

Gdyński Manhattan

Gniewska 21



Patrycja Budnik, Aneta Cieślarczyk, Weronika Dzierżawska, Paulina Fredyk

Gdańsk, 2015 r.

Wstęp

– Chylonia? O czym tu pisać? Przecież tam nic nie ma!– pomyślałyśmy poznając miejsce badań. Jednak wbrew naszym przypuszczeniom jest o czym. W pracy opisany został Dom Towarowy Chylonia, handlowe centrum dzielnicy obok Targowiska, które od 1993 roku zaprasza mieszkańców i przyjezdnych na zakupy. Miejsce odbierane dwójako przez samych tubylców, jednak posiadające w sobie coś, co czyni go jednym z symboli Chyloni.

Nasze pierwsze wrażenia? Zaniehbany budynek, pokryty blachą i wyblakłymi kolorami, które uwydatniają jego brzydotę. Wnętrze również odpycha. Niepraktyczna, ślizgająca się, kafelkowa podłoga, wystrój odbiegający od realiów, do jakich zostaliśmy przyzwyczajeni w świecie pełnym konsumpcji i mnożących się galerii handlowych. Czas się tu zatrzymał. Podczas pierwszej wizyty byliśmy w lekkim szoku, przerażone perspektywą pracy nad budynkiem i jego powiązaniem ze społeczeństwem. Czułyśmy się obco, widząc spojrzenia pracowników, jakby mówili – Co one tu robią? Czego szukają? Miejsce nie należy do najpiękniejszych, lecz ma w sobie potencjał, który zauważyłyśmy w czasie drugiego pobytu, gdy ankietowałyśmy przechodniów i klientów Domu Towarowego Chylonia. Było to niezwykle wyzwanie, ponieważ niewiele osób wykazywało chęć współpracy. Po wstępnych analizach ankiet, doszliśmy do wniosku, że warto pomóc temu miejscu, ożywić go, wprowadzić świeżość, która odrodzi ten obiekt na nowo. Ostatnie odwiedziny, podczas których spotkałyśmy się z administracją budynku uświadomiły nam, jak ważne jest nasze zainteresowanie tym miejscem. Dodało to nam chęci do dalszego działania.

Zdeterminowane i spragnione wiedzy wyruszyłyśmy w poszukiwaniu kolejnych informacji. Naszym celem stała się Siedziba Administracji Domu Towarowego oraz budynku mieszkalnego Gniewska 21. To był strzał w dziesiątkę. Przemięłe panie chętnie udostępniły nam kroniki budynku. Odnalazłyśmy tam mnóstwo potrzebnych informacji, ulotek, zaproszeń i reklam. Dowiedziałyśmy się, że nie jest to tylko miejsce zakupów. Wielkim zdziwieniem było dla nas to, że organizowane były tam różne imprezy, nie tylko związane z budynkiem, takie jak rocznice jego powstania, ale także dni dziecka, dziadka, mikołajki. Kolejna kronika wzbogaciła naszą wiedzę o szczegółowe dane dotyczące budowy, otwarcia i funkcjonowania naszego budynku od początku jego istnienia. Chcąc poznać jeszcze dogłębniej historię Domu Towarowego wybrałyśmy się do biblioteki. Uzbrojone we wszystkie niezbędne materiały, mogłyśmy zaczynać pracę.

Szczypta historii

Budynek Domu Towarowego Chylonia mieści się przy ulicy Gniewskiej 21, na skrzyżowaniu ulic Chyłońskiej i Morskiej. Głównym inwestorem była Gdyńska Spółdzielnia Mieszkaniowa. Obiekt został oddany do użytku 16 grudnia 1993 roku, uroczystego otwarcia dokonała panująca wówczas prezydent Gdyni Franciszka Cegielska wspólnie z prezesem GSM Leszkiem Jaskułą. Dom poświęcił ks. Wojciech Kozłowski. Budowla składa się z trzech części:

1. Wysokiej części mieszkalnej
2. Części administracyjno- biurowej (zwanej łącznikiem)
3. Części handlowo-usługowej

Całkowity metraż budynku to 29 648 m², z czego 10 433 m² zajmuje użytkowa powierzchnia mieszkalna, na którą składa się 188 mieszkań.



Fot. 1 Budowa DT Chylonia,

źródło: Rozkosz Barbara, Gdyńska Spółdzielnia Mieszkaniowa 1928- 2013: 85 lat: ludzie i domy, 2013, Gdynia

Oddanie budowy do użytku stało pod znakiem zapytania, ponieważ wydłużał się termin realizacji. Było to spowodowane licznymi zmianami projektowymi, ponadto sytuacja ekonomiczno- gospodarcza kraju sprawiła, że nastąpiły trudności w znalezieniu

użytkowników na kupno dużych powierzchni handlowych. W związku z tym Zarząd Spółdzielni podjął decyzję o przeprojektowaniu I pietra na mniejsze pomieszczenia handlowe- właśnie tak powstały boksy.

Cele jakie przyświecały tej inwestycji to umożliwienie mieszkańcom dzielnicy korzystania z wszelkich usług w pobliżu miejsca zamieszkania, a co za tym idzie poprawy warunków życia i podniesienie jego jakości. To właśnie tu jako pierwszy w dzielnicy został zlokalizowany oddział Banku Gdańskiego, z możliwością pobierania pieniędzy przez całą dobę, a także Delikatesy Wiedeńskie, Pewex, Cepelia i wiele innych punktów usługowo-handlowych. Ponadto na początku swej działalności znajdowała się tam również siedziba Trójmiejskiej Telewizji Kablowej, należącej do Szel-Sat.

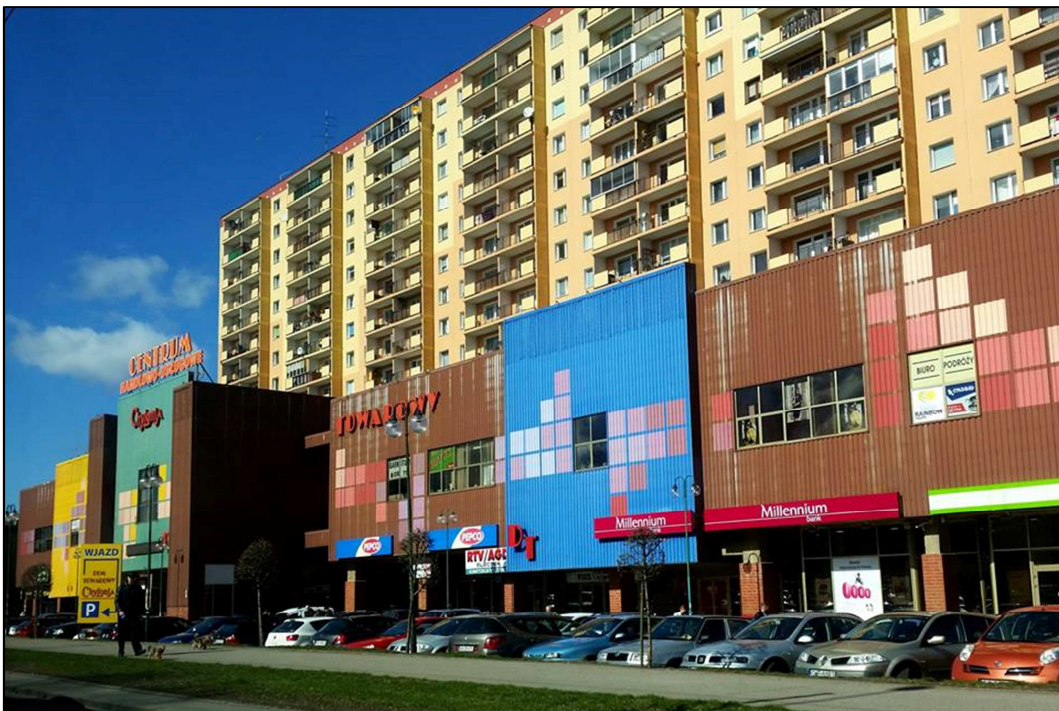
Otwarcie wielkiego budynku w centrum spokojnej osiedlowej dzielnicy mieszkalnej było ogromnym wydarzeniem, budzącym kontrowersje, które podzieliło społeczeństwo. Grupa zwolenników była zachwycona ogromem budynku i cieszyła się z możliwości korzystania z dóbr oferowanych klientom, zaś jego przeciwnicy długo protestowali, ponieważ obiekt zaciemniał pobliskie budynki.



Fot. 2 Dom towarowy Chylonia w okresie budowy,
źródło: Rozkosz Barbara, Gdyńska Spółdzielnia Mieszkaniowa 1928- 2013: 85 lat: ludzie i domy,
2013, Gdynia



Fot. 3 Łąka, na której obecnie stoi DT Chylonia,
źródło: Rozkosz Barbara, Gdyńska Spółdzielnia Mieszkaniowa 1928- 2013: 85 lat: ludzie i domy,
2013, Gdynia



Fot. 4 Dom towarowy w 2015 roku, źródło: wykonanie własne

Praca w terenie

Kolejnym ważnym etapem naszej pracy było badanie zależności między Domem Towarowym Chylonia, a mieszkańcami dzielnicy. Ankietyzacja pozwoliła dogłębnie poznać postrzeganie tego miejsca przez społeczeństwo, a także wychwycić opinie mieszkańców, przechodniów i pracowników obiektu. Co jest powodem małego zainteresowania ludzi? Kto tam przychodzi i po co? Jak często? Na te i inne pytania uzyskaliśmy odpowiedź dzięki ankiecie dla przechodniów i klientów DT Chylonia.

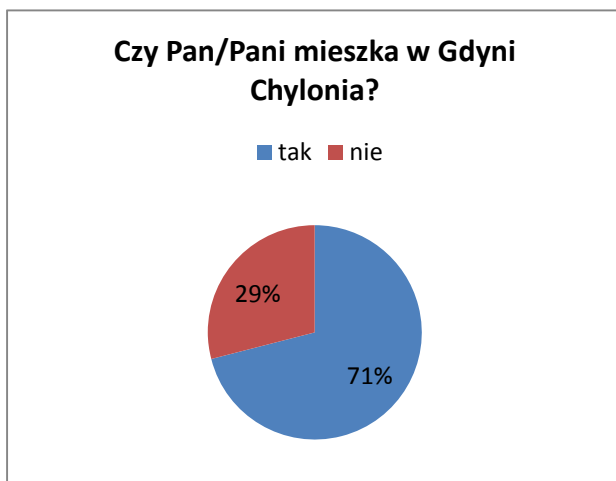
Ankieta badawcza – Dom Towarowy Chylonia

1. Płeć: Kobieta Mężczyzna
2. Wiek: poniżej 18 18-30 31-60 powyżej 60
3. Czy Pan/Pani mieszka w Gdyni Chylonia?
Tak Nie
4. Jak często odwiedza Pan/Pani Dom Towarowy Chylonia?
często czasami rzadko wcale
5. W jakim celu odwiedza Pan/Pani Dom Towarowy Chylonia?
zakupy spotkania ze znajomymi usługi inne
6. Czego Panu/Pani brakuje w Centrum Handlowym Chylonia?
.....
.....
7. Co według Pana/Pani można zrobić, aby miejsce było atrakcyjne?
.....
.....

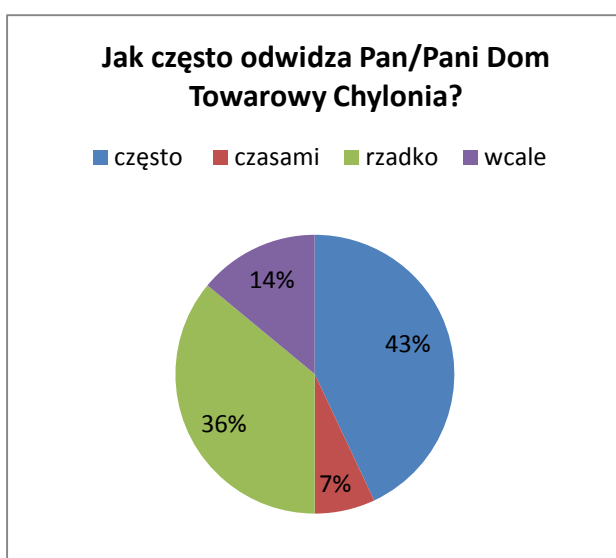
Fot. 5 Formularz ankiety dla klientów i przechodniów, źródło: wykonanie własne

Wyniki i analiza kilkudziesięciu formularzy pozwoliły orzec, że zdecydowana większość klientów, a raczej klientek to kobiety w przedziale wiekowym 31-60 i powyżej. Pytałyśmy także panów, lecz zgodnie stwierdzili, że są rzadkimi odwiedzającymi. Uskarżali się na brak sklepów dla panów i zbyt dużą ilość boksów z konfekcją damską.

Pytając klientów, czy są mieszkańcami Gdyni uzyskiwałyśmy odpowiedź: nie. Mieszkańcy wyraźnie zaznaczali, że są tubylcami i zamieszkują Gdynię Chylonia. Pozwala to stwierdzić, iż identyfikują się z własną dzielnicą i jest ona ważnym elementem ich życia, bez względu na wiek .



Aż 71% ankietowanych to mieszkańcy dzielnicy Chylonia, pozostali to osoby spoza miasta, głównie przechodni spotkani w pobliżu centrum.



Wysoki odsetek, bo aż 43% ankietowanych deklaruje częste odwiedziny DT. Należy jednak zaznaczyć, iż były to osoby starsze. Pozostali twierdzą, że wcale nie odwiedzają tego miejsca lub wstępuje to rzadko.

Głównym celem wizyt są zakupy i usługi. Wysokim zainteresowaniem cieszą się punkty usługowe: banki i multimedia, które umożliwiają opłaty rachunków.

Ponadto w budynku znajduje się kilka biur

podróży, sklepy: jubilerski, meblowy, RTV i AGD, z artykułami domowymi, a także punkt wywoływania zdjęć, usługi informatyczne, usługi księgowe, krawiec, optyk, salony fryzjerskie oraz niezliczona ilość boksów oferujących odzież damską, kilka sklepów z odzieżą męską oraz obuwiem. Znaczna większość klientów odwiedza lokale znajdujące się przy drodze, pomijając główną część obiektu. Odpowiadając na pytanie – Czego Panu/Pani brakuje w Domu Towarowym Chylonia? – często padała odpowiedź sklepu spożywczego, ponieważ obecny tu dyskont Biedronka jest w trakcie likwidacji. Osobom w młodym wieku brakuje popularnych sklepów sieciowych dla młodzieży. Zaś starsi widzieliby tu więcej miejsc do odpoczynku i spotkań typu lodziarnie, kawiarenki, restauracje itp.



Fot. 6 Wnętrze DT Chylonia, źródło: wykonanie własne



Fot. 7 Wnętrze w godzinach pracy, źródło: wykonanie własne



Fot. 8 "Pustki" w DT Chylonia, źródło: wykonanie własne

Co według Pani/Pana można zrobić, aby miejsce było atrakcyjniejsze? – to pytanie wzbudziło najwięcej kontrowersji. Osobom powyżej 60 roku życia miejsce się podoba i nie zmieniliby niczego. Według nich w Domu Towarowym znajduje się wszystko, czego potrzebują. Z naszych obserwacji wynika, że jest to związane z sentymentem do tego miejsca. Ludzie starsi często są przeciwni zmianom, obawiając się nowości, gdyż mogłoby to zaburzyć ich poczucie stabilności. Zaś młodsze pokolenie zainwestowałoby w punkty gastronomiczne, odnowienie budynku i unowocześnienie wyglądu wnętrza oraz uatrakcyjnienie boksów.

Przeprowadziłyśmy również oddzielne badania pracowników, z których wynika, że głównym problemem Domu Towarowego Chylonia jest brak młodych klientów.

Ankieta badawcza – Dom Towarowy Chylonia

1. Płeć: Kobieta Mężczyzna
2. Wiek 16 - 25 26 – 35 36 - 45 46 – 60 61 i więcej
3. Czym zajmuje się placówka w której Pan/Pani pracuje?
.....
4. Od ilu lat dana placówka istnieje w Domu Towarowym Chylonia?
.....
5. Jaki według Pana/Pani jest główny problem Domu Towarowego Chylonia?
.....
.....
6. Co według Pana/Pani można zrobić, aby miejsce zyskało na atrakcyjności?
.....
.....

Fot. 9 Formularz ankiety dla pracowników, źródło: wykonanie własne

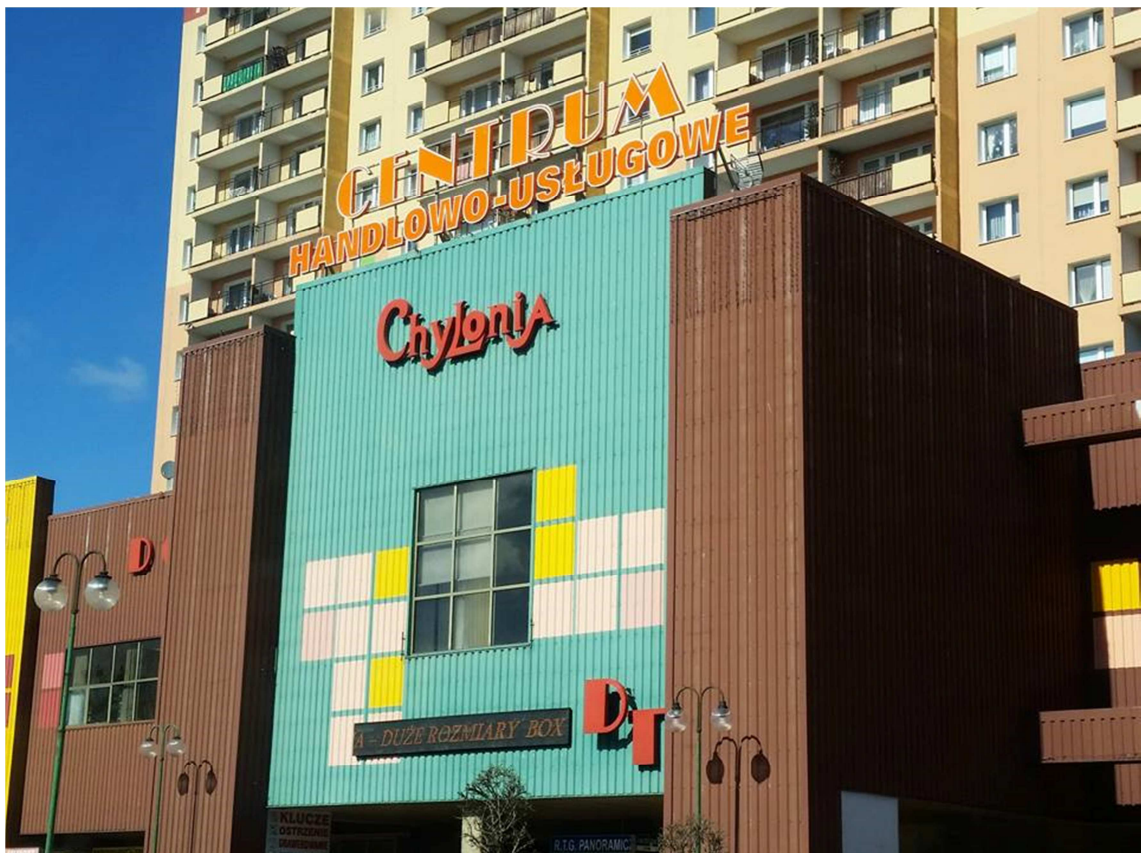
Ankietowani skarżyli się także na wysokie koszty najmu, a co za tym idzie wysokie ceny oferowanych usług i produktów, które są przyczyną słabego zainteresowania obiektem. Trafnym stwierdzeniem, które często się powtarzało było „wystrój wnętrz z epoki komuny”, idealnie oddające charakter opisywanego miejsca. Według pracowników wśród pomysłów na uatrakcyjnienie znalazły się: otworenie sklepu spożywczego, modernizacja wnętrz, obniżenie kosztów najmu oraz inwestycja w reklamę. Pojawiały się również propozycje zatrudnienia specjalisty ds. marketingu i PR, odpowiedzialnego za promocję Domu Towarowego oraz nabywanie nowych klientów. Pracownicy w pocie czoła starają się przyciągnąć potencjalnych nabywców, jednak jedynym wyjściem jest zamknięcie interesu, stąd też kilkanaście pustych boksów, czekających na nowego właściciela.



Fot. 10 Boksy do wynajęcia, źródło: wykonanie własne



Fot. 11 przyciąganie klientów promocjami, źródło: wykonanie własne



Fot. 12 Główne wejście do budynku, źródło: wykonanie własne

Relacja rozmowy z pracownicami biblioteki

Podczas jednej z ostatnich wizyt przeprowadziłyśmy rozmowę z paniami z biblioteki. Chciałyśmy ją uwzględnić w naszym eseju, ponieważ wniosła bardzo wiele ważnych faktów i przemyśleń do naszej pracy badawczej. Wcześniej planując wyprawę, przygotowaliśmy listę pytań, nurtujących nasze umysły. Spotkałyśmy się z dużym zaangażowaniem z ich strony. Bardzo chętnie odpowiadały na pytania, odkrywając przed nami coraz to nowsze fakty. Jedna z nich opowiedziała nam dokładnie jak wyglądała Gdynia Chylonia bez domu towarowego. W miejscu w którym wybudowano centrum handlowe, była niegdyś łąka, na której znajdowała się piaskownica. Matki z dziećmi chętnie odwiedzały to miejsce. Fakt ten zainspirował nas do stworzenia filmiku. Na pytanie „czy wyobrażała sobie pani, że domu towarowego nie ma?”, kobieta zdecydowanie odpowiedziała – tak. Nie odgrywa on w jej życiu ważnej roli. Zauważyłyśmy znaczne podobieństwo do rozmów z ankietowanymi. Jak już wcześniej pisałyśmy młodsze pokolenie nie utożsamia się z tym miejscem. Kolejnym ważnym faktem jest to, że obiekt nie podoba się większości mieszkańcom. Obie panie bibliotekarki zgodnym głosem odpowiedziały, że budynek „straszy”, a wnętrze nie różni się od typowego rynku. Podczas rozmowy pojawiły się po raz kolejny uwagi dotyczące estetyki miejsca. Zauważyłyśmy, że jest to główny problem Domu Towarowego Chylonia.

Wnioski

Podsumowując nasze badania, rozmowy z mieszkańcami i wizyty w terenie, możemy zgodnie stwierdzić, że Dom Towarowy Chylonia odgrywa sentymentalną rolę w świadomości mieszkańców dzielnicy. Jest ważną jej częścią, ponieważ był początkiem nowej historii, pierwszym dużym obiektem handlowo- usługowym w tym fragmencie miasta, zapowiedzią przyszłości. Pełni nie tylko funkcje handlowe. Zdaniem mieszkańców jest idealnym ekranem akustycznym, oddzielającym ruchliwą ul. Morską od osiedlowej ul. Gniewskiej. Większość starszych mieszkańców nie wyobraża sobie Chyloni bez Domu Towarowego, cenią oni jego spokój i swojskość, inną od popularnego Batorego, czy Klifu. Również nasz pogląd na temat budynku uległ zmianie. Praca nad tym obiektem była niezwykle wyzwaniem. Każda kolejna wizyta odkrywała inną stronę Domu Towarowego. Jedynie nasza opinia dotycząca wyglądu nie uległa przemianie, podobnie jak my, napotkani młodzi ludzie widzą go, jako blaszaną bryłę. Odrobina wysiłku i chęci może zdziałać cuda, więc istnieje szansa na wprowadzenie budynku w dwudziesty pierwszy wiek.

Zebranie informacji na temat tego miejsca przyszło nam z trudem. Gdy podczas pierwszej ankiety usłyszaliśmy brak chęci współpracy uświadomiliśmy sobie, że jesteśmy w trudnej, zamkniętej dzielnicy. Pocieszające w naszej pracy był fakt, że pracownicy widzieli w nas sojuszników, zwiastun modernizacji i pomocy. Chylonia bez Domu Towarowego byłaby zupełnie inna, obca, dlatego ważne jest słuchanie i poznawanie opinii samych mieszkańców. Ich cenne wskazówki mogą być kluczem do sukcesu, który odrodzi ten obiekt na nowo. Odkryliśmy duży potencjał budynku. Wiemy, że jest jeszcze coś, co można zrobić, aby miejsce ożyło. Przechadzając się wokół, wspólnie nad tym rozmyślałyśmy.

Kierując się wskazówkami ludzi napotkanych w DT, przyszedł nam do głowy pewien pomysł. Dostrzegłyśmy na dole duży, niewykorzystany plac, oświetlony słońcem. Był to idealny obszar na kawiarenki. Miejsce, gdzie rodzina może spędzić czas ze swoimi małymi dziećmi. Jest przecież tak mało obiektów, w których ich pociechy bezpiecznie mogłyby się bawić, a matki w spokoju wypić kawę. Dobra lokalizacja, dużo promieni słonecznych. Byłyśmy zgodne: kolorowe parasole, stoliki i same chętnie byśmy tam usiadły, popijając koktajl. Przecież tego ludziom brakowało! Miejsca, gdzie można spokojnie porozmawiać. Tego chcieli i to trzeba im dać! To idealny wabik! Wykończeni zakupami, mogliby usiąść i rozkoszować się cudowną pogodą, tak jak my tamtego dnia. Zainspirowane podpowiedziami ankietowanych zaczęłyśmy omawiać swoje idealne wizje. Podekscytowane

przekrzykiwałyśmy się, rzucając kolejne propozycje. Wierzimy i trzymamy kciuki za ulepszony DT Chylonia.

Bibliografia

1. Administracja budynku Domu Towarowego Chylonia, materiały źródłowe (kroniki budynku)
2. Budowa Domu Towarowego "Chylonia" [online], [dostęp: 26 kwietnia 2015],
Dostępny w Internecie:
<<http://www.gdynskasm.pl/spoldzielnia/historia.html#dtchylonia>>
3. Rozkosz Barbara, Gdyńska Spółdzielnia Mieszkaniowa 1928- 2013: 85 lat: ludzie i domy, 2013, Gdynia
4. S.A., Betonowa zagadka Manhattan w Gdyni?, Gazeta Gdańska z 22. 10. 1992 r.
5. W.K., 1993, Długo oczekiwany za to piękny, Dziennik Bałtycki z 21. 12. 1993 r.

Spis treści

Wstęp	2
Szczypta historii	3
Praca w terenie.....	6
Relacja rozmowy z pracownikami biblioteki	12
Wnioski.....	13
Bibliografia.....	14
Spis treści.....	16
Spis fotografii	16

Spis fotografii

Fot. 1 Budowa DT Chylonia	3
Fot. 2 Dom towarowy Chylonia w okresie budowy	4
Fot. 3 Łąka, na której obecnie stoi DT Chylonia.....	5
Fot. 4 Dom towarowy w 2015 roku.....	5
Fot. 5 Formularz ankiety dla klientów i przechodniów	6
Fot. 6 Wnętrze DT Chylonia	8
Fot. 7 Wnętrze w godzinach pracy	8
Fot. 8 "Pustki" w DT Chylonia.....	9
Fot. 9 Formularz ankiety dla pracowników	9
Fot. 10 Boksy do wynajęcia	10
Fot. 11 przyciąganie klientów promocjami	11
Fot. 12 Główne wejście do budynku	11