



**„Szanse i kierunki rozwoju turystyki  
Osiedle Nikiszowiec”**

**Opracowanie diagnostyczne przygotowane przez  
Stowarzyszenie Fabryka Inicjatyw Lokalnych  
na zlecenie Urzędu Miasta w Katowicach.**

Katowice, listopad 2015

## Spis treści

I.	Wstęp .....	4
1.	Uzasadnienie badań .....	4
2.	Autorzy opracowania.....	5
II.	Część teoretyczna nt. Nikiszowca.....	9
1.	Informacje ogólne .....	9
2.	Walory historyczne .....	9
3.	Położenie .....	11
4.	Uwarunkowania komunikacyjne .....	12
4.2	Przejazd samochodem .....	12
4.2	Przejazd pociągiem .....	12
4.3	Samolot .....	12
4.4	Komunikacja publiczna – autobusy .....	13
5	Oferta usługowa – gastronomiczna, kulturalna i hotelowa.....	13
6	Obiekty w obszarze Nikiszowca, istotne z punktu widzenia turystyki odwiedzane przez turystów lub zalecane do uwzględnienia w trasie turystycznej .....	21
7	Aktualne „narzędzia” wspierające turystykę w Nikiszowcu .....	22
8	Informacja turystyczna.....	22
9	Strategie regionalne i lokalne.....	23
9.1	Strategia Rozwoju Kultury W Województwie Śląskim Na Lata 2006-2020.....	23
9.2	Wojewódzki Program Opieki Nad Zabytkami W Województwie Śląskim Na Lata 2014–2017 .....	23
9.3	Strategia Promocji Katowic .....	24
III.	Metodologia realizowanych badań .....	24
1.	Przedmiot i cel badań .....	24
2.	Problematyka badawcza .....	25
3.	Eksplikacja kluczowych pojęć .....	25
4.	Metody i techniki badawcze. ....	26
5.	Dobór próby .....	27
6.	Przebieg badań .....	28
IV.	Wyniki badań.....	29

1. Charakterystyka demograficzna badanej grupy.....	29
2. Osiedle Nikiszowiec w kontekście turystyki całego miasta Katowice .....	33
3. Charakter turystyki w ramach osiedla Nikiszowiec, źródła informacji i promocja .....	42
4. Walory turystyczne i poziom usług w opinii turystów .....	45
5. Kierunki rozwoju turystyki Nikiszowca – szanse i bariery .....	50
V. Wnioski i rekomendacje .....	53
1. Analiza SWOT.....	53
2. Rekomendacje.....	55
2.1 Turystyka Nikiszowca na tle całego miasta .....	55
2.2 Promocja .....	57
2.3 Rozwój turystyki w oparciu o zasoby lokalne .....	60
2.4 Uwzględnienie zmian na rynku turystycznym .....	61
2.5 Zakończenie .....	62
VI. Formularze .....	63
1. Wywiad kwestionariuszowy – wersja polska .....	63
2. Wywiad kwestionariuszowy – wersja angielska .....	70
3. Wywiad kwestionariuszowy – wersja niemiecka .....	76

## I. WSTĘP

### 1. UZASADNIENIE BADAŃ

Potrzeba badań pn. „Szanse i kierunki rozwoju turystyki - Osiedle Nikiszowiec” wynika z procesów, które w ostatnich latach zaszły i wciąż zachodzą w Nikiszowcu oraz w Katowicach.

Niekwestionowane i wyjątkowe na skalę całego regionu walory architektoniczne i kulturowe Nikiszowca przyciągają do tego miejsca coraz więcej turystów. Skala, na jaką odwiedzają oni Nikiszowiec oraz to, z jak różnych i odległych stron Polski i świata pochodzą, stawia przed lokalnymi podmiotami, mieszkańcami oraz instytucjami publicznymi zupełnie nowe wyzwania. Równocześnie – jak można zobaczyć nawet „gołym okiem” – poza liczbą, zmienia się i różnicuje profil przyjeżdżających do Nikiszowca turystów. Są to m.in. turyści biznesowi, indywidualni i zbiorowi turyści zagraniczni, turyści przybywający na określone imprezy. Zróżnicowani są także wiekowo. Dlatego tak ważne jest zidentyfikowanie potrzeb tych, którzy wybierają za cel swej podróży Nikiszowiec i Katowice.

Dotychczasowa oferta i usługi nakierowane na turystę nie nadążają za dynamicznym i w znacznym stopniu niekontrolowanym wzrostem ruchu turystycznego. Aby ta pozytywna tendencja była utrzymana – aby turyści powracali do naszego miasta i Nikiszowca, oraz zachęcali do tego innych, niezbędne jest więc lepsze rozpoznanie ich potrzeb oraz określenie na tej podstawie kierunków rozwoju ruchu turystycznego.

Dodatkowym wyzwaniem dla rozwoju ruchu turystycznego jest równoległa dbałość o to, aby nie zaszły w tym miejscu procesy gentryfikacyjne. Równowaga pomiędzy poszerzaniem oferty i usług turystycznych, a zaspokojeniem potrzeb mieszkańców jest wielkim wyzwaniem dla Nikiszowca. Pozbawienie osiedla jego rdzennej ludności odebrałyby mu to, co nadaje osiedlu jego autentyczny charakter i jest jednym z jego najważniejszych walorów. Stawienie czoła temu wyzwaniu wymaga odpowiedniego przygotowania i wiedzy na temat kierunków rozwoju Nikiszowca, a także działania przemyślanego i zintegrowanego.

Kolejnym powodem, z którego wynika potrzeba przeprowadzenia badań jest specyfika oferty turystycznej Nikiszowca. Osiedle leżące w granicach miasta Katowice kontrastuje z nowoczesnym i bardzo dynamicznie zmieniającym się w ostatnich kilku latach centrum Katowic, które stało się nową atrakcją turystyczną miasta i całego regionu. Ponadto Nikiszowiec, który wpisuje się w szerszą strategię promocji osiedli robotniczych,

posiada niepowtarzalne i nieporównywalne z innymi takimi obiektami walory. Dzięki temu, że miejsce to zachowało swoje pierwotne funkcje i wygląd, zajmuje wyjątkową rolę wśród tego typu osiedli. Dlatego strategia promocji Nikiszczowa powinna uwzględniać wszystkie te jego walory. A badania pomogą określić postrzeganie osiedla w szerszym kontekście oferty turystycznej.

Tym, co dopełnia znaczenie każdej atrakcji turystycznej jest odpowiednia infrastruktura turystyczna. Ta nie zawsze jednak dorównuje walorom miejsca. Tak też jest w przypadku Nikiszowca, który ze względu na relatywnie krótki okres rozwoju jako atrakcji turystycznej, stoi przed wyzwaniem rozwoju infrastruktury sprzyjającej turystyce.

## **2. AUTORZY OPRACOWANIA**

Stowarzyszenie Fabryka Inicjatyw Lokalnych jest od 2009 roku bardzo mocno zaangażowana w działania związane z rewitalizacją Nikiszowca, których podstawą jest praca z tutejszą społecznością lokalną. Za jeden z istotnych kierunków lokalnej pracy FIL uznaje właśnie wspieranie zrównoważonego rozwoju Nikiszowca w oparciu o wyjątkowe walory architektoniczno-kulturowe tego miejsca. Stowarzyszenie jest organizatorem bardzo dobrze rozpoznawalnych w regionie imprez, prowadzi także znane już w całej Polsce, a także poza jej granicami, Centrum Zimbaro. Istotą pracy FIL w Nikiszowcu jest ciągłość, systematyczność i długoterminowość. Bo jedynie takie podejście umożliwia przeprowadzenie gruntownej i trwałej zmiany.

Od 2008 roku w grudniu w każdy pierwszy weekend po Barbórcie FIL i związane z nim osoby organizują Jarmark Na Nikiszu, który z roku na rok staje się coraz bardziej rozpoznawalną imprezą. Poza jarmarkowym wymiarem imprezy, organizowane są wydarzenia kulturalne i pokazywane także walory tego miejsca – m.in. poprzez organizację bezpłatnych wycieczek po Nikiszowcu. Goście przyjeżdżający na Jarmark traktują to wydarzenie jako okazję do spędzenia czasu w wyjątkowy i niebanalny sposób. Jarmark, który na początku był imprezą adresowaną przede wszystkim do mieszkańców, obecnie wyraźnie zmienił swój charakter, stając się jednym z najważniejszych jarmarków zimowych w południowej Polsce, na który bardzo świadomie przyjeżdżają turyści z całego kraju i zagranicy. Nie ulega wątpliwości, że Jarmark – o którym z roku na rok coraz chętniej rozpisują się lokalne media, a w ostatnim czasie był także dostrzeżony przez media ogólnopolskie – jest jednym z tych wydarzeń, które ma największy wpływ na promocję Nikiszowca jako atrakcji turystycznej.

Podobne funkcje pełni kolejna organizowana przez FIL impreza – lipcowy „Odpust u Babci Anny”, realizowany od 2009 roku. Nawiązując do odbywającego się tego dnia kościelnego wydarzenia w Nikiszowcu, „Odpust u Babci Anny” ma charakter świecki. Wydarzenia przybiera formę jarmarku rękodzieła z towarzyszącymi wydarzeniami kulturalnymi. Dlatego, podobnie jak w przypadku zimowego jarmarku, na „Odpust u Babci Anny” świadomie przybywają nie tylko mieszkańcy Nikiszowca, ale także goście z całego regionu.

Bardzo ważne w organizowaniu obu imprez jest staranne wyselekcjonowanie rękodzieła, wykorzystanie niepowtarzalnej atmosfery rynku w Nikiszowcu, stworzenie ciekawej oferty kulturalnej. Na oba wydarzenia chętnie przybywają także przedstawiciele świata nauki, polityki, kultury, którzy stają się później ambasadorami Nikiszowca.

Stowarzyszenie wraz z mieszkańcami zrealizowało także inną inicjatywę służącą rozwojowi turystyki. Polegała ona na zaprojektowaniu i wykonaniu makiety Nikiszowca – pozwalającej każdemu odwiedzającemu spojrzeć na osiedle z lotu ptaka. Co ważne, to bardzo ciekawa i potwierdzająca niezwykłość Nikiszowca, perspektywa. Makieta umieszczona została przy placu kościelnym Kościoła św. Anny, w samym sercu nikiszowieckiego rynku, stając się kolejną atrakcją turystyczną.

Innym działaniem Stowarzyszenia, które bardzo istotnie przyczynia się do promocji Nikiszowca jest prowadzone Centrum Zimbardo. Jego powstanie związane jest z osobą znanego na całym świecie psychologa – Philipa Zimbardo, który po raz pierwszy odwiedził Nikiszowiec i spotkał się z przedstawicielami FIL w grudniu 2012 roku. Od tego czasu Profesor doceniwszy potencjał miejsca - odwiedza Nikiszowiec przy różnych okazjach. Dzięki staraniom FIL oraz wsparciu Profesora i Wydziału Pedagogiki i Psychologii UŚ, Centrum Zimbardo zostało otwarte w kwietniu 2014. Wydarzenie to zostało poprzedzone formalnym otwarciem w czerwcu 2013 roku - z powodu tego, że lokum pod przyszłe Centrum Zimbardo było wtedy jeszcze przed remontem, otwarcie miało charakter jedynie symboliczny. Jednak zarówno ta uroczystość jak i faktyczne zainauguowanie działalności Centrum spotkało się z ogromnym zainteresowaniem mediów, także ogólnopolskich. O Nikiszowcu w kontekście Centrum Zimbardo pisały m.in. Polska Agencja Prasowa, Onet.pl, Money.pl, „Gazeta Wyborcza”, „Polityka”. Informacje o otwarciu znalazły się także telewizji - Panorامية, TVP Kultura. Pozytywny obraz Nikiszowca został pokazany w mediach na ogromną i niespotykaną do tej pory skalę.

Zainteresowanie Centrum Zimbardo w Nikiszowcu nie zakończyło się jednak wraz z otwarciem tego miejsca. Systematycznie o działalności Centrum Zimbardo piszą media – zarówno lokalne jak i ogólnopolskie. Najlepszym tego potwierdzeniem jest wyemitowany w ostatnim czasie (20 września 2015 r.) w 1 TVP program z cyklu „Nie ma jak Polska”. Poświęcony Katowicom pokazywał je jako nowoczesne, dynamicznie rozwijające się miasto, gdzie równocześnie można zobaczyć tradycyjne miejsca – takie jak Nikiszowiec. Osiedle przedstawione zostało właśnie w kontekście Centrum Zimbardo.

Działalność Centrum Zimbardo oraz wspomniane wcześniej organizowane przez FIL imprezy poza tym, że bezpośrednio i w bardzo istotny sposób przyczyniają się do promocji Nikiszowca, przede wszystkim służą pozytywnej transformacji tego miejsca. Przyczyniają się do jego rozwoju, zmiany w myśleniu o Nikiszowcu wśród samych mieszkańców, jak i na zewnątrz.

Centrum Zimbardo w Nikiszowcu – jako miejsce spotkań, które zostało ulokowane w samym sercu zabytkowego osiedla – jest także miejscem organizacji wielu ciekawych wydarzeń kulturalnych, takich jak pokazy filmów, spektakle teatralne, koncerty. Wiele z nich jest realizowanych przy współpracy z profesjonalnymi instytucjami kultury, takimi jak: Teatr Śląski im. Stanisława Wyspiańskiego, Reaktor Katowice, Instytucja Kultury Katowice - Miasto Ogrodów. Poza oczywistym medialnym rozgłosem, organizowane na tak wysokim poziomie wydarzenia kulturalne przyciągają świadomą publiczność z całego regionu, która często zatrzymuje się tutaj na dłużej, chcąc zwiedzić przy okazji Nikiszowiec.

W tym kontekście na uwagę zasługuje rozpoczęta przez FIL współpraca z Festiwalem Tauron Nowa Muzyka, który w tym roku po raz pierwszy miał swoją scenę także w Centrum Zimbardo. Dzięki temu Nikiszowiec odwiedziło tego dnia wielu gości festiwalowych, którzy mogli poznać nie tylko nowoczesną część Katowic - Strefę Kultury, gdzie odbywał się Festiwal, ale zobaczyli także tradycyjne oblicze miasta. Wydarzenie to wpisuje się w kolejne działania FIL, oparte na jego nowej marce pn. Muzyczna Stacja Nikiszowiec. W jej ramach prezentowani są w Nikiszowcu ciekawi twórcy muzyczni i promowanie młodzi stażem artyści.

Centrum Zimbardo, które ma tak duże znaczenie dla promocji Nikiszowca, na co dzień jest miejscem spotkań lokalnej młodzieży. Praca z młodymi ludźmi, jako wielkim potencjałem osiedla i całej dzielnicy, jest obecnie jednym z najważniejszych naszych celów. Kładziony jest szczególny nacisk na to, aby młodzi ludzie wzmacniali swoją tożsamość i wzrastali w poczuciu świadomości walorów Nikiszowca. Celem jest także,

aby wśród młodych ludzi wyłonić tych, którzy będą w stanie w przyszłości pracować nad rozwojem turystyki w Nikiszowcu poprzez m.in. bycie lokalnym przewodnikiem, czy zaangażowanie się w działania na rzecz rozwoju osiedla.

Zdefiniowane przez FIL kierunki pracy nad zmianą w Nikiszowcu, której jednym z filarów są walory turystyczne osiedla, sprawia że Stowarzyszenie bezpośrednio realizuje działania związane z obsługą ruchu turystycznego. Przez kilka lat osoby związane z FIL społecznie oprowadzały po Nikiszowcu turystów, wycieczki, wizyty studyjne, delegacje. Od maja tego roku w ramach rozpoczętej działalności gospodarczej FIL prowadzi w Centrum Zimbardo sprzedaż lokalnych pamiątek, dzięki czemu Centrum przyciąga wielu turystów – chcących zakupić pamiątkę z Nikiszowca, dowiedzieć się o miejscu i Nikiszowcu. Dlatego Centrum Zimbardo pełni także funkcję nieformalnego punktu informacji turystycznej. Stowarzyszenie z tych samych powodów poszerzyło także ofertę wycieczek po Nikiszowcu, których wyróżnikiem jest doskonała znajomość lokalnych realiów i zmian, jakie zaszły w ostatnich latach na osiedlu. Prowadzone przez Stowarzyszenie działania zmierzają równocześnie do zintegrowania innych podmiotów z Nikiszowca, zajmujących się obsługą ruchu turystycznego – w formie sieci, która poza wymianą informacji, miałyby na celu stworzenie wspólnej oferty turystycznej.

Równocześnie warto wspomnieć, że działania FIL związane z rozwojem potencjału turystycznego nie ograniczają się tylko do Nikiszowca. Razem z lokalną społecznością Stowarzyszenie stworzyło i wydało w 2013 roku przewodnik po jednej z części Śródmieścia Bytomia – zwanej Kleinfeld lub Kleinfeld pn. "Wiele historie na Małym Polu". Celem publikacji było pokazanie niezwykłych, aczkolwiek niedocenianych walorów historycznych i architektonicznych tego miejsca oraz odtworzenie wraz z mieszkańcami historii powojennej tej części Bytomia. Równocześnie publikacja, przybierając formę przewodnika, służyć ma wzrostowi zainteresowania Kleinfeldem wśród osób odwiedzających Bytom i pokazanie go w zupełnie nowym kontekście - turystycznym. Przewodnik spotkał się z bardzo dobrym przyjęciem i zainteresowaniem - także instytucji i osób spoza województwa. Ze względu na sukces przedsięwzięcia planowane jest wydanie kolejnych takich publikacji po wybranych osiedlach i dzielnicach.

## **II. CZĘŚĆ TEORETYCZNA NT. NIKISZOWCA**

### **1. INFORMACJE OGÓLNE**

Nikiszowiec to katowickie osiedle mieszkaniowe, będące częścią dzielnicy Janów-Nikiszowiec. Wchodzi w skład Zespołu Dzielnic Wschodnich miasta Katowice. Dzielnica Janów-Nikiszowiec jest 7. pod względem powierzchni dzielnicą Katowic i 14. jeśli chodzi o liczbę ludności. Samo osiedle zamieszkuje około 3500 mieszkańców (dane z 2011 r.). Historia osiedla sięga roku 1908, kiedy to rozpoczęto jego budowę dla pracowników koncernu "Giesche", która trwała do połowy lat 20-tych XX wieku. Od 1924 roku osiedle było częścią gminy Janów, od 1951 roku częścią miasta Szopienice. W 1960 roku Nikiszowiec wspólnie z Szopienicami został wcielony do miasta Katowice.

Nikiszowiec to osiedle zabytkowe, stanowiące unikalny przykład budownictwa patronackiego, zachowanego niemal w całości. Dzisiejszy Nikiszowiec składa się z 9 bloków mieszkalnych oraz obiektów użyteczności publicznej, takich jak Muzeum Historii Katowic Dział Etnologii Miasta, szkoły podstawowej, zabudowań Parafii św. Anny, sklepów i zakładów usługowych, obiektów gastronomicznych. W Nikiszowcu znajduje się też kompleks sportowy „Jantor” wraz zapleczem hotelowym. Integralną częścią osiedla jest także zabudowa administracyjna związana z Kopalnią Węgla Kamiennego Wieczorek (Dyrekcja Kopalni, obiekty gospodarcze). W bezpośrednim sąsiedztwie osiedla znajdują się zabudowania czynnej kopalni z zabytkowym obiektem Szybu Pułaski na czele.

### **2. WALORY HISTORYCZNE**

#### **Rejestr zabytków nieruchomych**

Układ urbanistyczno-przestrzenny osiedla Nikiszowiec z lat 1908-1918 zgodnie z rozporządzeniem z 19.08.1978 roku został wpisany do rejestru zabytków nieruchomych prowadzonym przez Narodowy Instytut Dziedzictwa. W jego skład poza budynkami mieszkalnymi wchodzi kościół pod wezwaniem św. Anny.

Wypis z rejestru

Katowice - Nikiszowiec:

- układ urbanistyczni-przestrzenny osiedla robotniczego „Nikiszowiec”, 1908-18,  
nr rej.: A-1230/78 z 19.08.1978

Na liście rejestru zabytków mieście się także zespół szybu Pułaski (pierwotnie Carmen) znajdujący się przy ulicy Szopienickiej. Został on wpisany do rejestru później – w 1989 roku.

Wypis z rejestru:

Zespół szybu „Pułaski”, w KWK „Wieczorek”, ul. Szopienicka, 1903-11,  
nr rej.: A/1384/89 z 20.03.1989:

- nadszybie z wieżą wyciągową
- sortownia
- maszynownia
- kuźnia i warsztat mech.
- Stolarsnia
- cechownia i łaźnia

### **Status Pomnika Historii**

14 stycznia 2011 roku Nikiszowiec uzyskał status Pomnika Historii. To jednak z czterech form ochrony zabytków stosowanych na terenie Polski, którą określa ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami. Pieczę nad listą sprawuje Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W wyniku zebranej dokumentacji oraz przeprowadzonych ekspertyz przez konserwatora zabytków, wniosek o nadanie osiedla statusu Pomnika Historii trafił ostatecznie do prezydenta B. Komorowskiego. Dzięki temu Nikiszowiec trafił na listę obiektów o szczególnym znaczeniu historycznym, naukowym i artystycznym, a także mającym niebagatelne znaczenie dla dziedzictwa kulturalnego Polski. W opisie czytamy: „Osiedle robotnicze Nikiszowiec w Katowicach zostało uznane za pomnik historii w 2011 roku. Jest ono unikatowym zespołem urbanistyczno-architektonicznym powstałym na początku XX wieku dla pracowników śląskiej kopalni „Giesche”. Stanowi doskonałe ucieleśnienie popularnej w XIX wieku idei budowania na terenach uprzemysłowionych nowoczesnych osiedli patronackich, których celem było związanie robotnika z zakładem pracy i zapewnienie mu warunków niezbędnych do godnego życia. Stąd obok podstawowej zabudowy mieszkalnej architekci uwzględnili rozbudowany program socjalno-usługowy, który wpłynął na kształt podporządkowanego ściśle funkcji układu przestrzennego. Spośród wielu przykładów podobnych kolonii robotniczych Nikiszowiec wyróżnia się skalą, zwartością i zamkniętym charakterem założenia podkreślającym jego związki z kopalnią. Monotonia jednorodnej ceglanej

architektury została przełamana dzięki zastosowaniu zróżnicowanego ceramicznego detalu w fasadach czy jaskrawych akcentów barwnych w ościeżach. Nikiszowiec jest też najlepiej zachowanym osiedlem górniczym regionu. Jego autentyczność przejawia się nadto w kultywowaniu wartości niematerialnych – tradycyjnego stylu życia i obyczajowości wynikających ze specyfiki kulturowej śląskich społeczności górniczych”.

### **Szlak Zabytków Techniki**

Szlak Zabytków Techniki jest tematycznym szlakiem turystyczno-kulturowym, łączącym obiekty związane z kulturą dziedzictwa przemysłowym województwa śląskiego. Obecnie w jego skład wchodzi 36 obiektów. Szlak ten jest markowym produktem turystycznym prezentującym najważniejsze i najciekawsze pod względem walorów turystycznych, historycznych i architektonicznych obiekty przemysłowe w regionie śląskim. Obiekty znajdujące się na Szlaku związane są z tradycją górniczą, hutniczą, energetyką, kolejnictwem, łącznością, włókiennictwem, produkcją wody oraz przemysłem spożywczym.

Szlak Zabytków Techniki jest najbardziej interesującą trasą turystyki industrialnej w Polsce. Jako jeden z głównych markowych produktów turystycznych województwa śląskiego charakteryzuje region na turystycznej mapie kraju. Jest to wielokrotnie nagradzany produkt turystyczny. W 2008 r. otrzymał Złoty Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej dla najlepszego produktu turystycznego w kraju. W styczniu 2010 r. jako jedyny szlak z Europy Środkowej i Wschodniej dołączył do Europejskiego Szlaku Dziedzictwa Przemysłowego (*European Route of Industrial Heritage – ERIH*). W październiku 2010 r. SZT nagrodzony został Złotym Medalem Targów Poznańskich dla najlepszego produktu turystycznego w Polsce.

### **3. POŁOŻENIE**

Nikiszowiec jest częścią dzielnicy Janów-Nikiszowiec i wchodzi w skład Zespołu Dzielnic Wschodnich miasta Katowice. Nikiszowiec ma wyraźnie zaznaczone granice. Jest umiejscowiony na obszarze określonym ulicami: Nałkowskiej, Szopienicką, Giszowiecką, Ficka oraz towarową linią kolejową Kopalni Wieczerek. Na terenie osiedla znajdują się budynki mieszkalne i użyteczności publicznej zlokalizowane przy ulicach: Janowskiej, Świętej Anny, Odrowążów, Ficka, Garbarskiej, Czechowa, Szopienickiej, Krawczyka, Rymarskiej, Placu Wyzwolenia i Zamkowej (2 i 2a). Integralną częścią

osiedla są także zabudowania, urządzenia techniczne, bocznice, składowiska Kopalni Wieszorek umiejscowione wzdłuż ulicy Szopienickiej.

#### **4. UWARUNKOWANIA KOMUNIKACYJNE**

Nikiszowiec jest dobrze skomunikowany z centrum Katowic i z innymi miastami aglomeracji, szczególnie z takimi miastami jak Mysłowice, Sosnowiec. Leży w bezpośredniej bliskości autostrady A4 oraz drogi krajowej nr 79 i trasy S86.

##### **4.1. Przejazd samochodem**

- Nikiszowiec – Katowice Centrum, 7 km, czas podróży ok. 10 minut
- Nikiszowiec – Ostrawa, 100 km, czas podróży ok. 65 minut
- Nikiszowiec – Wrocław, 197 km, czas podróży ok. 125 minut
- Nikiszowiec – Oświęcim, 31 km, czas podróży ok. 40 minut
- Nikiszowiec – Zabrze Kopalnia Guido, 25 km, czas podróży ok. 22 minuty
- Nikiszowiec – Tarnowskie Góry Kopalnia Srebra, 32 km, czas podróży ok. 40 minut
- Nikiszowiec – Wisła, 89 km, czas podróży ok. 80 minut
- Nikiszowiec – Berlin, 527 km, czas podróży ok. 5 godzin

##### **4.2. Przejazd pociągiem**

- a) Najbliższa stacja kolejowa znajduje się w Katowicach Szopienicach (7 minut jazdy samochodem, ok. 5 przystanków autobusowych). Pociągi z Szopienic odjeżdżają m.in. w następujących kierunkach: Gliwice, Sosnowiec, Kraków, Katowice, Częstochowa, Zawiercie, Tychy, Oświęcim, Bielsko Biała, Kielce, Czechowice-Dziedzice.
- b) Dworzec Kolejowy Katowice znajduje się w odległości ok. 10 km od Nikiszowca. Dojazd zajmuje ok. 20 minut jazdy samochodem i tyle samo autobusem. Katowice są skomunikowane bezpośrednio m.in. z Warszawą, Krakowem, Wrocławiem, Poznaniem, Szczecinem, Gdynią, Olsztynem a także Wiedniem, Genuą, Berlinem, Ostrawą i Pragę.

### 4.3. Samolot

- a) Nikiszowiec – Pyrzowice lotnisko 34,5 km, czas podróży ok. 35-40 minut
- b) Nikiszowiec – Kraków Balice 62,5 km, czas podróży ok. 50 minut

### 4.4. Komunikacja publiczna – autobusy

a) Autobusy odjeżdżające z przystanku Nikiszowiec Kościół:

- 72 kier. Giszowiec i kier. Siemianowice Śląskie Michałkowice
- 108 kier. Katowice Dąb, kier. Giszowiec
- 109 kier. Katowice Os. Witosa
- 292 kier. Katowice Ligota, kier. Mysłowice
- 695 kier. Szopienice, kier. Katowice dworzec PKP
- 906N kier. Giszowiec, kier. Katowice Dworzec PKP – jeden kurs w nocy o godz. 3:40
- 920 kier. Szopienice, kier. Katowice Aleja Korfantego – ok. 30 minut, odjazdy co 0,5 godziny (w dni wolne 1/godz.)
- 930 kier. Nikiszowiec Pętla, kier. Katowice Dworzec PKP – ok. 20 minut, odjazdy: co godzinę w dni robocze i zmiennie: co godzinę i co dwie w dni wolne

b) Autobusy odjeżdżające z ul. Szopienickiej – przystanek Szyb Pułaski i Szpital

- 674 kier Os. Tysiąclecia (w kier Dworca) – ok. 25 minut do Dworca PKP, odjazdy dwa razy na godzinę (w dni wolne co godzinę)
- 30 w kier. Giszowiec, kier. Siemianowice Śląskie Michałkowice (przez centrum Katowic) – dojazd do centrum Katowic ok. 25 minut, odjazdy dwa razy na godzinę (w dni wolne co godzinę)
- 109 w kier. Janów Osiedle, kier. Witosa

c) „Ostatnie kursy” w stronę centrum Katowic:

- 920 – godz. 23:11 (robocze i wolne)
- 930 – godz. 22:11
- 906N - godz. 03:40
- 674 – godz. 23:40 (tylko do centrum Katowic)
- 30 – godz. 23:34

## 5. OFERTA USŁUGOWA: GASTRONOMICZNA, KULTURALNA I HOTELOWA

Na terenie Nikiszowca znajduje się kilka podmiotów, realizujących różne funkcje – kulturotwórcze, gastronomiczne, turystyczne itp. W większości przypadków funkcje te przenikają się. Placówki kultury, kultu religijnego itp. stają się atrakcjami turystycznymi. Istotna z punktu widzenia turysty i oferty turystycznej jest także oferta podmiotów działających w bezpośredniej bliskości Nikiszowcu – w Janowie, Szopienicach itp.

WYBRANE PODMIOTY Z TERENU NIKISZOWIEC					
LP	Nazwa	Dane kontaktowe	Oferta	Godziny otwarcia	Cennik (w PLN)
1.	<b>Muzeum Historii Katowic, Dział Etnologii Miasta</b>	ul. Rymarska 4 40-425 Katowice etnologia@mhk.katowice.pl tel.: 32 353 95 59	Wystawy stałe: 1. "U nos w doma na Nikiszu" 2. "Woda i mydło najlepsze bielidło" 3. "Mistrzowie Grupy Janowskiej:	- poniedziałek nieczynne - wt-pt 10.00 - 18.00 - sb-nd 11.00 - 15.00	Normalny: 8 Ulgowy: 4 Rodzinny: 12 Oprowadzanie: 12 Lekcja: muzealna 32 Zajęcia warsztatowe: - grupy szkolne: 32 osoby - indywidualne: 5  Wstęp w niedzielę bezpłatny
2.	<b>Rosberg Gallery</b>	Ul. Janowska 2/2 Katowice tel. 537 194058, 608 773718	Oferta obejmuje: - sprzedaż dzieł sztuki - spotkania biznesu ze sztuką - wystawy - warsztaty artystyczne - spotkania integracyjne	Poza wystawami czasowymi, wejście do Galerii po wcześniejszym umówieniu	Wstęp bezpłatny

			- eventy	telefonicznych w godzinach 9.00-17.00	
3.	<b>Galeria Nikisz</b>	Ul. Antoniego Czechowa 5/4 40-422 Katowice Tel.: +48 602- 725-921 pracownia@terraa rte.pl	W Galerii można kupić ręcznie wyrabianą ceramikę oraz zapisać się na zajęcia z ceramiki.	pn-pt 12.00-16.00	Wstęp bezpłatny
4.	<b>Kościół pw. Świętej Anny</b>	Plac Wyzwolenia 21, Katowice		Wejście do kościola dla zwiedzających pn.-sb. 7.00-18.00 Niedziela 7.00- 17.00.	Wstęp bezpłatny
5.	<b>Centrum Zimbardo w Nikiszowcu</b>	Plac Wyzwolenia 5, Katowice	Miejsce spotkań, szkoleń, warsztatów, prelekcji, koncertów, spektakli, wystaw itp.	Otwarte pn-pt 11:00-20:00 sb-nd w zależności od organizowanych impresz	Wstęp bezpłatny

### WYBRANE PODMIOTY Z TERENU JANOWA, SZOPIENICE, BOGUCICE

LP	Nazwa	Dane kontaktowe	Oferta	Godziny otwarcia	Cennik (w PLN)
1.	<b>Galeria Szyb Wilson</b>	ul. Oswobodzenia 1 40 - 403 Katowice tel. 32 730 32 20 galeria@szybwil on.org	W Galerii na przełomie czerwca i sierpnia organizowany jest "Art Naif Festiwal"; ponadto różne wystawy czasowe, wystawy dzieł kolekcji Eko-Art Silesia, spektakle, koncerty, targi itp.	Galeria czynna codziennie od pn-nd 9.00-19.00. Zwiedzanie z przewodnikiem (również w języku angielskim), a	Wstęp bezpłatny

				także pomoc osobom niepełnosprawnym w poruszaniu się po obiekcie, oferujemy pn-pt 9.00-16.00	
2.	<b>Kompleks parkowo-wodny Bolina</b>	Janów Katowice, na końcu ul. Leśnego Potoku, Katowice	Na obszarze ośrodka jest: trawiaste boisko do gry w piłkę nożną, betonowe wielofunkcyjne boisko do gry w koszykówkę i siatkówkę, dwa stoły do tenisa stołowego, dziewięć stołów do gry w szachy, plac zabaw, zadaszone miejsce na grilla oraz krąg estradowy. Na terenie kompleksu znajdują się Restauracja Bolina.		Wstęp bezpłatny
3.	<b>Walcownia Cynku</b>	ul. 11 Listopada (wjazd od ul. Roździeńskiej 25) Katowice - Szopienice walcownia@muzeatechniki.pl tel:727 600 186 733 539 202	Wystawa cynkowa prezentująca hutnictwo cynku na Górnym Śląsku. Izba tradycji z możliwością zwiedzenia całej linii produkcyjnej. Historia ważniejszych górnos Śląskich koncernów cynkowych	Zwiedzanie – po wcześniejszej rezerwacji (tel., e-mail) Godziny otwarcia: pn -pt: 10:00-18:00* sb-nd: 10:00-18:00* * ostatnie wejście o godzinie 17:00	Normalny: 10 Ulgowy: 8 Dzieci do lat 3 nieodpłatnie.
4.	<b>Huta Metali Nieżelaznych Szopienice</b>	ul. Ks. Mjr Karola Woźniaka 12c, Katowice tel. 32 759 13 02	Huta istniejąca od 1834 r. w katowickiej dzielnicy Szopienice. Była jednym z największych w Polsce producentów wyrobów walcowanych z miedzi i mosiądzu - taśm, blach, krążków oraz rurek cienkościennych. W 2008 r. została		Obiekt nie udostępniony do zwiedzania

			<p>postawiona w stan likwidacji. Na terenie huty znajdują się obiekty nieruchome, objęte ochroną konserwatorską:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zespół zabudowy dawnej huty cynku z lat 1908–1912</li> <li>- budynek dawnej walcowni z wyposażeniem, wzniesiony w 1904</li> <li>- budynek dawnej kotłowni, wzniesiony w 1904.</li> <li>- dawny warsztat mechaniczny, wzniesiony w latach trzydziestych XX w.;</li> <li>- dawny warsztat mechaniczny z lat dwudziestych XX w.;</li> <li>- budynek "Izba tradycji", wzniesiony w drugiej połowie XIX w.;</li> <li>- zespół budynków dawnej lokomotywowni z końca XIX w.;</li> <li>- dawny budynek socjalny z końca XIX w.;</li> <li>- dawny budynek stolarni, wzniesiony na początku XX w.;</li> <li>- dawny budynek wagonowni, wzniesiony w latach osiemdziesiątych XIX w..</li> </ul>	
5.	<b>Wieża wodna - wieża ciśnień</b>	ul. Korczaka, Katowice; w sąsiedztwie kolonii Borki	Wieża wodna została wzniesiona w stylu secesji i modernizmu w latach 1911–1912 według projektu Jerzego i Emila Zillmannów. Budynek ma 68 metrów wysokości. Obiekt wpisano do rejestru zabytków 29 października 1990.	Obiekt (wnętrze) nie udostępniony do zwiedzania
6.	<b>Park Giszowiec</b>	Katowice Giszowiec, pomiędzy Placem Pod Lipami a ulicami: Gościnną, Wesołowską i Działkową	Starodrzew bukowy z dziesięcioma pomnikami przyrody. Wiek tych drzew szacuje się na 150-200 lat, a w niektórych przypadkach nawet około 250 lat. Na terenie parku znajdują się: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Karczma Śląska - wybudowana w 1910 r. w centralnej części parku, jest jednym z najokazalszych budynków w całym osiedlu. Służyła pracownikom kopalni "Giesche" jako miejsce zabaw i wypoczynku. Obecnie mieści się tutaj</li> </ul>	Wstęp bezpłatny

			<p>Miejski Dom Kultury "Szopienice - Giszowiec" oraz restauracja "Dworek Pod Lipami".</p> <p>- muszla koncertowa - w okresie letnim odbywają się tutaj liczne koncerty i imprezy plenerowe.</p> <p>- infrastruktura sportowo - rekreacyjna taka jak stoliki szachowe, ławki parkowe, bulodrom - boisko do gry w petanque (3 tory).</p>		
7.	<b>Gawlikówka – Izba Śląska</b>	Park Giszowiecki Katowice Giszowiec	<p>Znajduję się tu galeria obrazów artysty nieprofesjonalnego Ewalda Gawlika. Oprócz wystawy stałej malarstwa i zabytkowych sprzętów w Izbie Śląskiej organizowane są również wykłady, lekcje muzealne, warsztaty poświęcone zwyczajom i obrzędom na Górnym Śląsku. Jest to również miejsce spotkań Klubów Seniora działających przy Miejskim Domu Kultury.</p>	<p>Zwiedzanie Izby Śląskiej jest możliwe w godz. otwarcia Domu Kultury, w sprawie innych terminów mile widziany jest wcześniejszy kontakt z przewodnikiem (tel. 32 206 46 42)</p>	Wstęp bezpłatny
8.	<b>Kolonia amerykańska Giszowiec</b>	początek ul. Górnicy Stanu Giszowiec	zabytkowe budynki z czerwonej cegły otoczone parkanem		Obiekt nie udostępniony do zwiedzania
9.	<b>Wieża ciśnień</b>	przy skrzyżowaniu ul.	Wieża ciśnień została zbudowana w 1909 r. w najwyższym punkcie osiedla. Wieża		Obiekt nie udostępniony

		Górniczego Stanu i ul. Pszczyńskiej w Katowicach	wzniesiona została w stylu historyzmu z elementami neomanieryzmu i ma około 33 m wysokości. Wieża została wpisana do rejestru zabytków 29.10.1990 r.	do zwiedzania	
10.	<b>Ośrodek Rekreacyjno-Wypoczynkowy „Barbara-Janina”</b>	Ośrodek wypoczynkowy znajdujący w pobliżu osiedla Giszowiec, przy ulicy Pszczyńskiej na trasie Katowice–Tychy	W ośrodku stworzono dogodne warunki do uprawiania sportów organizowano także festyny, gry i zabawy. Kompleks podzielony został na sześć części: kąpielisko, teren spacerowo-wypoczynkowy, tereny sportowe, miejsce rozrywek, teren zabaw dziecięcych i handlowo-usługowy. Przez park leśny w okolicy stawów Janina i Barbara przebiegają liczne trasy rowerowe. Zbiega się tam również kilka pieszych szlaków turystycznych PTTK.	Wstęp bezpłatny	
11.	<b>Centralne Muzeum Pożarnictwa w Mysłowicach</b>	ul. Stadionowa 7a 41-400 Mysłowice tel. +48 695 920 648	Wystawa stała poświęcona historii pożarnictwa – wyposażenie, pojazdy, urządzenia itp.	czynne codziennie (oprócz pn) 10.00 - 16.00 W weekendy od 1 IV do 30 IX 10.00 - 18.00 W nd wstęp wolny. Kasa biletowa czynna do godz. 15.00	Zwiedzający indywidualnie: dzieci, młodzież szkolna, studenci: 4 dorośli: 5 dzieci do lat 7, wstęp bezpłatny  Grupy (konieczne wcześniejsze zgłoszenie): dzieci, młodzież szkolna, studenci: 3 dorośli: 4
12.	<b>Porcelana Śląska</b>	Fundacja Gische ul. Porcelanowa 23	Organizacja imprez - Eco Jarmark i Jarmark	Zwiedzanie grupowe możliwe po wcześniejszym	Grupy do 10 osób 100 grupy 15-20

		40-246 Katowice Tel. 32 353 10 56 biuro@porcelanaslaska.pl	Bożonarodzeniowy Wystawy stałe m.in. związane z historią porcelany śląskiej	zgłoszeniu (zgłoszenie minimum 2 tygodnie wcześniej).	osób 200.
--	--	--	---	---	-----------

### WYBRANE PODMIOTY GASTRONOMICZNE Z TERENU NIKISZOWCA

LP	Nazwa	Dane kontaktowe	Oferta	Godziny otwarcia	Przykładowy Cennik (w PLN)
1.	<b>Restauracja SITG</b>	ul. Krawczyka 1 Katowice	dania obiadowe, desery itp. - głównie kuchnia śląska, alkohol, imprezy okolicznościowe	9.00 – 20.00	Piwo 6 Obiad (regionalny) 30 Kawa 8 Deser 8 Wodzionka 10
2.	<b>CafeByfyj</b>	ul. Krawczyka 5 Katowice	desery, ciasta, kawa, dania obiadowe, alkohol itp., imprezy okolicznościowe	10.00 – 18.00 (lub do ostatniego klienta)	Piwo regionalne 8 Obiad 30 Kawa 8-12 Desery 8-14 Sernik 10
3.	<b>Zillmanntea&amp;coffee</b>	Plac Wyzwolenia 3, Katowice	desery, ciasta, kawa, alkohol	11.00 – 22.00	Piwo 6 Kawa 6-14 Desery 5-14 Ciastko Zillmanna w słoiku 10
4.	<b>Galeria Pub Riksza</b>	ul. Zamkowa 2 Katowice	dania barowe, napoje, piwo. W pubie funkcjonuje galeria staroci, pamiątek...	9.00 – 22.00	Piwo 5 Kawa 5 Lody 10 Ciasto 7 Fast Food 5- 6 Żur 10
5.	<b>ZYG-ZAK</b>	ul. Zamkowa 2c Katowice	Dania barowe, piwo, bilard	9.00 – 22.00	Piwo 4,50 Fast Food 4-9,50 Bilard 2

<b>OFERTA NOCLEGOWA - PODMIOTY Z TERENU NIKISZOWCA</b>					
LP	Nazwa	Dane kontaktowe	Oferta	Godziny otwarcia	Przykładowy Cennik (w PLN)
1.	<b>Euro Hotel</b>	ul. Nałkowska 10, Katowice,	Miejsca noclegowe, restauracja, baza konferencyjna	Non-stop	Pokoje 70-130 Śniadanie 25 Restauracja: Piwo 7 Obiad 25-30 Kawa 5 Deser 10
2.	<b>Hostel Jantor</b>	ul. Nałkowska 10, Katowice,	Miejsca noclegowe, posiłki	Non-stop	Pokoje 80-140 Śniadanie 15 Obiad 20
3.	Możliwość wynajęcia apartamentu Nikiszowca przez portale zajmujące się pośrednictwem w zakresie wynajmu.				

## **6. OBIEKTY W OBSZARZE NIKISZOWCA, ISTOTNE Z PUNKTU WIDZENIA TURYSTYKI ODWIEDZANE PRZEZ TURYSTÓW LUB ZALECANE DO UWZGLĘDNIENIA W TRASIE TURYSTYCZNEJ**

1. Skwer Grupy Janowskiej przy ul. Zamkowej:
  - murale inspirowane obrazami Grupy Janowskiej na murze od strony Zespołu Szkół Specjalnych,
  - mural obok baru „Zyg Zak”,
  - pomnik upamiętniający wyzwolenie Górnego Śląska, pamiątka 3 powstań śląskich.
2. Ulica Zamkowa 2:
  - Galeria Pub Riksza - galeria staroci i pamiątek,
  - Siedziba Orkiestry Dętej Kopalni Wieczerek.
3. Park Georga i Emila Zillmana, Plac Wyzwolenia:
  - obelisk Mieroszewskich,
  - nieopodal pomnik Józefa Wieczorka.
4. Lodowisko Jantor, ul. Zofii Nałkowskiej:
  - miejsce rozpoczynania wycieczek przez grupy zorganizowane, dojeżdżające autokarem do Nikiszowca)
5. Galeria Szyb Wilson, ul. Oswobodzenia 1:

- odległość od Nikiszowca 1,5 km (czas przejścia około 15 minut)
6. Parking przy ul. Szopienickiej 65:
    - ogólnodostępny, niestrzeżony (czas dojścia do rynku w Nikiszowcu około 5 minut).
  7. Szkoła Podstawowa Nr 53 – „stary budynek” przy Placu Wyzwolenia 18.
  8. Kościół p.w. Świętej Anny.
  9. Pro Memoria – mur kościelny od strony Skweru Zillmannów:
    - Tabliczki upamiętniające górników, którzy stracili życie w czasie pracy w Kopalni KWK Wieczorek. Tablica została zainstalowana 185 rocznicę powstania kopalni.
  10. Makieta Nikiszowca – przy wjeździe na plac kościelny obok przystanku autobusowego:
    - Makieta przedstawia całe osiedle w mikroskali,
    - Zawiera tabliczki informujące o osiedlu, w tym tabliczkę w języku Braille’a.
  11. Szyb Pułaski przy ul. Szopienickiej:
    - a) Zabytkowa zabudowa szybu,
    - b) Wagonik kolejki Balkan.
  12. Kawiarnie i restauracje na terenie Nikiszowca.
    - CafeByfyj,
    - Kawiarnia Zillmann Tea&Coffee Pub Riksza,
    - Restauracja SiTG.
  13. Muzeum Historii Katowic, Dział Etnologii Miasta w Nikiszowcu, ul. Rymarska 4.
  14. Galeria Rossberg, ul. Janowska.
  15. Galeria Nikisz wraz z pracownią ceramiczną Terra Arte, ul. Czechowa.
  16. Centrum Zimbardo w Nikiszowcu, Plac Wyzwolenia 5.

## **7. AKTUALNE „NARZĘDZIA” WSPIERAJĄCE TURYSTYKĘ W NIKISZOWCU**

- Audioprzewodnik: [www.katowice.eu/miasto/turystyka-i-sport/atracje-turystyczne/audioprzewodnik](http://www.katowice.eu/miasto/turystyka-i-sport/atracje-turystyczne/audioprzewodnik)
- Katoapka: [katoapka.pl](http://katoapka.pl)
- Przewodniki pisane
- Ulotki: wersja papierowa i elektroniczna

- Strony internetowe poszczególnych podmiotów działających w obszarze ruchu turystycznego

## **8. INFORMACJA TURYSTYCZNA**

Punkt Informacji Turystycznej znajduje się w budynku Muzeum Historii Katowic przy ul. Rymarskiej 4. Jest czynny od wtorku do piątku w godzinach od 10.00 do 17.30 oraz w soboty od 11.00 do 14.30. W poniedziałki i niedziele Punkt jest nieczynny.

## **9. STRATEGIE REGIONALNE I LOKALNE**

### **9.1 Strategia Rozwoju Kultury w Województwie Śląskim na lata 2006-2020**

"Strategia rozwoju kultury w województwie śląskim na lata 2006-2020" została przyjęta przez Sejmik Województwa Śląskiego 28.08.2006 roku. Dokument zawiera wizję, pola i cele strategiczne oraz kierunki działań w obszarze kultury w województwie śląskim. W szczególności w dokumencie podkreślana jest rola zabytków techniki, zabytkowych obiektów przemysłowych, zespołów fabryczno-rezydencjonalnych, kolonii robotniczych oraz fabrycznych osiedli patronackich, wśród których na szczególne miejsce zasługuje Nikiszowiec.

### **9.2 Wojewódzki Program Opieki Nad Zabytkami w Województwie Śląskim na lata 2014–2017**

„Wojewódzki Program Opieki nad Zabytkami w Województwie Śląskim na Lata 2014-2017" został sporządzony przez Śląskie Centrum Dziedzictwa Kulturowego w Katowicach i przyjęty uchwałą Sejmiku Województwa Śląskiego nr IV/48/7/2014 z dnia 10.03.2014 roku. Celem głównym programu jest poprawa stanu zachowania zabytków oraz włączenie zabytków w procesy rozwoju gospodarczego i społecznego województwa z uwzględnieniem zasady zrównoważonego rozwoju. Program jest instrumentem realizacji wojewódzkiej strategii działań wobec obiektów zabytkowych zawartej w dokumentach strategicznych. Określa warunki włączania zabytków w procesy gospodarczego rozwoju województwa przy pomocy zróżnicowanych podmiotów gospodarczych. Program nie obejmuje zakresu działań związanych z ochroną zabytków, wynikających z kompetencji wojewódzkiego konserwatora zabytków, ale jego realizacja będzie wymagała ścisłej współpracy z wojewódzkim konserwatorem zabytków. W programie w szczególności sposób

wymienia się osiedla patronackie, wśród nich Nikiszowiec jako przykład doskonale zachowanego osiedla a także jeden z obiektów na Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego.

### **9.3 Strategia Promocji Katowic**

Strategia Promocji Katowic to dokument powstały w latach 2011-2012, którego część stanowią koncepcje promocji Nikiszowca jako subproduktu związanego z turystyką postindustrialną (choć samo osiedle i jego otoczenie to wciąż obszar industrialny). Podkreślana jest rola dziedzictwa w tym m.in. architektury osiedli patronackich – Nikiszowca i Giszowca, wykorzystania dziedzictwa przemysłowego dla realizacji nowoczesnych założeń artystycznych (Galeria Szyb Wilson), śląskich tradycji i wartości (etos pracy itp.). W dokumencie wymieniono zróżnicowane narzędzia promocji Miasta, które uwzględniają Nikiszowiec jako miejsce warte odwiedzenia, będące częścią „nowego Katowickiego Szlaku Zabytków Techniki”, promowane m.in. poprzez wydarzenia tj. Jarmark Na Nikiszu . W strategii określono założenia finansowe i projektowe Programu Promocji Nikiszowca, które wymagają uaktualnienia i dostosowania do lokalnych uwarunkowań. Niniejsze opracowanie powinno być pomocne przy weryfikacji Strategii w zakresie działań w Nikiszowcu.

## **III. METODOLOGIA REALIZOWANYCH BADAŃ**

### **1. PRZEDMIOT I CEL BADAŃ**

Głównym celem badania jest określenie istotnych kierunków rozwoju w zakresie turystyki osiedla Nikiszowiec. Cele szczegółowe to:

- określenie profilu przybywających turystów;
- rozpoznanie potrzeb i oczekiwań turystów;
- określenie potencjału oraz obszarów deficytowych w zakresie turystyki;
- identyfikacja w zakresie potrzeb i oczekiwań lokalnych podmiotów.

Badanie ma charakter zarówno poznawczy, jak i praktyczny, gdyż przygotowane na jego podstawie opracowanie ma posłużyć do realizacji konkretnych działań, w sposób adekwatny wyznaczając ich kierunek.

## 2. PROBLEMATYKA BADAWCZA

1. Jakie jest miejsce Nikiszowca w szerszym kontekście turystycznym (Górny Śląsk, miasto Katowice)?
  - 1.1. Jak ruch turystyczny w ramach miasta Katowice wpływa na turystykę Nikiszowca?
  - 1.2. Jak ruch turystyczny na terenie Nikiszowca wpływa na turystykę w obszarze całego miasta?
  - 1.3. Jaka jest ranga turystyczna Nikiszowca wśród zwiedzających?
2. Jaki jest charakter turystyki Nikiszowca?
  - 2.1. Jaki jest profil turystyczny Nikiszowca?
  - 2.2. Co przyciąga turystów na Nikiszowiec?
3. Jak oceniana jest atrakcyjność turystyczna Nikiszowca?
  - 3.1. Co przede wszystkim stanowi o atrakcyjności Nikiszowca w opinii turystów?
  - 3.2. Jak oceniane są walory kulturowe i historyczne?
  - 3.3. Jak oceniany jest obszar usług „około turystycznych”?
4. Jakie są najważniejsze obecnie źródła informacji o Nikiszowcu i kanały promocji?
5. Jakie inwestycje w obszarze turystyki stanowią adekwatny kierunek rozwoju Nikiszowca?
  - 5.1. Jakie są obecne deficyty w zakresie turystyki?
  - 5.2. Jakie są zasoby i możliwości inwestycyjne?

## 3. EKSPLIKACJA KLUCZOWYCH POJĘĆ

### TURYSTYKA

Zgodnie z definicją Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) turystyka to ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest aktywność zarobkowa wynagradzana w odwiedzanej miejscowości.

### TURYSTA

Zgodnie z definicją zawartą w Ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, turysta to osoba, która podróżuje do innej miejscowości poza swoim

stałym miejscem pobytu na okres nieprzekraczający 12 miesięcy, dla której celem podróży nie jest podjęcie stałej pracy w odwiedzanej miejscowości i która korzysta z noclegu przynajmniej przez jedną noc.

Na potrzeby tego opracowania przyjęto pierwszą definicję. Natomiast druga definicja uległa pewnej modyfikacji. W badaniu za turystę uznana została każda osoba przybywająca do Nikiszowca z powyższych powodów, bez względu jednak na to czy korzysta na miejscu z noclegu, czy też nie. Wiele osób, które w celach turystycznych odwiedzają Nikiszowiec spędza tu bowiem nie więcej niż 1 dzień. Wynika to z tego, że często pochodzą one z aglomeracji, sąsiednich miast, jednak nadal traktują one Nikiszowiec jako cel turystyczny.

#### PODMIOT LOKALNY

Podmiot lokalny to każdy podmiot – sektora publicznego, pozarządowego czy biznesowego – działający na terenie osiedla Nikiszowiec i/ lub na jego rzecz.

#### **4. METODY I TECHNIKI BADAWCZE**

Badanie przeprowadzone zostało przy użyciu dwóch metod badawczych:

- sondaż (dane ilościowe)
- zogniskowany wywiad grupowy (FOCUS – dane jakościowe).

W ilościowej części badania wykorzystana została metoda badań sondażowych. Badaniem sondażowym objęta została populacja określona jako „turyści Nikiszowca”. Wykorzystanie sondażu podyktowane było przede wszystkim wielkością i charakterem populacji, której nie można obserwować w sposób bezpośredni. Na korzyść realizacji badań tą metoda przemawiają także stosunkowo niskie koszty realizacji. Zastosowanie techniki wywiadu kwestionariuszowego (a nie ankiety) miało na celu podniesienie jakości uzyskanych w ramach badania danych, przede wszystkim ich kompletności. Ma to szczególne znaczenie dla pytań otwartych – praktyka pokazuje, że w przypadku techniki ankietowej pytania te pozostają często bez odpowiedzi. Wykorzystano narzędzie w postaci kwestionariusza wywiadu o wysokim stopniu standaryzacji danych, zawierającym 16 pytań zamkniętych, 4 pytania otwarte i 4 pytania metryczkowe. Ze względu na konieczność uwzględnienia turystów zagranicznych, w tym zaobserwowaną wcześniej dużą liczbę osób z terenu Niemiec, kwestionariusz został przygotowany w trzech językach

– polskim, angielskim i niemieckim. Długość trwania jednego wywiadu to ok. 15 min. Celem sondażu było przede wszystkim określenie charakteru turystyki na terenie Nikiszowca, a także rozpoznanie opinii, potrzeb i oczekiwań turystów w stosunku do zwiedzanego miejsca. Poznanie opinii turystów stanowi podstawę dla świadomego kształtowania i dostosowania oferty.

W ramach jakościowej części badania zrealizowano panel ekspercki w formie zogniskowanego wywiadu grupowego (FOCUS), w którym wzięli udział przedstawiciele lokalnych podmiotów w większym bądź mniejszym stopniu związani z obszarem turystyki. Dane jakościowe uzyskane podczas wywiadu FOCUS stanowią nie tylko istotne źródło informacji w ramach problematyki badawczej, ale pozwoliły też na adekwatne formułowanie wniosków w stosunku do uzyskanych danych statystycznych. Wywiad miał charakter swobodnej dyskusji opartej na zestawie dyspozycji, wynikających bezpośrednio z problematyki badawczej. Ta część badania pozwoliła uwzględnić głos członków społeczności lokalnej aktywnych w różnych obszarach turystyki na terenie osiedla Nikiszowiec. Opinia biorących udział w wywiadzie stanowi ważne źródło informacji, ze szczególnym uwzględnieniem zasobów i barier w zakresie rozwoju turystycznego potencjału osiedla.

## **5. DOBÓR PRÓBY**

### TURYŚCI NIKISZOWCA

Zastosowano dobór przypadkowy polegający na zapraszaniu do udziału w badaniu (w określonych dniach, miejscach i godzinach) przypadkowych osób przebywających na terenie Nikiszowca i określających się jako turyści - zgodnie z podaną wcześniej definicją. Rezygnacja z doboru losowego (probabilistycznego) podyktowana była warunkami badania - dostępnością badanej populacji, a przede wszystkim brakiem adekwatnego operatu losowania. Wielkość próby określono na poziomie 200 czyli 8% badanej populacji (cała populacja to około 30000 turystów rocznie, a więc około 2500 turystów w ciągu miesiąca, tzn. okresu jaki objęło badanie, a dane zbierane były przez przeszkolonych wcześniej ankieterów, posiadających dodatkowo dużą wiedzę na temat obszaru badania.

### LOKALNI EKSPERCI

Wybrani do udziału w panelu w sposób celowy, na podstawie dużej wiedzy autorów badania w tym obszarze. Do udziału zaproszono łącznie 15 osób związanych z

podmiotami lokalnymi: przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedsiębiorców (restauratorzy, hotelarze) i lokalnych aktywistów, instytucji publicznych, w tym przedstawiciele samorządu lokalnego.

## 6. PRZEBIEG BADAŃ

Badania były prowadzone w okresie letnim między 17 sierpnia a 13 września 2015 roku. Realizowane były siedem dni w tygodniu, w przedziale godzinowym 9.00-18.00. Wybór daty, w jakim przeprowadzono badania, wynika z tego, że w tym okresie ruch turystyczny w Nikiszowcu jest bardzo nasilony – zarówno w tygodniu, jak i w weekendy. Równocześnie na ten czas zaplanowanych było kilka wydarzeń kulturalnych, które spowodowały nagromadzenie większej liczby turystów. Wydarzenia te to m.in.: festiwal muzyczny Tauron Nowa Muzyka, Targi Kultury oraz Wieczór Śląski – wydarzenia adresowane zwłaszcza do młodzieży.

Festiwal TNM, który odbywał się w centrum Katowic w Strefie Kultury, jako renomowana, znana także poza Polską impreza, przyciągnął turystów z całego kraju, a także z zagranicy. W Nikiszowcu w ramach Festiwalu zorganizowane zostało mini wydarzenie muzyczne, połączone z możliwością zwiedzania Nikiszowca, co przyciągnęło wielu festiwalowiczów – z Polski i zagranicy. Przybyli tutaj głównie indywidualnie lub w grupach niezorganizowanych. Kolejne dwa wspomniane wydarzenia odbyły się z udziałem młodzieży z Hiszpanii i Wielkiej Brytanii, będąc organizowane w ramach programu Erasmus +. Dlatego wszystkie te imprezy przyciągały szczególnie ludzi młodych – do 35 roku życia.

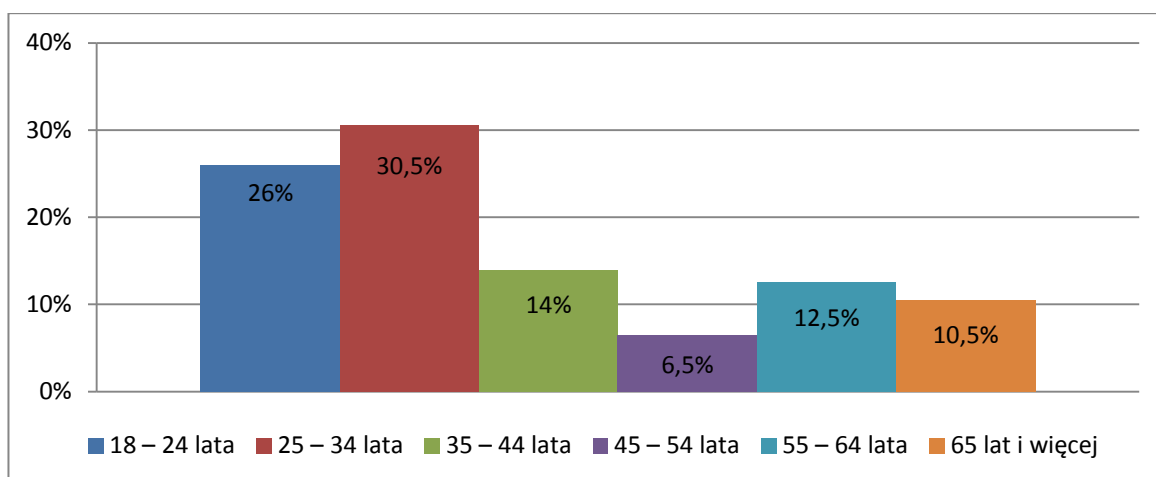
Ponadto w okresie wakacyjnym Nikiszowiec jest regularnie odwiedzany przez senioralnych turystów (większość powyżej 55 roku życia) z Niemiec. Odwiedzają oni Nikiszowiec w grupie zorganizowanej z przewodnikiem. Dodatkowo można też zauważyć, że także w innych porach roku osobami najczęściej odwiedzającymi Nikiszowiec są ludzie młodzi (do 35 roku życia). Najprawdopodobniej związane jest to z tym, że są oni bardziej mobilni niż pozostałe grupy wiekowe.

## IV. WYNIKI BADAŃ

### 1. CHARAKTERYSTYKA DEMOGRAFICZNA BADANEJ GRUPY

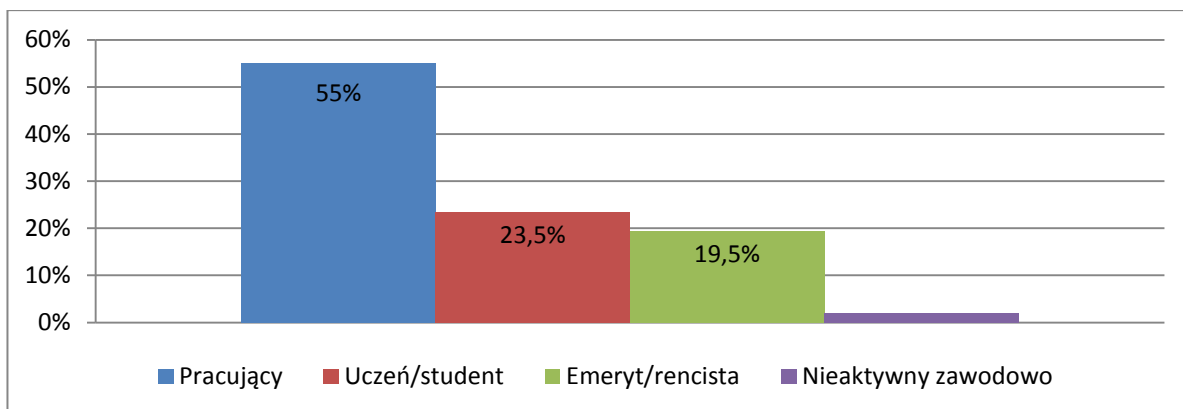
Wśród turystów Nikiszowca, którzy wzięli udział w badaniu znalazły się osoby o różnorodnej charakterystyce demograficznej. Informacje jakie wzięto pod uwagę w ramach badania to płeć, wiek, status zawodowy i miejsce zamieszkania, z uwzględnieniem turystów zamieszkujących w granicach Aglomeracji Śląskiej (konurbacja śląska w rozumieniu GUS), na terenie Polski poza aglomeracją oraz z zagranicy.

Udział procentowy kobiet w badaniu (56%) jest nieco wyższy niż mężczyzn (44%), przy czym podczas analizy udzielanych odpowiedzi nie stwierdzono żadnych istotnych w kontekście celów badania zależności związanych z płcią respondentów. Silnie zróżnicowana jest struktura wieku respondentów, z najwyższym udziałem osób w przedziale wiekowym 25-34 lata, a najniższym 45-54 lata.



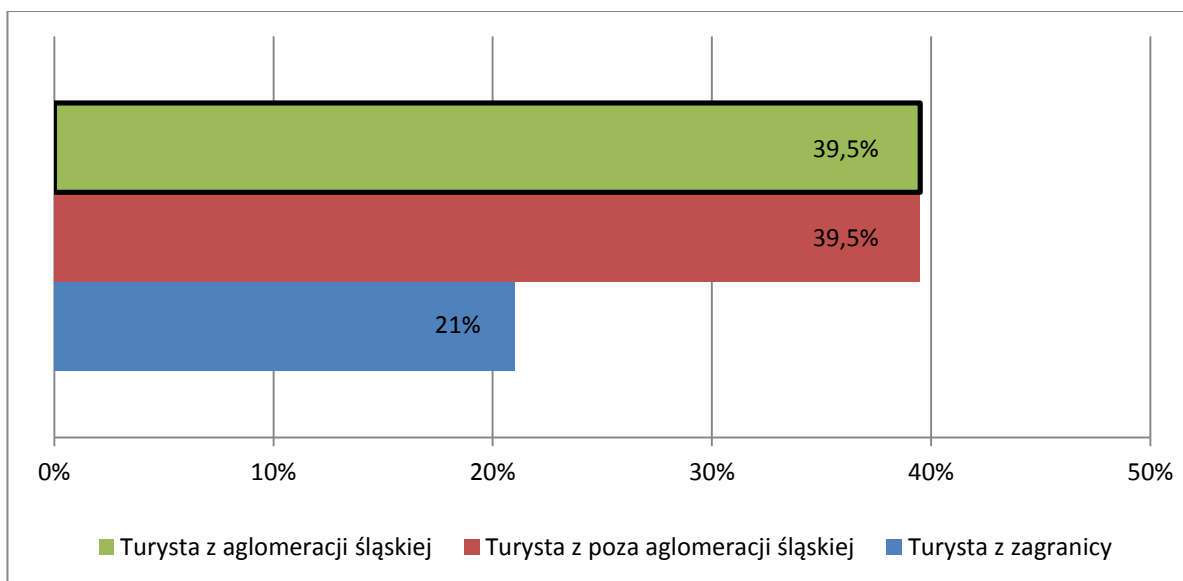
Wykres 1. Wiek badanych

Przeważającą grupę zwiedzających stanowiły osoby pracujące – aż 55% badanych. W drugiej ilościowo grupie znaleźli się uczniowie i studenci (23,5%), w tym spora grupa osób, których pobyt w Nikiszowcu związany był z realizacją konkretnych działań z zakresu projektów społeczno-kulturowych. Prawie 20% badanych to emeryci bądź renciści, przyjeżdżający do Nikiszowca często w formie zorganizowanej. Jedynie 4 osoby – 2%, w kategorii „status zawodowy” wybrały odpowiedź „nieaktywny zawodowo”. Niski udział ostatniej grupy wśród badanych można odnosić do ogólnych tendencji turystycznych, gdzie ta forma spędzania czasu wolnego wymaga przeważnie pewnych nakładów finansowych.



**Wykres 2. Status zawodowy badanych**

Zgodnie ze wstępnymi przypuszczeniami ważną zmienną okazało się miejsce zamieszkania, które w ramach analizy ujęto w trzech kategoriach: turystów zamieszkałych na obszarze aglomeracji śląskiej, polskich turystów spoza aglomeracji śląskiej oraz turystów zagranicznych. Udział dwóch pierwszych kategorii był równy i wynosił 39,5%. Turyści zagraniczni stanowili 21% w ramach badanej grupy.



**Wykres 3. Pochodzenie badanych**

Turyści zagraniczni reprezentowali następujące kraje:

Kraj	Liczba
Niemcy	16
Hiszpania	11
Wielka Brytania	9

Szkocja	3
Czechy	1
Irlandia	1
Słowacja	1

**Tabela 1. Kraje pochodzenia zagranicznych turystów biorących udział w badaniu**

Turyści spoza aglomeracji śląskiej reprezentowali następujące województwa i miasta:

Województwo	Liczba	Miasto	Liczba
Mazowieckie	28	Warszawa	25
		Płock	3
Dolnośląskie	13	Wrocław	12
		Lubin	1
Małopolskie	13	Kraków	12
		Chrzanów	1
Śląskie	5	Rybnik	1
		Bielsko-Biała	1
		Częstochowa	1
		Imielin	1
Podkarpackie	4	Jarosław	1
		Lubaczów	2
		Wola Rafałowska	1
Pomorskie	4	Gdańsk	2
		Stegna	1
		Wejherowo	1
Zachodniopomorskie	4	Szczecin	4
Wielkopolskie	3	Poznań	3
Podlaskie	2	Augustów	1
		Biała Podlaska	1
Lubuskie	1	Zielona Góra	1
Łódzkie	1	Łódź	1
Świętokrzyskie	1	Kielce	1

**Tabela 2. Województwa pochodzenia polskich turystów biorących udział w badaniu**

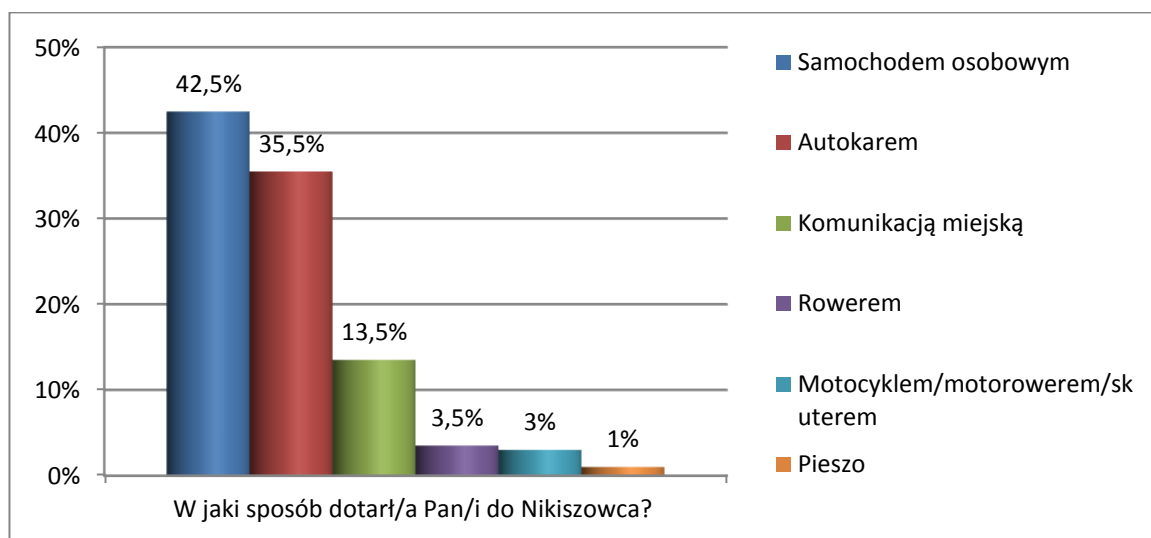
Turyści z aglomeracji śląskiej reprezentowali następujące miasta:

Miasto	Liczba badanych
Katowice	29

Mikołów	25
Chorzów	5
Mysłowice	4
Zabrze	4
Bytom	2
Ruda Śląska	2
Siemianowice Śląskie	2
Sosnowiec	2
Tychy	2
Dąbrowa Górnicza	1
Świętochłowice	1
Tarnowskie Góry	1

**Tabela 3. Miasta pochodzenia polskich turystów biorących udział w badaniu**

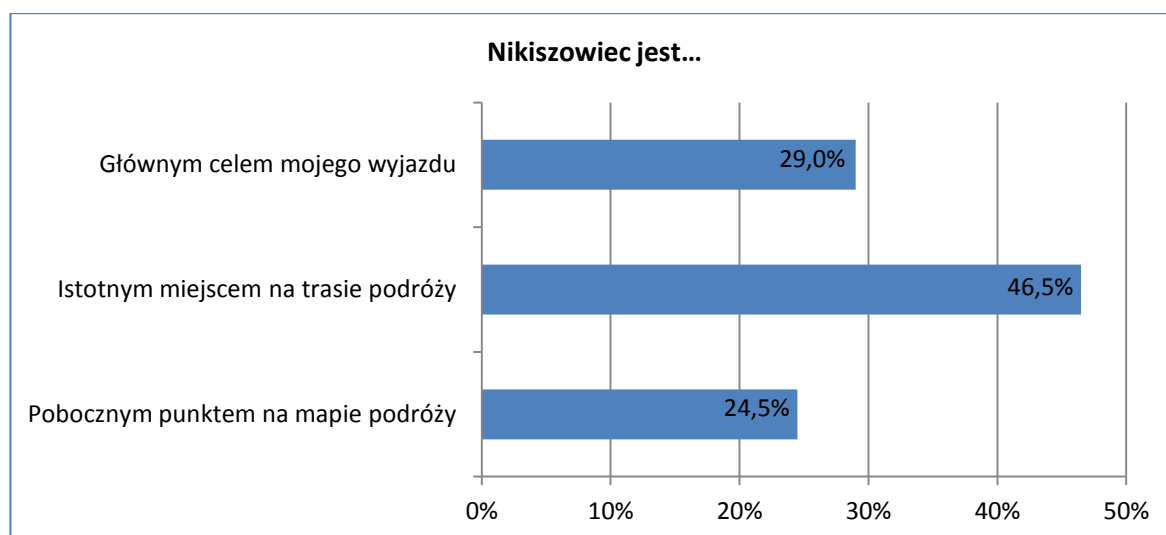
Podstawowym środkiem transportu dla turystów Nikiszowca jest samochód osobowy, a na drugim miejscu – autokar. Związane jest to ściśle z profilem turystycznym – przewagą turystów indywidualnych i w zorganizowanych wycieczkach, często spoza aglomeracji śląskiej. Korzystanie z komunikacji miejskiej dotyczy przede wszystkim turystów z obszaru aglomeracji.



**Wykres 4. Sposób dotarcia do Nikiszowca**

## 2. OSIEDLE NIKISZOWIEC W KONTEKŚCIE TURYSTYKI CAŁEGO MIASTA KATOWICE

Nikiszowiec najczęściej wpisuje się w szerszy plan turystyczny osób zwiedzających, jako jedno z wartych obejrzenia miejsc na trasie podróży, stanowiąc główny (46,5%) lub poboczny (24,5%) punkt wycieczki. Szczególne znaczenie ma Szlak Zabytków Techniki – badani często wiążą pobyt w Nikiszowcu m.in. z Galerią Szyb Wilson, a czasem także osiedlem Giszowiec. Według przedstawicieli podmiotów lokalnych Szlak Zabytków Techniki ma duże znaczenie dla promocji osiedla, z drugiej strony pojawiają się głosy, że zbyt duża oferta obiektów w ramach Szlaku, a także ich rozproszenie terytorialne może wpływać na zmniejszenie znaczenia poszczególnych miejsc (w tym Nikiszowca), m.in. ze względu na konieczność zaangażowania większej ilości wolnego czasu na zwiedzanie. Jednocześnie dla prawie 1/3 badanych osób osiedle jest głównym celem wyjazdu, niezwiązanym z wizytą w innych miejscach.



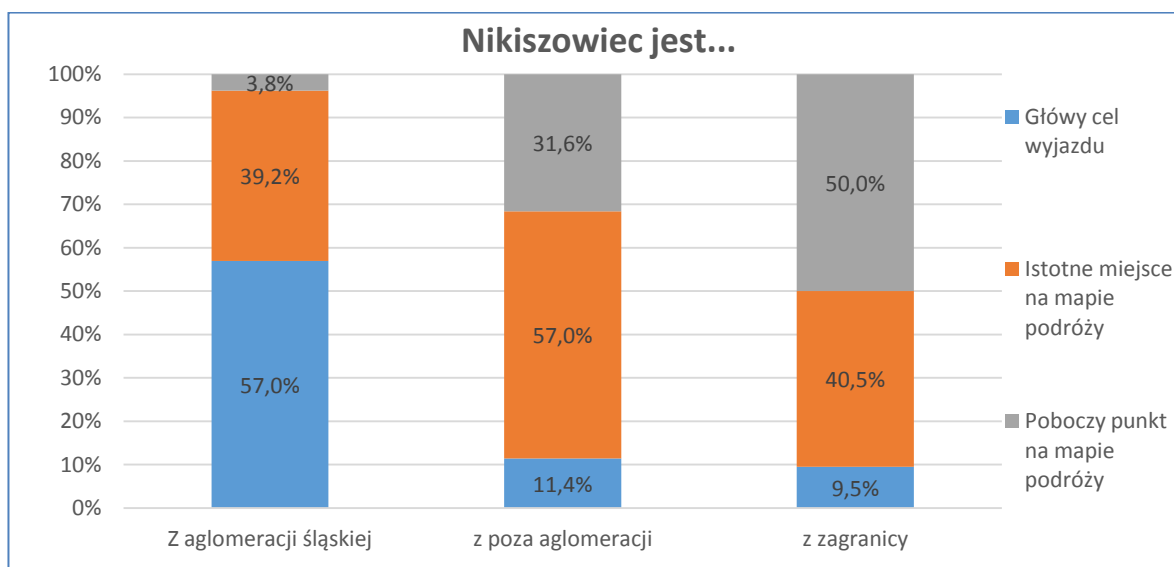
Wykres 5. Turystyczna ranga Nikiszowca

Turystyczna „ranga” Nikiszowca jest wyraźnie powiązana z odległością od miejsca zamieszkania odwiedzających. Jest to szczególnie widocznie w przypadku turystów z obszaru aglomeracji, dla których najczęściej (aż 57%) stanowi punkt docelowy, przy czym to wskazanie dotyczy 11,4% badanych spoza aglomeracji i 9,5% badanych z zagranicy. Turyści z obszaru aglomeracji to często osoby odwiedzające osiedle w konkretnym celu, w związku z prywatnymi bądź biznesowymi spotkaniami, często też wydarzeniami organizowanymi przez lokalne podmioty. Zwiedzających spoza aglomeracji i z zagranicy Nikiszowiec przyciąga przede wszystkim jako ważny element kulturowy w ramach całego

Śląska, przy czym turystyczna „ranga” osiedla jest wyższa w przypadku polskich turystów.

#### REKOMENDACJA 1.

**TURYSTYCZNE ZNACZENIE OSIEDLA JAKO WAŻNEGO PUNKTU PODRÓŻY JEST WIĘKSZE WŚRÓD POLSKICH TURYSTÓW NIŻ TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH  
ZATEM:  
*POTRZEBA ZWIĘKSZENIA PROMOCJI NIKISZOWCA WŚRÓD TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH***



**Wykres 6. Turystyczna ranga Nikiszowca a pochodzenie turystów**

Szerszy kontekst turystyczny w znacznym stopniu związany jest konkretnie z miastem Katowice. Nikiszowiec stanowi często punkt na mapie turystycznej w ramach miasta. Ponad połowa turystów Nikiszowca, którzy wzięli udział w badaniu miała okazję zwiedzania innych rejonów Katowic, z czego 28% więcej niż jeden raz. Uczestnicy panelu wskazują na duże znaczenie nowej strategii promocji miasta, gdzie z jednej strony podkreśla się nowoczesny charakter centrum Katowic, z drugiej natomiast wyróżnia wartości płynące z tradycji. W tym drugim kontekście Nikiszowiec zajmuje dominującą pozycję.

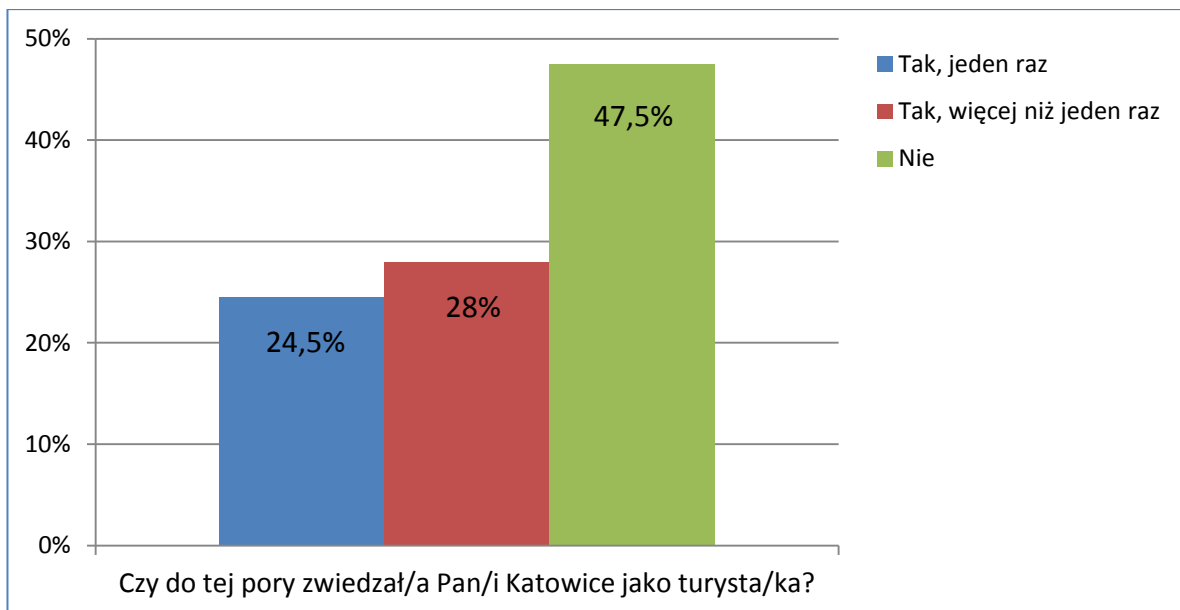
## REKOMENDACJA 2.

**NOWOCZESNE CENTRUM KATOWIC DOPEŁNIENIEM DLA TRADYCYJNEGO  
NIKISZOWCA**

**ZATEM:**

***STRATEGIA PROMOCYJNA MIASTA OPARTA NA DYCHOTOMII***

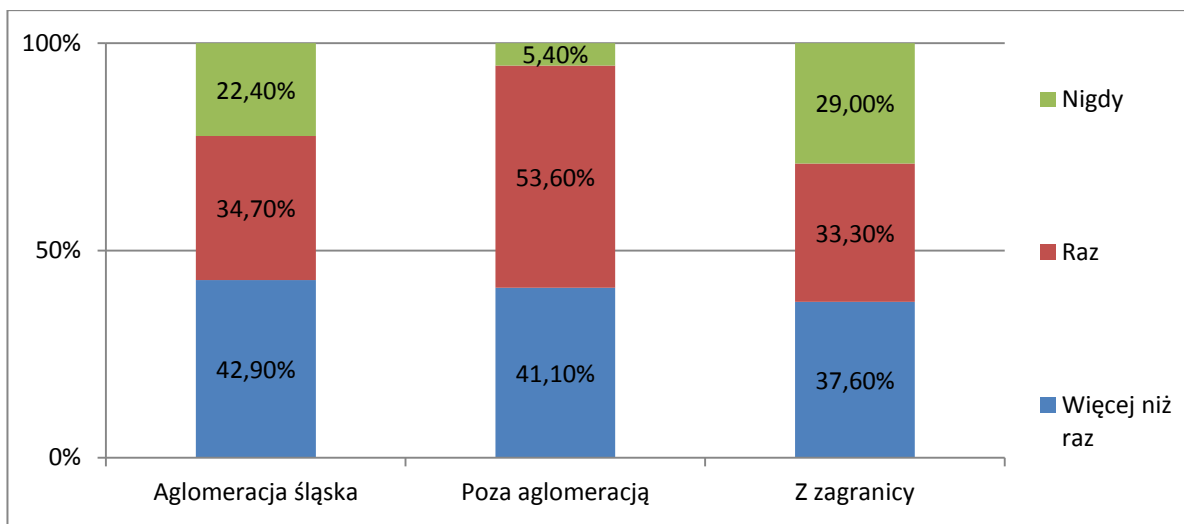
***TRADYCYJNE VERSUS NOWOCZESNE***



**Wykres 7. Zwiedzanie Katowic**

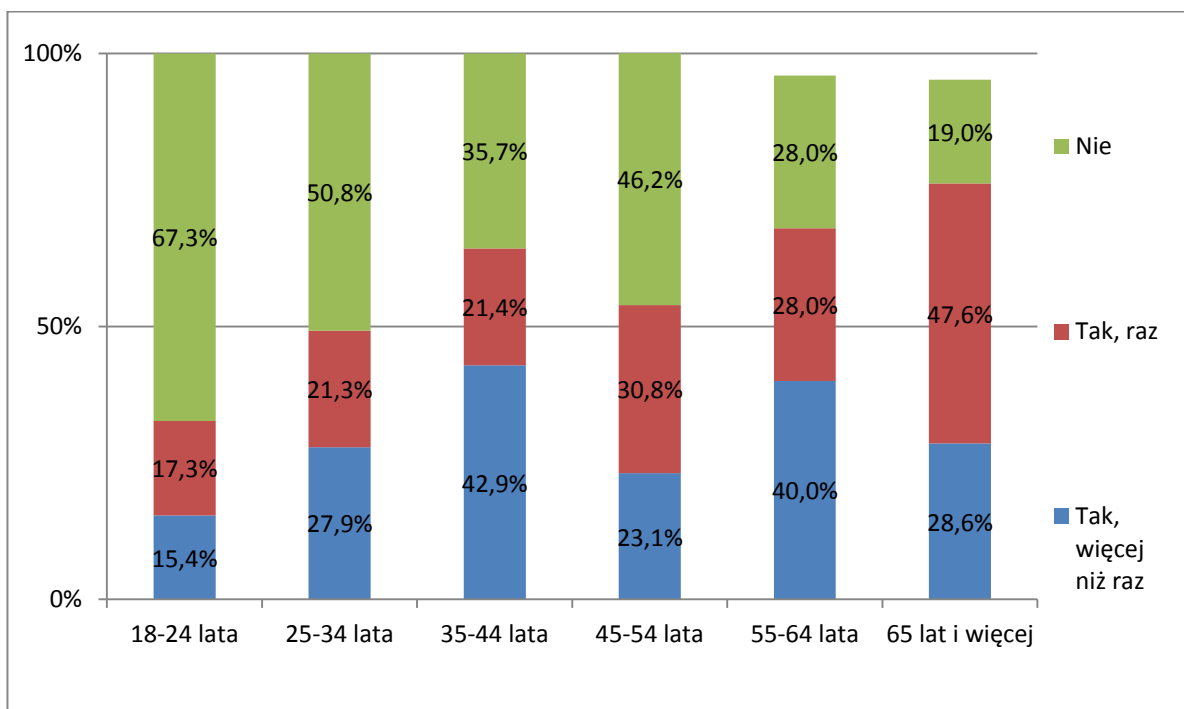
Największa aktywność turystyczna w ramach Katowic dotyczy badanych mieszkających w Polsce, poza aglomeracją śląską – 94,8%. Dla turystów zagranicznych wizyta w Nikiszowcu częściej wpisuje się w szerszy kontekst, związany z obszarem całego Śląska, ale też turystyki w obszarze całego kraju, stanowiąc jeden z punktów w planie wycieczki.

Co interesujące, ponad 22% badanych turystów mieszkających na terenie aglomeracji, w tym pochodzący z Katowic, nie zwiedzało dotąd miasta. Taki wynik badań pokazuje, że jest to bardzo ważne dla budowania strategii promocji miasta zjawisko. Jednak poznanie dokładnie jego przyczyn wymagałoby osobnych badań i analizy.



Wykres 8. Częstość odwiedzania Katowic przez turystów a ich pochodzenie

Aktywność turystyczna w kontekście całych Katowic związana jest z wiekiem badanych. Wskazuje na to przede wszystkim przepaść między najmłodszą (33,7% zwiedzających miasto), a najstarszą (76,2% zwiedzających miasto) grupą wiekową. Widoczna jest także rosnąca zależność w przypadku trzech pierwszych kategorii. Pokazuje to nowe wyzwania dla rozwoju usług turystycznych, związane m.in. z potrzebą ich przystosowania do potrzeb osób starszych oraz z rosnącym zainteresowaniem turystyką nastawioną na zasoby kulturowe/histeryczne, i coraz częstszym wyborem tej formy spędzania czasu wolnego.



Wykres 9. Częstość odwiedzania Katowic przez turystów a ich wiek

Z drugiej strony, jak wynika z obserwacji autorów opracowania, dla „młodych turystów” Nikiszowiec często stanowi miejsce docelowe dla realizacji konkretnych działań bądź udziału w organizowanych wydarzeniach.

Badani odnosili się zarówno do atrakcyjności turystycznej osiedla, jak i całego miasta Katowice. **Nikiszowiec ma bardzo dobrą opinię wśród zwiedzających, na co wskazuje ogólna średnia ocena na 5-stopniowej skali na poziomie 4,7.** Niżej badani oceniali atrakcyjność turystyczną całych Katowic – średnia ocen to 3,8. Wpływa na to z pewnością ma szczególny, rzadko spotykany charakter osiedla Nikiszowiec i związane z miejscem wartości kulturowo-historyczne, czym osiedle wyróżnia się na tle miasta.

### REKOMENDACJA 3.

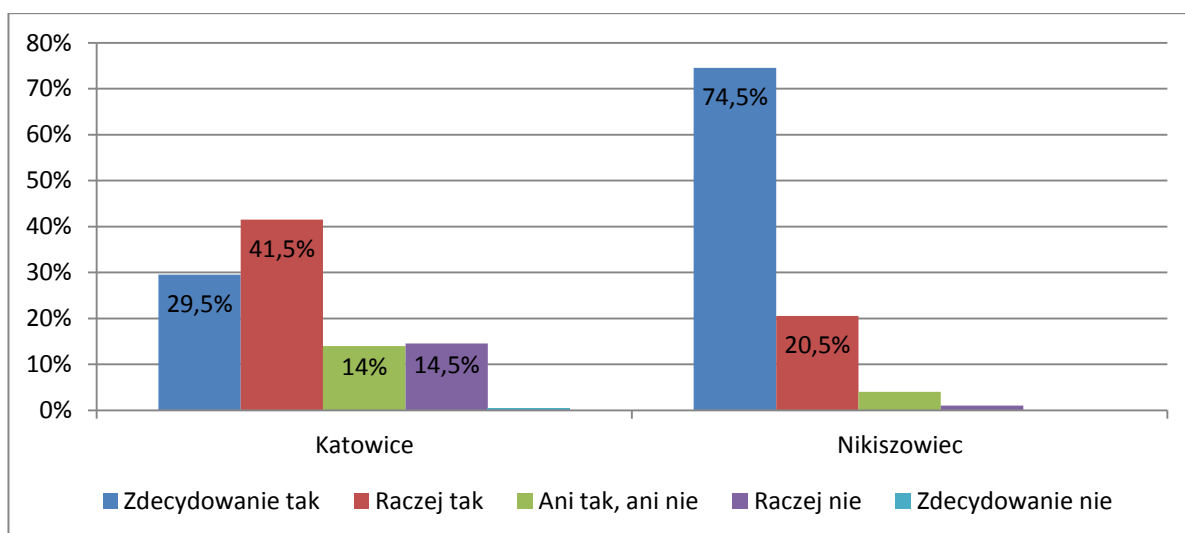
**TURYŚCI ODWIEDZAJĄCY NIKISZOWIEC OCENILI WYŻEJ ATRAKCYJNOŚĆ**

**NIKISZOWCA NIŻ KATOWIC**

**ZATEM:**

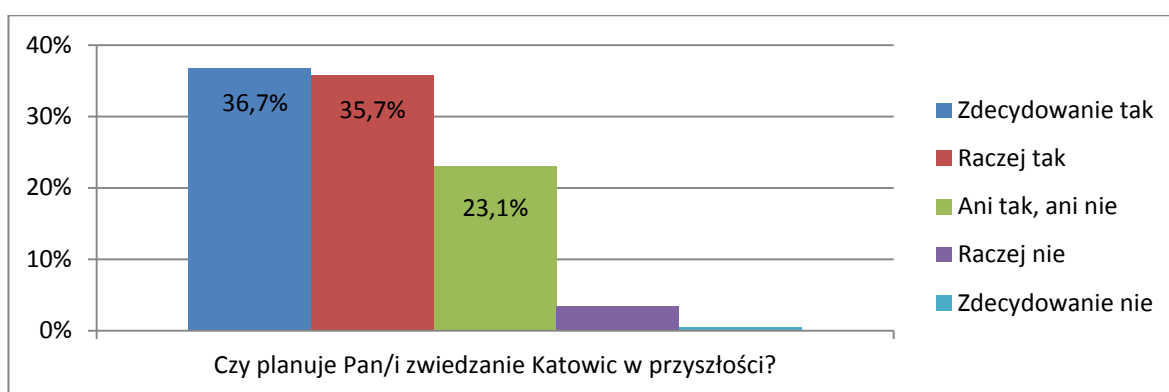
**NIKISZOWIEC JEDNYM Z NAJWAŻNIEJSZYCH PRODUKTÓW PROMOCYJNYCH MIASTA**

Z drugiej strony trzeba wziąć pod uwagę specyfikę badanej populacji (100% zwiedzających Nikiszowiec) oraz fakt, że udział w badaniu związany był z pobytem na osiedlu, co mogło wpłynąć na opinie ze względu na „świeżość” i bezpośredniość doznań.



Wykres 10. Atrakcyjność turystyczna Katowic i osiedla Nikiszowiec w opinii zwiedzających

Warto zwrócić uwagę na jeszcze jedną zależność – opinie na temat Katowic związane są z aktywnością turystyczną, na co wskazuje różnica w średniej ocenie tych, którzy zwiedzali miasto (4,2), a osób dla których Nikiszowiec jest pierwszym celem (3,4). Jednocześnie duża grupa badanych deklaruje chęć zwiedzania Katowic w przyszłości (ponad 72%). Co ciekawe, najwyższe zainteresowanie wykazywali badani, którzy mieli już okazję zwiedzać miasto, a najniższe osoby z drugiej grupy, co jest związane ze wskazaną wcześniej niższą oceną jego atrakcyjności turystycznej. W odniesieniu do pochodzenia turystów poziom zainteresowania rozkłada się stosunkowo równomiernie, przy czym widoczny jest niewielki spadek wraz ze zwiększaniem odległości do miejsca zamieszkania, co wydaje się oczywiste w kontekście ogólnych tendencji turystycznych.

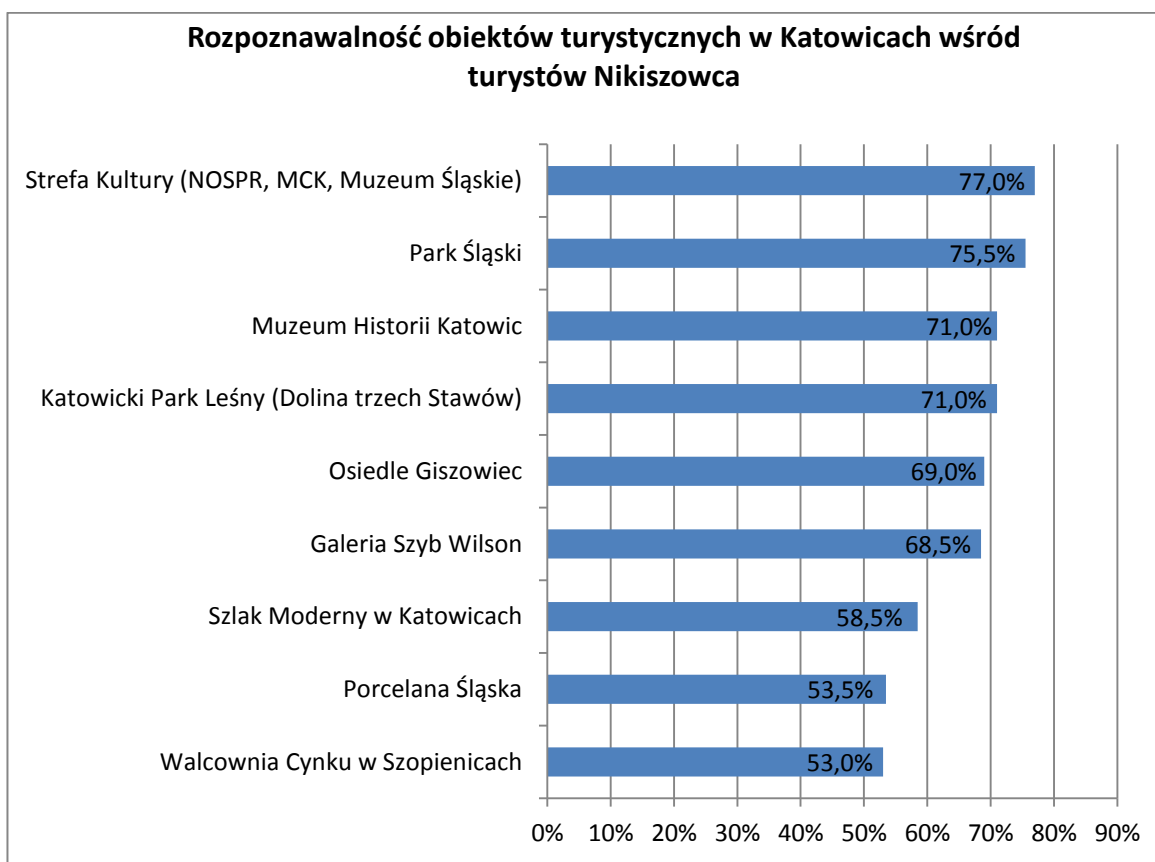


**Wykres 11. Zwiedzanie Katowic w przyszłości**

Biorąc pod uwagę rozkład odpowiedzi na pytania o zwiedzanie Katowic w przeszłości, plany zwiedzania w przyszłości oraz ocenę atrakcyjności turystycznej Nikiszowca i całego miasta, można wyróżnić grupę turystów, których przyciąga samo osiedle, a nie atrakcje w centrum Katowic. W trakcie badania respondenci odnosili się do 9 obiektów turystycznych na terenie Katowic z obszaru kultury i historii, ale też wypoczynku i rekreacji, w tym blisko związanych z rejonem osiedla Nikiszowiec. Pierwszym istotnym wskaźnikiem jest rozpoznawalność wybranych obiektów. Co oczywiste największa ogólna rozpoznawalność dotyczy badanych, którzy zwiedzali wcześniej Katowice. Skorelowana jest także rosnąco z odległością do miejsca zamieszkania i wiekiem.

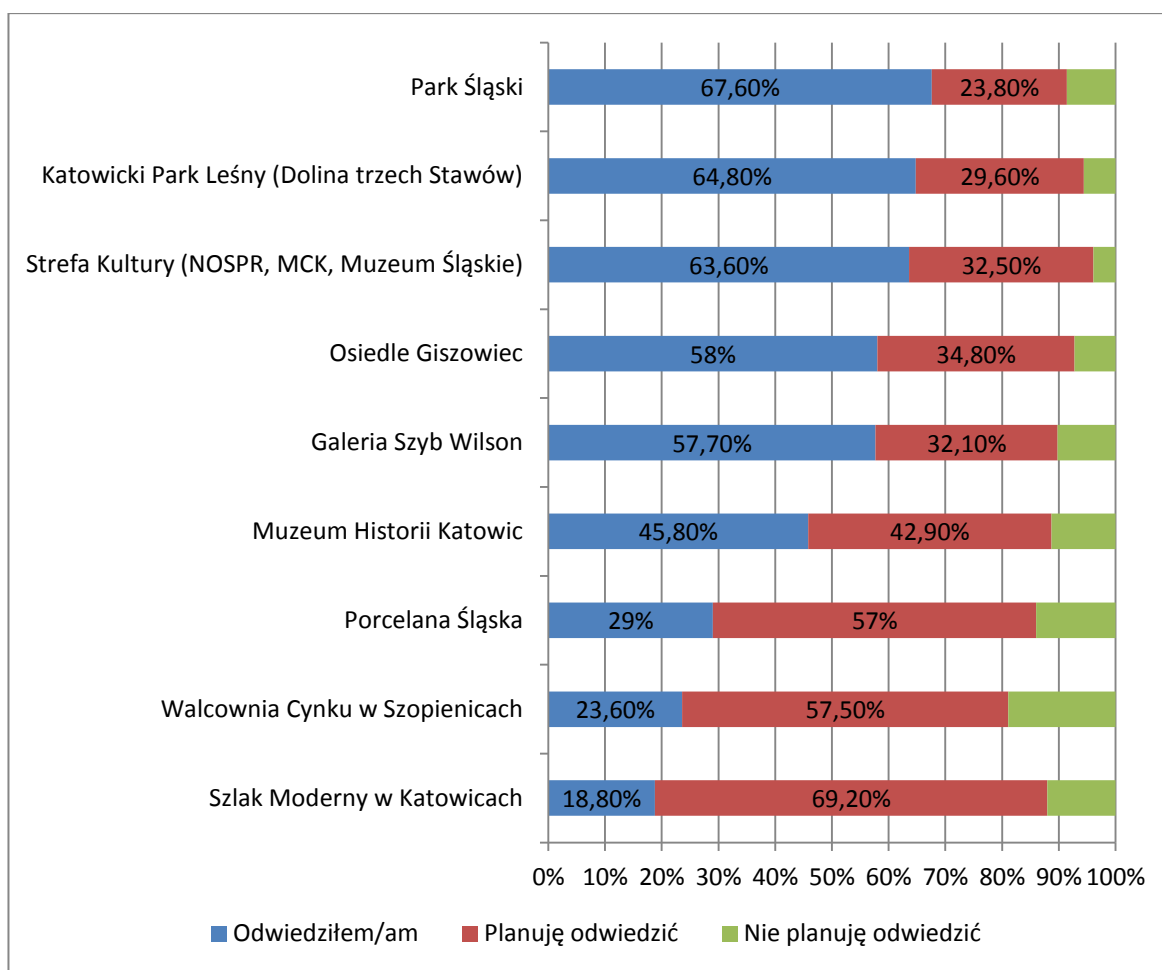
Największą rozpoznawalnością wśród turystów Nikiszowca cieszy się Strefa Kultury (NOSPR, MCK, Muzeum Śląskie). Taki wynik nie jest zaskakujący, jeśli wziąć pod uwagę szeroką promocję tego miejsca, jego centralne położenie oraz rekreacyjno-wypoczynkowy charakter, co sprawia, że staje się miejscem „dla każdego”, nie tylko

turystów zainteresowanych zasobami historyczno-kulturowymi. Podobne wnioski można odnosić do uwzględnionego w badaniu Parku Śląskiego (75,5%).



**Wykres 12. Rozpoznawalność obiektów turystycznych w Katowicach**

Badanych poproszono także o odniesienie się do każdego rozpoznanego obiektu i wskazanie jednej z trzech możliwych odpowiedzi: Odwiedziłem/am, Planuję odwiedzić, Nie planuję odwiedzić. Zainteresowanie uwzględnionymi obiektami wśród turystów Nikiszowca, za wskaźnik którego przyjęto wybór jednej z dwóch pierwszych odpowiedzi, jest na bardzo wysokim poziomie – od 81,1% dla Walcowni Cynku w Szopienicach do 96,1% dla Strefy Kultury.



Wykres 13. Odwiedzane miejsca

W grupie badanych, którzy w przeszłości zwiedzali Katowice, wśród polecanych obiektów na pierwszym miejscu wskazywano Nikiszowiec, na co może mieć wpływ nie tylko szczególny walor miejsca, ale wspomniana wcześniej „świeżość wrażeń”. Badani wymieniali nie tylko sam Nikiszowiec, ale też konkretne obiekty/miejsca na terenie osiedla, w tym: Centrum Zimbaro, Kościół, Cafe Byfj i Muzeum Historii Katowic, Oddział w Nikiszowcu. W sąsiedztwie Nikiszowca stosunkowo często wspomniano też dzielnicę Giszowiec oraz Galerię Szyb Wilson, co może być związane z bliskim sąsiedztwem tych obiektów i ich ułożeniem w ramach Szlaku Zabytków Techniki.

Poza obszarem Nikiszowca bardzo dobre opinie dotyczą Strefy Kultury, w tym przede wszystkim Muzeum Śląskiego (aż 12,2% wszystkich odpowiedzi) i NOSPRu (4,8%), ale także Centrum Kongresowego. Z badania wynika, że jest to obszar nie tylko najlepiej rozpoznawalny, ale najczęściej odwiedzany i cieszący się najlepszą opinią w kontekście walorów turystycznych.

Zdecydowana większość badanych, którzy mieli okazję poznania Szlaku Moderny, wskazała go jako wartą zwiedzenia atrakcję w Katowicach. Co interesujące Szlak Moderny był jednocześnie najrzadziej wskazywany jako miejsce odwiedzone. Jako atrakcyjne wyróżniane jest także samo Centrum Katowic, ze szczególnym uwzględnieniem Spodka, Muzeum Historii Katowic, Filharmonii Śląskiej, Katedry, Galerii BWA, Superjednostki, ul. Mariackiej i Rynku, budynku Dworca Głównego. Badani wymieniali także konkretne dzielnice (wspomniany Giszowiec, a także Bogucice, Panewniki, Janów, Kostuchna, Szopienice), teatry (Śląski im. Wyspiańskiego, Rawa, Korez), kościoły (w Bogucicach i drewniany w Parku Kościuszki), oraz parki (Park Śląski, Park Kościuszki, Bolina, Rezerwat Murckowski). Co ciekawe, badani wskazywali także na Zabytkową Kopalnię Guido. Pokazuje to, że dla niektórych turystów granice między miastami aglomeracji są umowne i jest ona postrzegana jako całość.

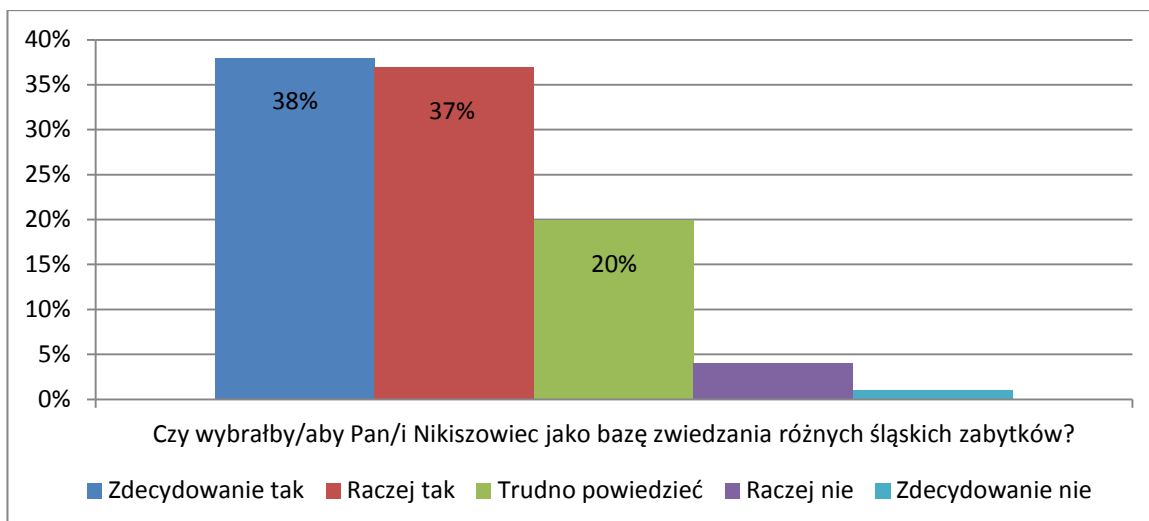
Jak wynika z części badania poświęconej miastu Katowice, znaczny udział turystów Nikiszowca to osoby prezentujące pewien stopień wiedzy i zainteresowania, a często też aktywności w ramach turystyki całego miasta, a nawet aglomeracji. Z pewnością Nikiszowiec może być punktem wyjścia dla pobudzenia bądź poszerzenia obszaru tych zainteresowań. Dotyczy to przede wszystkim osób nieprzekonanych o turystycznej atrakcyjności miasta i aglomeracji. W tym kontekście bardzo ważne jest, że w opinii większości badanych osiedle mogłoby stanowić bazę dla zwiedzania śląskich zabytków.

#### **REKOMENDACJA 4.**

**NIKISZOWIEC POTENCJALNĄ BAZĄ DO ZWIEDZANIA INNYCH ŚLĄSKICH ZABYTKÓW**

**ZATEM:**

***WSPIERANIE ROZWOJU NIKISZOWCA JAKO PUNKTU WYJŚCIOWEGO ZWIEDZANIA  
I PROMOCJI CAŁEGO MIASTA***



Wykres 14. Ocena Nikiszowca jako bazy do zwiedzania

### 3. CHARAKTER TURYSTYKI W RAMACH OSIEDLA NIKISZOWIEC, ŹRÓDŁA INFORMACJI I PROMOCJA

Przedstawiciele lokalnych podmiotów zwracają uwagę na duże zmiany w charakterze turystyki Nikiszowca: „Kiedyś były to osoby nieco starsze, ukierunkowane – architekci, plastycy – ludzie świadomi tego, gdzie jadą i co chcą obejrzeć”. Charakteryzując turystykę Nikiszowca, trzeba wskazać na jej różnorodność, determinowaną przede wszystkim celem przyjazdu. Jak wykazało badanie, osiedle oferuje obecnie coś więcej, niż wartość płynącą z zabytkowych obiektów i związanych z nimi historii.

Duży udział turystów „powracających”, w tym stałych bywalców to istotny wyznacznik turystycznego charakteru miejsca, tzn. takiego do którego „warto wracać”. Prawie połowa badanych turystów, to osoby, które odwiedziły Nikiszowiec już wcześniej.

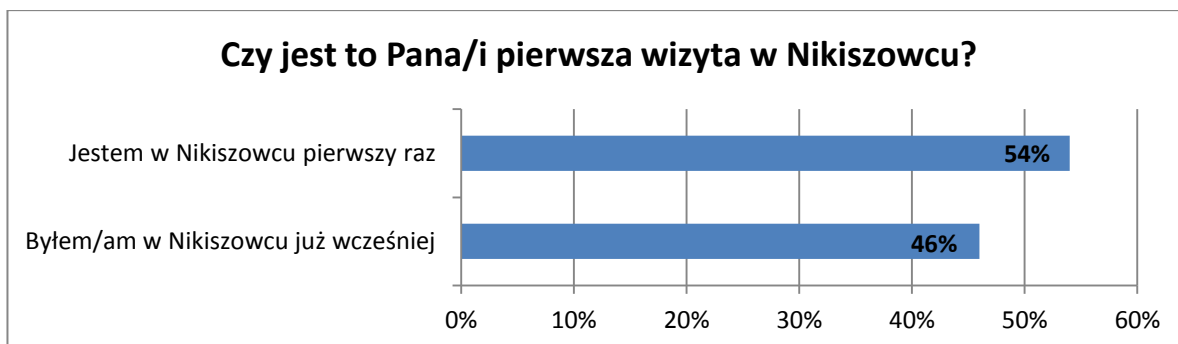
#### REKOMENDACJA 5.

**DUŻA GRUPA TURYSTÓW POWRACA NA NIKISZOWIEC**

**ZATEM:**

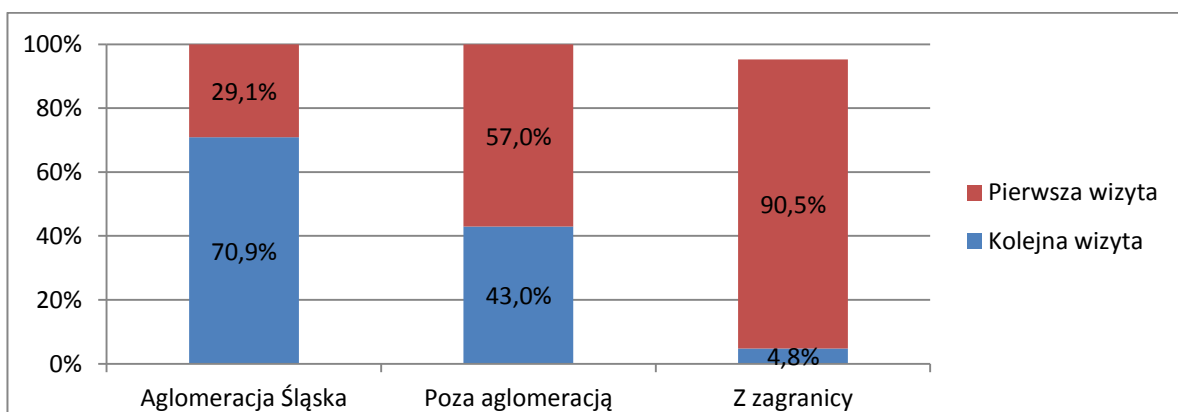
***POTRZEBA ROZWIJANIA OFERTY TURYSTYCZNEJ ATRAKCYJNEJ***

***DLA TURYSTÓW POWRACAJĄCYCH***



**Wykres 15. Liczba wizyt w Nikiszowcu**

„Powracający” turyści to przede wszystkim osoby z obszaru aglomeracji (aż 79,9% badanych). Drugą w kolejności, stosunkowo dużą grupę stanowią też osoby spoza aglomeracji (43%). W przypadku turystów zagranicznych wskaźnik wynosi 4,8%.



**Wykres 16. Liczba wizyt w Nikiszowcu a pochodzenie turysty**

Decyzję o wizycie w Nikiszowcu wiązać trzeba ze źródłami informacji oraz ich wpływem na pobudzenie zainteresowania potencjalnych turystów. Jak ukazuje badanie, najczęstsze źródła wiedzy na temat osiedla związane są z „pocztą pantoflową” (znajomi i rodzina). Dotyczy to przede wszystkim mieszkańców aglomeracji, a w drugiej kolejności innych rejonów Polski. 12% badanych wskazało na źródła internetowe, przy czym największy udział w tej grupie mają osoby spoza aglomeracji śląskiej mieszkające w Polsce. Trzecie miejsce zajmują media tradycyjne – (jedynie dla polskich turystów) oraz biuro podróży (najczęściej dla turystów zagranicznych).

W odniesieniu do turystów zagranicznych trzeba zwrócić uwagę na wspomniany wcześniej „szerszy kontekst turystyczny”, co oznacza w praktyce, że wiedza o Nikiszowcu związana jest często z całym planem podróży, stąd znacząca rola biura podróży czy przewodnika w informowaniu o miejscu.

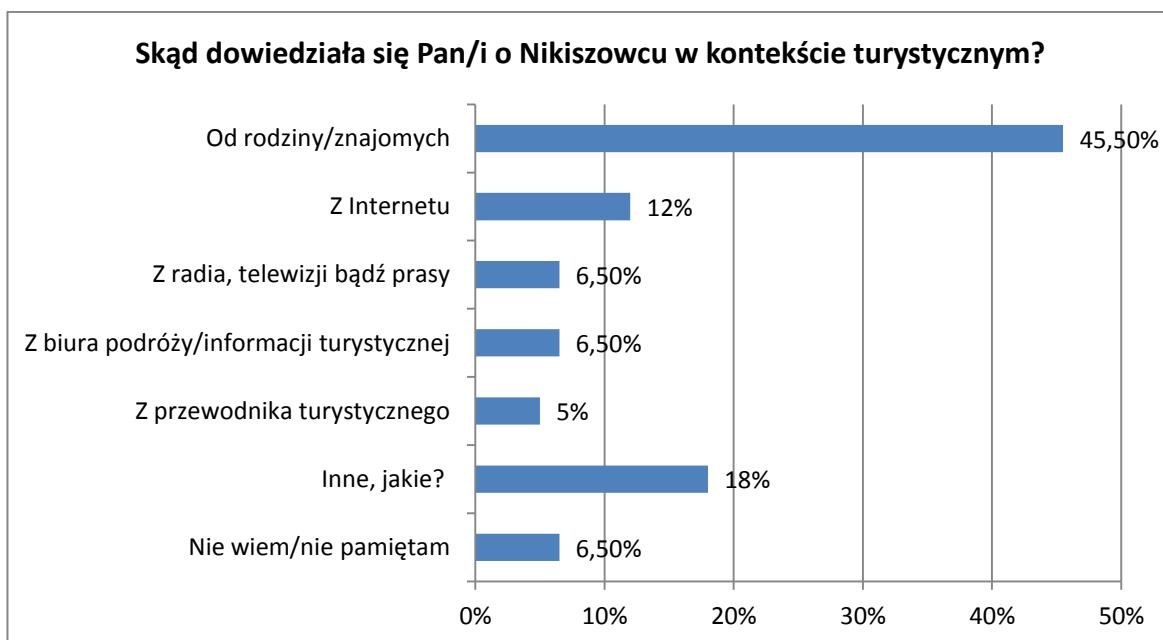
**REKOMENDACJA 6.**

**"POCZTA PANTOFLOWA" JEDNYM Z GŁÓWNYCH ŹRÓDEŁ WIEDZY O NIKISZOWCU**

**ZATEM:**

***OPARCIE PROMOCJI NIKISZOWCA O AMBASADORÓW MIEJSCA***

Promocja Nikiszowca ma charakter niesystematyczny i odbywa się głównie od wydarzenia do wydarzenia. A w związku z tym jest realizowana przez różne podmioty. Jej skuteczność wynika z tego, że powiązana jest z konkretnymi imprezami, które mają już swoją historię i renomę, przyciągają wielu turystów, ale równocześnie są szeroko nagłaśniane (m.in. Art Jarmark, Jarmark na Nikiszu). Do promocji Nikiszowca istotnie przyczyniły się także wizyty Profesora Philipa Zimbardo, które zaowocowały utworzeniem Centrum Zimbardo. Jak zostało opisane to na we wstępie, otwarcie Centrum Zimbardo oraz obecność Profesora w Nikiszowcu przyciągnęły uwagę najważniejszych polskich mediów. Sam Profesor też chętnie wspominał w swoich wypowiedziach Nikiszowiec. W prasie zdarzają się także teksty poświęcone osiedlu w kontekście udanej rewitalizacji miejsca.



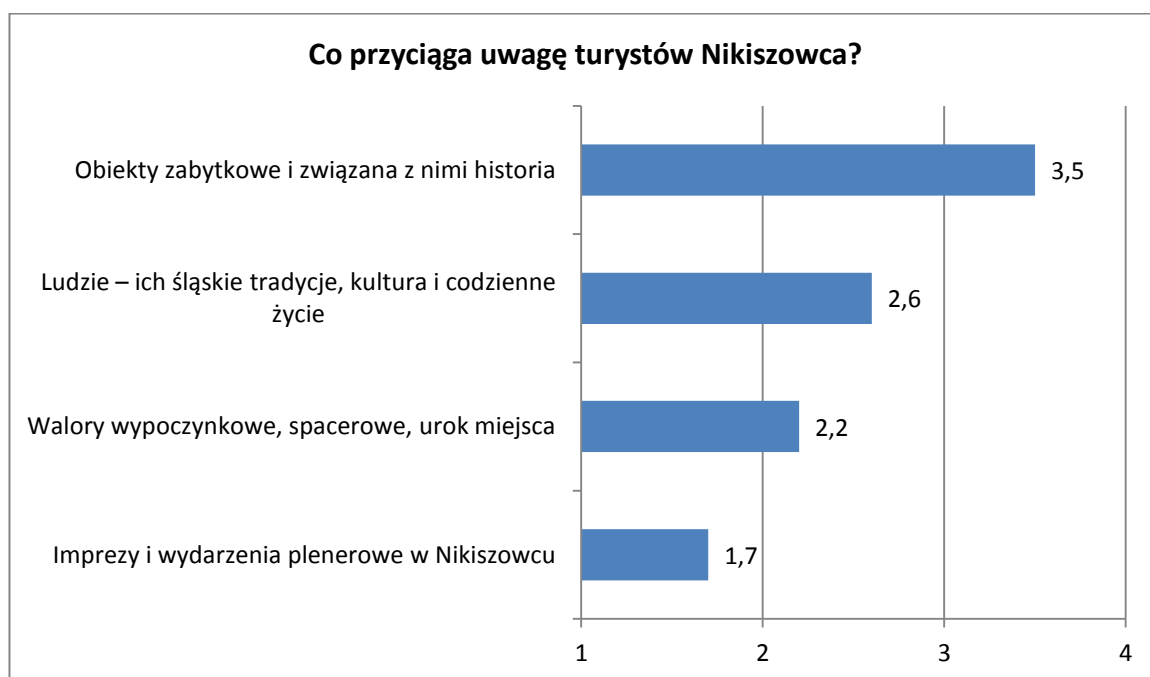
**Wykres 17. Źródła wiedzy nt. Nikiszowca**

Wśród „innych źródeł informacji” ważne miejsce zajmują filmy i książki. Dzięki temu, że Nikiszowiec był scenerią dla filmów tak uznawanych twórców jak Kazimierz

Kutz czy Lech Majewski, dla niektórych odbiorców kultury stał się miejscem kultowym. Należy jednak pamiętać, że z takich źródeł wiedzy o Nikiszowcu korzystają przede wszystkim osoby szczególnie zainteresowane tematem Śląska. Dlatego źródła te mają one charakter niszowy.

Jak wskazywali uczestnicy panelu dla promocji Nikiszowca, szczególnie wśród ludzi młodych, znaczenie może mieć także organizacja imprez masowych, które odbywając się w centrum Katowic, organizują swoje wycieczki do Nikiszowca. Wśród tych imprez należy wymienić m.in. Festiwal Tauron Nowa Muzyka oraz Off Festiwal.

#### 4. WALORY TURYSTYCZNE I POZIOM USŁUG W OPINII TURYSTÓW



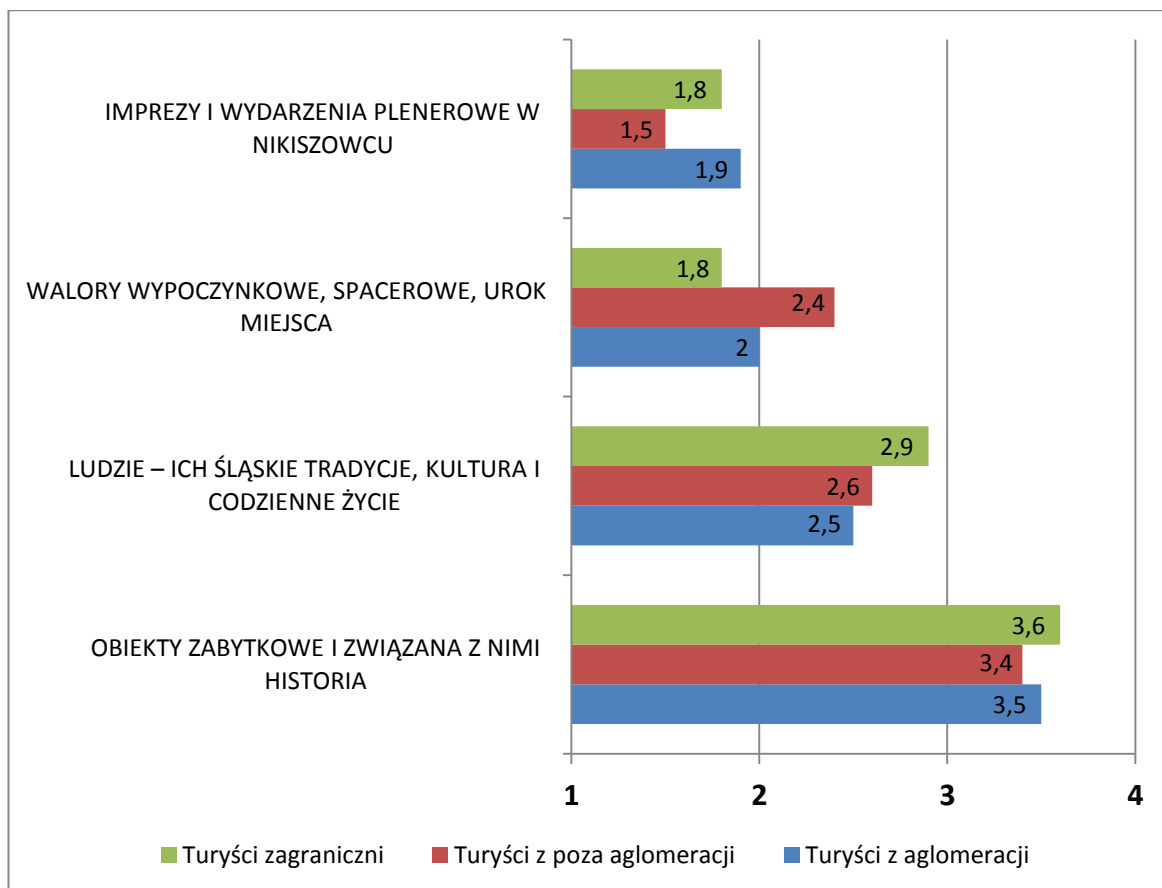
Wykres 18. Co przyciąga do Nikiszowca

Wśród badanych turystów, którzy zostali zapytani o to, co najbardziej przyciąga ich uwagę w Nikiszowcu, przeważająca część badanych wskazywała na **architekturę** w kontekście estetyki całości – cegła, czerwone wnęki okienne, detale na budynkach, kamienice, oryginalna zabudowa, pomalowane framugi okien, renowacja osiedla, równomierna zabudowa, styl całej dzielnicy – cegła, układ ulic, układ urbanistyczny, zabudowa, sklepy w podcieniach, mozaika róż.

Jako drugie w kolejności badani wymieniali konkretne obiekty wpisujące się w **wartość zabytkową** Nikiszowca, kolejno: kościół, rynek, muzeum, pocztę, ścianę

pamiątkową górników, wieżę ciśnień. Warto przy tym zwrócić uwagę, że w kontekście zwiedzania zabytków najmniejsze znaczenie dla badanych miała historia.

W odniesieniu do ludzi podkreślono **śląską kulturę i przywiązanie do tradycji**, w tym stanowiącą ciekawy element dla osób spoza śląska - gwarę. Szczególne zainteresowanie w tym obszarze wykazywali turyści polscy spoza aglomeracji.



Wykres 19. Co przyciąga do Nikiszowca a pochodzenie turystów

**Walory wypoczynkowe i spacerowe** wiążą badani z atmosferą i klimatem ocenianym jako „cichy i spokojny”. Podkreśla się tu ogólne zagospodarowanie i zadbanie, czystość, wpasowaną w zabudowę zieleni, połączone z dobrą lokalizacją. Znaczenie ma także oferta gastronomiczna z wyróżnieniem Cafe Byfj – w opinii uczestników panelu zdarza się, że na Nikiszowiec przyciąga właśnie Byfj – „kawiarnia inna niż wszystkie inne”. W ramach imprez i wydarzeń badani wskazywali konkretnie na „**jarmark**”, przy czym wypowiedzi te dotyczyły jedynie osób zamieszkujących na terenie aglomeracji (rozpoznawalność tej imprezy).

## REKOMENDACJA 7.

**TYM CO NAJBARDZIEJ PRZYCIĄGA TURYSTÓW DO NIKISZOWCA JEST ARCHITEKTURA  
A NIE LUDZIE**

**ZATEM**

***TURYSTYKA W NIKISZOWCU OPARTA NA ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJU***

Odnosząc się do wrażeń badanych w związku z wizytą na Nikiszowcu, warto wskazać miejsca i obiekty ani razu nie wspomniane w ramach sondażu, a wymienione jako ciekawe, a nawet niezwykle, przez przedstawicieli lokalnych podmiotów:

- Hak do oprawiania świń na 3. Placu.
- Hydrant na ul. Św. Anny.
- Syrena Alarmowa koło kawiarni Zillmann.
- Pralnia i magiel – ludzie są zdziwieni, że działały i jakie miały funkcje.
- Różniące się wejścia klatek schodowych.
- Na rogu ul. Św. Anny i Czechowa – spadła bomba (razem 9 bomb); dotąd są ślady na murach.
- Ul. Św. Anny 16 – okno na I piętrze z secesyjną stolarką.
- Zielone okna na ul. Krawczyka.
- Pl. Wyzwolenia w kierunku Garbarskiej – znajduje się dom, gdzie mieszkała akuszerka; zachował się tam dzwoneczek.
- Umiejętność zastosowania wszelkich stylów architektonicznych na osiedlu.

Pokazuje to, że nie wszystkie zasoby i walory Nikiszowca są dobrze rozpoznane. Istnieją jeszcze miejsca, które powinny być lepiej promowane ze względu na swoją wartość historyczną czy oryginalność.

Warto podkreślić, że prawie połowa badanych wybrała wizytę indywidualną, bez przewodnika. Dotyczy to przeważnie tych odwiedzających, którzy na Nikiszowcu są po raz kolejny, a ich pobyt nie jest związany *stricto* z wartością zabytkową osiedla. Trzeba tu wyróżnić przede wszystkim mieszkańców aglomeracji śląskiej oraz turystów z młodszych grup wiekowych.

Wycieczki zorganizowane można wiązać przede wszystkim z turystami z zagranicy, wśród których duży udział mają mieszkańcy Niemiec. Tego rodzaju wycieczki

korzystają najczęściej z przypisanego do całej trasy wycieczki przewodnika związanego z biurem podróży.

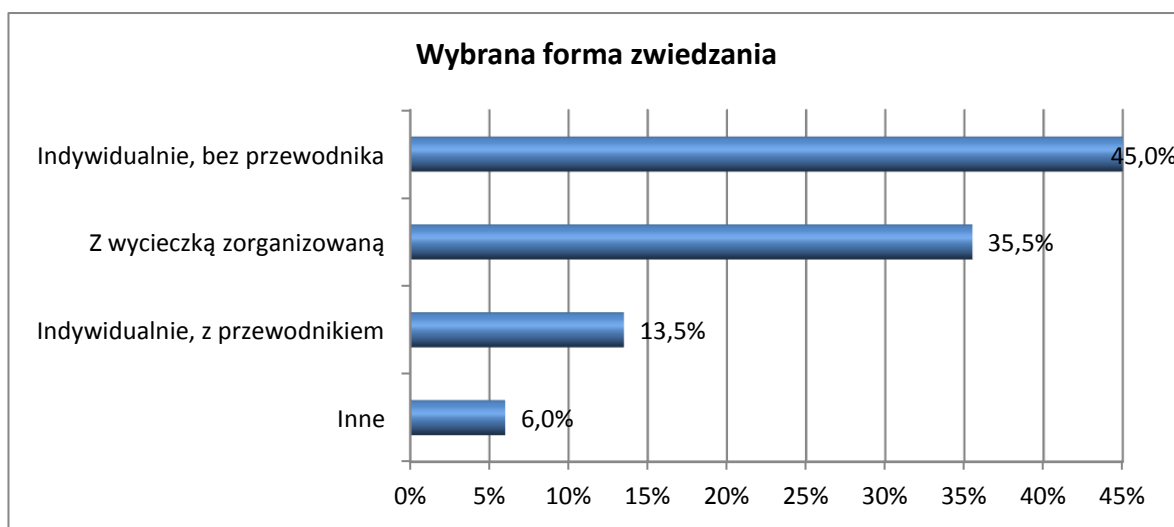
Na wycieczki indywidualne z przewodnikiem wskazywało 13,5%. Autorzy badania z własnego doświadczenia i obserwacji wskazują, że zainteresowanie usługami przewodnickimi w Nikiszowcu jest rzeczywiście znikome (bardzo mała liczba osób pytających o tę usługę). Stosunkowo wysoki do spodziewanego udział tej odpowiedzi może wynikać z szerokiej interpretacji osoby przewodnika. Przewodnikami stają się często osoby prywatne, przypadkowi ludzie związani z Nikiszowcem lub posiadający ogólną wiedzę, którzy jednak nie pełnią tej funkcji w sposób profesjonalny. Do pewnego stopnia potwierdzają to opinie uczestników panelu, którzy wskazują na obecność lokalnych przewodników. Jednak jest to w dużej mierze działalność nieformalna i spontaniczna, pozbawiona koordynacji. Z drugiej strony przewodnicy ci mają bogatą wiedzę nt. Nikiszowca, także tę powszechnie niedostępną.

#### REKOMENDACJA 8.

- **NIEWIELU INDYWIDUALNYCH POLSKICH TURYSTÓW KORZYSTA Z USŁUG PRZEWODNIKÓW**
- **OBECNOŚĆ LOKALNYCH PRZEWODNIKÓW - OSÓB PRYWATNYCH I DZIAŁAJĄCYCH PRZY NGO**

**ZATEM:**

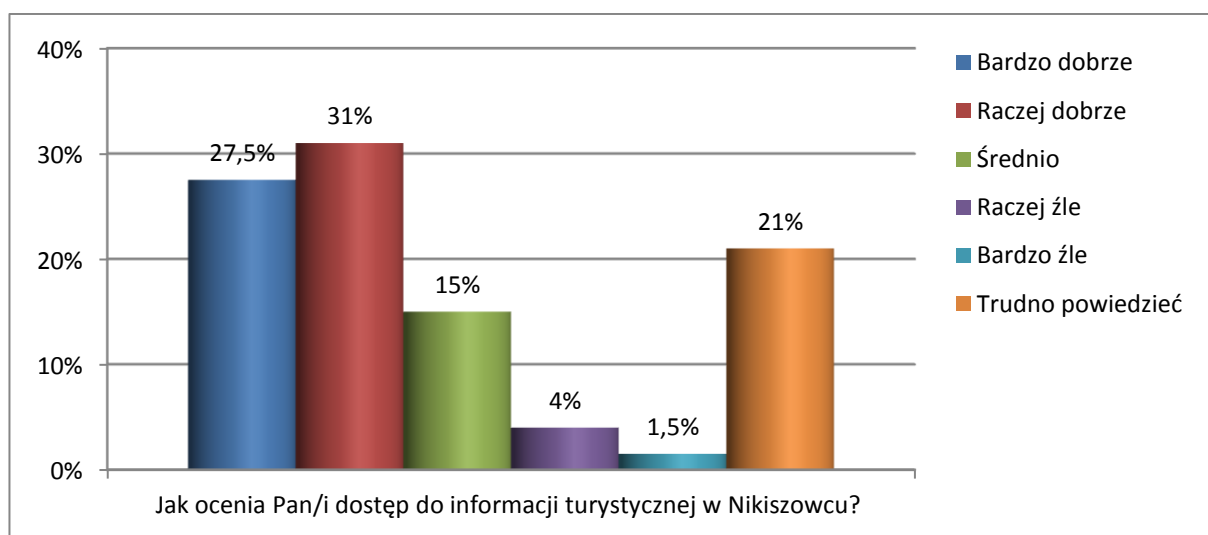
***LOKALNE USŁUGI PRZEWODNICKIE WYMAGAJĄ WSPARCIA I UPORZĄDKOWANIA  
POWINNY BYĆ OPARTE O LOKALNYCH PRZEWODNIKÓW***



Wykres 20. Forma zwiedzania

Jedynie 5,5% biorących udział w badaniu korzystało podczas zwiedzania z przeznaczonych do tego programów na urządzenie przenośne. Wymieniano tu przede wszystkim audio przewodnik dostępny w Punkcie Informacji Turystycznej, aplikacje BIKSA, GoogleMaps, KatoApka, przewodnik po Nikiszowcu w wersji elektronicznej, Tinder, Tripadvisor i stronę [www.e-zabytek.pl](http://www.e-zabytek.pl). Przy czym badani raczej dobrze oceniali przydatność wymienionych narzędzi dla turysty Nikiszowca.

Ponad 58% badanych wyraziło pozytywną opinię na temat dostępu do funkcjonującej na Nikiszowcu informacji turystycznej, przy czym większość, bo 31%, to opinie umiarkowanie pozytywne. W kontekście badania warto zwrócić uwagę na udział 21% osób, które wybrały odpowiedź „trudno powiedzieć”, a wśród nich tych, które nie były zainteresowane korzystaniem z informacji turystycznej bądź o niej nie wiedziały. Uczestnicy panelu wskazywali natomiast na potrzebę wydłużenia godzin i dni pracy Punktu Informacji Turystycznej i lepszego dostosowania działalności PIT do ruchu turystycznego.



Wykres 21. Dostęp do informacji turystycznej

Kolejnym ważnym elementem w ramach turystyki jest zaplecze usługowe. Wśród turystów Nikiszowca największą popularnością cieszy się oferta gastronomiczna – 80% badanych korzystało z usług gastronomicznych przy okazji wizyty. Badani bardzo dobrze oceniają usługi w tym obszarze (4,1), przy czym prym wiedzie tu wspomniany wcześniej Cafe Byfj.

Spore, bo ponad 70%, zainteresowanie dotyczy także usług związanych *stricto* z promocją osiedla – materiałów informacyjnych i oferty pamiątkarskiej. Ocena na poziomie 3,7 sugeruje jednak umiarkowany poziom zadowolenia turystów. Najniższy poziom zainteresowania dotyczy oferty noclegowej. Jedynie 39% badanych miało okazję

w ogóle zapoznać się z tą ofertą. W obszarze transportu i logistyki wysoko oceniany był dojazd do osiedla. Niżej oceniana jest natomiast organizacja ruchu i parkowanie na terenie Nikiszowca.



Wykres 22. Ocena elementów oferty turystycznej

## 5. KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI NIKISZOWCA – SZANSE I BARIERY

Odwiedzającym Nikiszowiec brakuje przede wszystkim informacji o tym, co można zobaczyć i z jakich usług skorzystać. Brak informacji może prowadzić do ograniczenia ogólnej aktywności zwiedzających, ale może też działać zniechęcająco. Jak wynika z badania, dobrze przygotowana informacja adresowana do turystów w przypadku Nikiszowca powinna przede wszystkim dotyczyć: oznakowania obiektów z perspektywy rynku, map i broszur zawierających najważniejsze informacje na temat osiedla. Dla

turystów zagranicznych znaczenie ma tutaj uwzględnienie języka angielskiego. Deficyty informacyjne dotyczą także oferty noclegowej oraz usytuowania toalet.

#### REKOMENDACJA 9.

- **UMIARKOWANY POZIOM ZADOWOLENIA Z MATERIAŁÓW O NIKISZOWCU**
  - **NIEWYSTARCZAJĄCA INFORMACJA NA TEMAT USŁUG I ATRAKCJI NIKISZOWCA**

**ZATEM:**

***WIĘKSZA INTENSYWNOŚĆ DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH***

Wiele osób wskazywało na ograniczoną ofertę pamiątkarską. Obecnie w Nikiszowcu zakup pamiątek możliwy jest w dwóch miejscach: Muzeum Historii Katowic, Oddział w Nikiszowcu oraz w Centrum Zimbaro. W większości są to pamiątki lokalnych artystów, co niewątpliwie stanowi ogromną siłę oferty pamiątkarskiej.

W opinii badanych wiele do życzenia pozostawia organizacja ruchu na terenie samego osiedla. Turyści podróżujący samochodem zwracali uwagę na pewne niedogodności w usytuowaniu i oznakowaniu miejsc parkingowych, których miejsce widzieliby poza terenem rynku. Dla osób korzystających z komunikacji miejskiej udogodnieniem byłaby większa liczba połączeń bezpośrednio z terenu osiedla, w tym możliwość dojazdu do dworca głównego. Z drugiej strony zwiedzającym przeszkadza duży ruch w centrum osiedla związany z usytuowaniem przystanków autobusowych w samym centrum Nikiszowca, a także możliwość parkowania na rynku autokarów i samochodów.

Wśród proponowanych inwestycji pojawił się także dostępny na miejscu przewodnik, najlepiej mogący oprowadzać także wycieczki zagraniczne w języku angielskim. Tutaj także pojawiła się propozycja miejsca, w którym można by dowiedzieć się o życiu osiedla od jego mieszkańców.

Mimo dużego, jak zostało to wcześniej wspomniane, zainteresowania Cafe Byfyj, badani zwrócili uwagę na ogólnie nierozwiniętą ofertę kawiarniano-gastronomiczną w Nikiszowcu. Zainteresowanie badanych dotyczy przede wszystkim potraw regionalnych, lokali o bardziej restauracyjnym charakterze, ogródka piwnego i miejsc odpowiednich do spędzania wolnego czasu wieczorem (pub).

Wśród badanych pojawiło się także kilka innych propozycji inwestycji, które służyć miałyby rozwojowi usług turystycznych w Nikiszowcu. Wśród nich znalazły się m.in.:

- Lepsza promocja miejsca; w tym w Internecie - dostęp do spójnej informacji o Nikiszowcu.
- Powrót „kolejki Balkan”.
- Wypożyczalnia rowerów.
- Ławki na terenie rynku.
- Miejsce dla dzieci. Plac zabaw.
- Wydarzenia i imprezy (więcej, częściej), np. pokazy rzemiosła, plenerowe wystawy zdjęć.

#### SPIS TABEL I WYKRESÓW ZAWARTYCH W ROZDZIALE IV

Wykres 4. Wiek badanych

Wykres 5. Status zawodowy badanych

Wykres 6. Pochodzenie badanych

Wykres 4. Sposób dotarcia do Nikiszowca

Wykres 5. Turystyczna ranga Nikiszowca

Wykres 6. Turystyczna ranga Nikiszowca a pochodzenie turystów

Wykres 7. Zwiedzanie Katowic

Wykres 8. Częstość odwiedzania Katowic przez turystów a ich pochodzenie

Wykres 9. Częstość odwiedzania Katowic przez turystów a ich wiek

Wykres 10. Atrakcyjność turystyczna Katowic i osiedla Nikiszowiec w opinii zwiedzających

Wykres 11. Zwiedzanie Katowic w przyszłości

Wykres 12. Rozpoznawalność obiektów turystycznych w Katowicach

Wykres 13. Odwiedzane miejsca

Wykres 14. Ocena Nikiszowca jako bazy do zwiedzania

Wykres 15. Liczba wizyt w Nikiszowcu

Wykres 16. Liczba wizyt w Nikiszowcu a pochodzenie turysty

Wykres 17. Źródła wiedzy nt. Nikiszowca

Wykres 18. Co przyciąga do Nikiszowca

Wykres 19. Co przyciąga do Nikiszowca a pochodzenie turystów

Wykres 20. Forma zwiedzania

Wykres 21. Dostęp do informacji turystycznej

Wykres 22. Ocena elementów oferty turystycznej

Tabela 1. Kraje pochodzenia zagranicznych turystów biorących udział w badaniu

Tabela 2. Województwa pochodzenia polskich turystów biorących udział w badaniu

Tabela 3. Miasta pochodzenia polskich turystów biorących udział w badaniu

## V. WNIOSKI I REKOMENDACJE

### 1. ANALIZA SWOT

MOCNE STRONY:	SŁABE STRONY:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• walory architektoniczne i historyczne osiedla</li> <li>• zachowane i podtrzymywane tradycje</li> <li>• zabytkowy charakter osiedla (status Pomnika Historii, rejestr zabytków ruchomych)</li> <li>• autochtoniczni mieszkańcy współżyjący z ludnością napływową</li> <li>• aktywne organizacje pozarządowe</li> <li>• bliskość czynnej - KWK „Wieczorek”</li> <li>• dobrze oceniane lokale gastronomiczne i ciekawa oferta kulinarna</li> <li>• autentyczność miejsca</li> <li>• lokalni przewodnicy znający historię i kulturę miejsca</li> <li>• wyjątkowy i niepowtarzalny charakter osiedla</li> <li>• imprezy kulturalne mające niepowtarzalny i cykliczny charakter</li> <li>• filmowe sceny kręcone w Nikiszowcu</li> <li>• różnorodność atrakcji turystycznych</li> <li>• korzystna lokalizacja – bliskość</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nie spełniający w wystarczającym stopniu swoich funkcji punkt informacji turystycznej (problem widoczności, godzin otwarcia)</li> <li>• wielość właścicieli budynków osiedla Nikiszowiec</li> <li>• chaos i braki w działaniach promocyjnych</li> <li>• brak koordynacji działań w obszarze turystyki – np. wielość przewodników działający w pojedynkę</li> <li>• niewystarczające materiały promocyjne - brak ulotek po polsku, map uwzględniających wszystkie atrakcje</li> <li>• działania promocyjne nie angażujące lokalne podmioty i społeczność</li> <li>• słabe zaplecze sanitarne</li> <li>• brak zaangażowania KWK „Wieczorek” w działania służące wspieraniu turystyki</li> <li>• niektóre nietrafione inwestycje przestrzenne</li> <li>• mankamenty estetyczne (graffiti na murach, nieczystości po psach)</li> <li>• nieprzestrzeganie zasad ruchu drogowego</li> <li>• ruch kołowy na rynku</li> </ul>

<p>innych atrakcji i innych obiektów zabytkowych, umiejscowienie na Szlaku Zabytków Techniki</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• charakter i rozmiar zabudowy sprzyjający zwiedzaniu</li> <li>• postrzeganie Nikiszowca jako modelu działań rewitalizacyjnych</li> <li>• sportowe tradycje Nikiszowca - hokej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• niewystarczająca informacja na temat oferty noclegowej</li> <li>• tereny nieużytkowe wokół Nikiszowca – nieestetyczne, zaniedbane i marnowane</li> <li>• brak strony internetowej nt. atrakcji turystycznych osiedla</li> </ul>
<b>SZANSE:</b>	<b>ZAGROŻENIA:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• istnienie bazy noclegowej</li> <li>• moda na regionalizm, poszukiwanie autentyzmu i tradycji, na Nikiszowiec</li> <li>• usługi turystyczne realizowane przez podmioty lokalne</li> <li>• włączenie się KWK „Wieczorek” w działania turystyczne</li> <li>• stworzenie twarzy i ambasadorów Nikiszowca, zaangażowanych w jego promocję</li> <li>• możliwość pozyskania środków na rewitalizację</li> <li>• sprzężenie atrakcyjności Nikiszowca z nową atrakcyjnością Katowic</li> <li>• regulacje prawne sprzyjające planowaniu działań w Nikiszowcu – LPR, GPR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• niepewna przyszłość KWK „Wieczorek” i związane z tym zagrożenia wynikające z gospodarowania nieruchomościami</li> <li>• komercjalizacja turystyki w Nikiszowcu</li> <li>• gentryfikacja</li> <li>• niechęć społeczności lokalnej do rozwoju usług turystycznych w Nikiszowcu</li> <li>• słabnąca aktywność lokalnych organizacji pozarządowych i społeczności</li> <li>• degradacja materialnej tkanki osiedla w wyniku niewystarczających środków finansowych na remonty</li> <li>• pogłębianie się deficytów w zakresie działań promocyjnych</li> </ul>

## **2. REKOMENDACJE**

Katowice, które przechodzą w ostatnich latach znaczącą i intensywną zmianę, stoją przed wyzwaniem, jakim jest potrzeba dookreślenia swojej tożsamości i adekwatnego komunikowanie jej na zewnątrz. To wyzwanie nierozzerwalnie łączy się z turystyką, której kierunki rozwoju powiązane są bardzo mocno z tożsamością miasta i sposobem jej prezentowania.

W rozdziale tym - odnosząc się do zaprezentowanych wyników badań - przedstawione zostaną rekomendacje w zakresie rozwoju ruchu turystycznego, ze szczególnym uwzględnieniem Nikiszowca. Kolejność prezentowanych rekomendacji jest inna niż w poprzednim rozdziale, gdyż nie jest podyktowana kolejnością prezentowanych wyników, lecz została ułożona ze względu na wagę tych rekomendacji.

### **2.1. TURYSTYKA NIKISZOWCA NA TLE CAŁEGO MIASTA**

#### **REKOMENDACJA 1.**

**STRATEGIA PROMOCYJNA MIASTA OPARTA NA DYCHOTOMII  
TRADYCYJNE VERSUS NOWOCZESNE**

#### **REKOMENDACJA 2.**

**NIKISZOWIEC JEDNYM Z NAWAŻNIEJSZYCH PRODUKTÓW PROMOCYJNYCH MIASTA**

#### **REKOMENDACJA 3.**

**WSPIERANIE ROZWOJU NIKISZOWCA JAKO PUNKTU WYJŚCIOWEGO ZWIEDZANIA I  
PROMOCJI CAŁEGO MIASTA**

Walory kulturowe i społeczne Nikiszowca posiadają szczególną i bezcenną wartość, która związana jest z ich autentycznością. Zachowane w Nikiszowcu tradycje, związane przede wszystkim z kulturą górniczą, obrzędami religijnymi i tradycją śląską, celebrowane są nie na potrzeby zewnętrznych obserwatorów, turystów, lecz ze względu na wartość samą w sobie, jaką niosą dla lokalnej społeczności. Wynikają z potrzeby funkcjonowania w tradycji i jej kontynuowania jako obowiązku wobec przodków i samej tradycji właśnie. Kulturowane tradycje nie wynikają też - jak dzieje się to obecnie w wielu miejscach naszego kraju czy nawet regionu - z mody na odkrywanie utraconego

dziedzictwa, czy powrotu do korzeni. Zachowana ciągłość i autentyczność tradycji odróżnia więc Nikiszowiec od wielu innych miejsc. To żywy Pomnik Historii - nie mający charakteru skansenu, podlegający ubogacającym go oddziaływaniom i zmianom. A tym samym czyni to z niego miejsce o szczególnych walorach, także turystycznych.

Dlatego wyeksponowanie i promowanie Nikiszowca jako miejsca o autentycznej i dobrze zachowanej tradycji powinno być znacznie intensywniejsze niż do tej pory. Tradycja ta nabiera jeszcze dodatkowego znaczenia, gdy zestawić ją z - obecnie jedną z najważniejszych atrakcji Katowic - Strefą Kultury.

Rekomenduje się więc, aby działania promocyjne miasta bazowały właśnie na dychotomii i kontraście, zachodzącym między tym, co - bardzo - nowoczesne i tym, co - bardzo - tradycyjne. Siła tego kontrastu stawia miasto w nowym kontekście: miasta bardzo wyrazistego, mającego dużo do zaoferowania, nie wstydzącego się swojego dziedzictwa przemysłowego i poprzemysłowego.

Zestawienie Nikiszowca ze Strefą Kultury dodatkowo pokazuje jak bardzo różne mogą być losy miejsc związanych z przemysłową tradycją. W ten sposób przedstawione zostają dwie bardzo różne narracje - ciągłości tej tradycji oraz jej przerwania i nadania jej zupełnie innego znaczenia. Kampania promocyjna obu tych miejsc powinna być zatem prowadzona łącznie, z potraktowaniem ich jako dwóch uzupełniających się i niezbędnych dla rozumienia historii Katowic i całego Śląska, lokalizacji.

Docenienie Nikiszowca przez turystów powinno mieć też swoje odzwierciedlenie w funkcji Nikiszowca w promowaniu całego miasta. Jak pokazały badania, dla wielu turystów Nikiszowiec mógłby być bazą do zwiedzania innych śląskich zabytków. Miejscem, gdzie nie tylko przyjeżdża się na kilka godzin, ale do którego wraca się podczas tej samej, jednej podróży. Taka funkcja Nikiszowca, który miałby być zatem także punktem startowym w podróży po Śląsku, wymaga odpowiedniego przystosowania osiedla.

Do najważniejszych, związanych z tym wyzwań należy rozwój odpowiedniej, przyjaznej dla różnorodnych turystów bazy noclegowej. Oferta sąsiadujących z zabytkowym osiedlem dwóch obiektów noclegowych - Hotelu Jantor oraz euroHotelu - nastawiona jest na bardziej zasobnego turystę. Co istotne, trafiający do Nikiszowca turyści - jak wynika z naszych obserwacji - często nie wiedzą o istnieniu tych hoteli. A ponadto, jak można zauważyć na stronie internetowej obu obiektów, ich oferta nie jest powiązana z Nikiszowcem, jako atrakcją turystyczną, gdyż nie odwołują się do niego, ani nie wskazują go jako miejsce warte odwiedzenia. Potwierdza to potrzebę rozwoju rynku usług

noclegowych na Nikiszowcu. To warunek konieczny traktowania osiedla jako bazy dla zwiedzania innych zabytków.

Takie podejście można zauważyć m.in. przy Zabytkowej Kopalni Węgla Kamiennego "Guido" w Zabrze, w sąsiedztwie której - na potrzeby przybywających spoza aglomeracji turystów - powstał Hostel Guido. Hostel ma w swojej ofercie zróżnicowane pod względem standardu pokoje. Warto podkreślić, że powstał on pomimo niezbyt atrakcyjnej lokalizacji (w sąsiedztwie Kopalni). Udało się jednak stworzyć nowoczesny kompleks noclegowo - konferencyjny, którego głównym atutem jest dobre skomunikowanie z autostradą A4 oraz DTŚ. Obiekt oferuje miejsca noclegowe o standardzie hostelowym oraz podwyższonym.

Nikiszowiec, który byłby bazą do zwiedzania Katowic jak i innych atrakcji aglomeracji, to jednak nie tylko baza noclegowa, ale także punkt początkowy, zatem miejsce, które powinno bardzo dobrze informować turystów o tym, co mogą zobaczyć w innych częściach miasta i aglomeracji. W przypadku Nikiszowca jest to możliwe także dzięki temu, że stałby się on wizytówką, zachętą do odwiedzenia innych miejsc, sam potwierdzając atrakcyjność turystyki przemysłowej i poprzemysłowej w mieście i regionie. To oczywiście wiąże się z tym, że działania informacyjno-promocyjne powinny pełnić znacznie szerszą funkcję (o czym jeszcze w dalszej części "Rekomendacji").

## **2.2. PROMOCJA**

### **REKOMENDACJA 4.**

**WIĘKSZA INTENSYWNOŚĆ DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH**

### **REKOMENDACJA 5.**

**POTRZEBA ZWIĘKSZENIA PROMOCJI NIKISZOWCA  
WŚRÓD TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH**

### **REKOMENDACJA 6.**

**OPARCIE PROMOCJI NIKISZOWCA O AMBASADORÓW MIEJSCA**

Działania promocyjne - jako jeden z filarów rozwoju turystyki - zostały w badaniu poddany starannej analizie. Były także intensywnie dyskutowane podczas panelu eksperckiego, zorganizowanego w ramach badania. Chociaż promocja Nikiszowca w

ostatnich latach uległa pozytywnej zmianie, powinna jednak być - biorąc pod uwagę walory tego miejsca - prowadzona na znacznie większą skalę.

Obecnie promocja Nikiszowca opiera się formalnie przede wszystkim na działalności Punktu Informacji Turystycznej. Jednak jak zostało to wskazane wcześniej, takie funkcje pełnią równolegle inne podmioty, których działalność związana jest z promocją dziedzictwa Nikiszowca. Taką działalność prowadzi m.in. Stowarzyszenie FIL. Na podstawie uwag i zapotrzebowania zgłaszanego zarówno przez badanych turystów jak i osoby zebrane na panelu eksperckim, wynika, że potrzebne jest, aby PIT w Nikiszowcu swoją działalność dostosował do potrzeb turystów i zmieniał się wraz z rozwojem rynku usług turystycznych - zarówno w wymiarze czasu pracy, jak i w zakresie działań informacyjno-promocyjnych. W związku z tym, że badania pokazały, iż Nikiszowiec mógłby być bazą dla turystów, którzy zatrzymują się w naszym regionie na dłużej, warte rozważenia jest nadanie PITowi nowych funkcji i zaangażowanie w te działania także lokalne podmioty.

Potrzeba ta łączy się także z innym obszarem do poprawy, jaki został wskazany w badaniu. Jak się okazało, duża część badanych turystów, jak i ekspertów na panelu, wyraźnie wskazała na niewystarczające materiały promocyjne na temat osiedla - zarówno dotyczy to map, ulotek, broszur, jak i wydawnictw ciągłych. Odnosi się to przede wszystkim materiałów w języku polskim.

W tym kontekście warto przypomnieć, że w promocji Nikiszowca sięga się już po nowe technologie - m.in. audio przewodnik po osiedlu w językach: polskim, angielskim i niemieckim; broszury nt. osiedla w wersji elektronicznej. Ale równocześnie brakuje podstawowego narzędzia, jakim jest strona internetowa. Dzięki niej możliwe byłoby zachęcanie do odwiedzenia Nikiszowca znacznie szersze grono turystów - także zagranicznych. Jak pokazały badania to w tym obszarze istnieją znaczne deficyty. Ponadto strona spełniałaby także inne funkcje. Umożliwiłaby skoordynowanie informacji nt. oferty kulturalnej Nikiszowca oraz wspierałaby lokalne podmioty w promowaniu ich usług turystycznych.

Jedną z proponowanych na panelu eksperckim form promowania Nikiszowca jest także sięganie po "ambasadorów", czyli osoby publicznie, związane z Górnym Śląskiem posiadające autorytet bądź rozpoznawalne i lubiane. Nikiszowiec, którego kapitał w znacznym stopniu oparty jest o ludzi, szczególnie chętnie powinien sięgać po formy promocji opierające się na człowieku właśnie.

Jak pokazały badania, dobrym sposobem promocji Nikiszowca są także organizowane tutaj imprezy. Wiele z nich ma charakter cykliczny i są już rozpoznawane w regionie, jak i poza nim, przyciągając co roku coraz większą liczbę gości. Wśród imprez tych warto wymienić zwłaszcza:

- Industriadę
- Art Jarmark na Festiwalu Art Naif
- Odpust u Babci Anny
- Jarmark na Nikiszu
- Noc Muzeów.

W tym kontekście na panelu zwracano szczególną uwagę na to, aby imprezy organizowane w Nikiszowcu zachowały swój wysoki poziom i równocześnie nie były organizowane imprezy o niskiej jakości i wartości. Dlatego potrzebne jest skoordynowanie działań w tym zakresie - tak, aby każda impreza organizowana w Nikiszowcu wzmacniała jego wizerunek jako miejsca rozwojowego i równocześnie związanego z określoną tradycją.

Rekomendacje szczegółowe dotyczące promocji:

- Stworzenie map turystycznych uwzględniających najciekawsze obiekty Nikiszowca oraz usługi turystyczne oferowane przez lokalne podmioty; dostępne nie tylko w PIT, ale także w innych ważnych dla turystyki miejscach w Nikiszowcu.
- Ulokowanie w przestrzeni tablic informacyjnych z mapami Nikiszowca, uwzględniających specyfikę zabytkowy charakter przestrzeni Nikiszowca i dostosowanych wymiarowo do miejsca.
- Wzmocnienie i rozszerzenie działalności promocyjno-informacyjnej w Nikiszowcu, z uwzględnieniem oferty turystycznej całego miasta:
  - a) PIT jako punkt promujący Nikiszowiec i całe Katowice;
  - b) wyposażenie PIT w materiały promocyjne nt. atrakcji turystycznych innych części Katowic i aglomeracji;
  - c) wydłużenie działalności PIT: 7 dni w tygodniu, dłuższe godziny pracy.
  - d) zaangażowanie podmiotów lokalnych w działania promocyjno-informacyjne.
- Kontynuowanie i wznowienie wydawnictw poświęconych Nikiszowcowi.

- Powstanie strony internetowej zawierającej kompleksowe informacje nt. turystyki w Nikiszowcu oraz kalendarz wszystkich imprez.
- Powstanie kalendarza wszystkich imprez w Nikiszowcu.
- Starannie koordynowany rozwój oferty kulturalnej.

### **2.3. ROZWÓJ TURYSTYKI W OPARCIU O ZASOBY LOKALNE**

#### **REKOMENDACJA 7.**

**TURYSTYKA W NIKISZOWCU OPARTA NA ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJU**

#### **REKOMENDACJA 8.**

**LOKALNE USŁUGI PRZEWODNICKIE WYMAGAJĄ WSPARCIA I UPORZĄDKOWANIA**

#### **REKOMENDACJA 9.**

**USŁUGI PRZEWODNICKIE POWINNY BYĆ OPARTE  
O LOKALNYCH PRZEWODNIKÓW**

W analizie ruchu turystycznego w Nikiszowcu nie może jednak zabraknąć namysłu nad istotą i specyfiką jego rozwoju - jakie są jego granice i jakie niesie on ryzyka dla mieszkańców.

Jak zostało to wskazane w wynikach badań, turyści przyjeżdżający do Nikiszowca za najważniejsze jego walory uznają architekturę w kontekście estetyki całości jak i konkretne obiekty wpisujące się w wartość zabytkową Nikiszowca. Ich wartość nie podlega dyskusji, jednak należy pamiętać, że jest ona dopełniona przez kapitał ludzki, czyli tutejszą społeczność - zachowaną przez nią tradycję i myślenie o przyszłości. Dopiero przyjęcie założenia o współistnieniu, a właściwie wzajemnym dopełnianiu się architektury i człowieka, daje pełne rozumienie tego, co stanowi autentyczną wartość Nikiszowca. Dlatego rozpatrując i planując dalszy rozwój osiedla, także w kontekście turystyki, należy myśleć łącznie o człowieku i reprezentowanych przez niego wartościach oraz kulturze materialnej.

Lokalna społeczność ma swoją wartość nie tylko z samej racji zamieszkiwania Nikiszowca, ale także dlatego, że to ona posiada najlepsze rozumienie tego miejsca - jego historii i tradycji. Co równie ważne, to ona w rozwoju Nikiszowca widzi swój żywotny

interes. Dlatego, jak pokazuje rzeczywistość, to właśnie z niej bardzo często wywodzą się mali przedsiębiorcy, którzy tworzą lokalny rynek - z oddaniem i poświęceniem oferując towary i usługi, także związane z rynkiem turystycznym. Prowadzenie rynku turystycznego właśnie przez lokalne podmioty może zatem zapewnić jego ciągłość, długofalowość, systematyczny i zrównoważony rozwój.

Na tym rynku szczególny status mają usługi przewodnickie. Opisany tutaj potencjał lokalnej społeczności, wynikający ze znajomości miejsca, skutkuje tym, że w Nikiszowcu funkcjonuje równolegle wielu lokalnych przewodników. Są to często osoby prywatne lub działające w ramach organizacji pozarządowych, świadczące swoje usługi wolontariacko lub w sposób nie stanowiący konkurencji dla oferty rynkowej. W wielu przypadkach są to pasjonaci, którzy pełnią tę funkcję przede wszystkim ze względu na swoje zainteresowanie "małą ojczyzną". Dlatego ich działalność powinna zostać doceniona. Rekomenduje się zatem stworzenie bazy przewodników, która będzie opierała się m.in. na lokalnych przewodnikach. Baza ta miałaby być powszechnie dostępna dla podmiotów i osób indywidualnych planujących odwiedzić osiedle.

Dotychczasowe zaangażowanie mieszkańców w rozwój Nikiszowca i związana z nimi aktywność w obszarze wspierania pozytywnej zmiany, potwierdza, że to właśnie oni powinni być bardzo ważnym podmiotem w planowaniu rozwoju rynku turystycznego w Nikiszowcu i koordynowaniu dalszych działań w tym zakresie. Tak rolę lokalnej społeczności widzieli także uczestnicy panelu.

Bardzo istotne jest też to, aby w planowaniu działań o charakterze turystycznym w Nikiszowcu zachowana została równowaga pomiędzy rozwojem tej oferty, a zaspokojeniem potrzeb mieszkańców - aby nie zakłócano rytmu ich codziennego życia, nie wprowadzano zmian sztucznych i nieakceptowanych dla lokalnej społeczności. Gdyż działania takie mogłyby doprowadzić do bardzo niekorzystnego dla Nikiszowca zjawiska - gentryfikacji. Pozbawienie osiedla jego ludności odebrałoby mu to, co nadaje miejscu niepowtarzalny charakter i jest jednym z jego najważniejszych walorów.

## **2.4 UWZGLĘDNIENIE ZMIAN NA RYNKU TURYSTYCZNYM**

### **REKOMENDACJA 10.**

**ROZWIJANIE OFERTY TURYSTYCZNEJ ATRAKCYJNEJ DLA TURYSTÓW  
POWRACAJĄCYCH**

Rynek turystyczny - jak każda dynamiczna i rozwojowa struktura - podlega zmianom. Pewne tendencje można było zaobserwować także na podstawie przeprowadzonych badań. Prawie połowa badanych turystów, to osoby, które odwiedziły Nikiszowiec już wcześniej. Stosunkowo wysoki odsetek wśród badanych to osoby 55+. Występowanie obu tych grup stawia kolejne wyzwania przed rynkiem ruchu turystycznego – z uwzględnieniem specyfiki potrzeb wspomnianych turystów. Z czego to wynika, i w jakie szersze zjawiska to się wpisuje – wymagałoby dodatkowych badań i analiz.

## **2.5. ZAKOŃCZENIE**

Opisane powyżej zjawiska i tendencje pokazują dynamikę rynku turystycznego i jego sprzężenie z różnymi procesami. Ich świadomość, monitorowanie i odpowiadania na nie, jest jednym z czynników racjonalnego planowania rozwoju tego rynku. Równocześnie racjonalny rozwój powinien uwzględniać specyfikę i "cechy gatunkowe" miejsca, którego dotyczy. Takie też są funkcje tego opracowania.

## VII FORMULARZE

### 1. WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY – WERSJA POLSKA

#### „Nikiszowiec w opinii turysty”

Drogi Turysto/Droga Turystko,

Uprzejmie prosimy o udział w badaniu realizowanym przez Stowarzyszenie Fabryka Inicjatyw Lokalnych we współpracy z Urzędem Miasta Katowice, którego głównym celem jest poznanie opinii na temat turystyki w dzielnicy Nikiszowiec. Do badania zapraszamy łącznie 200 turystów spotkanych na terenie dzielnicy w okresie VIII – IX 2015. Uzyskane w ramach niniejszej ankiety informacje będą stanowić istotne narzędzie na drodze kształtowania przyszłej oferty turystycznej. Badanie ma charakter poufny, zebrane dane będą analizowane w zestawieniach zbiorczych.

1. Czy Katowice kojarzą się Panu/i jako miejsce interesujące turystycznie? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*
  - a) Zdecydowanie tak
  - b) Raczej tak
  - c) Ani tak, ani nie
  - d) Raczej nie
  - e) Zdecydowanie nie
  
2. Czy do tej pory zwiedzał/a Pan/i Katowice jako turysta/ka? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*
  - a) Tak, jeden raz
  - b) Tak, więcej niż jeden raz
  - c) Nie → *proszę przejść do pytania 4.*
  
3. Które miejsca/obiekty najbardziej poleciliby/aby Pan/i jako warte zwiedzenia w Katowicach? *Proszę wymienić maksymalnie trzy najciekawsze według Pana/i wpisując w pola poniżej.*

1.	
2.	
3.	

4. Czy planuje Pan/i zwiedzanie Katowic w przyszłości? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*
- a) Zdecydowanie tak
  - b) Raczej tak
  - c) Trudno powiedzieć
  - d) Raczej nie
  - e) Zdecydowanie nie
5. Czy jest to Pana/i pierwsza wizyta w Nikiszowcu? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*
- a) Tak, jestem tu pierwszy raz
  - b) Nie, byłem na Nikiszowcu już wcześniej
6. Nikiszowiec jest... *Proszę dokończyć zdanie, a wybraną odpowiedź zaznaczyć kółkiem.*
- a) Głównym celem mojego wyjazdu
  - b) Istotnym miejscem na trasie podróży
  - c) Pobocznym punktem na mapie podróży
7. Skąd dowiedział/ się Pan/i o Nikiszowcu w kontekście turystycznym? *Proszę zaznaczyć kółkiem pierwsze, najważniejsze źródło informacji – tylko jedna odpowiedź.*
- a) Od rodziny/znajomych
  - b) Z biura podróży/informacji turystycznej
  - c) Z Internetu
  - d) Z przewodnika turystycznego
  - e) Z radia, telewizji bądź prasy
  - f) Inne, jakie?.....
  - g) Nie wiem/nie pamiętam
8. Czy Nikiszowiec jest w Pana/i opinii miejscem interesującym turystycznie? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*
- a) Zdecydowanie tak
  - b) Raczej tak
  - c) Ani tak, ani nie
  - d) Raczej nie
  - e) Zdecydowanie nie

9. Jaką formę zwiedzania Pan/i wybrał/a? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*

- a) Indywidualnie, bez przewodnika
- b) Indywidualnie, z przewodnikiem
- c) Z wycieczką zorganizowaną
- d) Inna, jaka?.....

10. Czy podczas zwiedzania Nikiszowca korzystał/a Pan/i z audiobooka lub innych aplikacji na telefon/tablet? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*

- a) Tak
- b) Nie → *proszę przejść do pytania 13*

11. Z jakiego rodzaju aplikacji korzystał/a Pan/i podczas zwiedzania Nikiszowca? *Odpowiedź proszę wpisać w miejsce poniżej.*

.....

.....

.....

12. Jak ocenia Pan/i jakość i przydatność tych aplikacji dla turysty? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*

- a) Bardzo dobrze
- b) Raczej dobrze
- c) Średnio
- d) Raczej źle
- e) Bardzo źle

13. Jak ocenia Pan/i dostęp do punktu informacji turystycznej w Nikiszowcu? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*

- a) Bardzo dobrze
- b) Raczej dobrze
- c) Średnio
- d) Raczej źle
- e) Bardzo źle
- f) Trudno powiedzieć

14. Jak ocenia Pan/i jakość oferty turystycznej w Nikiszowcu w odniesieniu do wymienionych w poniższej tabeli elementów? Proszę odnieść się do każdego z nich zaznaczając cyfry od 5 – bardzo dobrze do 1 – bardzo źle. Jeśli ... to proszę wybrać 0.

	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	Dostatecznie	Raczej źle	Bardzo źle	Trudno powiedzieć
Dojazd do Nikiszowca	5	4	3	2	1	0
Organizacja ruchu, parkowanie na terenie osiedla	5	4	3	2	1	0
Dostępność do toalet	5	4	3	2	1	0
Oferta gastronomiczna (kawiarnie, restauracje)	5	4	3	2	1	0
Oferta noclegowa	5	4	3	2	1	0
Dostępność materiałów informacyjnych o Nikiszowcu (ulotki, mapki, przewodniki itp.)	5	4	3	2	1	0
Oferta kulturalna	5	4	3	2	1	0
Oferta pamiątkarska	5	4	3	2	1	0
Promocja Nikiszowca w Internecie	5	4	3	2	1	0
Promocja Nikiszowca w mediach tradycyjnych (prasa, radio, telewizja)	5	4	3	2	1	0

15. Co przede wszystkim przyciągnęło Pana/i uwagę na Nikiszowcu? Proszę uszeregować niżej wymienione elementy od najważniejszych (1) do najmniej istotnych (5) dla Pana/i wpisując w puste pola tabeli cyfry od 1 do 4.

	A. OBIEKTY ZABYTKOWE I ZWIĄZANA Z NIMI HISTORIA
	B. LUDZIE – ICH ŚLĄSKIE TRADYCJE, KULTURA I CODZIENNE ŻYCIE

	C. WALORY WYPOCZYNKOWE, SPACEROWE, UROK MIEJSCA
	D. IMPREZY I WYDARZENIA PLENEROWE W NIKISZOWCU

16. Co najbardziej podoba się Panu/i w Nikiszowcu? Proszę wymienić maksymalnie trzy elementy, które zwróciły Pana/i największą uwagę w trakcie zwiedzania, najbardziej Pana/iq zainteresowały i wpisać je w poniższej tabeli.

1.	
2.	
3.	

17. Czy wybrałyby Pan/i Nikiszowiec jako bazę do zwiedzania różnych śląskich zabytków? Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.

- a) Zdecydowanie tak
- b) Raczej tak
- c) Trudno powiedzieć
- d) Raczej nie
- e) Zdecydowanie nie

18. Jakie miejsca związane ze Śląskiem odwiedził/a Pan/i lub chciałby/chciałyby odwiedzić? Proszę odnieść się do każdego miejsca w tabeli zaznaczając odpowiednią cyfrę: 1 – odwiedziłem/am, 2 – planuję odwiedzić, 3 – nie planuję odwiedzić, 0 – trudno powiedzieć/nie słyszałam.

Miejsce/obiekt	Odwiedziłem/am	Planuję odwiedzić	Nie planuję odwiedzić	Trudno powiedzieć/ nie słyszałam/am
Porcelana Śląska	1	2	3	0
Galeria Szyb Wilson	1	2	3	0
Walcownia Cynku w Szopienicach	1	2	3	0
Osiedle Giszowiec	1	2	3	0
Katowicki Park Leśny (Dolina Trzech Stawów)	1	2	3	0

Strefa Kultury (NOSPR, MCK, Muzeum Śląskie)	1	2	3	0
Szlak Moderny w Katowicach	1	2	3	0
Muzeum Historii Katowic	1	2	3	0
Park Śląski	1	2	3	0

19. Jakie „inwestycje” turystyczne byłyby w Pana/i opinii najbardziej wskazane w Nikiszowcu? Co należy udoskonalić? Czego brakuje? *Odpowiedź proszę wpisać w miejsce poniżej.*

.....  
 .....

20. W jakie sposób dotarł/a Pan/i do Nikiszowca? *Wybraną odpowiedź proszę zaznaczyć kółkiem.*

- a. Samochodem osobowym
- b. Autokarem
- c. Komunikacją miejską
- d. Rowerem
- e. Motocyklem/motorowerem/skuterem
- f. Pieszko

#### **METRYCZKA**

##### **M1. Płeć**

- a) Kobieta
- b) Mężczyzna

##### **M2. Wiek**

- a) 18-24
- b) 25-34
- c) 35-44
- d) 45-54
- e) 55-64
- f) 65 lat i więcej

##### **M3. Aktywność zawodowa**

- a) Pracujący
- b) Emeryt/rencista
- c) Uczeń/student
- d) Nieaktywny zawodowo

##### **M4. Miejsce zamieszkania**

Kraj: \_\_\_\_\_

Województwo: \_\_\_\_\_

Miasto: \_\_\_\_\_

## 2. WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY – WERSJA ANGIELSKA

Nikiszowiec – in tourists' opinion

Dear Sir/ Madam,

We would like to kindly ask you to take part in a survey conducted by Factory of Local Initiatives Association in cooperation with Katowice City Hall. The main aim of the survey is to gather opinions about tourism in Nikiszowiec. We intend to consult 200 people visiting Nikiszowiec between August and September. Gathered information will be used to improve touristic service in the future.

1. Do you perceive Katowice as an attractive touristic place? *To indicate your response, please **circle the appropriate answer**.*
  - a. Strongly agree
  - b. Agree
  - c. Neutral
  - d. Disagree
  - e. Strongly disagree
  
2. Have you visited Katowice before? *To indicate your response, please **circle the answer**.*
  - a. Yes, once.
  - b. Yes, more than once.
  - c. Never.
  
3. Which places in Katowice would you recommend as worth visiting? *Please choose up to three answers and write them down in a chart below.*

1.	
2.	
3.	

4. Are you planning to visit Katowice in the future? *To indicate your response, please **circle the answer.***
- a. Definitely yes
  - b. Rather yes
  - c. Hard to say
  - d. Rather no
  - e. Definitely no
5. Is this your first visit in Nikiszowiec? *To indicate your response, please **circle the answer.***
- a. Yes, it is.
  - b. No, I have visited Nikiszowiec before.
6. Nikiszowiec is... *Please complete the sentence circling one of the answers below.*
- c. The main aim of my journey.
  - d. A significant spot during my journey.
  - e. An additional spot during my journey.
7. How did you learn about Nikiszowiec? *To indicate your response, please **circle the answer.***
- a. From my family / friends
  - b. From tourist agency / tourist information
  - c. From the Internet
  - d. From a guidebook
  - e. From the media
  - f. Other
  - g. I don't know / I don't remember.
8. Is Nikiszowiec in your opinion an attractive touristic place? *To indicate your response, please **circle the answer.***
- a. Strongly agree
  - b. Agree
  - c. Neutral
  - d. Disagree
  - e. Strongly disagree

9. Which form of doing the sightseeing have you chosen? *To indicate your response, please **circle the answer**.*

- a. Individually – without a guide
- b. Individually – with a guide
- c. An organized group trip
- d. Other .....

10. Did you use a guidebook or any other mobile phone or tablet applications during your visit in Nikiszowiec? *To indicate your response, please **circle the answer**.*

- a. Yes
- b. No - *Please go to question 13.*

11. What kind of application did you use? *Please write down your answer below.*

.....  
.....  
.....

12. How do you evaluate usability of these applications? *To indicate your response, please **circle the answer**.*

- a. Very good
- b. Rather good
- c. Average
- d. Rather bad
- e. Very bad

13. How do you evaluate access to tourist information office in Nikiszowiec? *To indicate your response, please **circle the answer**.*

- a. Very good
- b. Rather good
- c. Average
- d. Rather bad
- e. Very bad
- f. Hard to say

14. How do you evaluate quality of touristic facilities in regard to the following components. *Please refer to each in the chart below by choosing an adequate number:*

5 - *Very good*; 4 - *Rather good*; 3 - *Passable*; 2 - *Rather bad*; 1 - *Very bad*; 0 - *hard to say*.

	Very good	Rather good	Passable	Rather bad	Very bad	Hard to say
Transport to Nikiszowiec	5	4	3	2	1	0
Traffic, parking places	5	4	3	2	1	0
Toilets	5	4	3	2	1	0
Gastronomic services (restaurants, cafés)	5	4	3	2	1	0
Accommodation	5	4	3	2	1	0
Promotional materials (leaflets, brochures, guidebooks, maps, etc.)	5	4	3	2	1	0
Cultural events	5	4	3	2	1	0
Souvenirs	5	4	3	2	1	0
Promotion of Nikiszowiec on the Internet	5	4	3	2	1	0
Promotion of Nikiszowiec in traditional media (newspapers, radio, TV)	5	4	3	2	1	0

15. What aspects of Nikiszowiec do you find the most interesting? ***Please enter your preference for the following sentences where '1' = your first choice, '2' = your second choice, and so on.***

	ARCHITECTURE AND HISTORICAL HERITAGE
	PEOPLE - THEIR TRADITION, CULTURE AND EVERYDAY LIFE
	RECREATIONAL AND LEISURE ASPECTS

	OUTDOOR CULTURAL EVENTS
--	-------------------------

16. What do you like most about Nikiszowiec? *Please choose up to three answers and write them down in a chart below.*

1.	
2.	
3.	

17. Would you choose Nikiszowiec as a starting point (base) of your stay in the region?

*To indicate your response, please **circle the answer**.*

- a. Strongly agree
- b. Agree
- c. Neutral
- d. Disagree
- e. Strongly disagree

18. Which places in the Upper Silesia have you already visited or would you visit? *Please refer to each place in a chart below by choosing an adequate number: 1 - I have visited; 2 - I'm planning to visit; 3 - I'm not planning to visit; 0 - hard to say/ I haven't heard of the place.*

Places	I have visited	I'm planning to visit	I'm not planning to visit	hard to say/ I haven't heard of the
Porcelana Śląska	1	2	3	0
The Wilson Shaft Gallery	1	2	3	0
Walcownia Museum in Szopienice	1	2	3	0
Housing estate in Giszowiec	1	2	3	0
Valley of Three Ponds	1	2	3	0
Culture Zone (NOSPR, International Congress Centre, Silesian Museum)	1	2	3	0

The Modernism Route	1	2	3	0
Museum of History of Katowice	1	2	3	0
Silesian Park	1	2	3	0

19. What kind of touristic investment would you recommend in Nikiszowiec? What kind of facilities do you miss here the most? *Please write down your answer below.*

.....

.....

.....

20. How did you get to Nikiszowiec?

- a) By car
- b) By bus
- c) Using public transport
- d) By Bicycle
- e) On motorbike
- f) On foot

#### RESPONDENT'S PARTICULARS

##### M1. Sex

- a) Female
- b) Male

##### M2. Age

- a) 18-24
- b) 25-34
- c) 35-44
- d) 45-54
- e) 55-64
- f) 65 years and over

##### M3. Occupation

- a) Working
- b) Pensioner
- c) Student
- d) Non-employed

##### M4. Origin

Country: \_\_\_\_\_

State: \_\_\_\_\_

City: \_\_\_\_\_

### 3. WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY – WERSJA NIEMIECKA

#### „Nikischschacht in der Meinung der Touristen”

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Verein "Fabryka Inicjatyw Lokalnych" und der Magistrat der Stadt Katowice möchten Sie herzlich einladen, an der Umfrage teilzunehmen. Das Hauptziel der Umfrage ist das Kennenlernen Ihrer Meinung über Tourismus in Nikischschacht. Bei der Umfrage nehmen insgesamt 200 Touristen aus Nikischschacht im Zeitraum von August bis September 2015 teil. Ihre Antworten werden sehr hilfreich, um die zukünftigen touristischen Angebote zu gestalten. Die Umfrage hat vertraulichen Charakter und die Antworten werden gemeinsam analysiert und in einer Gesamtübersicht präsentiert.

#### 1. Assoziieren Sie die Stadt Kattowitz als einen interessanten touristischen Ort?

*Kreisen Sie bitte Ihre Antwort ein.*

- Eindeutig ja
- Eher ja
- teils, teils
- Eher nein
- Eindeutig nein

#### 2. Haben Sie die Stadt Kattowitz als Tourist/in besichtigt? *Kreisen Sie bitte Ihre*

*Antwort ein.*

- Ja, einmal
- Ja, mehr als einmal
- Nein → *Gehen Sie zur 4. Frage.*

#### 3. Welche Sehenswürdigkeiten empfehlen Sie in Kattowitz? *Wählen Sie maximal 3*

*Sehenswürdigkeiten.*

1.	
2.	
3.	

**4. Planen Sie in der Zukunft die Stadt Kattowitz zu besuchen?** *Kreisen Sie bitte Ihre Antwort ein.*

- Eindeutig ja
- Eher ja
- teils, teils
- Eher nein
- Eindeutig nein

**5. Ist das Ihr erster Besuch in Nikischschacht?** *Kreisen Sie bitte Ihre Antwort ein.*

- Ja, ich bin dort erstmals.
- Nein, ich war bereits in Nikischschacht.

**6. Nikischschacht ist...** *Ergänzen Sie den Satz und kreisen Sie bitte Ihre Antwort ein.*

- das Hauptziel der Reise.
- ein wichtiges Zwischenziel der Reise.
- ein Nebenziel der Reise.

**7. Woher wissen Sie über Nikischschacht im touristischen Kontext.** *Kreisen Sie bitte die erste, wichtigste Informationsquelle ein - nur eine Antwort.*

- Von Familien/Freunden
- Aus dem Reisebüro
- Aus dem Internet
- Aus dem Reiseführer
- Aus den Medien
- Andere welche?.....
- Ich weiß nicht/ich erinnere mich nicht

**8. Ist Ihrer Meinung nach Nikischschacht ein touristisch interessanter Ort?** Kreisen Sie bitte Ihre Antwort ein.

- Eindeutig ja
- Eher ja
- teils, teils
- Eher nein
- Eindeutig nein

**9. Wie haben Sie Nikischschacht besichtigt?** *Kreisen Sie bitte Ihre Antwort ein.*

- individuell, ohne Reiseführer
- individuell, mit einem Reiseführer
- Mit einer Gruppenreise
- Andere .....

**10. Haben Sie während der Besichtigung in Nikischschacht ein Hörbuch oder andere Applikation benutzt?** *Kreisen Sie bitte Ihre Antwort ein.*

- Ja
- Nein → *Gehen Sie zur 13. Frage.*

**11. Welchen Applikation haben Sie während der Besichtigung benutzt?** *Schreiben Sie bitte die Antworten darunter.*

.....  
.....  
.....

**12. Wie bewerten Sie die Anwendbarkeit und die Qualität der Applikationen für Touristen ?** *Kreisen Sie bitte Ihre Antwort ein.*

- Sehr gut
- Eher gut
- teils, teils
- Eher schlecht
- Sehr schlecht

**13. Wie bewerten Sie den Zugang zur Touristeninformation?**

- Sehr gut
- Eher gut
- teils, teils
- Eher schlecht
- Sehr schlecht
- Schwer zu sagen

**14. Wie bewerten Sie die Qualität des touristischen Angebots in Nikischschacht in Hinsicht auf Elemente aus der Tabelle?** *Beziehen Sie sich bitte auf alle Elemente aus der Tabelle. Kreisen Sie die Ziffern von 5 (sehr gut) bis 1 (sehr schlecht) ein.*

	Sehr gut	Eher gut	Genügend	Eher schlecht	Sehr schlecht	Schwer zu sagen
Anfahrtsweg zu Nikischschacht	5	4	3	2	1	0
Straßenverkehr, Parkmöglichkeiten	5	4	3	2	1	0
Zugang zu Toiletten	5	4	3	2	1	0
Gaststättengewerbe (Restaurants, Cafés)	5	4	3	2	1	0
Übernachtungsmöglichkeit	5	4	3	2	1	0
Informationsmaterialien (Flugblätter, Landkarten, Reisebücher, usw.)	5	4	3	2	1	0
Kulturangebot	5	4	3	2	1	0
Souvenirangebot	5	4	3	2	1	0
Promotion für Nikischschacht im Internet	5	4	3	2	1	0
Promotion für Nikischschacht in traditionellen Medien (Presse, Radio, Fernsehen)	5	4	3	2	1	0

**15. Was in Nikischschacht hat auf Sie den größten Eindruck gemacht? Ordnen Sie bitte diese Elemente von 1 (am größten) bis 4 (am wenigsten) ein.**

	• Sehenswürdigkeiten und ihre Geschichte
	• Menschen – ihre schlesische Traditionen, Kultur und Alltagsleben
	• Erholungsmöglichkeiten, Charme von Nikischschacht
	• Veranstaltungen und kulturelle Ereignisse in Nikischschacht

**16. Was gefällt Ihnen am meisten in Nikischschacht? Wählen Sie bitte maximal 3 Elemente, die Ihre Aufmerksamkeit gezogen haben und schreiben Sie bitte sie in die Tabelle ein.**

<b>1.</b>	
<b>2.</b>	
<b>3.</b>	

**17. Würden Sie Nikischschacht als Basis für die Besichtigung anderer schlesischer Sehenswürdigkeiten wählen? Kreisen Sie bitte Ihre Antwort an.**

- Eindeutig ja
- Eher ja
- Schwer zu sagen
- Eher nein
- Eindeutig nein

**18. Welche Orte, die mit Schlesien verbunden sind, haben Sie besucht oder wollen Sie besuchen? Beziehen Sie sich bitte auf alle Orte in die Tabelle. 1.- Ich habe besucht 2.- Ich plane zu besuchen 3. Ich plane nicht zu besuchen 0.- Schwer zu sagen/ Ich hörte von dem Ort nicht**

<b>Ort/Sehenswürdigkeit</b>	<b>Ich habe besucht</b>	<b>Ich plane zu besuchen</b>	<b>Ich plane nicht zu besuchen</b>	<b>Ich hörte von dem Ort nicht</b>
Porcelana Śląska	1	2	3	0
Galeria Szyb Wilson	1	2	3	0
Walcownia Cynku w Szopienicach	1	2	3	0
Osiedle Giszowiec	1	2	3	0
Katowicki Park Leśny (Dolina Trzech Stawów)	1	2	3	0
Strefa Kultury (NOSPR, MCK, Muzeum Śląskie)	1	2	3	0
Szlak Moderny w Katowicach	1	2	3	0
Muzeum Historii Katowic	1	2	3	0

Park Śląski	1	2	3	0
-------------	---	---	---	---

**19. Welche touristische „Investitionen“ sind Ihrer Meinung nach zweckmäßig in Nikischschacht? Was sollte man verfeinern/verbessern? Was fehlt? Schreiben Sie bitte Ihre Antworten.**

.....  
.....

**20. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie nach Nikischschacht gereist?**

- mit dem Auto
- mit dem Reisebus
- mit dem Nahverkehr
- mit dem Fahrrad
- mit dem Motorrad/Mofa/ Motorroller
- zu Fuß

### **ANGABEN ZUR PERSON**

#### **M1. Geschlecht**

- Frau
- Mann

#### **M2. Alter**

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 Jahre und mehr

#### **M3. Berufliche Aktivität**

- Berufstätig
- Rentner/in
- Schüler/in oder Student/in

- nicht berufstätig

**M5. Wohnort**

Land: \_\_\_\_\_

Woiwodschaft: \_\_\_\_\_

Stadt: \_\_\_\_\_