

# **Analiza popytu dla nowopowstającej filii Centrum Kultury Browar B. pn. "Stary Młyn"**

Opracowanie:



**CKSP Sp. z o.o.**

ul. Powązkowska 15

001-797 Warszawa

[www.cksp.pl](http://www.cksp.pl)

Warszawa, maj 2025 r.

## Spis treści

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Wstęp.....                                                      | 3  |
| 2. Zdefiniowanie obszaru objętego analizą popytu.....              | 3  |
| 3. Charakterystyka rynku, na którym realizowany jest projekt ..... | 4  |
| 4. Bieżący popyt (dane zastane).....                               | 5  |
| 4.1. Podsumowanie badania ankietowego .....                        | 15 |
| 5. Prognozowany popyt (badania społeczne).....                     | 15 |
| 5.1 Metodologia badań.....                                         | 15 |
| 5.2 Potrzeby i preferencje mieszkańców .....                       | 16 |
| 5.3 Profil odbiorców .....                                         | 16 |
| 5.4 Prognoza liczby użytkowników i uczestników .....               | 17 |
| 6. Wnioski i zapotrzebowanie na zasoby .....                       | 18 |
| 7. System monitorowania popytu i wskaźników.....                   | 18 |
| 8. Bibliografia i źródła danych.....                               | 20 |

## 1. Wstęp

Centrum Kultury „Browar B.” we Włocławku od lat pełni kluczową rolę w zakresie animowania życia kulturalnego miasta, integrując mieszkańców wokół oferty artystycznej, edukacyjnej i społecznej. Instytucja ta, mieszcząca się przy ul. Łęskiej 28, stanowi centrum działań artystycznych i twórczych na mapie Włocławka, oferując warsztaty, koncerty, wystawy, spektakle, seanse filmowe oraz liczne inicjatywy skierowane do dzieci, młodzieży, dorosłych i seniorów.

W odpowiedzi na potrzeby społeczności lokalnych, Centrum planuje utworzenie nowej filii pod nazwą *Stary Młyn*, która powstanie w zrewitalizowanym budynku przy ul. Suszyckiej 13 na osiedlu Zawisłe. Projekt ten wpisuje się w szersze działania Miasta Włocławek mające na celu poprawę dostępności usług kulturalnych w dzielnicach peryferyjnych oraz przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i kulturowemu.

Celem niniejszej analizy jest zbadanie zasadności powstania filii *Stary Młyn*, poprzez ocenę potrzeb i oczekiwań mieszkańców, identyfikację potencjalnych odbiorców, a także określenie kierunków i form działań, które powinny znaleźć się w ofercie programowej.

## 2. Zdefiniowanie obszaru objętego analizą popytu

Obszarem objętym analizą jest dzielnica Zawisłe — położona w południowo-zachodniej części Włocławka, po zachodniej stronie Wisły. Jest to jedna z najstarszych części miasta, która przez długi czas pozostawała na uboczu głównego nurtu przemian przestrzennych i infrastrukturalnych. Zawisłe charakteryzuje się dużym udziałem zabudowy jednorodzinnej i niskiej zabudowy wielorodzinnej, ograniczoną dostępnością instytucji kultury oraz relatywnie wysokim odsetkiem osób starszych i rodzin o średnich dochodach.

Teren ten cechuje się także słabszą dostępnością komunikacyjną w stosunku do centrum miasta, co w praktyce ogranicza aktywność kulturalną mieszkańców. Na Zawisłu brakuje nowoczesnej przestrzeni kulturotwórczej — obecnie nie funkcjonują tu domy kultury, galerie ani lokalne kluby artystyczne. Jedynym miejscem pełniącym funkcje integracyjne jest Filia nr 1 Miejskiej Biblioteki Publicznej, która działa w niewielkim lokalu przy ul. Grodzkiej 2f.

Nowa filia Centrum Kultury „Browar B.” zostanie zlokalizowana przy ul. Suszyckiej 13, w obiekcie po dawnym młynie — historycznym budynku o wysokim potencjale adaptacyjnym, znajdującym się w centrum osiedla. Dzięki rewitalizacji obiektu możliwe będzie przywrócenie go do życia społecznego i kulturalnego jako przestrzeni służącej wszystkim mieszkańcom dzielnicy.

### 3. Charakterystyka rynku, na którym realizowany jest projekt

Włocławek to miasto liczące około 105 tysięcy mieszkańców, będące ważnym ośrodkiem miejskim w centralnej Polsce. Mimo bogatej historii i dynamicznego życia kulturalnego, miasto boryka się z wyzwaniami związanymi z depopulacją, starzeniem się społeczeństwa, a także zróżnicowaniem dostępu do usług publicznych w zależności od dzielnicy. W szczególności obszary oddalone od centrum, jak Zawisze, wymagają szczególnej uwagi ze strony instytucji kultury i administracji publicznej.

Centrum Kultury „Browar B.” pełni funkcję wiodącej instytucji kulturalnej Włocławka, jednak zasięg jej działania jest w naturalny sposób ograniczony lokalizacją w centrum miasta. Mieszkańcy Zawisza, zwłaszcza osoby starsze i rodziny z dziećmi, nie zawsze mają możliwość uczestniczenia w wydarzeniach organizowanych w głównej siedzibie instytucji, ze względu na bariery logistyczne i czasowe.

Potencjalni odbiorcy nowej filii stanowią dobrze zdefiniowaną grupę – to przede wszystkim mieszkańcy dzielnicy Zawisze i sąsiadujących obszarów, którzy obecnie mają ograniczony dostęp do oferty kulturalnej i edukacyjnej. W regionie tym zauważa się deficyt infrastruktury służącej animacji społecznej i rozwoju kompetencji kulturowych. Filia *Stary Młyn* ma szansę wypełnić tę lukę, stając się lokalnym centrum kultury, edukacji i integracji.

Równocześnie, dzięki rozwijającej się infrastrukturze drogowej i rosnącej roli działań oddolnych, coraz większą wagę przypisuje się zdecentralizowanemu modelowi animacji kulturalnej. Projekt filii wpisuje się w ten trend, stanowiąc przykład polityki miejskiej opartej na partycypacji i włączaniu mieszkańców w życie społeczne.

#### 4. Bieżący popyt (dane zastane)

Centrum Kultury „Browar B.” we Włocławku jest jedną z najaktywniejszych instytucji kulturalnych w regionie, zarówno pod względem liczby realizowanych wydarzeń, jak i skali ich oddziaływania. Dane za 2024 rok jednoznacznie wskazują na bardzo duże zainteresowanie ofertą instytucji. Łączna liczba uczestników wydarzeń organizowanych lub współorganizowanych przez Centrum sięgnęła ponad 112 000 osób, co obejmuje:

- ok. 52 320 uczestników wydarzeń własnych, takich jak koncerty, spektakle, spotkania autorskie i wernisaże;
- ok. 21 980 uczestników wydarzeń współorganizowanych z partnerami lokalnymi, regionalnymi i ogólnopolskimi;
- 3980 odwiedzających wystawy z rejestracją wejść;
- ok. 24 720 odwiedzających wystawy niebiletowane (np. ekspozycje w przestrzeniach wspólnych, korytarzach, holach);
- 10 053 uczestników innych działań kulturalnych, takich jak oprowadzania po obiektach, lekcje biblioteczne czy zajęcia na ekspozycjach.

Tak imponujące wyniki potwierdzają zarówno rozbudowany potencjał instytucji, jak i trwałe przywiązanie społeczności lokalnej oraz ponadlokalnej do jej oferty. Browar B. z sukcesem łączy różne funkcje kulturowe — od wysokiej kultury i muzyki klasycznej po działania popularne, edukacyjne i integracyjne.

Wśród najważniejszych wydarzeń, które przyciągnęły liczną publiczność w 2024 roku, znalazły się m.in.:

- Weekend Młodych, z udziałem międzynarodowych artystów i youtuberów, gromadzący ponad 7000 młodych uczestników;
- Palma Festiwal, z udziałem takich osobowości scenicznych jak Jan Borysewicz, Jose Torres czy Urszula Dudziak;
- Koncerty plenerowe z okazji Dni Włocławka, w tym występy Dżemu i De Mono, które zgromadziły tysiące słuchaczy;

- Ogólnopolski Turniej Tańca Nowoczesnego FLEX, Festiwal Poezji Śpiewanej czy Fajans Festiwal, integrujące środowiska artystyczne i lokalne.

Zarówno wydarzenia dużej skali, jak i te kameralne — np. warsztaty, spotkania literackie czy działania edukacyjne — spotykają się z bardzo dużym zainteresowaniem odbiorców. Oznacza to, że Centrum wypracowało skuteczny model programowy odpowiadający zróżnicowanym potrzebom mieszkańców Włocławka i regionu.

Obecnie jednak główna siedziba CK „Browar B.” znajduje się w centrum miasta, co ogranicza dostępność jej oferty dla mieszkańców dzielnic peryferyjnych — w tym Zawiaśla. Wielu mieszkańców wskazuje w badaniach społecznych na bariery komunikacyjne i przestrzenne, które utrudniają regularne uczestnictwo w wydarzeniach. Uruchomienie filii *Stary Młyn* jest więc odpowiedzią na istniejące zapotrzebowanie społeczne oraz uzupełnieniem sprawdzonego modelu działania o komponent lokalny.

Poniżej zaprezentowane są wyniki badania ankietowego, wraz z interpretacją.

Wykres 1: Czy mieszkasz we Włocławku?



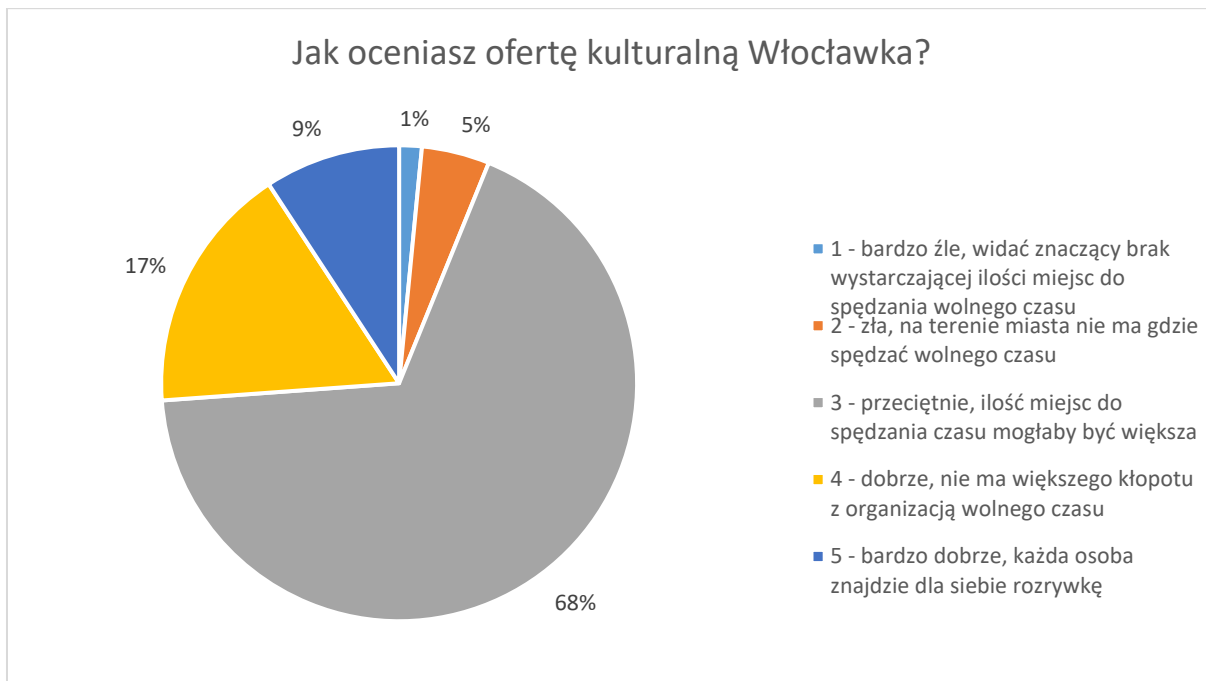
Większość respondentów to mieszkańcy Włocławka, co potwierdza lokalny charakter popytu. To ważne, ponieważ działania Centrum Kultury będą skierowane głównie do tej społeczności.

Wykres 2: Jeśli jesteś spoza Włocławka, jak często odwiedzasz miasto?



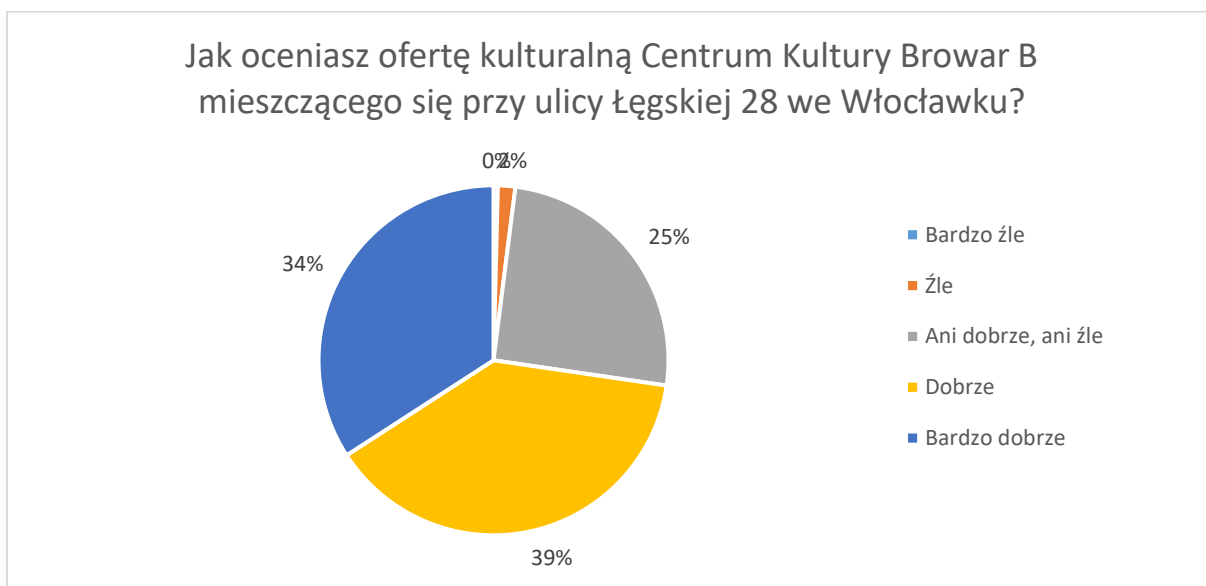
Respondenci spoza Włocławka najczęściej odwiedzają miasto regularnie – co najmniej kilka razy w miesiącu. Wskazuje to, że Centrum Kultury Browar B może pełnić funkcję nie tylko lokalną, ale i ponadlokalną, przyciągając użytkowników z okolicznych miejscowości.

Wykres 3: Jak oceniasz ofertę kulturalną Włocławka?



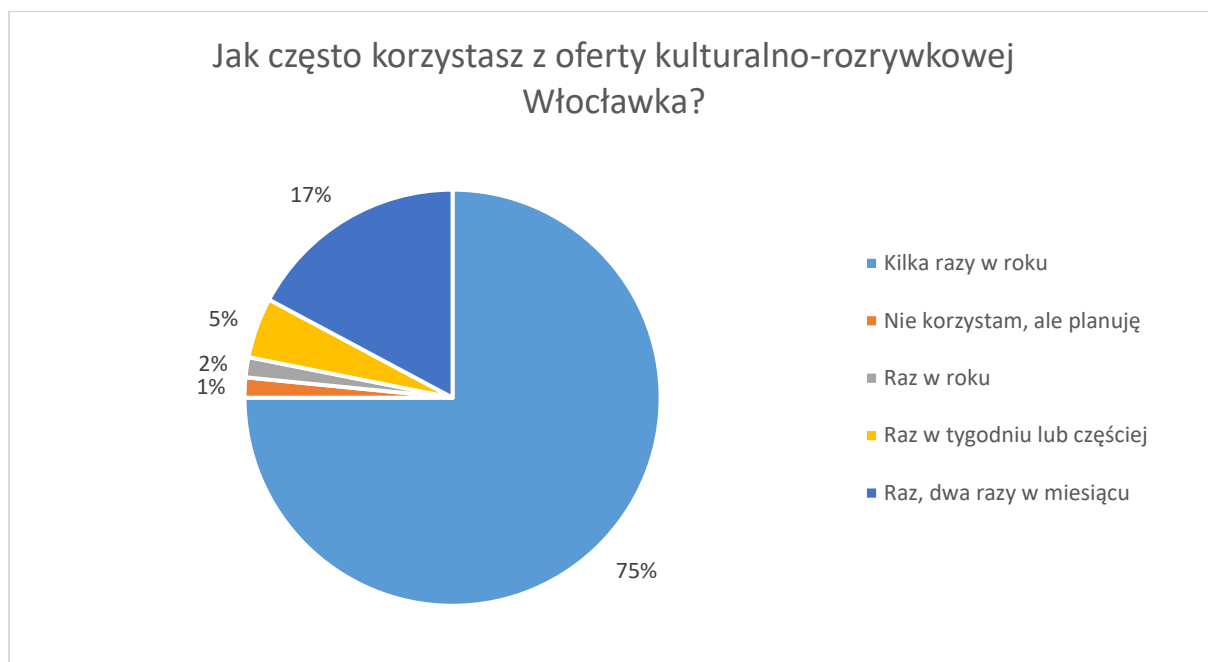
Respondenci w większości oceniają ją jako przeciętną lub dobrą. Oznacza to, że oferta miejska nie w pełni satysfakcjonuje mieszkańców, co stwarza przestrzeń dla działań nowopowstającej filii CK jako instytucji uzupełniającej ten deficyt.

Wykres 4: Jak oceniasz ofertę kulturalną Centrum Kultury Browar B mieszczącego się przy ulicy Łęgskiej 28 we Włocławku?



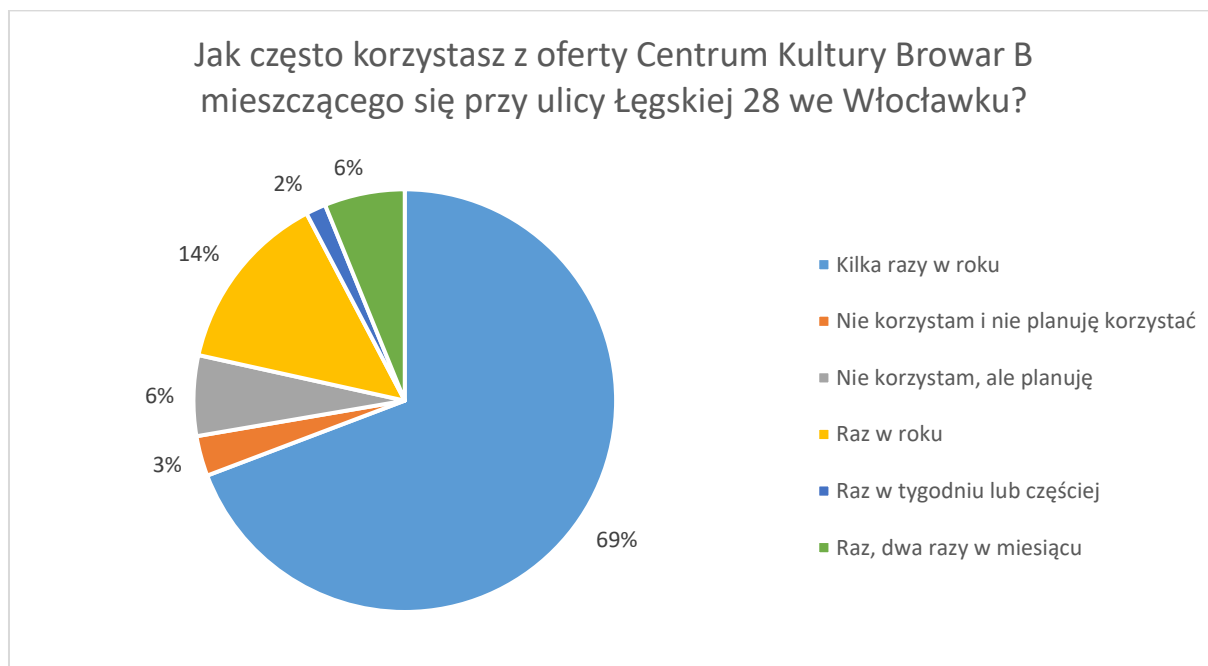
Oceniana pozytywnie, choć widoczny jest spory odsetek ocen neutralnych. Potwierdza to potrzebę rozwoju i modernizacji działalności Centrum Kultury Browar B.

Wykres 5: Jak często korzystasz z oferty kulturalno-rozrywkowej Włocławka?



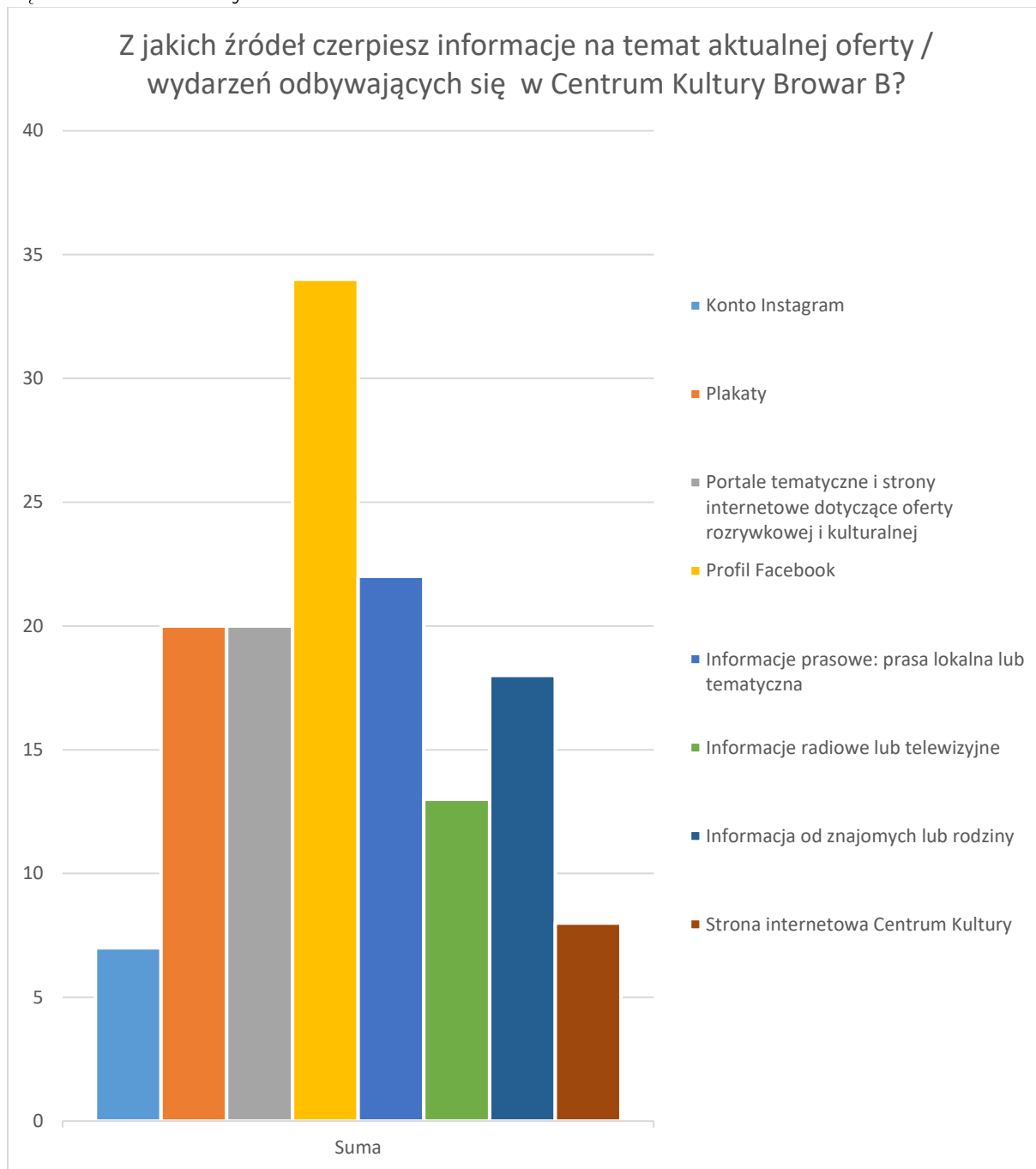
Większość respondentów korzysta z niej sporadycznie. To potwierdza ograniczony zasięg działań kulturalnych i wskazuje na potrzebę lepszej komunikacji i dostępności wydarzeń.

Wykres 6: Jak często korzystasz z oferty Centrum Kultury Browar B mieszczącego się przy ulicy Łęskiej 28 we Włocławku?



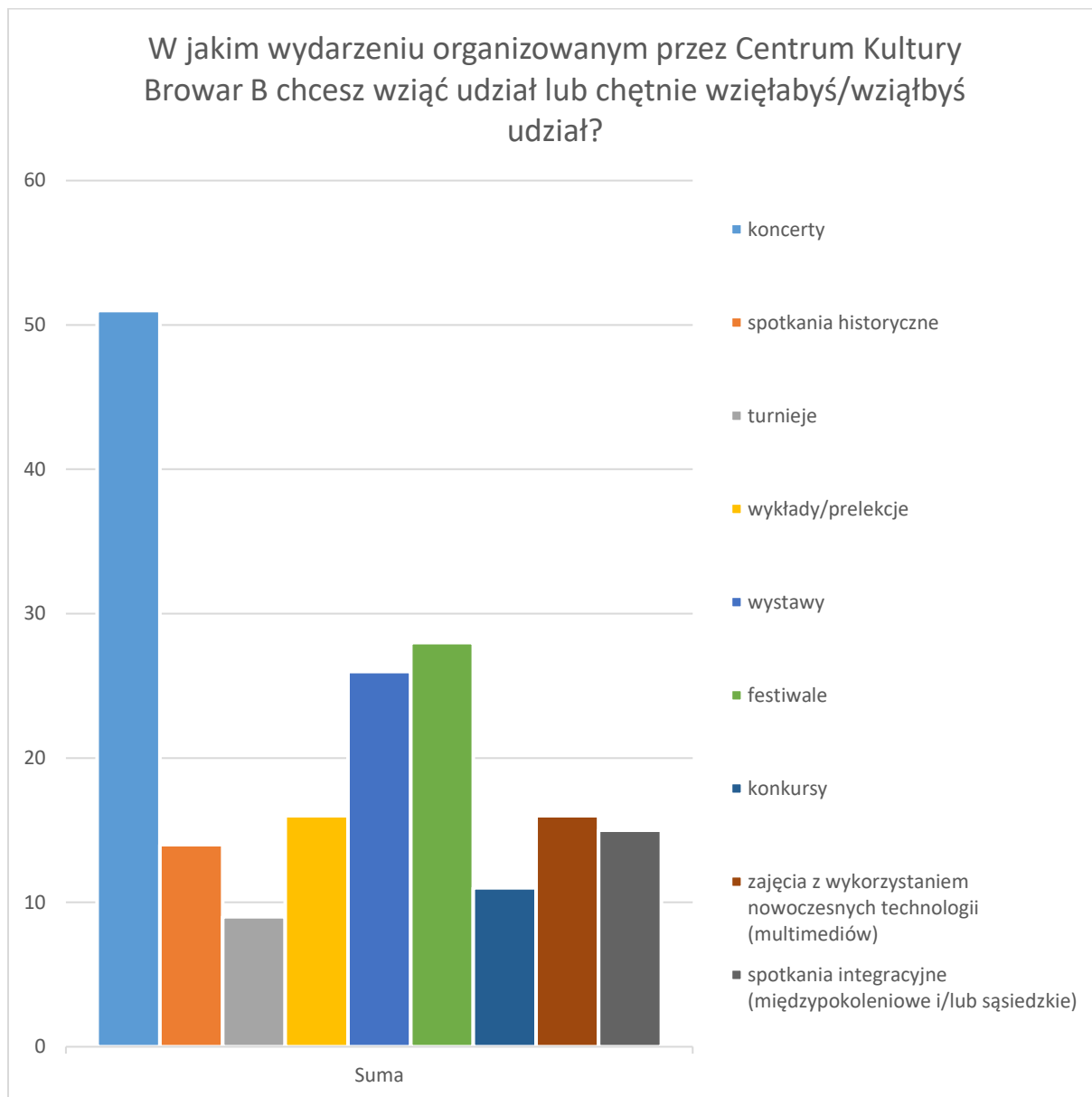
Zdecydowana większość korzysta rzadko- kilka razy w roku. Wskazuje to na duży potencjał rozwojowy – przy poprawie oferty, frekwencja uczestników może wzrosnąć.

Wykres 7: Z jakich źródeł czerpiesz informacje na temat aktualnej oferty / wydarzeń odbywających się w Centrum Kultury Browar B?



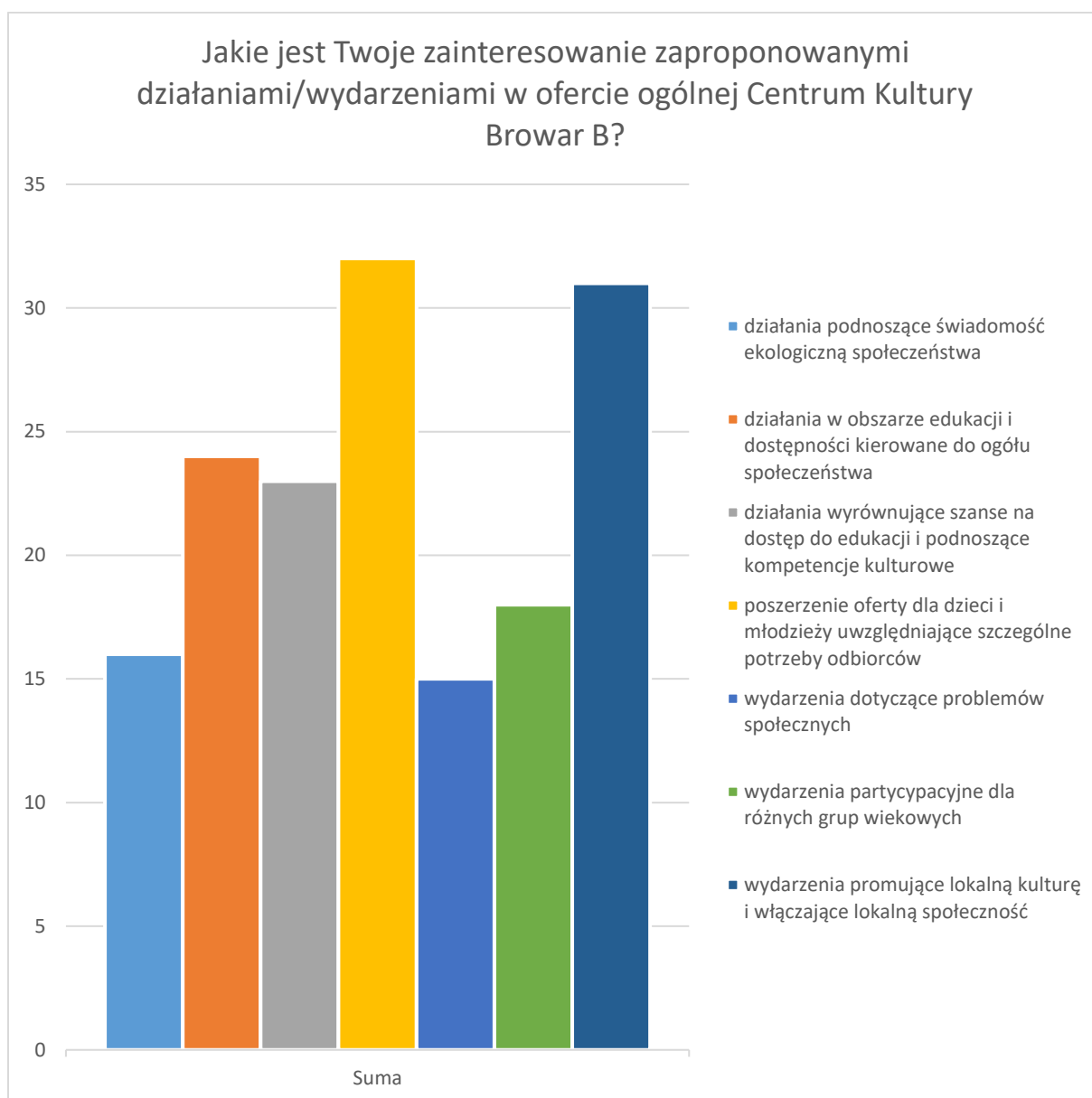
Najczęściej wskazywane źródła to media społecznościowe oraz informacje prasowe, plakaty. Warto rozważyć wzmocnienie nacisku na promocję strony internetowej CKBB.

Wykres 8: W jakim wydarzeniu organizowanym przez Centrum Kultury Browar B chcesz wziąć udział lub chętnie wzięłabyś/wziąłbyś udział?



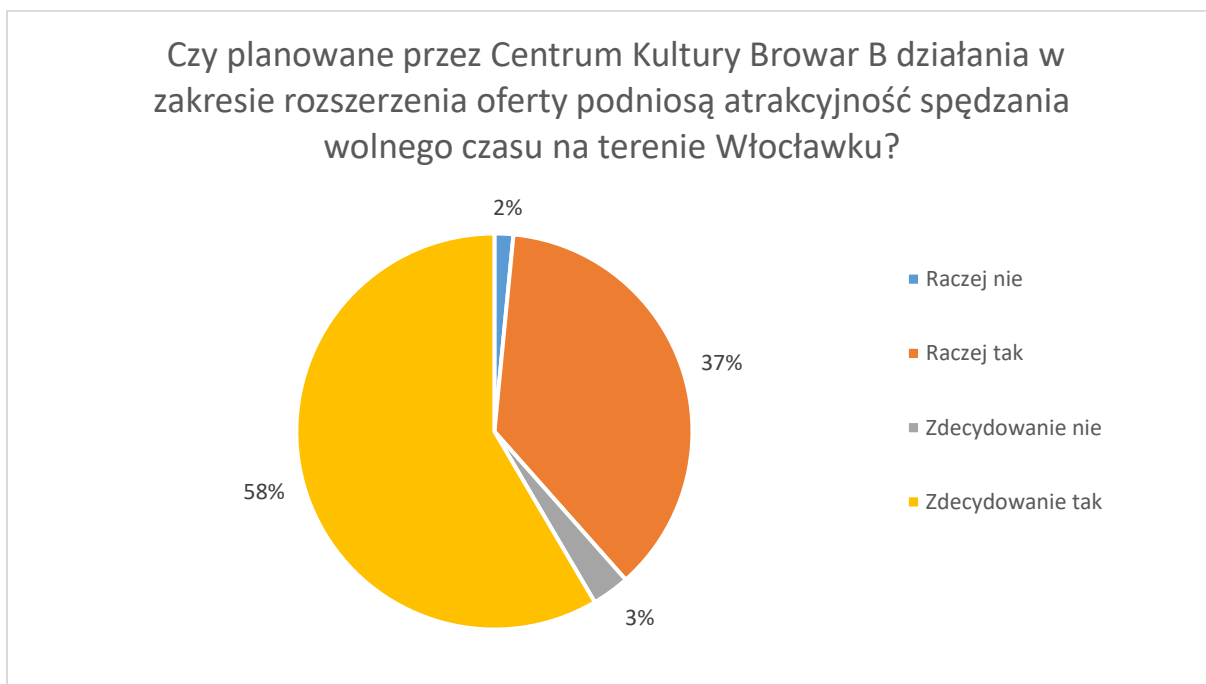
Respondenci wskazali największe zainteresowanie koncertami, a w dalszej kolejności festiwalami i wystawami. To cenna informacja przy planowaniu nowej oferty kulturalnej.

Wykres 9: Jakie jest Twoje zainteresowanie zaproponowanymi działaniami/wydarzeniami w ofercie ogólnej Centrum Kultury Browar B?



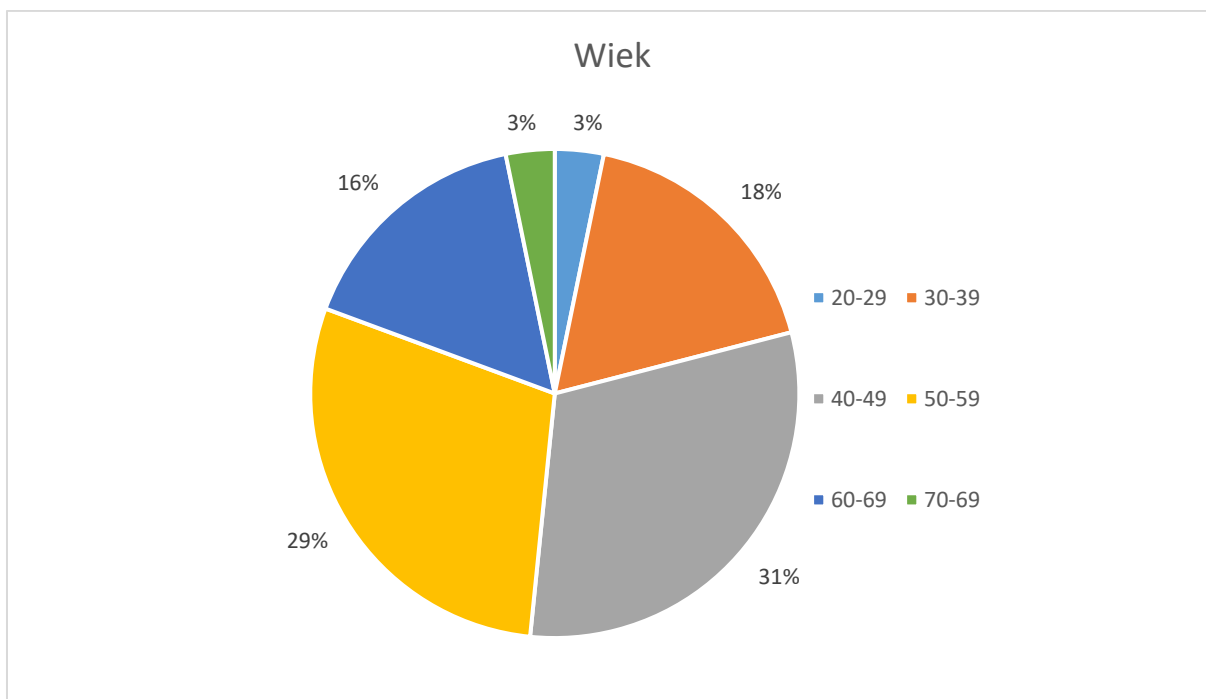
Poziom zainteresowania jest bardzo wysoki, praktycznie każda forma aktywności została pozytywnie oceniona. Potwierdza to duży potencjał planowanej do utworzenia filii CKBB jako ośrodka lokalnej kultury i edukacji.

Wykres 10: Czy planowane przez Centrum Kultury Browar B działania w zakresie rozszerzenia oferty podniosą atrakcyjność spędzania wolnego czasu na terenie Włocławku?



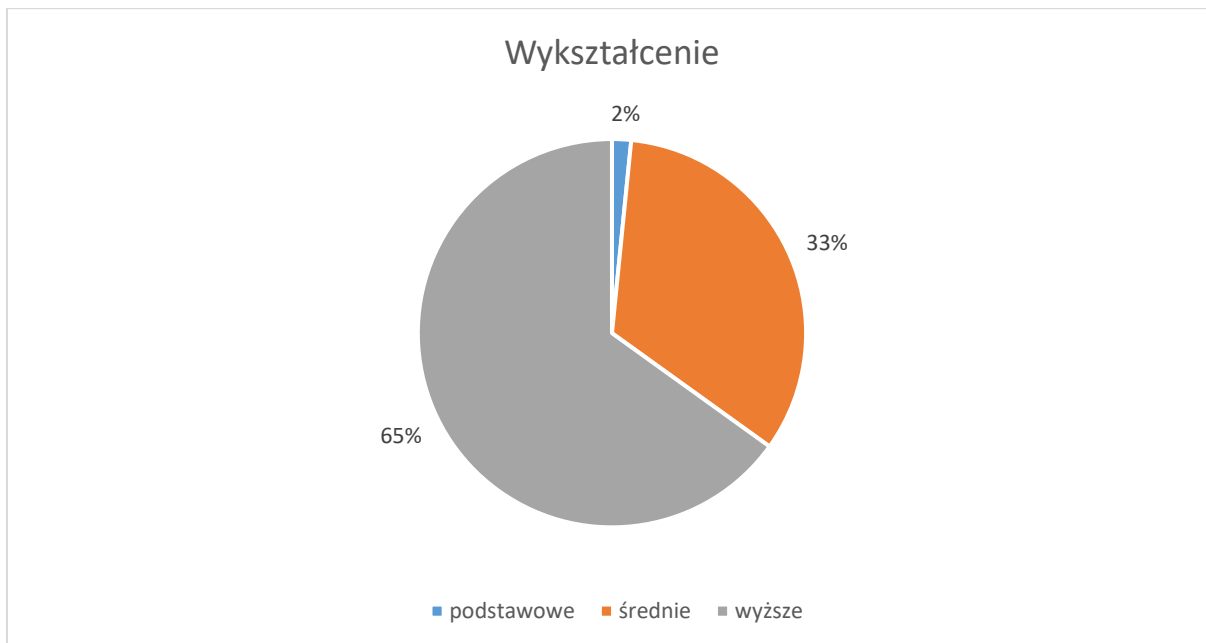
Zdecydowana większość respondentów odpowiedziała twierdząco. To jasny sygnał, że Centrum Kultury Browar B jest postrzegane jako przestrzeń o niewykorzystanym jeszcze potencjale, który należy rozwijać.

Wykres 11: Wiek



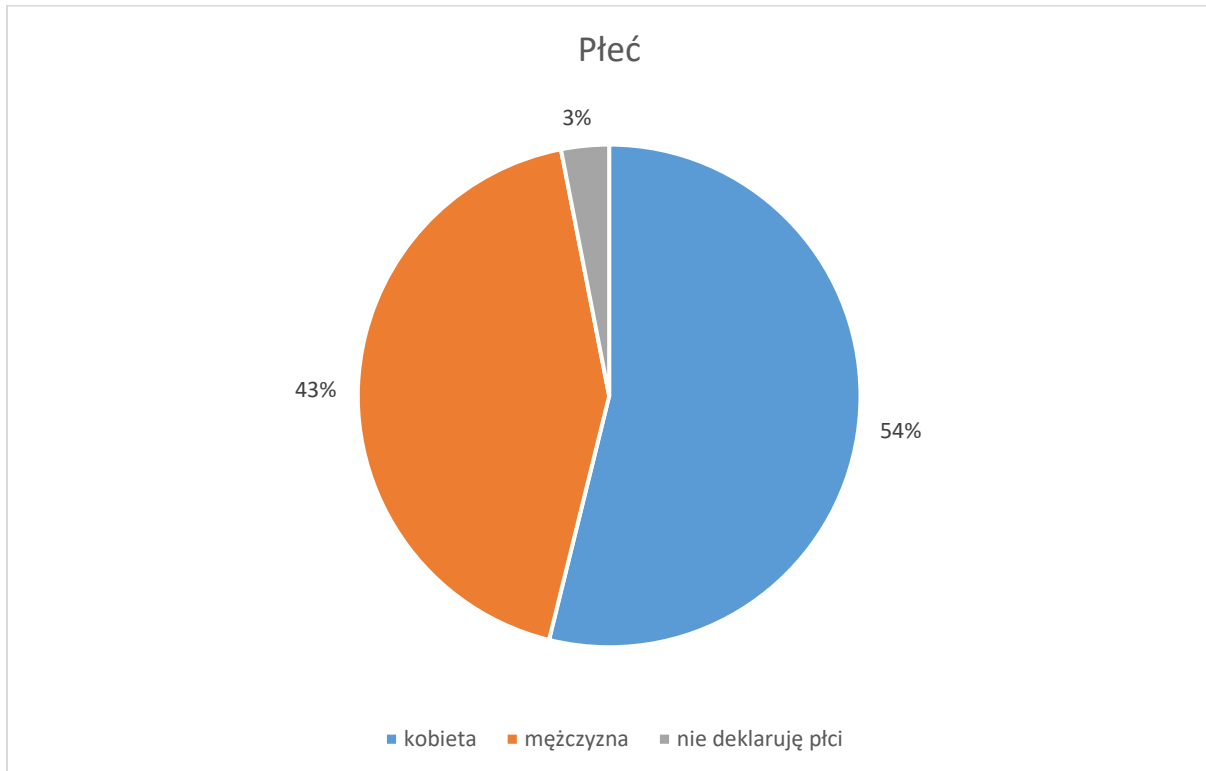
Dominują osoby w wieku 40–59 lat – grupa aktywna zawodowo, często rodzinna

Wykres 12: Wykształcenie



Przeważają osoby z wykształceniem średnim i wyższym – otwarte na kulturę i edukację.

Wykres 13: Płeć



Wykres wskazuje na niewielką przewagę kobiet wśród respondentów

#### **4.1. Podsumowanie badania ankietowego**

Wyniki przeprowadzonego badania ankietowego dostarczają jednoznacznych wniosków co do istnienia znaczącego i niewykorzystanego jeszcze potencjału uczestnictwa mieszkańców Włocławka – w szczególności osiedla Zawisłe – w lokalnej ofercie kulturalnej. Większość respondentów wskazała, że choć zamieszkują Włocławek, korzystają z oferty kulturalnej sporadycznie, głównie z powodu braku dogodnego dostępu i ograniczonej liczby wydarzeń odpowiadających ich potrzebom.

Ocena działalności Centrum Kultury Browar B w jego obecnej formie była umiarkowanie pozytywna – widoczna była przewaga ocen neutralnych, co sugeruje brak silnej identyfikacji mieszkańców peryferyjnych dzielnic z centralną ofertą kulturalną miasta. Jednocześnie poziom zainteresowania zaproponowanymi nowymi formami aktywności – koncertami, warsztatami, wystawami, działaniami międzypokoleniowymi – był bardzo wysoki. Zdecydowana większość ankietowanych pozytywnie oceniła również ideę rozszerzenia działalności instytucji na dzielnicę Zawisłe.

Profil demograficzny respondentów (głównie osoby w wieku 40–59 lat, z wykształceniem średnim i wyższym) pokazuje, że potencjalni użytkownicy nowej filii to osoby aktywne zawodowo, zaangażowane w życie rodzinne, ale jednocześnie poszukujące wartościowych i dostępnych inicjatyw kulturalnych. Widoczna jest także obecność grupy kobiet oraz osób o otwartym podejściu do edukacji nieformalnej, co stanowi solidną podstawę do planowania zróżnicowanej oferty programowej.

### **5. Prognozowany popyt (badania społeczne)**

#### **5.1. Metodologia badań**

W celu określenia prognozowanego popytu na usługi planowanej filii Centrum Kultury „Browar B.” pn. *Stary Młyn*, przeprowadzono badania społeczne wśród mieszkańców dzielnicy Zawisłe oraz pobliskich rejonów Włocławka. Badania zostały zrealizowane w okresie maj 2025 roku, przy zastosowaniu metod ilościowych i jakościowych.

W ramach komponentu ilościowego przeprowadzono badanie ankietowe w formie elektronicznej i papierowej, obejmujące próbę 300 osób. Kwestionariusz zawierał pytania

zamknięte i otwarte dotyczące dotychczasowego uczestnictwa w kulturze, oczekiwań wobec nowej placówki, preferencji tematycznych, a także barier w dostępie do oferty kulturalnej.

Zebrane dane poddano analizie statystycznej i jakościowej. Wnioski z badań stanowią podstawę do określenia kierunków programowych oraz planowania niezbędnych zasobów kadrowych, lokalowych i organizacyjnych filii *Stary Młyn*.

## **5.2. Potrzeby i preferencje mieszkańców**

Mieszkańcy Włocławka wyraźnie wskazują na niedobór instytucji kultury w miejscu zamieszkania. W badaniu najczęściej wskazywanymi oczekiwaniami były: organizacja koncertów, warsztatów tematycznych (plastycznych, rękodzielniczych, muzycznych), wystaw lokalnych twórców, wydarzeń rodzinnych i animacji dla dzieci. Dużym zainteresowaniem cieszyły się także działania międzypokoleniowe oraz wydarzenia społeczno-edukacyjne, takie jak spotkania autorskie, wykłady, kluby książki czy pokazy filmowe.

Respondenci sygnalizowali również potrzebę stworzenia miejsca ogólnodostępnego – przyjaznej przestrzeni spotkań, pracy twórczej i integracji sąsiedzkiej. Dodatkowym postulatem były działania wspierające rozwój kompetencji cyfrowych, szczególnie dla osób starszych. Oczekiwania te potwierdzają potrzebę wielofunkcyjnej i dostępnej przestrzeni kultury – oferującej działania codzienne, cykliczne, a nie jedynie wydarzenia okazjonalne.

## **5.3. Profil odbiorców**

Grupę docelową nowopowstającej filii „Stary Młyn” będą stanowić mieszkańcy Zawisła i sąsiednich osiedli – w szczególności:

- osoby w wieku 30–59 lat, aktywne zawodowo, często rodziny z dziećmi,
- dzieci i młodzież w wieku szkolnym – jako odbiorcy zajęć artystycznych i edukacyjnych,
- osoby starsze, dla których liczy się lokalność, przystępność i integracyjny charakter wydarzeń,
- kobiety – jako statystycznie bardziej zaangażowane w działania kulturalne i wychowawcze.

Większość ankietowanych posiada średnie lub wyższe wykształcenie, co świadczy o otwartości na różnorodne formy edukacji kulturalnej oraz o dużym potencjale do budowy aktywnej społeczności uczestników. Odbiorcy oczekują oferty dobrze skrojonej do ich rytmu życia i realnych możliwości uczestnictwa – lokalnej, dostępnej, dopasowanej czasowo i tematycznie.

#### **5.4. Prognoza liczby użytkowników i uczestników**

W oparciu o bieżące dane dotyczące skali oddziaływania Centrum Kultury „Browar B.” oraz wyniki badań społecznych przeprowadzonych wśród mieszkańców osiedla Zawisłe, możliwe jest określenie prognozy liczby użytkowników i uczestników nowopowstającej filii *Stary Młyn*.

Zakładając realistyczne wskaźniki wykorzystania potencjału placówki w pierwszych trzech latach jej działalności, prognozuje się:

- około 500–700 stałych użytkowników rocznie, którzy będą korzystać z oferty zajęć cyklicznych (warsztaty, sekcje artystyczne, kluby zainteresowań);
- od 1000 do 1500 uczestników wydarzeń okazjonalnych, takich jak spotkania autorskie, koncerty kameralne, wystawy lokalnych twórców czy pokazy filmowe;
- 250–400 uczestników wydarzeń plenerowych lub rodzinnych (np. festyny dzielnicowe, jarmarki tematyczne);
- dodatkowych 300–500 odbiorców działań promocyjnych, edukacyjnych lub partnerskich, np. uczniów szkół i przedszkoli biorących udział w lekcjach edukacyjnych, pokazach lub warsztatach gościnnych.

Łącznie, w zależności od sezonu i intensywności programu, roczna liczba odbiorców może wahać się od 2000 do 3000 osób. Przy odpowiednim wsparciu promocyjnym oraz wykorzystaniu potencjału lokalnych partnerstw (np. z biblioteką, szkołami, radą osiedla), możliwy jest wzrost tej liczby nawet o 20–30% w ciągu pierwszych dwóch lat działalności filii.

Warto dodać, że uruchomienie filii *Stary Młyn* wpisuje się w trend decentralizacji kultury i demokratyzacji dostępu do niej. Będzie to również narzędzie aktywizacji lokalnych środowisk oraz przestrzeń dla inicjatyw oddolnych, co może przełożyć się na powstanie nowych form zaangażowania społecznego i kulturowego.

## 6. Wnioski i zapotrzebowanie na zasoby

Wyniki analizy jednoznacznie wskazują na zasadność uruchomienia filii Centrum Kultury „Browar B.” na osiedlu Zawisze. Mieszkańcy tej części Włocławka pozostają w dużej mierze poza regularnym dostępem do oferty instytucji kultury, co generuje deficyt uczestnictwa kulturalnego oraz ograniczenia w rozwijaniu kompetencji społecznych, twórczych i cyfrowych.

Planowana filia „Stary Młyn” powinna zostać wyposażona w nowoczesną, elastyczną przestrzeń, umożliwiającą jednoczesne prowadzenie działań w różnych formatach – zajęć warsztatowych, koncertów kameralnych, pokazów filmowych, wystaw, działań integracyjnych i edukacyjnych. Kluczowe będzie zapewnienie:

- funkcjonalnej infrastruktury lokalowej – z salami wielofunkcyjnymi, strefami relaksu, pracowniami tematycznymi;
- dostępności architektonicznej – brak barier dla osób z niepełnosprawnościami, seniorów, rodzin z dziećmi;
- nowoczesnego wyposażenia – sprzęt multimedialny, nagłośnienie, komputery, instrumenty, meble mobilne;
- odpowiednio wykwalifikowanej kadry – instruktorzy, animatorzy kultury, osoby koordynujące współpracę z lokalnymi partnerami;
- spójnej strategii promocyjnej – obejmującej media społecznościowe, stronę internetową, działania partnerskie z lokalnymi instytucjami i szkołami.

„Stary Młyn” ma szansę stać się nowoczesnym, dzielnicowym centrum kultury – dostępnym, aktywnym i odpowiadającym na zróżnicowane potrzeby mieszkańców. Powinien być też przestrzenią współtworzoną przez społeczność, otwartą na inicjatywy oddolne i pełniącą funkcję lokalnego węzła integracji społecznej. Wdrożenie projektu umożliwi nie tylko poszerzenie oferty CK Browar B., ale także wyrównanie szans w dostępie do kultury na poziomie całego miasta.

## 7. System monitorowania popytu i wskaźników

Monitoring powinien być realizowany cyklicznie, minimum raz w roku, przy użyciu zarówno ankiet wśród użytkowników, jak i analiz frekwencji. Wskaźniki powinny być przejrzyste i

łatwe do porównania w czasie. Proponuje się opracowanie prostego formularza ewaluacyjnego po każdym wydarzeniu.

Wdrożenie systemu monitorowania efektów działań powinno obejmować takie wskaźniki jak: liczba czytelników, liczba wypożyczeń, liczba wydarzeń i uczestników, poziom satysfakcji uczestników, liczba nowych użytkowników. Zaleca się prowadzenie corocznych ankiet i analiz jakościowych oraz ilościowych.

## 8. Bibliografia i źródła danych

1. Dane Centrum Kultury Browar B we Włocławku,
2. Badanie ankietowe mieszkańców Włocławka (maj 2025),
3. GUS, BDL – dane demograficzne i kulturowe (2023),
4. Strategia Rozwoju Włocławka 2030.