byłej NRD, dobre planowanie i współpraca w modelu partnerstwa publiczno-pry-

watnego na zdrowych zasadach przynoszą sukcesy. Projekt nie jest zakończony, gdyż przed miastem jeszcze wiele wyzwań, z likwidacją wysokiego bezrobocia na czele. Jednak dzięki radykalnej zmianie trendu udało się przekonać Komisję Europejską do przeznaczenia dla Lipska osobnej puli 200 milionów euro w kolejnym budżecie unijnym⁹, co jest niespotykane, gdyż zazwyczaj pieniądze dostają tylko szczególnie potrzebujące wsparcia duże regiony.

Symbolicznym dowodem na docenienie przez Unię Europejską uratowania Lipska przed wieszczoną w 1989 roku katastrofą jest podpisanie w 2007 roku przez ministrów ds. rozwoju miast Karty Lipskiej – dokumentu wskazującego kierunki zrównoważonego rozwoju naszych aglomeracji¹⁰. Jej podstawowe założenia to rozwój zintegrowany (niem. *Das Integrierte Stadtentwicklungskonzept, SEKo*¹¹), a więc nacisk na równoległe prowadzenie inwestycji w kapitał społeczny, gospodarkę oraz infrastrukturę, poprzez stabilizowanie sytuacji społeczno-demograficznej, poprawę warunków konkurencyjności i znaczenia w kraju i za granicą oraz przede wszystkim poprawę jakości życia. Niech ten dokument będzie biblią naszych burmistrzów i prezydentów, szczególnie przed kolejną perspektywą budżetową Unii Europejskiej, gdy przygotowujemy Krajową Politykę Miejską

⁹ http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/135344.pdf, s. 20 (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

¹⁰ Karta Lipska na rzecz Zrównoważonych Miast, Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, 16 sierpnia 2010, http://www.mrr.gov.pl/rozwój_regionalny/Polityka_regionalna/rozwój_miast/rozwój_miast_w_UE/Strony/KartaLipska.aspx (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

¹¹ <http://www.leipzig.de/bauen-und-wohnen/stadtentwicklung/stadtentwicklungskonzept-seko/entstehung-und-inhalt/> (dostęp dnia 8 grudnia 2013).

i jesteśmy w połowie drogi do odnowy naszych miast. Niech Lipsk będzie wzorem, że można, i motywacją do tworzenia także u nas wygodnych, pięknych, zrównoważonych miast.

Przemysław Filar – założyciel i prezes Towarzystwa Upiększania Miasta Wrocławia, administrator Forum Polskich Wieżowców; organizator – wraz z Radą Miasta Wrocławia i Towarzystwem Urbanistów Polskich – debat o planowaniu przestrzennym, transporcie, pomnikach oraz aglomeracji.



MIASTA DO ŻYCIA



AUSTRIA



WIEDEŃ

Michał Dobrzański

WIEDEŃ

– NAJWYGODNIEJSZE
MIASTO ŚWIATA

Wiedeń definiuje ruch samochodowy jako czynnik zasadniczo pogarszający jakość życia mieszkańców. To samochody muszą dostosować się do otoczenia, a nie otoczenie do samochodów.

WIEDEŃ



WARSZAWA



POWIERZCHNIA MIASTA

414 km² 517 km²

LICZBA MIESZKAŃCÓW



1,7 mln

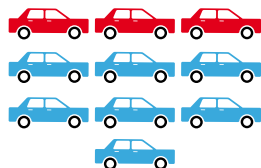


1,7 mln

WSKAŹNIK ZAKORKOWANIA MIASTA

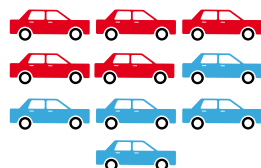
28%

Wartość wskaźnika
zakorkowania w Wiedniu



48%

Wartość wskaźnika
zakorkowania w Warszawie



LICZBA ZABITYCH NA DROGACH W 2011 ROKU



22

osoby zginęły na drogach
w Wiedniu w 2011 roku



90

osób zginęło na drogach
w Warszawie w 2011 roku

Wiedeń – niegdyś tygiel kultur, główny ośrodek Austro-Węgier, wielkiego i wielonarodowościowego kraju w Europie Środkowej, dziś wyrobił sobie w świecie nową markę. Jest nią wysoka jakość życia mieszkańców, ciągle na nowo potwierdzana przez kolejne międzynarodowe rankingi, która stanowi powód do dumy i identyfikacji samych wiedeńczyków. Owa *Gemütlichkeit*,



Co jest kluczem do sukcesu Wiednia?

czyli po polsku coś, co na potrzeby tego tekstu roboczo nazwiemy „wygodą codzienności”, jest właśnie tym, czego w polskich miastach nadal bardzo brakuje.

Co jest kluczem do sukcesu Wiednia? To jakość przestrzeni między budynkami, którą ludzie wykorzystują do poruszania się. Właśnie dlatego analizując sukces austriackiej stolicy, warto w pierwszej kolejności sięgnąć po Wiedeński Plan Ruchu (*Masterplan Verkehr Wien*), dokument uchwalony w 2003 roku i od tego czasu konsekwentnie wdrażany.

GRUNT TO DOBRA STRATEGIA

Ta koncepcja ruchu, będąca kontynuacją strategii transportowej z 1994 roku, już na początku jasno określa priorytet: wszelkie potrzeby transportowe miasta nie mogą spowodować pogorszenia jakości życia mieszkańców. Dlatego Wiedeń stawia na ideę zrównoważonego roz-

woju w transporcie (*nachhaltige Entwicklung*; polskie tłumaczenie jest tu nieco mylące, chodzi bowiem o rozwój trwały, czyli nietworzący pro-



Wiedeń stawia na ideę zrównoważonego rozwoju w transporcie.

blemów, z którymi będą musiały walczyć następne pokolenia). Oznacza to priorytetyzację działań na rzecz zaspokajania potrzeb transportowych mieszkańców według schematu: „transport pieszy – komunikacja zbiorowa – transport rowerowy – transport samochodowy”.

Oczywiście papier jest ciepły i sam Plan Ruchu o niczym nie przesądza. Nie deklaracje, lecz faktycznie realizowane koncepcje mają rzeczywisty wpływ na codzienne życie mieszkańców Wiednia. Większość z nich zapewne nie zdaje sobie nawet sprawy z istnienia tego dokumentu. Dlatego warto przyjrzeć się, jakie konkretne rozwiązania sprawiają, że życie w Wiedniu ma wysoką jakość.

EKONOMIA CHODZENIA

Zacznijmy od ruchu pieszego. Zgodnie ze strategią miasta ma on najwyższy priorytet, realizowany w oparciu o pojęcie ekonomii chodzenia. W praktyce oznacza to, że wdrażane są rozwiązania, które mają możliwie upraszczać pokonanie najkrótszej drogi między dwoma punktami na trasie pieszego, jednocześnie zapewniając mu bezpieczeństwo. Nikt nie lubi nakładać drogi, toteż Wiedeń jest miastem, które programowo stara się takiej konieczności unikać.

Dobrym przykładem może tu być Ring, czyli obwodnica Starego Miasta. Mimo że w kilku miejscach można spotkać przejścia podziemne, zawsze istnieje także możliwość przejścia na poziomie ulicy. Zresztą ulica ta, mimo że ma wiele pasów ruchu (wszystkie w jednym kierunku) i dwie pary torów tramwajowych po obu stronach, często jest przekraczana przez mieszkańców „na dziko”. Brakuje bowiem wzdłuż niej jakichkolwiek wygrodzeń, które by to uniemożliwiały, a częste światła zatrzymują ruch samochodów, tworząc bezpieczne luki, podczas których nic nie nadjeżdża. Praktyka ta nikogo nie bulwersuje i jest na porządku dziennym. Dodatkowo w Wiedniu obowiązuje zalecenie, że czas oczekiwania przez pieszego na zielone światło nie powinien przekroczyć 40 sekund.

Miasto postawiło także na strefy piesze. Najsłynniejsza z nich to tak zwane „złote U” na Starym Mieście, czyli Kärntner Straße, Graben i Kohlmarkt, oddane pieszym już w latach siedemdziesiątych XX wieku. W dalszej kolejności zaczęto stosować praktykę wyznaczania deptaków wzdłuż głównych ulic handlowych poszczególnych dzielnic, na przykład Meidlinger Hauptstraße lub Favoritenstraße.

I tak powierzchnia stref pieszych w Wiedniu wzrosła z 13 440 metrów kwadratowych w 1974 roku do 253 435 metrów kwadratowych w 2011 roku. Wyznaczanie dzielnicowych stref pieszych miało im zapewnić nie tylko bezpieczną przestrzeń i miejsce spotkań, ale także tworzyć „miasto krótkich odległości”, czyli takie, które nie wymaga nadmiernego przemieszczania się w celu zaspokojenia podsta-

CENA ROCZNEGO BILETU



Koszt rocznego biletu
na komunikację
miejską w Wiedniu



Koszt rocznego biletu
na komunikację
miejską w Warszawie

DŁUGOŚĆ LINII METRA



74,2 km

wynosi długość linii
metra w Wiedniu



22,7 km

wynosi długość linii
metra w Warszawie

DŁUGOŚĆ ŚCIEŻEK ROWEROWYCH



1 206 km

ścieżek rowerowych
w Wiedniu



275 km

ścieżek rowerowych
w Warszawie

wowych potrzeb. Jest to jeden z istotnych czynników zmniejszających ruch w mieście.

ZADOWOLONY KLIENT

Oczywiście mimo to wiele osób musi podróżować po mieście. W Wiedniu duży nacisk kładzie się na jakość podróży komunikacją zbiorową, aby mieszkańcy nie wpadli na pomysł skorzystania z samochodu. Od lat konsekwentnie wdrażane jest podejście do pasażerów nie jako do „materiału przewozowego”, lecz jako do „zadowolonych klientów”. Miasto i zarządca komunikacji zbiorowej starają się wychodzić naprzeciw wszystkim potencjalnym grupom pasażerów, kładąc szczególny nacisk na to, aby także osoby z ograniczeniem mobilności: starsze, z wózkami dziecięcymi lub większymi torbami itd., mogły z łatwością skorzystać z oferty przewozowej.

Ze strony miasta oznacza to przede wszystkim ułatwianie dotarcia na przystanek. Wszędzie tam, gdzie ludzie przechodzą przez jezdnię, konsekwentnie obniżane są więc krawężniki. Powszechna jest sygnalizacja dźwiękowa i specjalne rowki naprowadzające dla osób niewidomych. Unika się też wszelkich schodów. Miasto szczyli się tym, że 95 procent przystanków jest pozbawionych barier architektonicznych.

Dużą wagę przykładają się też do wygodnych przesiadek, czyli takich, które możliwie redukują dolegliwości związane z faktem, że w ogóle trzeba się przesiąść. Oznacza to wspólne przystanki tramwajowo-

wo-autobusowe i minimalizację dróg koniecznych do przebycia. To także porządna ochrona przed warunkami atmosferycznymi przy węzłach przesiadkowych.

Wszelkie detale, które mogłyby utrudnić skorzystanie z komunikacji miejskiej, są bezkompromisowo eliminowane. Wiedeń zakupił tramwaje Ultra Low Floor, w których podłoga (na wysokości 197 milimetrów) znajduje się praktycznie na równi z brzegiem krawędzi peronu. Mimo to stosuje się także infrastrukturę przystankową, która jeszcze bardziej ułatwia bezpieczne i wygodne wsiadanie.

W Wiedniu większość tramwajów porusza się po jezdni. Wobec tego stosuje się tak zwane „przystanki wiedeńskie” – ulica przy torowisku na odcinku przystanku zostaje wyniesiona o około 15 centymetrów. Spełnia to dwie funkcje: zrównuje poziom krawężnika z progiem tramwaju, a jednocześnie służy jako próg spowalniający samochody przed przystankiem. Innym rozwiązaniem są stosowane także w Warszawie przystanki wyspowe na środku jezdni. Różnica polega jednak na tym, że w Wiedniu zapewnia się do nich dojście z obu stron peronu, a nierzadko w ogóle rezygnuje się z wygrozdzenia, aby ludzie mogli jak najkrótszą drogą dotrzeć do celu. To kierowcy muszą uważać.

Wiele robi się także w przypadku autobusów. Przede wszystkim stosuje się tak zwane *Kaphaltestellen*, czyli antyzatoki przystankowe. Rozwiązanie to polega na zwężeniu jezdni w miejscu, gdzie znajduje się

PRIORYTETY ROZWOJU TRANSPORTU WIEDNIA (według kolejności):

1



Ruch pieszy

2



Komunikacja zbiorowa

3



Transport rowerowy

4



Transport samochodowy

przystanek autobusowy, tak aby krawędź peronu znalazła się możliwie blisko progu pojazdu. Ponadto działa to jak optyczne zwężenie toru jazdy samochodów, dzięki czemu kierowcy są ostrożniejsi w okolicy przystanków. Nierzadko rozwiązanie to jest także sprzężone z wyspą środkową, która uniemożliwia wyprzedzenie autobusu w trakcie wymiany pasażerów. Samochody są zatrzymywane w imię bezpieczeństwa i wygody pasażerów. Już w 2001 roku Wiedeń miał 271 antyzatok autobusowych.

Choć autobusy stanowią w Wiedniu raczej uzupełnienie systemu transportowego, to dokłada się starań, aby były możliwie wygodnym i pewnym środkiem transportu. Wobec tego wyznacza się oddzielne pasy i ustanawia priorytet, zresztą nie tylko dla autobusów, lecz także dla tramwajów, zgodnie z dewizą „stop tylko na przystanku”.

Nowe wagony metra są wyposażone w specjalne rampy, które przy otwarciu drzwi wysuwają się, eliminując problem uskoku między wagonem a krawędzią peronu. Wiedeńskie metro to oddzielny temat. Konsekwentnie rozbudowywane od lat siedemdziesiątych, liczy aktualnie (stan na 2010 rok) 74,2 kilometra długości i ma pięć linii. Cieszy się dużą popularnością, a ostatnią innowacją było uruchomienie dwudziestoczterogodzinnego ruchu pociągów w weekendy.

SAMOCHÓD SZKODZI

Wszystkie te działania, mające na celu zapewnienie możliwie najlepszego komfortu podróżującym inaczej niż samochodem, są wspierane przez aktywne ograniczanie roli indywidualnego ruchu samochodowego w mieście. To, co robi się w Wiedniu, nadal dla wielu osób w Polsce może zabrzmieć jak herezja. Miasto definiuje ruch samochodowy jako czynnik zasadniczo pogarszający jakość życia mieszkańców i stosuje zasadę, że to samochody muszą dostosować się do otoczenia, a nie otoczenie do samochodów. Dlatego duży nacisk jest kładziony na bezpieczeństwo ruchu, zapewniane przede wszystkim za pomocą jego inżynierskiego uspokojenia na wielkich połączeniach miasta.

Krótkie spojrzenie na mapę stref z prędkością ograniczoną do 30 kilometrów na godzinę w Wiedniu pokazuje, że niektóre dzielnice prawie w całości mają ruch uspokojony. Całkowita długość ulic objętych strefą 30 wynosi w Wiedniu 1 379 kilometrów. Dodatkowo w wielu kwartałach mieszkalnych stosuje się system ulic jednokierunkowych. Istnieje nawet specjalny znak drogowy sygnalizujący już na drodze poprzecznej, że dana ulica ma jeden kierunek ruchu. Można śmiało powiedzieć, że to jeden z symboli miasta.

Stosowanie systemu ulic jednokierunkowych ma na celu przede wszystkim wyeliminowanie z nich wszelkiego ruchu tranzytowego, uniemożliwienie skracania sobie drogi przez kierowców, aby chronić okolicznych mieszkańców przed uciążliwościami związanymi z ruchem samochodowym. W efekcie ulice mieszkalne czasem są w ogóle pozbawione chodników, gdyż prawie nie ma na nich ruchu, który został w zamian skanalizowany na kilku ulicach zbiorczych. Dla wiedeńczyków liczy się przede wszystkim jakość życia.

To jednak nie wszystko. Także w centrum Wiednia prowadzone są działania mające na celu wygaszanie ruchu samochodowego. Konsekwentnie eliminuje się miejsca parkingowe na poziomie ulicy, w zamian oferując miejsca na parkingach podziemnych, które są jednak zdecydowanie droższe (4 euro za godzinę). Jest to dodatkowa motywacja, aby zrezygnować z samochodu, udając się do miasta. To działa. Na ogół wśród wiedeńczyków panuje przekonanie, że pojechanie do śródmieścia samochodem jest zwyczajnym proszeniem się o kłopot-

WIEDEŃSKI PLAN RUCHU - EFEKTY

POWIERZCHNIA STREF PIESZYCH W WIEDNIU

1974 rok  13 000 m² 

2011 rok  253 000 m² 

1 379 km
ulic w Wiedniu jest
objętych strefą 30 km/h



95%
przystanków autobusowych
i tramwajowych nie ma
barier architektonicznych

ty i stratą czasu, gdyż wygodniej, taniej i szybciej można dojechać komunikacją zbiorową. W maju 2011 roku, aby jeszcze wzmocnić tę postawę, obniżono koszt biletu rocznego z 449 do 365 euro.

To konkretne, acz wyrywkowe przykłady realizacji koncepcji „miasto dla ludzi, nie dla samochodów”. Można by opisać jeszcze wiele innych stosowanych środków, jak choćby powszechne ułatwienia dla rowerzystów (rowery na buspasach i pod prąd, system rowerów miejskich i ciągłe uspójnianie sieci rowerowej o obecnej długości 1 206 kilometrów). Efektem jest stały spadek udziału podróży samochodem po mieście na rzecz wzrostu alternatywnych, mniej uciążliwych dla mieszkańców środków transportu.

SŁUCHAĆ MIESZKAŃCÓW

Polityka transportowa Wiednia to trochę ziszczenie postulatów polskich ruchów miejskich. Niestety, w Polsce wiedza zinternalizowana już przez te ruchy bardzo powoli przenika do struktur administracji

„Przemysłana infrastruktura, niewytwarzająca ludziom zbędnych przeszkód, jest istotą sukcesu Wiednia. Dzięki temu codzienność staje się po prostu wygodniejsza.

miejskiej. Warto jednak zwrócić uwagę na coś jeszcze. Wiele rzeczy, które pozytywnie wyróżniają Wiedeń na tle innych miast, wynika przede wszystkim z dbałości o szczegóły, wsłuchania się w potrzeby

wszystkich grup mieszkańców, także tych o ograniczonej mobilności, i potraktowania ich jako pełnoprawnych użytkowników przestrzeni publicznej. Miasto im przyjazne jest też przyjazne wszystkim innym.

Przemysłana infrastruktura, niewytwarzająca ludziom zbędnych przeszkód, jest istotą sukcesu Wiednia. Dzięki temu codzienność staje się po prostu wygodniejsza.

Michał Dobrzański – tłumacz, doktorant w Instytucie Filozofii Uniwersytetu Warszawskiego, specjalizuje się w bezpieczeństwie ruchu drogowego.



KOPENHAGA



DANIA

Radosław Widłak

KOPENHAGA

– JEDNO Z NAJBARDZIEJ

„ZIELONYCH” MIAST NA ŚWIECIE

O sukcesie miasta decyduje nie tylko jego lokalna polityka, ale i rozwiązania całego państwa i regionu.

Obecnie więcej ludzi na świecie żyje w miastach niż na wsi. Dawne miasteczka stają się miastami, a miasta metropoliami. Ludzie przenoszą się do nich głównie ze względów ekonomicznych (łatwiej znaleźć pracę), kulturowych (dostępność ośrodków zapewniających rozrywkę, galerii, muzeów, wystaw), społecznych (lepszą opieką lekarską, wyższy standard życia, anonimowość) i innych. Jednak tym, czego ludziom w miastach najbardziej brakuje, jest natura.

Władze miast wychodząc temu naprzeciw, tworzą obszary zielone, parki i zieleńce, które są miejscami rekreacji i wypoczynku dla mieszkańców. Jednak w dzisiejszych czasach to za mało. Miejsca zielone są niczym pojedyncze wyspy, które nie spełnią swojej roli, jeżeli nie będą ze sobą połączone, tworząc swoistą „sieć”. Nie wystarczy po-

sadzić drzewa i liczyć, że nagle warunki środowiskowe znacznie się poprawią.

Natura jest tworem doskonałym, który człowiek z mniejszym lub większym sukcesem stara się naśladować. Dlatego nie można wyciągać jednego trybiku maszyny i liczyć na to, że będzie on w stanie



Natura jest tworem doskonałym, który człowiek z mniejszym lub większym sukcesem stara się naśladować.

zastąpić całość. Przez całość mam na myśli zagospodarowanie wód deszczowych (bardzo poważny problem w Polsce, zwłaszcza podczas nawałnych opadów), poprawę jakości powietrza, zmniejszenie hałasu w mieście, gospodarkę odpadami i inne. Wszystkie te działania przekładają się bezpośrednio na poprawę jakości zdrowia mieszkańców, a to pozwala zaoszczędzić państwowe pieniądze przeznaczone na leczenie obywateli.

Jest kilka rankingów wskazujących najbardziej ekologiczne miasta na świecie. W większości prym wiodzie Reykjavík, w innych Kopenhaga, Oslo, pojawia się nawet Vancouver. Nie zamierzam wchodzić w polemikę, ale pozycje poszczególnych miast w rankingach budzą wiele zastrzeżeń. Wynikają one przede wszystkim z rozumienia pojęcia „zrównoważone miasto”. To, że miasto jest zasilane w większości energią geotermalną czy inną energią odnawialną, nie znaczy od razu, że jest miastem zrównoważonym, na które składa się wiele

KOPENHAGA



WARSZAWA



POWIERZCHNIA MIASTA

88 km²

517 km²

LICZBA MIESZKAŃCÓW



500 tys.



1,7 mln

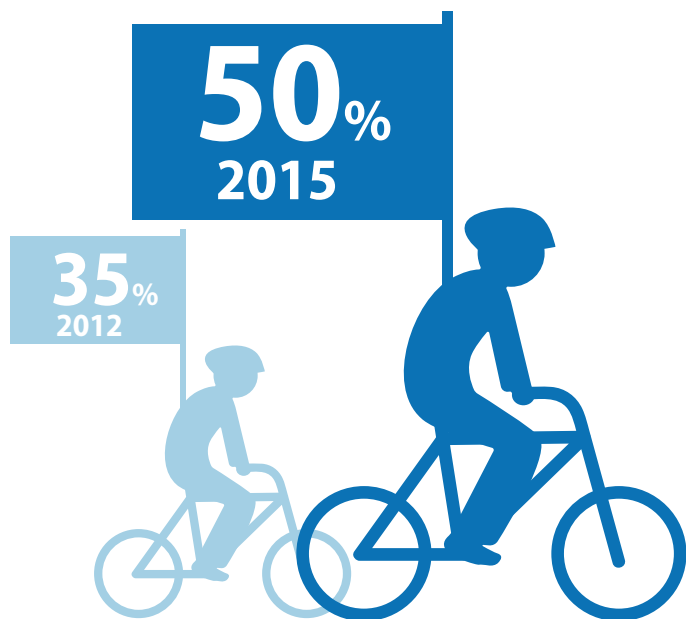
działań zapobiegających negatywnemu oddziaływaniu na środowisko. Postaram się przybliżyć sytuację panującą w Kopenhadze, przez wielu uważaną za **najbardziej zrównoważone rozwojowo miasto w Europie**, jeśli nie na świecie. Jednak jej sukces jest efektem nie

tylko lokalnych działań. Wiele rozwiązań powstało w rządzie Danii, inne zaś w organizacjach subregionalnych lub w Unii Europejskiej.

ZDECYDOWANIE ROWER

Obecnie **około 35 procent mieszkańców Kopenhagi porusza się po mieście na rowerach**. Oznacza to olbrzymią redukcję CO₂ związaną z transportem. Co więcej, do roku 2015 Kopenhaga zamierza zwiększyć tę liczbę do 50 procent. W codziennych dojazdach do pra-

PROCENT MIESZKAŃCÓW PORUSZAJĄCYCH SIĘ ROWEREM



cy, szkoły, na spotkania czy zwykłe wyjazdy rekreacyjne mieszkańcy stolicy statystycznie pokonują na rowerze mniej więcej 3 kilometry dziennie. Sumując to osiągnięcie, można szacować, że każdego dnia przejeżdżają tym środkiem transportu 1,2 miliona kilometrów, czyli dwa razy więcej niż metrem. Sprzyja temu sieć ścieżek rowerowych,



Rower jest idealnym środkiem transportu: możemy jechać, dokąd chcemy, i zatrzymać się, gdzie chcemy, bez żadnych opłat.

których całkowita długość to 307 kilometrów. Dodam, że część ścieżek rowerowych jest położona w bardzo malowniczych miejscach, dlatego podziwianie krajobrazów daje dodatkową zachętę do jazdy na rowerze. Zbudowano nawet most rowerowy nad jedną z najbardziej ruchliwych ulic, a planowane są kolejne tego typu inwestycje. Za priorytet postawiono sobie kwestię bezpieczeństwa rowerzystów, a poczucie bezpieczeństwa na drodze ma się poprawić do 2015 roku o 80 procent.

Jak wynika z badań, **rower jest idealnym środkiem transportu**. Możemy jechać, dokąd chcemy, i zatrzymać się, gdzie chcemy, bez żadnych opłat. Częstą kwestią podnoszoną przy transporcie miejskim jest wyłączenie z ruchu pewnych stref w śródmieściu. Budzi to spore emocje, zwłaszcza wśród kierowców, którzy muszą zostawić swoje samochody na płatnych parkingach, aby dostać się do urzędu, najczęściej położonego w centrum miasta. Z rowerem takiego problemu nie ma.

Poza tym ten środek transportu jednoczy ludzi. Obok siebie do pracy mogą jechać lekarze, biznesmeni, nauczyciele, robotnicy, politycy. Dzięki temu znikają różnice społeczne, znika otoczka statusu majątkowego. Mniej doskwiera fakt, że ktoś ma o klasę lepszy rower, niż gdyby miał o klasę lepszy samochód. Dodatkowo rowerzysta jako



Większość mieszkańców Kopenhagi tylko piętnastominutowy spacer dzieli od plaż, parków, basenów.

uczestnik ruchu nie jest anonimowy, jak kierowca samochodu. W każdej chwili można zagaić rozmowę, no i oczywiście wymienić kilka uwag z uczestnikiem, który narusza przepisy ruchu drogowego. Tutaj nie można podkręcić radia i udawać, że nic się nie stało, odwracając wzrok w drugą stronę, albo po prostu z piskiem opon odjechać.

Zarówno wysoka liczba Duńczyków jeżdżących na rowerach, jak i ich kultura jazdy jako uczestników ruchu drogowego wynikają z pracy u podstaw. Dzieci od małego uczą się zasad ruchu drogowego i poruszania się na rowerze, traktując go później jako podstawowy środek transportu.

Powszechne są różnego rodzaju akcje związane z zachęcaniem mieszkańców do jazdy na rowerze, jak chociażby „kino bez prądu”. Film jest wyświetlany dopiero, gdy kilka osób wsiądzie na rowery i wytworzy energię. Podobna akcja miała miejsce w 2012 roku w Rzeszowie – zaangażowano do niej uczniów klas III szkół podstawowych.

KWESTIA PLANOWANIA PRZESTRZENNEGO

Wymogiem, jaki postawiły przed sobą władze Kopenhagi, jest odległość mieszkańców od najbliższych ośrodków rekreacji. Władze słusznie założyli, że poza dobrobytem materialnym liczy się jeszcze dorobek kulturowy, a co za tym idzie – rekreacyjny. Większość mieszkańców tylko piętnastominutowy spacer dzieli od plaż, parków, basenów. Jest to duże udogodnienie, gdyż nie wymaga ono nawet korzystania z transportu miejskiego. Wystarczy przejść się w miejsce docelowe. Związane jest to również z aktywnością samych mieszkań-

PROCENT TERENÓW ZIELONYCH W MIEŚCIE

KOPENHAGA



WARSZAWA

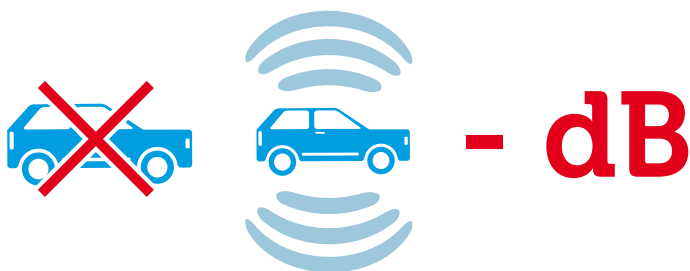


NAJWIĘKSZY OBSZAR ZIELONY W MIEŚCIE



MIASTO CICHE

W Kopenhadze są strefy z zakazem poruszania się pojazdów silnikowych,



a także nowoczesne technologie tłumienia hałasu, na przykład porowaty asfalt redukujący hałas o 2–5 decybeli

ców. W Kopenhadze znajduje się dużo terenów zielonych. Na uwagę zasługuje naturalne kąpielisko w mieście, co jest ewenementem na skalę światową. W żadnym innym mieście na świecie nie ma tak czystej wody, aby ludzie mogli się w niej kąpać.

Spokój i względną ciszę zapewniają mieszkańcom miasta strefy z zakazem poruszania się pojazdów silnikowych oraz stosowanie najnowocześniejszych technologii tłumienia hałasu w mieście, przede wszystkim hałasu z transportu miejskiego (choćby technologia porowatego asfaltu, redukująca hałas o 2–5 decybeli).

RECYKLING

Na początku lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku Kopenhaga borykała się z problemem śmieci. Wysypiska były przeciążone i brakowało miejsc pod nowe inwestycje. Wtedy władze zdecydowały się na budowę spalarni śmieci, która poza oczywistą funkcją utylizacji odpadów miała dostarczać ciepło dla stolicy. **Stosując system odpowiednich filtrów, zredukowano emisję gazów** powstających jako produkt uboczny dostarczania ciepła do domostw.

Oprócz tego postanowiono o wybudowaniu zakładu służącego obróbce i utylizacji materiałów niebezpiecznych. Jak się okazało, było to bardzo dobre rozwiązanie, gdyż jeden taki zakład był w stanie zużytkować niebezpieczne odpady z całej Danii.

Obecnie w Kopenhadze ponownemu użyciu poddaje się 90 procent odpadów, a około trzech czwartych odpadów z gospodarstw domowych jest wykorzystywanych do ogrzewania domów. Dodatkowe modyfikacje kotłów służących do spalania śmieci pozwalają na produkcję energii elektrycznej.

Do tego sukcesu przyczyniła się droga administracyjna – mianowicie całą odpowiedzialność za odpady komunalne (wytworzone przez mieszkańców), czyli ich zbiórkę i obróbkę, wzięło na siebie miasto, konkretnie jeden urząd, co znacznie usprawniło zarządzanie odpadami. Segregacja śmieci jest dokonywana przez samych mieszkańców, już na etapie gospodarstw domowych.

GOSPODARKA ODPADAMI

RECYKLING

W Kopenhadze ponownemu użyciu poddawane jest około



Jeżeli chodzi o odpady przemysłowe, tę kwestię pozostawiono bez uregulowań. Zakłady dogadywały się z przedsiębiorstwami, a zadaniem urzędu było jedynie monitorowanie cen. Firma świadcząca



Odpowiedzialność za odpady komunalne wzięło na siebie miasto, konkretnie jeden urząd, co znacznie usprawniło zarządzanie odpadami.

ca usługi zagospodarowywania odpadów naliczała stawkę za materiały podatne do ponownego użycia i materiały wymagające składowania bądź neutralizacji. W celu ograniczenia wydatków przedsiębiorstwa były zmuszone do zmniejszania ilości odpadów i ich segregacji już u źródła.

TRANSPORT MIEJSKI

Ogólnodostępne rowery, metro, którym podróż przez całą najbardziej newralgiczną część miasta trwa zaledwie 15 minut. Jeżeli nie lubimy metra, ten sam dystans nawet w nieco krótszym czasie możemy pokonać koleją. **Pierwsza ekologiczna linia autobusowa.** Silniki elektryczne autobusów kursujących co 7 minut są doładowywane w nocy, aby nie utrudniać transportu pasażerów i żeby ci nie musieli czekać. To tylko niektóre z rozwiązań usprawniających transport miejski w Kopenhadze.

Warto wspomnieć o tak zwanej „karcie Kopenhaskiej”, czyli rozwiązaniu, które ma potencjalnie przyciągnąć turystów. Uprawnia ono do tańszych wstępów do wszystkich muzeów i większości atrak-

cji turystycznych, jak również oferuje zniżki do restauracji, kawiarni i innych lokali. Kartę można dostać, lecąc skandynawskimi liniami lotniczymi. Obejmuje jedną osobę dorosłą i dwoje dzieci. To dobry pomysł na wspomaganie krajowych linii lotniczych, połączony z promocją miasta.

Ograniczanie ruchu kołowego w centrum miasta ma usprawniać komunikację. Wprowadza się opłaty za wjazd do niektórych stref miejskich.



Do 2025 roku Kopenhaga ma się stać miastem całkowicie neutralnym pod względem emisji dwutlenku węgla do atmosfery.

skich. Kierowcy chcący uniknąć opłat będą zmuszeni przyjść pieszo lub przyjechać na rowerze. Każde ograniczenie poruszania się samochodów w centrum dużego miasta skutkuje ograniczeniem hałasu, zanieczyszczeń i mniejszą liczbą wypadków drogowych. Skracca czas przejazdu pozostałych uczestników ruchu drogowego (rowerzystów i pasażerów komunikacji publicznej).

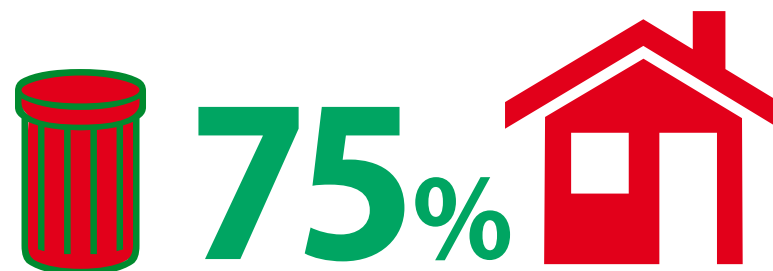
Największe problemy we wszystkich miastach europejskich sprawiają samochody ze starymi silnikami diesla, które bardzo zanieczyszczają powietrze. W stosunku do nich w Kopenhadze planuje się wprowadzenie najpierw częściowego zakazu poruszania się po mieście, a docelowo – całkowitego. Biorąc pod uwagę postęp cywilizacyjny, można śmiało założyć, że w ciągu 10 lat problem sam się rozwiąże.

MIASTO BEZ CO₂

Do 2025 roku Kopenhaga ma się stać miastem całkowicie neutralnym pod względem emisji dwutlenku węgla do atmosfery. Duńska stolica jest bliska tego ambitnego celu, ale całość ma szansę powodzenia tylko przy zwiększeniu korzystania z odnawialnych źródeł energii w postaci elektrowni wiatrowych, korzystania z samochodów napędzanych wodorem czy elektrycznych.

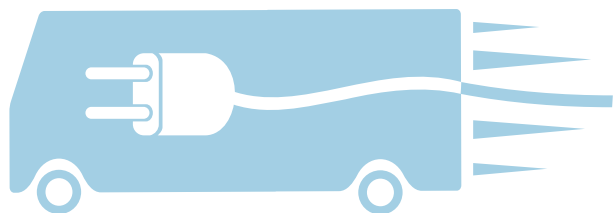
Dodatkowo, aby ułatwić życie mieszkańcom, wprowadzono tak zwane strefy niskiej emisji spalin CO₂. Są to obszary, w których ograniczoną swobodę poruszania się mają pojazdy napędzane ropą, jak również pojazdy stare, bez wmontowanego filtra cząsteczek stałych.

EKOLOGICZNE OGRZEWANIE



odpadów z gospodarstw domowych jest wykorzystywanych do ogrzewania domów

EKOLOGICZNA LINIA AUTOBUSOWA



Pierwsza ekologiczna linia autobusowa. Silniki elektryczne autobusów kursujących co 7 minut doładowywane są w nocy

Skąd wiadomo, czy samochód ma odpowiedni filtr i spełnia normy emisji? W 2011 roku duńskie Ministerstwo Środowiska wprowadziło odpowiednie oznaczenia dla samochodów, zaświadczone o wymaganym stanie pojazdu. Jeżeli nie posiada się stosownej plakietki, po prostu nie można do takiej strefy wjechać. Właściciel pojazdu niespełniającego wymogów złapany w takiej strefie może zapłacić karę w wysokości około 2,5 tysiąca euro, a jego pojazd może zostać skonfiskowany do czasu uregulowania należności.

KRAINA WIATRAKÓW

Pod Kopenhagą znajduje się wiele elektrowni wiatrowych zasilających miasto. Bardziej interesujące dane pojawiają się w kontekście całego kraju. Wynika to z ogólnokrajowej polityki ekologicznej. Źródła podają, że energetyka wiatrowa stanowi od kilkunastu do 20 procent zapotrzebowania gospodarki Danii. Jest to największy udział

energii wiatrowej w stosunku do gospodarki danego kraju na świecie. Dania postawiła sobie za cel całkowite uniezależnienie się od paliw kopalnych do 2050 roku. Do roku 2020 energetyka wiatrowa ma stanowić 50 procent udziału w rynku energetycznym.

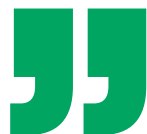
Współczynnik samowystarczalności Danii wynosi 156 procent, co oznacza, że produkcja energii jest o 56 procent większa niż jej konsumpcja. Ponadto Dania jest jedynym całkowicie energetycznie samowystarczalnym krajem członkowskim Unii Europejskiej.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W KONTEKŚCIE CAŁEGO KRAJU

Gospodarka Danii zwiększyła się od 1980 roku o około 70 procent, pozostając przy tym samym zużyciu energii. Jednak na tym nie koniec. W latach 1990–2005 gospodarka tego kraju wzrosła o 40 procent, zmniejszając jednocześnie emisję gazów cieplarnianych. Mimo takiego sukcesu ambitny rząd Danii zobowiązał się (między innymi w Kioto) do zredukowania do końca 2012 roku emisji gazów cieplarnianych o 21 procent w stosunku do roku 1990. Dodajmy, że redukcja gazów cieplarnianych idzie w tym kraju w parze ze wzrostem gospodarczym i konkurencyjnością gospodarki. Dania zajmuje czołowe pozycje w rankingach miejsc do inwestowania. Ma największy dochód *per capita*.

Cena energii potrzebnej do wytworzenia jednej jednostki PKB w Unii Europejskiej jest średnio o 40 procent wyższa niż w Danii. Wynika to

z kosztów wykorzystywania konwencjonalnych źródeł energii. Obecnie wiele krajów Europejskich zmagają się z problemem wysokich cen płaconych za przetworzenie i dostarczanie energii. Sukces północ-



Rząd duński stara się, aby rozwiązania ekologiczne nie były obciążeniem dla systemu ekonomicznego, tylko motorem rozwoju.

noeuropejskiego kraju nie wynika jednak z uwarunkowań środowiskowych czy geograficznych, tylko z zaangażowania i sprawnego zarządzania. Optymalizacja wydajności energii elektrycznej na każdym poziomie łańcucha przesyłu jest kluczowym elementem polityki państwa. Promowane są działania ekologiczne, a jak wiadomo, przykład idzie z góry. Władza nie ogranicza się tylko do surowych wytycznych prawa budowlanego, podnoszenia podatków związanych z wykorzystywaniem energii itd. Ustanawiając takie prawa, trzeba wymagać, aby spełniały je wszystkie budynki użyteczności publicznej – czyli zero hipokryzji. Chcąc wymagać, musimy dać przykład. Za sprawą tego są prowadzone liczne audyty energetyczne, które pozwalają szukać oszczędności energii, gdzie tylko się da. Swoje robią również kampanie społeczne promowane przez władze.

W czasie, gdy Europa śmieiej spogląda na odnawialne źródła energii, Dania, która w nie zainwestowała wiele lat temu, zbiera tego ekonomiczne żniwo. Eksport towarów związanych z wykorzystaniem odnawialnych źródeł energii uległ w ostatnich 10 latach potrojeniu. Największym odbiorcą duńskich technologii są Stany Zjednoczone.

EKOLOGICZNA ŻYWNOŚĆ

Do 2015 roku co piąty kupowany przez mieszkańca Kopenhagi produkt ma być ekologiczny. Obecnie współczynnik ten wynosi około 15 procent wszystkich zakupów, co i tak jest ewenementem na skalę światową. W osiągnięciu tego celu mają pomóc wydawane w korporacjach, firmach i hotelach ekologiczne obiady, w sklepach zakładowych są sprzedawane ekologiczne produkty. Dostępność tego typu artykułów pomoże w ich upowszechnieniu, a co za tym idzie, może skłonić dbających o środowisko Duńczyków, aby coraz chętniej kupowali taką żywność.

Wiele oznaczeń ułatwiających konsumentom wybór wynika z decyzji podjętych przez Unię Europejską lub organizacje regionalne i pań-

EKOLOGICZNA ŻYWNOŚĆ



2012



2015

do 2015 roku co piąty kupowany przez mieszkańca Kopenhagi produkt ma być organiczny

stwowe. Przykłady etykiet zdrowej żywności, jakie można spotkać w duńskich sklepach, to: **Swan Label** – ekoznak przyznawany przez Nordycką Radę Ministrów; **EU Flower** – certyfikat ekologiczny funkcjonujący w krajach członkowskich UE; **Znak Ø** – przyznawany w Danii produktom pochodzenia organicznego, przebadanym przez odpowiednie instytucje i spełniającym surowe wymagania.

INWESTYCJE W INNOWACYJNE TECHNOLOGIE I RYNEK PRACY

Rząd duński stara się, aby rozwiązania ekologiczne nie były obciążeniem dla systemu ekonomicznego, tylko motorem rozwoju. **Duńska gospodarka znajduje się w czołówce rankingów poziomu innowacyjności.** Obecnie plasuje się na trzecim miejscu, po Szwecji i Finlandii. Programy innowacyjności przedstawiane przez rząd Danii co jakiś czas zakładają wzrost liczby firm innowacyjnych.

Zgodnie z założeniami działającego do 2010 roku programu z rozwiązań innowacyjnych miało korzystać co najmniej 45 procent małych przedsiębiorstw, 55 procent średnich firm i aż 75 procent korporacji. Tak ambitne cele zmusiły przedsiębiorców do działań i zatrudniania coraz bardziej wykwalifikowanej kadry, a naukowców do wzmożonej pracy, ponieważ za ich wynalazkami stał realny kapitał, który w dodatku miał stale wzrastać. Wymogiem jest, by w małych firmach było zatrudnionych 12 procent osób z wyższym wykształceniem, a w średnich – 70 procent.



Obecnie ten odsetek jest nieznacznie wyższy, jednak pokazuje przyszłościową politykę państwa. Tak naprawdę osoby wykształcone stanowią o potencjale i konkurencyjności gospodarki. Mając pewne zatrudnienie, nie chcą wyjeżdżać z kraju – zwłaszcza gdy kraj ten znajduje się w czołówce, jeśli nie na pierwszym miejscu listy krajów, w których „chce się żyć”.

Ponadto uczelnie ściśle współpracują z branżą prywatną. Elastycznie reagują na potrzeby rynku, stwarzając odpowiednie rozwiązania.

Naukowcy pracują nad rozwiązaniami konkretnych problemów, które znajdą zastosowanie w powszechnej produkcji lub zostaną zgłoszone do urzędu patentowego, a następnie wykorzystane. Takie wynalazki, jak pojazdy napędzane wodorem czy samochody na kolektory słoneczne, to tylko niektóre z duńskich propozycji.

Duński Urząd Patentowy jest jednym ze sprawniejszych organów duńskiej administracji. Procedury są uproszczone, a doradcy urzędu przeszkoleni w niemal każdej dziedzinie.

Przy tym wszystkim należy wspomnieć o bezrobociu w Danii, a raczej jego braku. Obecnie wynosi ono niespełna 4 procent (około 170 tysięcy mieszkańców). Jest to jeden z najniższych wskaźników bezrobocia w Europie. Okres wypłacania zasiłków dla bezrobotnych wynosi dwa lata (został skrócony z czterech). W Kopenhadze żyje najwięcej bezrobotnych (13 procent), jednak jak przekonują władze, ludzie ci pozostają bez pracy „na własne życzenie”. Jak podawała prasa, młodzi Duńczycy ze stolicy kraju są wysyłani do pracy w Szwecji, w której brakuje rąk do pracy. Bariera językowa między tymi dwoma krajami jest niewielka. Dzięki doskonałym połączeniom droga do pracy po drugiej stronie cieśniny zajmuje średnio 40 minut. Zostały również uruchomione dodatkowe rezerwy pieniężne, aktywizujące głównie ludzi młodych, których kryzys dotyka najbardziej. Tworzone są miejsca pracy o elastycznym czasie zatrudnienia i niepełnym wymiarze godzin, żeby bezrobotni robili cokolwiek i zdobywali doświadczenie.

LEPIEJ ZAPOBIEGAĆ NIŻ LECZYĆ

Duńczycy, a zwłaszcza mieszkańcy Kopenhagi, słyną z tego, że lubią patrzeć w przyszłość. Dlatego nie czekając, aż wydarzy się sytuacja kryzysowa, stworzyli projekt zakładający scenariusz powodzi spowodowanej nawałnymi deszczami. W tym celu zagospodarowano pobliski park. W parku rejonu Saint Kjeld's Kvater w Kopenhadze powstaje projekt alternatywy dla kanalizacji burzowej. Woda podczas nawałnych opadów będzie odprowadzana systemem irygacyjnym nawadniającym pobliski park. W okresie suszy kanaliki irygacyjne mogą służyć jako ścieżki rowerowe, a podczas nawałnic będą kierowały duże ilości wody do pobliskiego parku. Jeśli zaś wysoki stan wód będzie się utrzymywał w cieplejsze dni, system będzie stanowił dodatkową ochłodę dla mieszkańców. Dzięki temu rozwiązaniu woda będzie spływała do zatoki zamiast do piwnic pobliskich domów.

Swego czasu proponowałem podobne rozwiązanie dotyczące małego obszaru Łodzi przy Manufakturze (park Staromiejski). Podczas nawałnych opadów przy najbardziej znanej łódzkiej atrakcji tworzy się dosłownie jezioro, na tyle duże, że uniemożliwia przejazd nawet autobusom. Odciążenie tego miejsca przez zalanie pobliskiego parku pozwoliłoby co najmniej na swobodne poruszanie się komunikacji miejskiej, nie mówiąc już o bezpieczeństwie pozostałych kierowców i pasażerów. Niestety, jeśli nie zrozumiemy, że lepiej zapobiegać niż leczyć, to droga polskich miast do standardów wyznacza-

nych przez kraje zachodnie znacznie się wydłuży. Najpierw trzeba zmienić myślenie.

Obok głosów zachwyty nie brakuje sceptyków mówiących o dużym śladzie ekologicznym wszystkich Duńczyków, produkcji znacznej ilości śmieci czy upodobaniu do konsumpcji mięsa, a jak wiadomo, hodowla bydła w 18 procentach przyczynia się do powstawania efektu cieplarnianego.

KOPENHAGA ZIELONA STOLICA EUROPY 2014



MIASTO
PRZYJAZNE
DLA PIESZYCH



Statystyczny mieszkaniec
Kopenhagi średnio dziennie
pokonuje pieszo

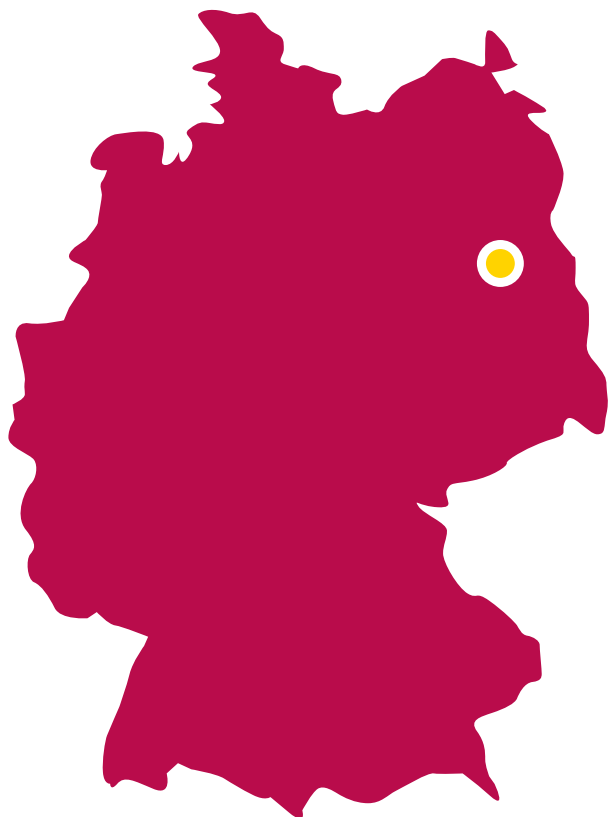
3 km



Większość mieszkańców ma tylko 15 minut drogi do miejsc
rekreacji: plaż, parków, basenów

Mimo tych zastrzeżeń mało jest na świecie krajów, które tak mocno postawiły na rozwój ekologiczny i inwestycje w czyste technologie. Wzrost gospodarczy jest ściśle związany z rozwojem rozwiązań środowiskowych i rozwojem całego społeczeństwa. Pomimo i tak już wysokich standardów, w najbliższych latach planowane jest podniesienie parametrów energetycznych miejskich budynków, rozbudowa placów zabaw, rozbudowa parków, zwiększenie liczby ścieżek rowerowych. Kopenhaga nie spoczywa na laurach i wyznacza sobie coraz ambitniejsze cele. Dlatego wśród 18 miast ubiegających się o tytuł, to ona została wybrana przez Komisję Europejską „**Zieloną Stolicą Europy 2014**”.

Radosław Widłak – absolwent ochrony środowiska (Uniwersytet Łódzki), kontynuuje studia w zakresie biotechnologii ekologicznych oraz zarządzania środowiskiem. Członek Rady Osiedla Bałuty-Centrum (Łódź) i Stowarzyszenia „Młodzi Demokraci”. Uczestniczył w I Szkole Myślenia Instytutu Obywatelskiego.



BERLIN



NIEMCY

Weronika Przecherska

BERLIN

– START-UP W CENTRUM
EUROPY

Każdego dnia w stolicy Niemiec powstaje pięć nowych firm z branży IT. Dzięki aktywności młodych przedsiębiorców maleje bezrobocie i rosną wpływy z podatków. Berlin zaś staje się symbolem miasta coraz bardziej modnego i nowoczesnego.

Świat jest dziś na wyciągnięcie ręki. Wystarczy włączyć komputer lub telefon. Dzięki nowoczesnym technologiom możemy rozmawiać z rodziną i przyjaciółmi, robić zakupy, zwiedzać odległe zakątki globu lub pracować, nie wychodząc z domu. Laptopy, smartfony i niezliczone aplikacje ułatwiają nam codzienne życie, pozwalają oszczędzić czas lub są źródłem rozrywki. Umiejętność korzystania z nich jest równie ważna, jak czytanie, pisanie czy liczenie. Zdolność do tworzenia nowych technologii coraz częściej staje się przepustką do kariery.

Jeszcze kilkanaście lat temu najlepsi adepci cyfrowych technologii szans na sukces upatrywali wyłącznie w kalifornijskiej Dolinie Krze-

mowej. Dziś coraz częściej decydują się na założenie i rozwijanie swoich firm również w europejskich ośrodkach. Metropolie, dostrzegają



Start-upy mają coraz większy wpływ na rozwój gospodarki.

jąc potencjał młodych i kreatywnych przedsiębiorców, ułatwiają im start w zawodowe życie. W jakich miastach chcą dziś pracować pomysłodawcy innowacyjnych internetowych rozwiązań? Gdzie w Europie powstają idee, które zrewolucjonizują cyfrową rzeczywistość? Jak na tle europejskich miast radzą sobie polskie ośrodki?

Na „krzemowej” mapie Europy szczególne miejsce zajmują dziś Paryż, Londyn, Moskwa i Berlin¹. Jednak to stolica Niemiec jest uznawana za centrum europejskiej sceny innowacyjnych internetowych przedsiębiorstw, tak zwanych start-upów. Każdego dnia w stolicy Niemiec powstaje pięć nowych firm z branży IT², działa tam około 2,5 tysiąca firm typu start-up. W ubiegłym roku pracowało w nich 10–30 tysięcy osób, czyli około 2 procent wszystkich zatrudnionych w mieście³. Start-upy mają coraz większy wpływ na rozwój gospodarki. Dzięki aktywności młodych przedsiębiorców maleje bezrobo-

¹ *Start Up Ecosystem Report 2012 Part one*, Startup Genome and Telefónica Digital 2012, <http://cdn2.blog.digital.telefonica.com.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2012/11/Startup-Ecosystem-Report-2012.pdf> (dostęp dnia 12 czerwca 2013).

² Na podstawie danych niemieckiego Ministerstwa Gospodarki i Technologii, <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Digitale-Welt/Wirtschaftsfaktor-Digitale-Welt/start-ups.html> (dostęp dnia 20 czerwca 2013).

cie i rosną wpływy z podatków. Berlin staje się symbolem miasta coraz bardziej modnego i nowoczesnego, przyciągając tym samym coraz więcej przedsiębiorców i turystów.

BERLIN – TAŃSZY, SEXY I WYGODNY

Pełna sprzeczności, zaskakująca różnorodnością i stale zmieniająca się stolica Niemiec inspiruje i niczym magnes przyciąga młodych ludzi. Miasto jest mekką klasy kreatywnej, grupy społecznej, którą zdefiniował amerykański ekonomista Richard Florida. Ceni ona kompetencje, różnorodność i indywidualizm, miejsce zamieszkania wybierając właśnie pod kątem tych wartości⁴. Bogata oferta kulturalna oraz atmosfera tolerancji stwarzają idealne warunki rozwoju i kształtowania się kreatywnych idei. Stolica Niemiec dzięki swojej atmosferze i dynamice sama jest niczym start-up – podkreślają specjaliści⁵. Młodych przedsiębiorców kusi jednak nie tylko atmosfera miasta. Wśród niekwestionowanych zalet Berlina wymieniają także położenie i infrastrukturę, stosunkowo niskie koszty życia, założenia i utrzymania firmy, dobry marketing miasta, bliskość ośrodków akademickich i rządowych⁶.

³ Na podstawie danych Deutsche Startups e.V., cyt. za: Bastian Benrath, *Wir gründen in Berlin!*, FAZ.net, 21 marca 2013, <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/2500-startups-wir-gruenden-in-berlin-12119455.html> (dostęp dnia 30 maja 2013).

⁴ Por.: Richard Florida, *The Rise of the Creative Class And How It's Transforming Work, Leisure, and Everyday Life*, Basic Books, New York 2002.

⁵ Por.: *Start Up Ecosystem Report 2012 Part one*, op. cit.

⁶ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

Berlin to dziś dosłownie i w przenośni centrum Europy. To właśnie położenie miasta i jego znaczenie na mapie Europy w dużej mierze wpływają na decyzję młodych ludzi z całego świata o założeniu firmy nad Szprewą i Hawelą. Usytuowany w centrum Starego Kontynentu, Berlin jest dobrze skomunikowany nie tylko z innymi miastami Niemiec, ale także z europejskimi metropoliami. Dwie godziny lotu wystarczą, by dotrzeć do każdego z ponad dwudziestu krajów Unii Europejskiej, środkowoeuropejska strefa czasowa pozwala zaś na sprawne zorganizowanie telekonferencji z partnerami z Azji i Stanów Zjednoczonych jednocześnie⁷. Także historyczne usytuowanie Berlina na granicy pomiędzy Wschodem a Zachodem stanowi dziś jedną z jego największych zalet⁸.

Berlin jest doskonałym przykładem miasta odpowiadającego na potrzeby rozpoczynających życie zawodowe młodych ludzi, których cechuje duża mobilność i niechęć do podejmowania długotrwałych zobowiązań kredytowych. Koszty utrzymania są tu zdecydowanie niższe niż w Paryżu czy Londynie. Stolica Niemiec wypada korzystnie także w porównaniu z innymi aglomeracjami tego kraju, na przykład Monachium⁹. Nad Szprewą i Hawelą konkurencyjne są również ceny czynszów. Według międzynarodowego badania cen wynajmu miesz-

⁷ Martin Weigert, *Die restlichen 80 Prozent zum Spielen bringen. Interview mit Woga-CEO Jens Begemann*, Netzwertig.com, 28 stycznia 2011, <http://netzwertig.com/2011/01/28/interview-mit-wooga-ceo-jens-begemann-die-restlichen-80-prozent-zum-zocken-bringen/> (dostęp dnia 3 czerwca 2013).

⁸ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

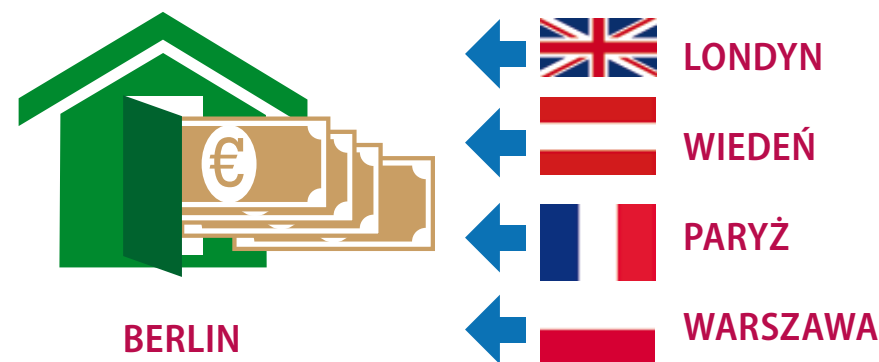
⁹ *Cost of life index for expats*, Expatistan.com, 2 lutego 2013, <http://www.expats.com/blog/68-Cost-of-life-index-for-expats-February-2013> (dostęp dnia 16 maja 2013).

kań przeprowadzanego przez firmę konsultingową ECA International, opublikowanego w 2013 roku, miesięczny koszt wynajmu trzypokojowego nieumeblowanego mieszkania w Berlinie jest niższy niż we Frankfurcie, Hamburgu czy Düsseldorfie. Drożej jest także w Londynie, Paryżu, Wiedniu czy Warszawie¹⁰. Wśród zalet Berlina wymienia się również sieć komunikacyjną. Po mieście można poruszać się metrem, kolejką, autobusami i tramwajami. Uzupełnieniem tej rozbudowanej infrastruktury jest 750 kilometrów ścieżek rowerowych¹¹.

BERLIN – MOCNE STRONY

NISKIE KOSZTY UTRZYMANIA

Miesięczny koszt wynajmu trzypokojowego mieszkania jest niższy niż w innych stolicach państw UE



¹⁰ *Internationale Mietpreisstudie von ECA International*, ECA International, 31 stycznia 2013, http://www.eca-international.com/news/press_releases/7785/#.UeAJMD55yHw (dostęp dnia 12 czerwca 2013), oraz na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

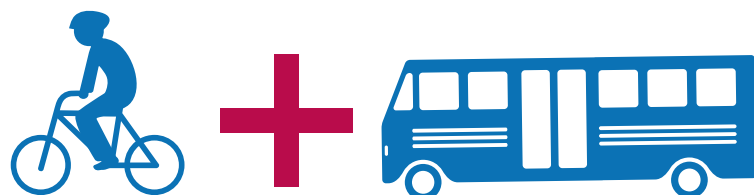
¹¹ Na podstawie: Berlin Fahrrad Metropole, www.citytourist.de, <http://www.city-tourist.de/city-tourist.de-Berlin-Fahrrad.html> (dostęp dnia 1 czerwca 2013).

KOMUNIKACJA MIEJSKA

750 km

Ścieżek rowerowych

Komunikacja miejska



pozwalają na tanie poruszanie się po mieście

MIASTO ATRAKCYJNE DLA MŁODYCH



To miasto pełne ciekawych miejsc i wydarzeń

OBSZARY ZIELONE

W Berlinie jest **2 500** parków
o powierzchni

6 400 ha



Choć życie młodych przedsiębiorców jest wypełnione pracą, jako jeden z czynników decydujących o założeniu start-upu właśnie w stolicy Niemiec wymieniają oni równowagę pomiędzy pracą i czasem wolnym¹². Zachowanie odpowiednich proporcji między czasem wolnym a obowiązkami zawodowymi jest jednak charakterystyczne dla całych Niemiec, nie tylko dla Berlina. Według danych Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) za rok 2011 w Niemczech pracuje się 35,5 godziny tygodniowo (dla porównania w Polsce 40,5 godziny tygodniowo¹³). Berlin stwarza idealne możliwości do aktywnego wykorzystywania wolnego czasu. W mieście znajduje się 2,5 tysiąca parków o łącznej powierzchni 6,4 tysiąca hektarów

¹² Bastian Benrath, *Wir gründen in Berlin!*, op. cit.

¹³ *Average usual weekly hours worked on the main job*, OECD 2011, <http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ANHRS> (dostęp dnia 2 lipca 2013).

oraz kilkadziesiąt obszarów wodnych¹⁴. Bogata jest również oferta kulturalna: muzea, festiwale oraz liczne happeningi pozwalają aktywnie zagospodarować czas wolny wielbicielom sztuki. Berlin słynie także z niezliczonych kawiarni, knajpek i klubów.

NA RĘKĘ PRZEDSIĘBIORCY

Jak już wspomniano, młodzi przedsiębiorcy decydują się na założenie firmy w Berlinie także ze względów finansowych. Praktycy podkreślają, że stawianie pierwszych kroków w biznesie jest tańsze w stolicy Niemiec niż w innych europejskich i niemieckich metropoliach. Obrazowo wyjaśnia to założyciel start-upu Paul Gebhardt: „Z kapitałem początkowym w wysokości miliona euro start-up przetrwa w Londynie dwa mie-



Stawianie pierwszych kroków w biznesie jest tańsze w stolicy Niemiec niż w innych europejskich i niemieckich metropoliach.

siące, [...] w Berlinie zaś rok”¹⁵. Wśród największych zalet miasta wymienia się niski koszt powierzchni biurowych, szczególnie we wschodniej części. To zasługa między innymi popularnego w Berlinie coworkingu, czyli wynajmowania pomieszczeń do wspólnej lub indywidualnej pracy. Idea coworkingu jest rozpowszechniona nie tylko w Berlinie, lecz w całym Niemczech. Według badania „Global Coworking Census 2013” w ca-

¹⁴ Na podstawie danych Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, <http://www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt/stadtgruen/gruenanlagen/index.shtml> (dostęp dnia 12 maja 2013).

¹⁵ Bastian Benrath, *Wir gründen in Berlin!*, op. cit.

łym kraju znajdowało się aż 230 takich miejsc do pracy (w samym Berlinie – 68)¹⁶. Dla porównania, w badanym okresie na terenie całej Polski było ich tylko 44¹⁷. W cenę wynajmowanych pomieszczeń z reguły wliczone jest korzystanie z urządzeń biurowych, sal konferencyjnych czy infrastruktury kuchennej. Szacuje się, że koszty wynajęcia przestrzeni biurowej w ramach coworkingu są nawet o połowę niższe niż w przypadku tradycyjnych biur¹⁸. Korzystne warunki wynajmu mają szczególnie duże znaczenie dla początkujących firm, niezatrudniających wielu pracowników. Eksperci podkreślają jednak, że w Berlinie łatwiej i szybciej można też znaleźć większe powierzchnie biurowe niż w innych niemieckich miastach, na przykład w Monachium¹⁹.

Założenie firmy w Berlinie jest nie tylko tańsze, ale i łatwiejsze niż w innych niemieckich metropoliach. Władze stolicy i instytucje im partnerujące zaczynają dostrzegać potencjał start-upów. Coraz lepiej rozumieją też specyfikę branży i starają się odpowiadać na jej potrzeby. Gwarantują wsparcie w procesie planowania, zakładania i rozwijania firmy. Oferują młodym przedsiębiorcom udział w szkoleniach oraz stypendia i granty. Firmy mogą liczyć także na bezpośrednie wsparcie finansowe lub pomoc w uzyskaniu takiego wsparcia (na przykład

¹⁶ 2500 Coworking Spaces weltweit, Deskwanted.com, 27 lutego 2013, <http://blog.deskwanted.com/2013/02/2500-coworking-spaces-weltweit/> (dostęp dnia 1 lipca 2013); *Global Coworking Census 2013*, Deskwanted.com, <https://www.deskwanted.com/coworking/Global-Coworking-Census-2013.pdf> (dostęp dnia 4 lipca 2013).

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ Carsten Foertsch, *Coworking schlägt alte Büros bei den Kosten um die Hälfte*, Deskmag.com, 8 grudnia 2010, <http://www.deskmag.com/de/coworking-spaces-schlagen-alte-bueros-bei-kosten-um-haelfte-157> (dostęp dnia 12 lipca 2013).

¹⁹ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

przy zaciąganiu kredytów)²⁰. Wachlarz pomocy oferowanej przedsiębiorcom jest szeroki i jest to wsparcie stosunkowo łatwo dostępne²¹. Można znaleźć informacje na stronach internetowych, skorzystać z infolinii lub umówić się na spotkanie z doradcą. Władze miasta oraz instytucje partnerujące stawiają sobie za cel również przyciągnięcie zagranicznego kapitału, większe integrowanie przedsiębiorców z zagranicy (poprzez znoszenie barier językowych w urzędach) oraz budowanie wizerunku Berlina jako miasta przyjaznego kreatywności i biznesowi.

KREATYWNY EKOSYSTEM

Jedną z największych zalet Berlina jest jego różnorodność. Coraz liczniejsi przedstawiciele branży start-upów, firmy, które odniosły znaczące sukcesy na rynku, wykwalifikowani specjaliści, prywatni inwestorzy (tak zwani aniołowie biznesu), studenci, badacze, branżowe media oraz koncerty sprawiają, że miasto stanowi coraz bardziej atrakcyjną platformę wymiany doświadczeń i nawiązania kontaktów biznesowych. Specjaliści określają takie zjawisko mianem ekosystemu, czyli – odwołując się do języka biologii – układu ekologicznego charakteryzującego się siecią powiązań.

²⁰ Na podstawie: *2012/2013 Subsidy Guide. The guide for business and business start-ups*, Investitionsbank Berlin, http://www.ibb.de/Portaldata/1/Resources/content/download/ibb_service/publikationen/IBB_Subsidy_Guide_2012_2013.pdf (dostęp dnia 20 czerwca 2013).

²¹ Na podstawie: *ibidem*.

Berlińska branża internetowa jest stosunkowo młoda – średnia wieku osób pracujących w firmach internetowych to 26–30 lat²². Tworzą ją ludzie zorientowani na wyniki swojej pracy, nieobawiający się wychodzenia poza sprawdzone wzorce i wdrażania nowych pomysłów. Właściciele początkujących internetowych firm wyróżnia poczucie sprawczości oraz kultura przedsiębiorczości²³. Przedstawiciele branży są otwarci na dialog i współpracę ze swoimi rówieśnikami oraz przedsiębiorcami, którzy zdobywali pierwsze doświadczenia zawodowe już w latach dziewięćdziesiątych²⁴. Jak podkreślają specjaliści, środowisko cechuje jednak nie tylko chęć do dialogu, lecz także poczucie odpowiedzialności za miasto i budowanie wizerunku Berlina jako metropolii przyjaznej start-upom²⁵. Te otwarte relacje i atmosfera współpracy wpływają na charakter miasta, przyciągając z kraju i zagranicy kolejnych zainteresowanych branżą firm internetowych.

Markę Berlina jako miasta dla start-upów umacniają branżowe portale, blogi oraz liczne konferencje, seminaria, warsztaty czy dyskusje²⁶. Spotkania te przybierają coraz ciekawsze formy (na przykład biznesowych „szybkich randek”, konkursów czy innowacyjnych form pre-

²² Na podstawie badania „StartingUpBerlin”, Verein Berliner Kaufleute und Industrieller, cyt. za: Matthias Loke, *Kreative Firmen sorgen für Wachstumschub*, Berliner-zeitung.de, 11 stycznia 2013, <http://www.berliner-zeitung.de/wirtschaft/start-ups-in-berlin-kreative-firmen-sorgen-fuer-wachstumsschub,10808230,21444224.html> (dostęp dnia 30 maja 2013).

²³ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

²⁴ Heike Gläser, Rita Nikolow, *Das Wunder von Berlin*, Berlin-maximal.de, 2012, <http://www.berlin-maximal.de/magazin/titelthema/art168,2462> (dostęp dnia 25 czerwca 2013).

²⁵ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

²⁶ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

DOBRA KOMUNIKACJA LOTNICZA

2h

lotu wystarczą
by dotrzeć
do ponad

20 krajów



ŚRODKOWOEUROPEJSKA SREFA CZASOWA



zentacji) oraz charakter (jak łączenie wydarzeń biznesowych z elementami kulturalnymi). Są miejscem wymiany doświadczeń, szansą na nawiązanie relacji biznesowych lub znalezienie inwestora. Ich partnerami na berlińskiej scenie są największe niemieckie i zagraniczne koncerny. Start-upowe wydarzenia to dla dużych przedsiębiorstw „giełdy talentów”, na których szuka się najlepiej rokujących młodych przedsiębiorców, by zaprosić ich do współpracy, na przykład w inkubatorach przedsiębiorczości. Dla młodych przedsiębiorców zaś to najlepsza szansa, by w nieformalnej atmosferze przekonać inwestorów do swojego projektu. Na przykładzie Berlina widać jednak, że dziś coraz częściej to koncerny zabiegają o kreatywnych ludzi i ich pomysły, a nie odwrotnie²⁷. Dzięki aktywności berlińskiej sceny start-up umacnia się opinia, że Berlin to miasto, w którym spotykają się przedstawiciele „starego” i „nowego” modelu ekonomicznego²⁸.

Filarem kreatywnego ekosystemu miasta są berlińskie szkoły wyższe. Wolny Uniwersytet w Berlinie, Uniwersytet Techniczny oraz Uniwersytet Humboldtów są dziś uważane za jedno z największych kuźni młodych talentów branży internetowej w Niemczech²⁹. Uczel-

²⁷ S. Rathenow, *Die Start-Up-Macher*, Bild.de, 24 maja 2013, <http://www.bild.de/regional/berlin/unternehmensformen/die-start-up-macher-30522904.bild.html> (dostęp dnia 7 lipca 2013).

²⁸ Klaus Lüber, Michael Gneuss, *Digitale Aufbruchstimmung*, „Berliner Wirtschaft. Magazin der Industrie- und Handelskammer zu Berlin”, czerwiec 2013, Nr. 6, Industrie- und Handelskammer zu Berlin 2013, s. 11–18, <http://www.ihk-berlin.de/share/flip/Juni2013/files/assets/common/downloads/files/BW-Juni-2013.pdf> (dostęp dnia 2 lipca 2013).

²⁹ Alex Hofmann, *Das Gründerszene Hochschul-Ranking. Die wichtigsten Startup-Universitäten*, Gründerszene.de, 26 kwietnia 2012, <http://www.gruenderszene.de/allgemein/top-startup-unis> (dostęp dnia 30 maja 2013).

nie przykładają dużą wagę do budowania kultury przedsiębiorczości, pomagają w pozyskiwaniu środków na projekty, oferują szkolenia coachingowe lub pomieszczenia do pracy³⁰. Platformą działania i współpracy szkół wyższych jest projekt „B! Gründet”. Do zadań tej



Filarem kreatywnego ekosystemu miasta są berlińskie szkoły wyższe.

inicjatywy należy między innymi mobilizowanie instytucji naukowych do budowania i rozwijania kultury przedsiębiorczości, budowanie relacji pomiędzy szkołami wyższymi a światem biznesu i profesjonalizacja jednostek naukowych³¹.

Zbudowanie dojrzałego, kreatywnego systemu jest warunkiem inwestycji. Pod tym względem Berlin na tle innych niemieckich miast radzi sobie świetnie i coraz częściej jest przedmiotem zainteresowania inwestorów. Według danych Niemieckiego Stowarzyszenia Informatyki, Telekomunikacji i Nowych Mediów BITKOM w 2012 roku zainwestowano tu więcej niż połowę tak zwanego *venture capital* (czyli kapitału podwyższonego ryzyka), wyłożonego na projekty internetowe i typu start-up w całym Niemczech. Do Berlina popłynę-

³⁰ Klaus Lüber, Michael Gneuss, *Digitale Aufbruchstimmung*, op. cit.

³¹ Por.: <http://www.begrundet-berlin.de/> (dostęp dnia 12 lipca 2013).

³² Dane na podstawie opracowania BITKOM 2013, http://www.bitkom.org/76020_76015.aspx (dostęp dnia 12 lipca 2013).

ło 133,3 miliona euro z zainwestowanych w Niemczech 240,8 miliona. Dla porównania, w Badenii-Wirtembergii, która uplasowała się w tym rankingu na drugim miejscu, zainwestowano w 2012 roku 24 miliony euro, zaś w Bawarii (trzecie miejsce) – 18,9 miliona euro. Skalę zjawiska dobrze obrazuje też porównanie z ubiegłymi latami. W 2009 roku w internetowe firmy w stolicy Niemiec zainwestowano 34,2 miliona euro³².

Pod względem inwestycji berlińska scena internetowa radzi sobie jednak dużo gorzej niż na przykład londyńska. Nieporównywalnie większe wsparcie finansowe płynie też do ośrodków amerykańskich – do Doliny Krzemowej czy Bostonu³³. Coraz częściej pojawiają się jednak głosy, że szansą na konkurencyjność na arenie międzynarodowej jest stworzenie europejskiego ekosystemu start-upów. Paneuropejska sieć powiązań pozwoliłaby na wykorzystywanie największych zalet miast, na przykład kreatywności Berlina i potencjału finansowego Londynu³⁴.

START-UP I... WIELKA POLITYKA

Działalność i potencjał branży start-upów dostrzegli także europejcy i niemieccy politycy. Już w 2013 roku europejska komisarz ds. agendy cyfrowej Neelie Kroes określiła Berlin mianem „jednego z najważniej-

³³ *Start Up Ecosystem Report 2012 Part one*, op. cit.

³⁴ Por.: *Berlin ist die kreativste Stadt für Start-ups*, Welt.de, 19 stycznia 2013, <http://www.welt.de/wirtschaft/article112905707/Berlin-ist-die-kreativste-Stadt-fuer-Start-ups.html> (dostęp dnia 2 lipca 2013).

szych miejsc rozwoju gospodarki internetowej i start-upów”³⁵. W podobnym tonie są utrzymane wypowiedzi czołowych niemieckich polityków. Zdaniem specjalistów najważniejszym zadaniem rządzących jest stworzenie klimatu pewności i stabilności, który przyciąga inwestorów³⁶. Z zapowiedzi polityków i instytucji rządowych już dziś wynika jednak, że start-upy będą traktowane jak integralny element niemieckiej gospodarki i jeden z filarów jej rozwoju. Wśród długofalowych celów stawianych przez niemieckich polityków choćby przed



Start-upy będą traktowane jak integralny element niemieckiej gospodarki i jeden z filarów jej rozwoju.

wyborami w 2013 roku można wymienić między innymi wspieranie przedsiębiorców już w trakcie studiów, zintegrowanie sceny start-up z branżą samochodową czy inżynieryjną, a nawet przemianowanie dotychczasowego Ministerstwa Gospodarki i Technologii na Ministerstwo Gospodarki, Technologii i Start-upów – a tym samym zbudowanie w Niemczech jednego z najważniejszych centrów biznesu internetowego na świecie³⁷.

³⁵ Jürgen Stüber, *Berlin ist der wichtigste Internetstandort Europas*, Welt.de, 19 stycznia 2013, <http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article108798914/Berlin-ist-der-wichtigste-Internetstandort-Europas.html> (dostęp dnia 30 czerwca 2013).

³⁶ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

³⁷ Alexander Hüsing, *Silicon Valley Tour: „Think big, think better, think Berlin”*, Deutsche-startups.de, 22 maja 2013, <http://www.deutsche-startups.de/2013/05/22/think-big-think-better-think-berlin/> (dostęp dnia 25 maja 2013); Karl Müller, *Bundesminister Rösler macht ernst: Deutschland bekommt endlich ein Start-up-Ministerium*, Deutsche-startups.de, 1 kwietnia 2013, <http://www.deutsche-startups.de/2013/04/01/start-up-ministerium/> (dostęp dnia 5 czerwca 2013).

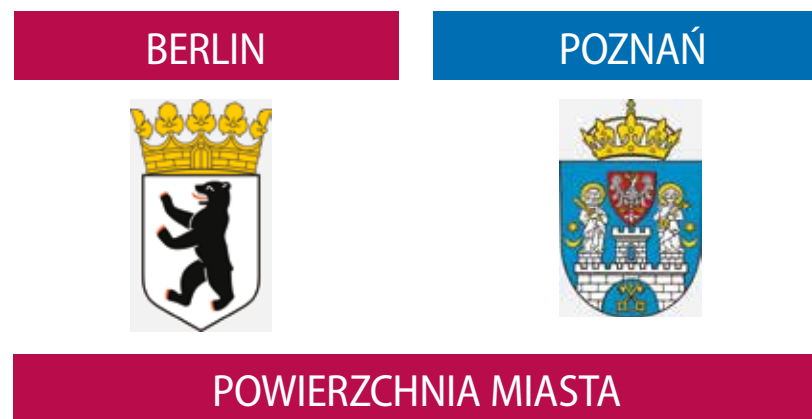
O znaczeniu przedsiębiorstw typu start-up świadczyło z pewnością zainteresowanie tą dziedziną kandydatów na stanowisko kanclerza w wyborach do Bundestagu w 2013 roku – Angeli Merkel (CDU) oraz Peera Steinbrücka (SPD). Wśród zapowiedzi Merkel można było wyróżnić między innymi zniesienie barier dla rozwoju przedsiębiorczości, budowanie tak zwanej kultury gościnności wobec obcokrajowców oraz wypracowywanie rozwiązań paneuropejskich, na przykład poprzez stworzenie ustaw zapewniających takie same prawa i szanse rozwoju młodych przedsiębiorstw³⁸. Podobne deklaracje składał socjaldemokrata Peer Steinbrück, obiecując między innymi większe wsparcie młodych przedsiębiorstw przez duże koncerny, inwestycje w edukację oraz budowę infrastruktury internetu szerokopasmowego³⁹.

Zaangażowanie widać także po stronie przedsiębiorców. W Niemczech powstał Związek Niemieckich Start-upów, którego celem jest reprezentowanie interesów środowiska młodych przedsiębiorców. Wśród stawianych sobie celów Związek wymienia przede wszystkim: zbudowanie dobrego społecznego wizerunku branży, promowanie idei przedsiębiorczości, nawiązanie dialogu ze światem polityki oraz

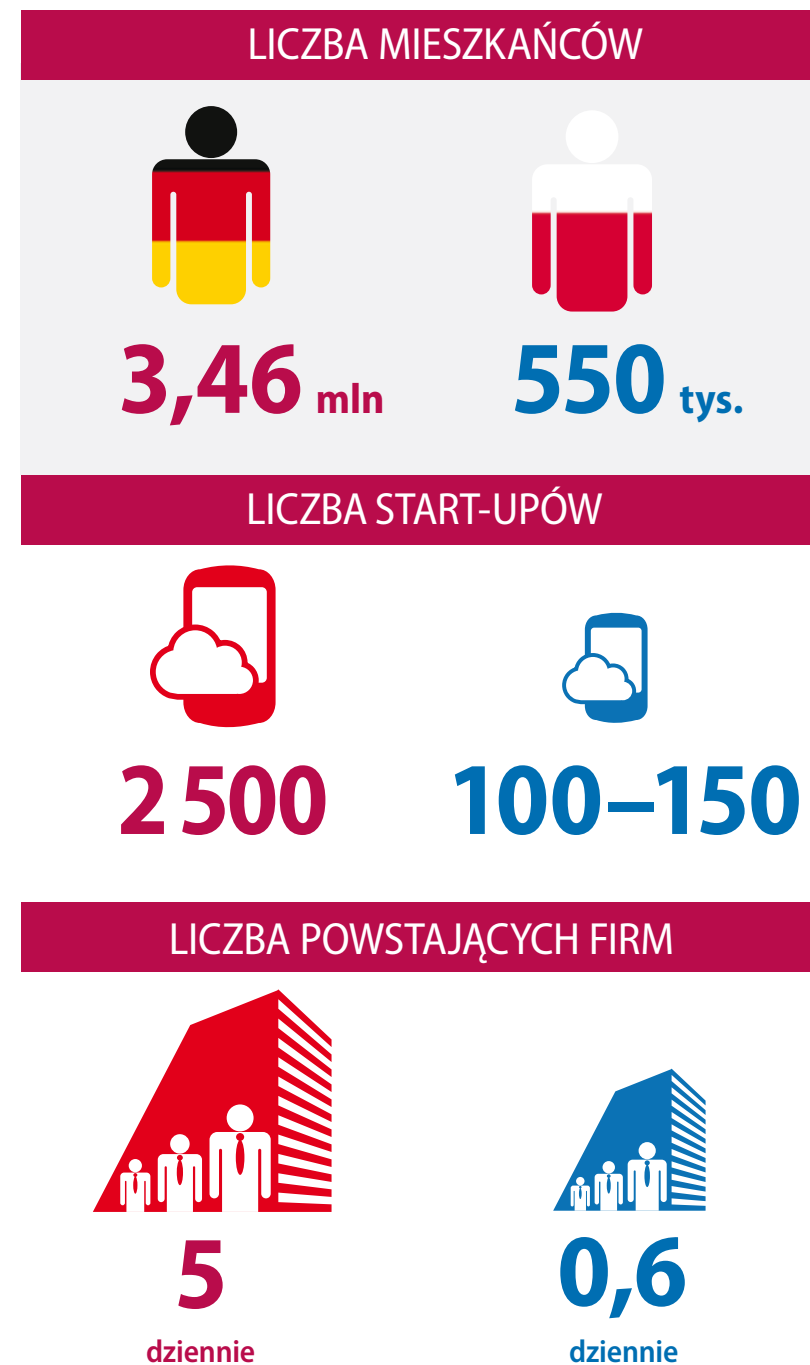
³⁸ Annett Meiritz, *Start-up-Offensive: Merkel erforscht das Zauberpulver*, Spiegel.de, 7 marca 2013, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/bundeskanzlerin-merkel-besucht-internet-start-ups-in-berlin-a-887463.html> (dostęp dnia 23 maja 2013).

³⁹ Steinbrück startet die vierte industrielle Revolution, Blogstone.net, 22 kwietnia 2013, <http://www.blogstone.net/?p=3355> (dostęp dnia 8 maja 2013); Steinbrück steigt für Start-ups in die Bütt, Bild.de, 24 kwietnia 2013, <http://www.bild.de/digital/digitalticker/peer-steinbrueck/wichtige-nachrichten-aus-computer-internet-multimedia-30114308.bild.html> (dostęp dnia 8 maja 2013).

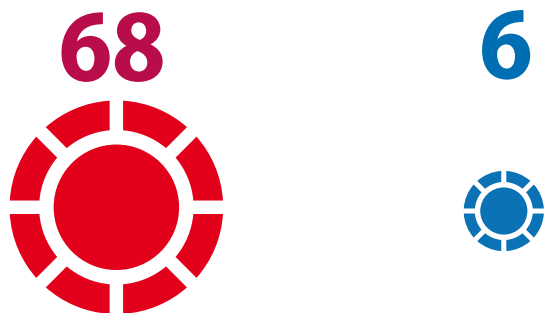
budowanie relacji pomiędzy przedstawicielami środowiska⁴⁰. Dialog polityków i przedstawicieli branży start-upów dopiero się rozpoczyna, obie strony zdają sobie jednak sprawę z korzyści wynikających ze współpracy. Przedstawicielom branży zależy na zbudowaniu zrozumienia dla przedsiębiorstw typu start-up i ich potrzeb. Politycy zaś widzą w przedsiębiorstwach internetowych szansę dla niemieckiej gospodarki i budowania pozycji Niemiec w świecie nowoczesnych technologii.



⁴⁰ Por. materiały on-line Związku Niemieckich Start-upów: <https://deutschestartups.org/> (dostęp dnia 4 czerwca 2013).



LICZBA PRZESTRZENI CO-WORKINGOWYCH



BERLIN JAK DOLINA KRZEMOWA?

Stworzenie miasta sprzyjającego rozwojowi biznesu to lata pracy, doświadczeń i porażek. Berlin jest metropolią, która coraz częściej potrafi sprostać temu zadaniu. Miasto stopniowo pozbywa się łatki ośrodka tworzącego tak zwane „copycats”, czyli europejskie odpowiedniki pomysłów, które odniosły sukces za oceanem⁴¹. Tutejsi przedsiębiorcy coraz częściej stawiają na nowe, autorskie pomysły. Według rankingu *Start Up Ecosystem Report 2012* ekosystem Berlina znajduje się dziś na 15 miejscu wśród najważniejszych miejsc na światowej mapie start-upów. Wyprzedzają go jednak ośrodki amerykańskie, kanadyjskie czy europejskie (między innymi Londyn oraz Paryż). W stolicy Niemiec powstaje dziś o 88 procent mniej nowych

⁴¹ Mark Scott, *Technology Start-Ups Take Root in Berlin*, DealBook.nytimes.com, 29 kwietnia 2013, <http://dealbook.nytimes.com/2013/04/29/technology-start-ups-take-root-in-berlin/> (dostęp dnia 4 czerwca 2013).

⁴² *Start Up Ecosystem Report 2012 Part one*, op. cit.

start-upów niż w Dolinie Krzemowej⁴². Eksperti są jednak przekonani, że znaczenie Berlina będzie systematycznie rosło⁴³.

Pozycja Berlina na światowej scenie start-upów będzie zależała od działań władz miasta, atrakcyjności inwestycyjnej powstających firm oraz mentalności przedstawicieli branży. Wśród największych pro-



Stale rozwijający się ekosystem Berlina przyciąga coraz więcej młodych i kreatywnych przedsiębiorców.

blemów młodych przedsiębiorców nadal wymienia się nadmierną biurokracją oraz barierę językową w urzędach⁴⁴. Praktycy podkreślają, że urzędnicza machina nie zawsze rozumie charakter i tempo rozwoju branży start-upów. Często przedsiębiorstwom tego typu stawia się takie same wymagania jak dużym, osadzonym w gospodarce firmom. Tym samym utrudnia się rozwinięcie ich potencjału⁴⁵. Problemem jest też niewystarczająca ilość kapitału. Stale rozwijający się ekosystem Berlina przyciąga coraz więcej młodych i kreatywnych przedsiębiorców. Zdecydowanie mniej jest osób chętnych zainwestować w nowe pomysły.

⁴³ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

⁴⁴ Leonie Langer, *Berliner Behörden machen es internationalen Start-ups nicht leicht*, Tagesspiegel.de, 2 kwietnia 2013, <http://www.tagesspiegel.de/berlin/amtssprache-deutsch-berliner-behoerden-machen-es-internationalen-start-ups-nicht-leicht/8011324.html> (dostęp dnia 25 czerwca 2013).

⁴⁵ Na podstawie nagrania VentureVillageVideos, udostępnionego w serwisie Youtube, 11 marca 2013, <http://www.youtube.com/watch?v=VK3Hs66smo4> (dostęp dnia 25 czerwca 2013).

Na berlińskiej scenie nadal zbyt mało jest także dużych, liczących się na światowym rynku przedsiębiorstw. Nowo powstałe firmy zdecydowanie częściej zaś godzą się na odkupienie ich przez większych graczy niż na samodzielne rozwijanie się i inwestowanie we własną markę⁴⁶.

Rozwój berlińskiej sceny start-upów będzie jednak zależał nie tylko od liczby inwestorów czy przystosowania urzędniczej maszyny. Duże znaczenie w tym procesie odegra też mentalność i kultura pracy. W Niemczech strach przed popełnieniem biznesowego błędu wciąż jest dziś większy niż chęć wprowadzania na rynek innowacyjnych produktów⁴⁷. Nadal niewielu młodych ludzi cechuje także tak zwana „Silicon Valley attitude”, czyli postawa polegająca na niezrażaniu się porażkami i wyciąganiu z nich konstruktywnych wniosków. Zmian będzie też wymagała kultura pracy w rozwijających się przedsiębiorstwach typu start-up. Firmy, by przyciągnąć i zaangażować pracowników, będą musiały wprowadzić pakiety socjalne, karnety sportowe czy zajęcia językowe⁴⁸.

Oczywiście zbudowanie dojrzałego ekosystemu będzie wymagało zaangażowania przedstawicieli wszystkich stron i kilkudziesięciu lat pracy. Jak podkreślał jednak jeden z przedstawicieli branży start-up, Paul Singh: „Krzemowa Dolina nie powstała w jedną noc. To proces, który

⁴⁶ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

⁴⁷ Na podstawie wywiadów przeprowadzonych przez autorkę.

⁴⁸ Annett Meiritz, *Start-up-Offensive...*, op. cit.

trwał pięćdziesiąt lat. Jednak z każdym pokoleniem ten ekosystem jest coraz silniejszy. Zakładam, że zbudowanie takiej [...] wspólnoty zajmie Berlinowi i innym niemieckim miastom około czterdziestu lat”⁴⁹.

PODSUMOWANIE

Europa to dziś jeden z najbardziej zurbanizowanych kontynentów na mapie świata. Metropolie są nie tylko centrami edukacji i kultury, lecz także siłą napędową naszych gospodarek⁵⁰. Zgodnie z teorią amerykańskiego ekonomisty Edwarda Glaesera to właśnie miasta wzmacniają najsilniejsze strony ludzkości; to w nich, dzięki mobilnym i utalentowanym jednostkom, rozwijają się innowacje i przed-



Miasta wzmacniają najsilniejsze strony ludzkości; to w nich, dzięki mobilnym i utalentowanym jednostkom, rozwijają się innowacje i przedsiębiorczość.

siębiorczość⁵¹. W dużym stopniu o sukcesie metropolii decyduje znalezienie unikalnego pomysłu na rozwój i wykorzystanie jej potencjału. To zaś jest możliwe tylko wówczas, gdy stworzy się miasta odpowiadające potrzebom przyszłych pokoleń: przyjazne, dobrze skomunikowane, otwarte na dialog i różnorodność kultur; budowane

⁴⁹ *Start Up Ecosystem Report 2012 Part one*, op. cit.

⁵⁰ Na podstawie raportu: *Miasta przyszłości. Wyzwania, wizje, perspektywy*, Komisja Europejska, Dykacja Generalna ds. Polityki Regionalnej 2011, http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/citiesoftomorrow/citiesoftomorrow_final_pl.pdf (dostęp dnia 5 maja 2013).

⁵¹ Por.: Edward Glaeser, *Triumph of the City: How Our Greatest Invention Makes Us Richer, Smarter, Greener, Healthier, and Happier*, Penguin, New York 2011.

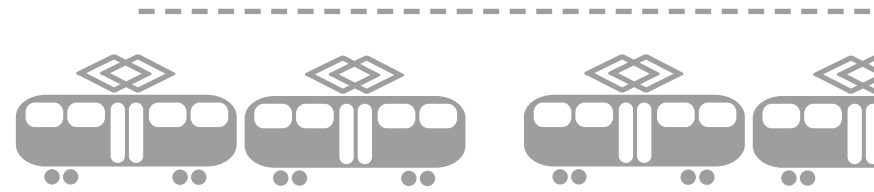
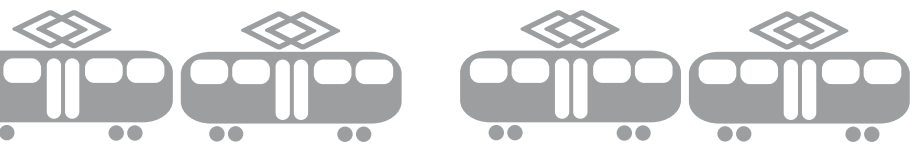
w oparciu o ideę zrównoważonego rozwoju oraz pielęgnującą tradycję międzypokoleniowego dialogu. Przykład Berlina czy polskiego Poznania pokazuje, że zbudowanie takich miast to długi i żmudny proces, wymagający zintegrowania działań lokalnych władz, instytucji naukowych oraz świata biznesu i polityki na poziomie państwowym⁵². Dotychczasowe sukcesy Berlina są jednak dowodem, że ten wysiłek się opłaca. W końcu tylko w przyjaznych i innowacyjnych metropoliach wychowamy kreatywne i skutecznie szukające odpowiedzi na wyzwania przyszłości pokolenia, zapewniając sobie tym samym konkurencyjność na arenie międzynarodowej.

Współpraca: **Daniel Schmuck**

Za pomoc w przygotowaniu materiału, cenne uwagi i spostrzeżenia dziękuję: **Łukaszowi Gadowskiemu, Arkadiuszowi Hajdukowi, Łukaszowi Jaworskiemu, Łukaszowi Mrozowi, Wiktorowi Schmidtowi oraz Jakubowi Wojsykowi.**

Weronika Przecherska – ekspertka ds. polityki Niemiec, analityk polityczny w Instytucie Obywatelskim. Interesuje się dyskursem i komunikacją polityczną.

⁵² Potencjał Poznania jako polskiego ośrodka start-up został opisany na stronie Instytutu Obywatelskiego: Weronika Przecherska, *Polski potencjał*, 2 października 2013, <http://www.institutobywatelski.pl/16948/komentarze/polski-potencjal-222> (dostęp dnia 2 października 2013).



POSŁOWIE

Konrad Niklewicz

POMYSŁ PAŃSTWA NA MIASTA

Krajowa Polityka Miejska to pierwsze uporządkowane i opisane w jednym miejscu podejście państwa do rozwoju miast. Dokument, nad którym właśnie trwają prace, będzie miał duże znaczenie dla rozwoju polskich miast.

Elżbieta wicepremier Elżbiety Bieńkowskiej (to Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju odpowiada za przygotowanie Krajowej Polityki Miejskiej) stawia sobie ambitne zadanie. Krajowa Polityka Miejska ma uniknąć losu wielu innych programów czy strategii – zwłaszcza tych z lat dziewięćdziesiątych – które pozostały na półkach urzędów i obrastają dziś kurzem. Krajowa Polityka Miejska ma być skutecznym narzędziem, elementem Strategii Rozwoju Regionalnego, która naprawdę jest wdrażana i realizowana.

Głównym celem Krajowej Polityki Miejskiej jest wzmocnienie zdolności miast do kreowania zrównoważonego rozwoju, tworzenia miejsc pracy i poprawy jakości życia mieszkańców. Ten strategiczny cel do-

tyczy wszystkich miast, niezależnie od ich wielkości czy położenia. Krajowa Polityka Miejska podkreśla zarazem, że cel ten nie może być „realizowany kosztem przyszłych pokoleń”. Każda inwestycja, każde działanie musi odbywać się z poszanowaniem zasobów (ziemi, energii i innych) i zasad zrównoważonego gospodarowania nimi. Autorzy Krajowej Polityki Miejskiej wyszli bowiem z założenia, że przestrzeń miejską też można gospodarować rabunkowo – trwale ją niszcząc.

Tak zdefiniowany rozwój można rozpiąć na kilka konkretów. Po pierwsze, Krajowa Polityka Miejska ma pomóc w powstrzymaniu żywiołowej suburbanizacji, czyli „rozlewaniu się miast” – promuje ideę miasta zwartej. Po drugie, wdrożenie Krajowej Polityki Miejskiej ma zwiększyć partycypację społeczną, czyli udział mieszkańców w zarządzaniu miastem i planowaniu jego rozwoju. Trzecim zadaniem do wykonania w ramach Krajowej Polityki Miejskiej jest kompleksowa rewitalizacja miast, nieograniczająca się tylko do odnowy infrastruktury. Czwartym jest przygotowanie miast do nieuniknionej już zmiany demograficznej. Wreszcie piątym – powiązanie miast z ich „obszarami funkcjonalnymi”, czyli, upraszczając, ościennymi gminami, zależnymi od miejskiego systemu transportu, rynku pracy, edukacji, ochrony zdrowia i innych usług publicznych.

Żeby zwiększyć swoją skuteczność, Krajowa Polityka Miejska skupia się tylko na 10 obszarach: kształtowaniu przestrzeni, partycypacji społecznej, transporcie i mobilności miejskiej, niskoemisyjności i efektywności energetycznej, rewitalizacji, polityce inwestycyjnej,

rozwoju gospodarczym, ochronie środowiska, demografii i, *last but not least*, zarządzaniu obszarami miejskimi.

Zaletą Krajowej Polityki Miejskiej ma być czytelne przedstawienie sposobów jej wdrażania.

- Dokument definiuje te elementy prawa, które muszą być zmienione, by założenia Krajowej Polityki Miejskiej można było wprowadzić w życie.
- Krajowa Polityka Miejska będzie obowiązkową „instrukcją” dla wszystkich instytucji rządowych, zidentyfikowanych jako kluczowe w danym temacie. Innymi słowy: resorty nie będą mogły prowadzić działań niezgodnych z przyjętą przez Radę Ministrów Krajową Polityką Miejską.

Autorzy Krajowej Polityki Miejskiej mocno podkreślają, że nie może ona (sama z siebie) niczego narzucić najbardziej zainteresowanym, czyli samorządom – zgodnie z zapisaną w Konstytucji RP niezależnością samorządów od władzy centralnej. Autorzy Krajowej Polityki Miejskiej mają jednak nadzieję, że samorzady będą kierować się zasadami w niej zapisanymi, potraktują ją jako „zbiór zaleceń i preferowanych przedsięwzięć”. Tym bardziej że praktycznie we wszystkich obszarach opisanych w Krajowej Polityce Miejskiej samorzady są „skazane” na współpracę z instytucjami centralnymi. A te ostatnie będą zapisami Krajowej Polityki Miejskiej związane.

Rząd podkreśla, że czas realizacji Krajowej Polityki Miejskiej sięga 2020 roku. Wynika to z faktu, że jest ona elementem wdrażania strategii rozwoju regionalnego na lata 2010–2020. Trzeba jednak podkreślić: Krajowa Polityka Miejska nie jest programem wdrażania funduszy UE na lata 2014–2020. Jej zapisy pomogą wydać te fundusze w najbardziej optymalny sposób. Konsekwencje wdrożenia Krajowej Polityki Miejskiej wyjdą daleko poza rok 2020 – i dlatego polityka ta nie może być utożsamiana tylko z tym okresem lub tylko z funduszami europejskimi.

Konrad Niklewicz – współpracownik Instytutu Obywatelskiego, doradca Platformy Obywatelskiej RP, były wiceminister rozwoju regionalnego.

Instytut Obywatelski to *think tank* polityczny. Stanowi eksperckie zaplecze partii Platforma Obywatelska RP. Instytut jest ośrodkiem badawczo-analitycznym. Prowadzi działalność ekspercką, wydawniczą i edukacyjną. Działa od marca 2010 roku. Motto działalności IO brzmi: „Myślimy, by działać. Działamy, by zmieniać”.

Naszym celem jest:

- promowanie i upowszechnianie idei społeczeństwa obywatelskiego
- rozpoznawanie czynników negatywnych dla jakości życia społecznego
- podnoszenie poziomu jakości debaty publicznej
- tworzenie mechanizmów rozwijających współpracę pomiędzy politykami różnych szczebli, przedstawicielami mediów i obywatelami

Instytut Obywatelski realizuje swoje cele poprzez:

- inicjowanie debat społecznych
- przygotowywanie raportów i analiz
- organizowanie konferencji, szkoleń, odczytów, warsztatów
- nawiązywanie współpracy z polskimi oraz zagranicznymi organizacjami, fundacjami i stowarzyszeniami



ul. Wiejska 12 lok. 9

00-490 Warszawa

www.instytutobywatelski.pl

biuro@instytutobywatelski.pl