

Załącznik nr 2.

Transkrypcja wszystkich pomysłów i idei wniesionych na forum grup warsztatowych w formie hasłowej (pisownia zgodna z oryginałem).

Warsztat nr 1 – ul. Żegańska 1a, biblioteka, Międzylesie

Wawerskie Centrum Kultury

- Ponad podziałem na osiedla
- Coś, z czym może się utożsamić każdy mieszkaniec
- Stwórzmy coś mniejszego teraz!
- Siła w osiedlach
- Obawa: wszystkie środki pójdą na WCK!
- Problem komunikacji – jak dotrzeć do WCK – tylko dwa autobusy (postulat zwiększenia liczby autobusów i poprawienia komunikacji)
- Miejsce przeżywania piękna
- Miejsce prezentacji projektów klubów kultury
- Kawiarnia artystyczna – miejsce spotkań i tworzenia się projektów
- Dla całego Wawra!
- Nie zabiera tego co tworzą kluby kultury, tylko nowe projekty
- Miejsce dla NGO
- Płaszczyzna do realizacji wspólnych działań
- Miejsce spotkania osób, dla których kultura jest ważna
- Miejsce wymiany doświadczeń
- Program: Projekty międzynarodowe, zatrudnianie krótkotrwale osób, które mogłyby realizować projekty (na czas ich trwania)
- Rada Programowa!
- Miejsce kreowania kultury przez każdego
- Dla każdego!
- Osoba koordynująca?
- Miejsce z infrastrukturą (sala widowiskowa, galeria, restauracja)
- Oferta skierowana do różnych grup wiekowych (dla młodzieży!)
- Miejsce zarządzania komunikacją i informacją

INFORMACJA

- Słup ogłoszeniowy
- Niech to będzie coś wyjątkowego (np. Słup w stylu świder majer)
- Szum informacyjny przeszkadza
- Brakuje wizualizacji

- Uatrakcyjnienie i scentralizowanie przepływu informacji (żeby nie było tak, że osiedle coś organizują i tylko osiedle o tym wie)
- Postulat o przejrzystości przekazu internetowego
- Słupy się nie sprawdzają
- Wypracowanie znaku firmowego (logo wydarzeń kulturalnych dzielnicy) – ułatwia informację
- Bezpośrednie zaproszenie
- Orientacja wertykalna plakatów plus na poziomie oczu
- Pomysł, żeby najbardziej atrakcyjne plakaty gromadzić (i wystawiać!)
- Stacje kolejowe, benzynowe – jako dobre miejsca rozpowszechniania informacji
- Co? Gdzie? Kiedy? – informator kulturalny Wawra
- Informacja w komunikacji miejskiej
- Pomysł żeby istniał wzór plakatu
- Informacja szeptana
- Facebook, Twitter – profile na portalach społecznościowych – Kulturalny Wawer
- Dotarcie do młodzieży
- Mailing
- Większa ilość plakatów na stacjach zaśmiecałaby teren wokół stacji
- Inne miejsca (np. sklepy)
- Centralne miejsce – centrum informacji
- Centrum Zdrowia Dziecka – jako miejsce informacji dla osób przyjezdnych
- Systematyczne informacja
- Kampania informacyjna
- Odpowiednia forma i czas (nie po wydarzeniu)
- Kompletna, rzetelna informacja
- Skuteczne i konkretne docieranie
- Aktualizowana na bieżąco strona www
- Newsletter – raz na tydzień, miesiąc
- Parafie jako miejsce przekazywania informacji o dużym zasięgu
- Dobosz Wawerski!
- SMS-Y – istnieje baza numerów w Urzędzie Dzielnicy
- Dzielnicowe Bilbordy
- Radiowęzeł na Stacjach PKP (głośniki - już istniejąca infrastruktura)

AKTYWIZACJA

- Stworzyć poczucie wspólnoty
- Współuczestniczenie w kulturze
- Działania integracyjne (np. przez internet)
- Stworzenie możliwości zaistnienia, uczestniczenia społecznościom lokalnym
- Imieniny ulicy, wyprzedaże garażowe
- Wypracowanie misji
- Aktywizacja przez specjalizację
- Lepsza oferta kulturalna – bardziej włączająca mieszkańców
- Aktywizacja ?

- Możliwość współpracy z NGO z innych dzielnic i terenów
- Sygnał, że coś jest nie dla wszystkich – może skłonić do udziału
- Kształtowanie patriotyzmu lokalnego (np. poprzez koszulki z napisami: „Wawer to stolica, reszta to okolica”, „Wawer żąda dostępu do morza”)
- Promocja: strona www. „Wawer potrafi”
- Wawer jako puzel, jako część Warszawy, a nie sypialnia!
- Rozpoznanie potrzeb społeczności lokalnych
- Wypracowanie „marki” koncertów Falenickich, czy wieczorów poezji
- Wykorzystanie lokalnych zasobów
- Liderzy lokalni
- Pozwolić ludziom zaistnieć
- Warsztaty, integracja środowiska
- Wpajanie wartości Kultury poprzez edukację (Projekty, rola NGO)
- Badania socjologiczne: dlaczego ludzie siedzą w domach?
- Diagnoza środowiska
- Aktywizacja związana z informacją (tego i tego dnia jest...)
- Koordynator pozyskujący pieniądze (kwestie prawne)
- Znane osoby, które promowałyby wydarzenia
- Dobra oferta
- Aktywizacja społeczności lokalnych
- Odczarowanie przekonania co do oferty
- Zachęcenie do działania, do współpracy – dawanie/branie
- Istnieją bierni odbiorcy

WSPÓŁPRACA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH, KLUBÓW KULTURY I URZĘDU DZIELNICY

- Informacja plus aktywizacja plus \$ (PLN) = współpraca
- Więcej dotacji dla NGO
- Mniejsza roszczeniowość NGO
- Urząd jako baza kontaktów
- Urząd szuka rozwiązań, a nie problemów
- Kluby Kultury – udostępniają dla NGO np. salę
- Nie tworzyć nowych, wspierać istniejące (nie rozpraszać energii)!
- Uproszczona procedura współpracy
- Komisja Dialogu Społecznego - internet
- Podtrzymanie dobrej współpracy z Urzędem
- Tworzenie sieci (np. wśród Klubów Kultury)
- Współpraca ze szkołami
- Edukacja kulturalna w szkole (jako konkurencja dla klubów kultury – tak jest czasami postrzegana)

WYRÓŻNIK WAWRA W OBSZARZE KULTURY

- Osiedle poetów
- Świder Majer

- Kolej, linia Otwocka
- Letnisko
- Mazowiecki Park Krajobrazowy
- Uniwersytet Trzeciego Wieku
- Muzeum literatury na Trawiastej
- Walory turystyczne – połączenie kultury i turystyczne
- Wawer żąda dostępu do Wisły (rezerwat przyrody, przystań, most?)
- Tradycje szkutnicze, żeglarskie
- Zabytkowe perony
- Żydzi Faleniccy
- Wawer teatrem stoi!
- Teatr eksperymentalny
- Festiwal teatralny (postulat, aby się odbywał)
- Zabytki
- Klimat
- Wydmy
- Ekologia i ochrona środowiska
- Martyrologia
- Historycy , historia
- Miejsce wypoczynku i promocji zdrowia
- „W zdrowym ciele zdrowy duch”
- Walka z graffiti podkreśleniem walorów
- Projekt, kampania, której celem byłoby wypracowanie w ludziach poczucia, że wszystko jest wspólny
- Adopcja stacji kolejowych np. przez organizacje pozarządowe
- Ścieżki kulturowe łączące walory przyrodnicze, historię i inne elementy (osoby znane obecnie mieszkające)
- Konkurencja dla Powsina
- Turystyka=restauracje
- Amfiteatr pod gołym niebem

Warsztat nr 2, Szkoła Podstawowa nr 109 w Zerzeniu, ul. Przygodna 2

PRACA W GRUPACH:

AKTYWIZACJA

Podgrupa 1

- Informacja wiąże się bezpośrednio z aktywizacją!
- Rozumienie środowiska *
- Liderzy – animatorzy społeczni
- Młodszy dla starszych
- Oferta mieszana (dzieci +dorosły) *

Podgrupa 2

- Jest to działanie związane z informacją, zmierzające do pobudzenia ludzi i zaangażowania w życie kulturalne, uświadomienie potrzeby poprzez warsztaty
- Realizacja przez: wydarzenia, festyny, pikniki itp., będące okazją do uzyskania informacji „mimoходом”

Podgrupa 3

- Uczestnictwo, poruszenie, pobudzenie, świadomość, uświadomienie potrzeb
- Organizacja wystawy plenerowej pokazującej ludzi w działaniu * * * *
- Atrakcyjne formy wydarzeń, odchodzenie od schematu podziału wieku uczestników *
- Współtworzenie – uczestnik + organizator = wspólny efekt

Podgrupa 4

- Zainteresowanie ofertą, mobilizacja do działania – mają prowadzić do działania
- Ciekawa oferta
- Wyjście do ludzi
- Indywidualizacja
- Oryginalność
- Wzbudzenie potrzeby, ciekawości, świadomości
- Realizacja pomysłów mieszkańców * *

Podgrupa 5

- Mobilizacja do większej aktywności działających już ośrodków kulturalnych
- Wspieranie Aktywności społeczności lokalnej * *
- „Wolontariusz kultury” – Pomoc dla działań kulturalnych, działalność non-profit/społeczna * * * * *
- Zaszczepienie w ludziach chęci do uczestnictwa w różnych wydarzeniach

INFORMACJA

Podgrupa 1

- Ulotki, plakaty, foldery, bilbord
- Internet, propagowanie www *
- Gazetki osiedlowe
- Baza adresów www, informacja „szeptana”

Podgrupa 2

- Informacja - metody i sposoby dotarcia do odbiorcy
- Strona www z kompleksową informacją o pełnej ofercie, promocja tej strony
- Wykorzystanie mediów lokalnych
- Na plakatach ulotkach z ofertą o poszczególnych wydarzeniach *

Podgrupa 3

- Bezpłatna gazетка z ofertą kulturalną *****9
- Zmiana formy przekazu
- Gazety lokalne
- Kościoł, szkoły, kluby, OPS, biblioteki
- Kontakty indywidualne,
- Internet

Podgrupa 4

- Skuteczność w docieraniu do adresata
- Więcej informacji w mediach
- Znaleźć sposób na media
- Wsparcie ze strony urzędu
- Więcej miejsc do plakatowania – na stacjach kolejowych (gminne bilbordy)
- Wsparcie w informacji w Internecie – strona o kulturze tylko Wawra
- „Kurier Wawerski” bardziej aktualny i z większą redakcją

Podgrupa 5

- Stosowanie nowoczesnych technik promocji m. in. telebimy
- Docieranie do ludzi (różnymi drogami)
- Kontakt indywidualny poczta pantoflowa *
- Facebook
- Pozyskanie sponsorów (działających lokalnie) **
- Wydział Kultury – newsletter, strony www
- Wawerskie Centrum Kultury – promocja klubów lub informacja kulturalna

WAWERSKIE CENTRUM KULTURY

Podgrupa 1

- Zagrożenie dla klubów kultury (finanse)
- Niejasna struktura, konieczna odpowiednia baza
- Inny czas realizacji – info zwrotne

Podgrupa 2

- Centralizacja informacji i promocji poszczególnych klubów kultury, placówek, wydarzeń
- Zadanie: promocja projektów kulturalnych innych placówek, wsparcie w zakresie lokalowym – sala widowiskowa

Podgrupa 3

- Miejsce otwarte na duże wydarzenia (profesjonalne zaplecze, sala widowiskowa, scena)*
- Zachowanie tożsamości klubów kultury ***
- Centrum informacji o ofercie kulturalnej w dzielnicy
- Dodatkowe zaplecze dla organizacji do organizacji działań kulturalnych

Podgrupa 4

- Centralizacja kultury Wawra?
- Realizacja większych projektów
- Wawer za duży powierzchniowo – struktura dzielnicy nie sprzyja centralizacji *
- różne akcje dotychczasowe nie wymagały centralnego zarządzania

Podgrupa 5

- WCK jako miejsce a nie instytucja
- Tak jak informacja turystyczna – centrum promocji kultury na Wawrze ***
- Bazy danych – newsletter

WSPÓŁPRACA POMIĘDZY NGO, KLUBAMI KULTURY I URZĘDEM DZIELNICY

Podgrupa 1

- Wymiana ofert, doświadczeń, baza, infrastruktura, specjaliści

Podgrupa 2

- WCK – parasol łączący sektory NGO plus kluby kultury, łączenie inicjatyw różnych placówek tj. szkoły plus domy kultury plus NGO itp.

Podgrupa 3

- Stworzenie forum współpracy środowisk na rzecz kultury w Wawrze**
- wspólne planowanie kalendarza wydarzeń *

Podgrupa 4

- Realizacja wspólnych przedsięwzięć i wymiana informacji plus wsparcie finansowe
- Urząd i kluby winny wspierać NGO
- Preferować współpracę z młodzieżą i organizacjami w środowisku młodzieżowym
- Współpraca z instytucjami prywatnymi

Podgrupa 5

- Wspólne działania
- Otworzyć się na Warszawę (inne dzielnice)
- Nie bać się siebie nawzajem (kluby versus ngo)
- W dzielnicy jest OK.

WYRÓŻNIK DZIELNICY W OBSZARZE DZIELNICY

Podgrupa 1

- Duża baza domów kultury
- Logo ***** (15)
- Świdermajer
- Skansen *
- Stworzenie wyjątkowej imprezy – najbardziej zielona dzielnica – plener

Podgrupa 2

- Sięganie do historii, tradycji dzielnicy * * *
- Architektura Świdermajer
- Uzdrowski, letniskowy charakter rejonu
- Akcje plenerowe
- Wykorzystanie atrakcji leśnych
- Historyczne perony
- Historia kolei

- Rodzinne grzybobranie

Podgrupa 3

- Zieleń
- Ludzie kultury, pasjonaci
- Architektura drewniana
- Linia kolejowa

Podgrupa 4

- Cisza, spokój, wypoczynek,
- Świdermajery, laski
- Mazowiecki Park Krajobrazowy
- Długa linia brzegowa Wisły
- Kolejka centralnie idąca przez dzielnicę
- Rozwój – coraz więcej mieszkańców

Podgrupa 5

- Coś, co już funkcjonuje – bardzo dobra działalność Domów Kultury – nasz potencjał
- Coś co może nas wyróżnić – infrastruktura plus finanse
- Pomysłowe ziarenko

Warsztat nr 3, XXV LO, ul. Halna 20

INFORMACJA

Podgrupa nr 1

- Wiadomość o tym co się dzieje, która dociera do ludzi
- Bezpośrednie kierowanie
- Więcej plakatów itp. z informacjami

Podgrupa nr 2

- Zamiast kłaść ulotki w jednym miejscu, przedstawiciel klasy powinien je rozdawać na godzinie wychowawczej
- Większy nacisk na informację w internecie, np. Facebook

Podgrupa nr 3

- Informacja – powiadomienie, reklama, Facebook/e-mail, szkoła, praca – jako centrum informacji

AKTYWIZACJA

Podgrupa nr1

- Aktywny udział w wydarzeniach, ilość ludzi, którzy biorą w czymś udział
- To zależy od zainteresowań, jeśli ktoś będzie chciał, to będzie uczestniczył w jakimś wydarzeniu

Podgrupa nr 2

- Edukacja w szkołach – informowanie nas o lokalnych wydarzeniach

Podgrupa nr 3

- Czemu ludzie nie interesują się kulturą w Wawrze?
 - Mały wybór wydarzeń
 - Brak czasu
 - Brak informacji
 - Brak towarzystwa
- Jak zapobiegać?
 - Informować
 - Zachęcać
 - Większa oferta

WAWERSKIE CENTRUM KULTURY

Podgrupa 1

- Główna siedziba Wawra, miejsca spotkań, wydarzeń
- Najpierw musi to powstać, najlepiej gdyby działały tam wydarzenia, warsztaty itp. dla każdej grupy wiekowej, aby wszyscy byli zainteresowani

Podgrupa 2

- Więcej koncertów, spektakle zachęcające młodzież
- Warsztaty teatralne, fotograficzne, z rysunku, taneczne itp.

Podgrupa 3

- Miejsce ogólnego rozwoju kulturalnego: sala wykładowa/warsztaty, kino, teatr, biblioteka, sala koncertowa, sala rekreacyjna (kanapy, muzyka ...)

WSPÓŁPRACA NGO, KLUBÓW KULTURY I URZĘDU

Podgrupa nr 1

- Współpracowanie, realizowanie różnych pomysłów,

- jak promują, to jest zależne od ludzi, pomysły w szkole na temat np. organizowania niektórych wydarzeń

Podgrupa nr 2

....

Podgrupa nr 3

....

WYRÓŻNIK DZIELNICY W OBSZARZE KULTURY

Podgrupa nr 1

- Więcej miejsc rozrywkowych (np. kina, teatry, które powinny być)
- Więcej wydarzeń łączących duże grupy ludzi - powinno być

Podgrupa nr 2

- Eko Wawer, dbanie o naturę
- Więcej imprez kulturowych

Warsztat nr 4, Klub Kultury „Marysin”, ul. Korkowa 96

INFORMACJA

- Informacja – czym jest?
 - To co się dzieje w Dzielnicy Wawer
 - Dane odnośnie jakiegoś wydarzenia (konkretne!)
 - Konkretna treść przekazana przez nośnik
 - Wiedza na konkretny temat
 - Opis wydarzenia plus charakterystyka
 - Wiadomość, która przepływa między ludźmi zmienia pojęcie o czymś
 - Sposób skontaktowania się z mieszkańcami
 - Wiadomość do wysłania w przestrzeń odbiorcy
 - Konkretna, precyzyjna wiadomość
 - Przekaz wiadomości od twórcy i organizatora dla odbiorcy
 - Dotarcie do grup i osób, które nie rozumieją tematu. Proste i szybkie podanie informacji
 - Podanie wiadomości w ciekawy, kolorowy sposób. Forma plus treść
 - Skuteczność dotarcia!
- Informacja – jaka powinna być?
 - Plakaty, ulotki – brak miejsc do rozklejania
 - Internet – strona www, jak skłonić ludzi do wchodzenia na stronę?

- Rola szkół. Dzieci przekazują rodzicom. Szkoła ma przekazać inf. i uczy jak szukać
- Media. Ulotki w liniach komunikacji miejskiej
- Jak dotrzeć do osób starszych?
- Bilbordy
- Tablice świetlne (widoczne!)
- Fundusze na informacje
- Portale skocznościowe
- Poczta pantoflowa – łańcuszek
- Karteczka dla rodziców z informacją (dzieci zapominają)
- Lokalna informacja (każdy klub) + ogólna z urzędu
- Medialna
- Ulotki – konkretne, zawierają konkretne informacje (gdzie? Jak dojechać? Itp.)
- Współpraca ośrodków kultury i szkół żeby nie były konkurencją ale żeby uzupełniały
- Biblioteka w Miedzeszynie - neon
- Atrakcyjna, czytelna (dla młodych odbiorców)
- Radio Wawer
- Informator kulturalny Wawra (brak jednej spójnej informacji) – wersja internetowa + koordynator informacji (kulturalnych)
- Informacja nie tylko dla Wawerczyków ale i dla wszystkich Warszawiaków
- Słupy do wykorzystania
- Plakaty wielkoformatowe
- Likwidacja Warexpo jako szansa
- Internet – mailing
- Sms – wysyłka do zainteresowanych klientów Urzędu
- Banery nad ulicą Patriotów
- Wkładka do kościelnych gazetek – bardzo szerokie grono odbiorców
- Ulotka z info o klubach kultury (oferta) na stacjach PKP, Biedronka, rozdawanie na ulicy
- Wykorzystanie nowoczesnych nośników informacji – np. coś oryginalnego – wlepki, rysowanie logo (kolaż na chodniku)
- Mailing – legalnie i masowo, wszelka forma informacji kulturalnej
- Koordynator – zbiera, spina, informuje
- Czwartek – najlepszym dniem na dostarczanie informacji
- Współpraca między placówkami! Wzajemna promocja
- Koperta na ulotki – „kultura Wawer”
- Subskrypcja strony www, info. o aktualnościach, kampania informacyjna
- Czy są skuteczne plakaty i ulotki? – wątpliwości

AKTYWIZACJA

- Aktywizacja – czym jest? Co robić?
 - Wiąże się z informacją
 - Dostosowanie oferty
 - Płacenie, koszt – jako warunek uczestnictwa
 - Sposób nakłonienia do uczestnictwa (różnych grup społecznych) w wydarzeniach kulturalnych

- Poprzez wyjście z ofertą do szkół
- Poprzez pracę wolontariuszy , stażystów, praktykantów
- Badanie potrzeb – pierwotne!
- Kultura jako produkt (na sprzedaż, przedstawienie w sposób wykorzystujący narzędzia marketingowe)
- Zaproszenie w inny sposób niż dotychczas
- Warsztaty uliczne
- Sztuka w przestrzeni miejskiej – jako sposób pokazania tego co się dzieje
- Plenerowa prezentacja kulturalnej oferty
- Pomysły „z miasta” na prezentację prezentacji (oferty)
- Wawerskie wychodzenie do miasta (ściągnięcie do Wawra)
- Tworzenie mody na zainteresowanie kulturą
- Programy dla szkół „jestem z Wawra”
- Działanie w niezainteresowanym środowisku w celu zainteresowania (kulturą)
- Pozytywny przekaz, zaproszenie do czegoś
- Gadżet – każdy uczestnik dostaje coś (coś dla ducha, coś dla ciała)
- Długie działanie (na lata) – zastosować wszystkie możliwe środki
- Lokalni przywódcy (ksiądz proboszcz)
- Informacja wizualna + poczta pantoflowa
- Działania systemowe, konsekwentnie powtarzać
- Gazeta lokalna – identyfikacja
- Osobiste zaproszenie
- Nakaz z góry ;-)
- Małe kwoty (opłaty za uczestnictwo)
- Droga pocztowa – zaproszenie pisemne, imienne
- Zachęcenie prezentami
- Aktywizacja młodzieży poprzez stowarzyszenie
- Promowanie klubów kultury
- Organizowanie koncertów, imprez ze znanymi twórcami (próba zarobienia na kulturze)
- Dni otwarte, pierwsze zajęcia gratis (np. wspólna akcja klubów), otwarty tydzień
- Moda na uczestnictwo „salon wawerski”
- Na młodych nie działa nakaz a zakaz
- Przewodnik. Ścieżka dydaktyczna + promocja

WAWERSKIE CENTRUM KULTURY

- Bez góry sterującej, kluby pozostają klubami
- Oddzielna sala widowiskowa – tak!
- Kształt (kluby) pozostają bez zmian (kluby pozostają niezależne i samodzielne)
- Jako coś co promuje kluby i dzielnice
- Centrum – nie
- Za te pieniądze dofinansować istniejące kluby
- Żeby nie zabrakło środków (Centrum) na kulturę

- Żeby nie było kolejnym klubem
- Żeby działało ogólnie, żeby ludzie przyjeżdżali z zewnątrz
- Zajmuje się promocją, uzupełnia ofertę
- Koordynator oferty kulturalnej
- Miejsce do wykazania się ludzi z Urzędu (Wydziału Kultury)
- Żeby nie zabrało miejsc pracy
- Nie kosztem klubów (ich istnienia i funkcjonowania)
- Zarządza Wydział Kultury (nie tworzyć osobnej struktury i dyrektora)
- Centralna kultura – jako zagrożenie
- Tworzenie dodatkowej czapy
- Wiele placówek blisko ludzi, środowisk – zdobycz demokracji
- Pozostawienie klubów
- WCK miałyby koordynować
- Nowa nazwa: Agencja Promocji Warwa, Promocyjna Agencja Wawra (PAW)
- Imprezy centralnie kierowane – odpowiedzialność za kontakty z miastem, organizacja wydarzeń, zdobywanie zezwoleń, integracja działań na rzecz lokalnych inicjatyw
- Konkurs na logo i nazwę
- Konsultacje są cenne ale przed uchwałą
- Alternatywna oferta do klubów kultury
- Placówka promująca kluby kultury
- Ciało zarządcze – Wydział Kultury – promowanie artystów i klubów kultury z linii otwockiej
- Cel: oferta kulturalna, edukacyjna, wydarzenia sportowe, z naciskiem na funkcje promocyjną
- Nie oddzielny klub kultury
- Konsultacje przed uchwałą, może mieszkańcy by nie chcieli żeby powstało!
- WCK: szukanie pieniędzy dla klubów
- Nie powinno powstać – powinny się rozwijać istniejące kluby
- Apel do władz Dzielnicy o zwiększenie przychodów; napływają nowi mieszkańcy, (którzy powinni być źródłem podatków)
- Odpowiedni, osobny budżet dla Promocyjnej Agencji Wawra; organizacja dużych imprez, promowanie, kluby kultury – mniejsze imprezy
- Inspiracja – Grodzisk Mazowiecki – sposób zarządzania + zarządzanie kulturą, burmistrz w Grodzisku Mazowieckim wizjoner. Uczmy się od najlepszych

WSPÓŁPRACA POMIĘDZY NGO, KLUBAMI KULTURY I URZĘDEM DZIELNICY

- Stowarzyszenia
- Udział władz w wydarzeniach kulturalnych (kluby, szkoły) – zawsze ktoś obecny
- Nie wiedzą co się dzieje – brak zainteresowania ze strony radnych
- Zmniejsza się liczba organizacji pozarządowych
- Współpraca klubów i organizacji pozarządowych (Fundacja Kanadyjska i dom dziecka na ul. Paprociowej)
- Jako sposób pomocy działalności klubów
- Nie tworzyć nowych organizacji pozarządowych

- Wolontariat – dużo się na nim opiera

WYRÓŻNIK

- Świdermajer
- Letniskowy charakter
- Zielone płuca warszawy
- Ośrodki zdrowia – promować kulturę wokół ośrodków zdrowia (np. Centrum Zdrowia Dziecka)
- Sport i rekreacja
- Wisła
- Linia kolejowa jako łącznik
- Nie wykorzystanie kapitału ludzi znanych mieszkających w Dzielnicy
- Odwołanie się do historii (osoby historyczne, dzielnice historyczne – Anin)
- Ścieżka historyczna
- Produkt turystyczny
- Przyroda. Rezerwat ścisły
- Wyróżnik: ludzie - artyści