

Raport z badań

Podsumowanie pierwszego etapu prac diagnostycznych i analitycznych prowadzonych w ramach projektu mającego na celu przygotowanie wytycznych dla marki Miasta Oleśnicy i opracowanie strategii promocji Miasta Oleśnicy

Wprowadzenie do raportu



Niniejszy raport jest podsumowaniem pierwszego etapu prac diagnostycznych i analitycznych prowadzonych w ramach projektu mającego na celu przygotowanie wytycznych dla marki Miasta Oleśnicy i opracowania strategii promocji Miasta Oleśnicy.

Władze miasta zdecydowały o prowadzeniu prac w modelu partycypacyjnym, w którym mieszkańcy miasta są angażowani nie tylko w proces diagnozy tożsamości i wizerunku miasta, ale też w dyskusję na temat możliwych i pożądanых rozwiązań oraz w sam proces wypracowania gotowych propozycji, a później, w dalszych etapach prac nad projektem, również we wdrożenie strategii promocji miasta i ocenę jej efektów.

Przebieg i zakres prowadzonych prac w tym etapie był na bieżąco ustalany z władzami miasta, a o postępach i częściowych wynikach badań był informowany specjalny zespół złożony z przedstawicieli Rady Miasta, Urzędu Miasta, Młodzieżowej Rady Miasta, organizacji pozarządowych, środowisk kultury i sportu, przedsiębiorców i seniorów.

Zakres prac badawczych



Miasto Oleśnica nie ma aktualnej strategii promocji, ani strategii rozwoju miasta, dlatego prace analityczne zostały rozpoczęte od rozmów z władzami miasta, celem poznania istotnych informacji na temat obecnego stanu Oleśnicy, możliwych i planowanych kierunków rozwoju, wielkości budżetu i jego perspektyw, a także potrzeb i oczekiwań w zakresie promocji miasta. Przeprowadzono szczegółowe wywiady z burmistrzem miasta, jego zastępcą, sekretarzem i skarbnikiem oraz naczelnikami wybranych wydziałów urzędu miasta.

Następnie szczegółowej analizie poddano ważne dla opracowania strategii promocji miasta dokumenty.

1. Strategia komunikacji wizerunkowej województwa dolnośląskiego w kraju i za granicą na lata 2016-2020
2. Strategia Wrocław w perspektywie 2020 plus
3. Strategia Wrocław 2030
4. Strategia rozwoju Powiatu Oleśnickiego na lata 2001 - 2007
5. Raport o stanie Gminy Miasto Oleśnica za 2018 rok
6. Strategia rozwoju miasta Oleśnica (2001)
7. Strategia komunikacyjna dla miasta Oleśnica na lata 2008 - 2010. Wersja beta (2008)
8. Koncepcja pożądanego wizerunku Oleśnicy Michała Skrzypka (2015)
9. Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego (2009)
10. Analiza potrzeb mieszkańców Wrocławia i sąsiednich gmin na produkty turystyczne związane z terenami otwartymi na obszarze Wrocławskiego Obszaru Metropolitalnego (2013)

Analizie poddano także różne materiały źródłowe, również te udostępnione przez miasto i jego instytucje, lub pozyskane samodzielnie, które mogą być pomocne w pracach nad opracowaniem strategii promocji.

1. Wyniki rankingów miast:
 - „Bogactwo samorządów. Ranking dochodów JST 2018” - Wspólnota
 - „Ranking Samorządów 2018” - Rzeczpospolita
 - „Ogólnopolski Ranking Gmin i Powiatów 2018” - Związek Powiatów Polskich
 - „Ranking miast przyjaznych kierowcom” - Oponeo
 - „Ranking warunków mieszkaniowych 2017” - Rynek Pierwotny
 - „Ranking polskich miast” - Polska w liczbach
2. Komunikaty z badań Centrum Badania Opinii Społecznej:
 - Co zmieniło się w naszej miejscowości? (92/2018)
 - O historii lokalnie (100/2018)
 - Patriotyzm Polaków (105/2018)
 - Zadowolenie z życia (5/2018)
 - Oceny władz samorządowych oraz ich kompetencji (82/2018)
 - Zaangażowanie Polaków na rzecz społeczności lokalnej (74/2018)
 - Współpraca władz lokalnych z mieszkańcami (46/2018)
 - Aktywność Polaków w organizacjach obywatelskich (29/2018)
 - Aktywność fizyczna Polaków (125/2018)
 - Popularność muzyki disco polo (104/2018)
3. Strategie rozwoju i promocji miejscowości aglomeracji wrocławskiej (o ile dostępne)

4. TOP promocji polskich miast i regionów w opinii szefów biur promocji - Fundacja Best Place - Europejski Instytut Marketingu Miejsc (2010)
5. Sprawozdania z działalności kulturalnej i bibliotecznej Biblioteki i Forum Kultury w Oleśnicy za rok 2016, 2017 i 2018
6. Wyniki Oleśnickiego Budżetu Obywatelskiego za wszystkie lata (dane z artykułów prasowych)
7. Publikacje książkowe poświęcone Oleśnicy:
 - W. Mrozowicz, P. Wiszewski „Oleśnica od czasów najdawniejszych po współczesność” (Wrocław 2006)
 - Z. Tempski „Oleśnica - miasto wież i róż (1970)
 - Z. Podurgiel „Oleśnickie impresje” (Oleśnica 2018)
 - K. Dziedzic „Pozdrowienie z Oleśnicy” (Oleśnica - Wrocław 2018)
 - K. Dziedzic „Pozdrowienie z Oleśnicy 2” (Oleśnica 2018)
 - M. Nienałtowski „Zamek książęcy w Oleśnicy” (Katowice 2017)
 - „Czeska historia Śląska. Ze szczególnym uwzględnieniem Oleśnicy i Księstwa Oleśnickiego” - praca zbiorowa pod redakcją W. Mrozowicza (Wrocław - Oleśnica 2017)
 - P. Milejski „Skarb groszy praskich z Oleśnicy” (Katowice 2015”
8. Artykuły Marka Nienałtowskiego na temat promocji, logo, herbu i flagi Oleśnicy na stronie internetowej olesnica.org
9. Informacje o Oleśnicy w portalach turystycznych i na blogach podróżniczych
10. Komentarze internautów pod artykułami w lokalnych portalach internetowych i wpisy forowiczów na forach i w grupach dyskusyjnych

Przeanalizowane zostały udostępnione przez Bibliotekę i Forum Kultury projekty plakatów, ulotek, zaproszeń i materiałów do Internetu, dotyczące wydarzeń kulturalnych, wykonywane przez instytucję w latach 2015 - 2019.

Wnikliwej analizie poddane zostały również udostępnione przez Urząd Miasta materiały promocyjne, wykonane i upowszechniane w latach 2008 - 2018 przez sekcję promocji miasta i miejskie instytucje kultury.

Przeprowadzono audyt strony internetowej miasta, szczególnie w zakresie jej szaty graficznej, układu i funkcjonalności.

Zapoznano się z ideą obecnego logo miasta oraz historią i okolicznościami jego wprowadzenia.

Przeanalizowano wizerunek Oleśnicy w mediach lokalnych i ogólnopolskich.

Przestudiowano uchwały Rady Miasta Oleśnicy dotyczące insygniów miasta oraz zasady ich używania. Sprawdzone, jak używanie herbu i logo wygląda w praktyce, zarówno przez miejskie instytucje, jak i inne podmioty.

Szczegółowej analizie poddano dane statystyczne dotyczące Oleśnicy w Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego (bdl.stat.gov.pl/BDL, 2018 rok, dane kompletne). Na podstawie danych statystycznych ludności Oleśnicy wstępnie zaplanowano wybór grup wiekowych do badania ankietowego.

Zakres prac badawczych



Badanie wizerunku Oleśnicy



Zgodnie z intencjami władz miasta i ideą modelu partycypacyjnego opracowania strategii, zaplanowano i przeprowadzono zakrojone na szeroką skalę badania tożsamości i wizerunku Oleśnicy.

Badanie ilościowe na reprezentatywnej próbie mieszkańców Oleśnicy
Formularz ankiety, CAWI (Computer-Assisted Web Interview), wspomagane przez CAPI (Computer-Assisted Personal Interview),
N=903, dobór próby losowy, 17 - 31.05.2019

Badanie ilościowe wśród pracowników Urzędu Miasta Oleśnicy
Formularz ankiety, CAWI (Computer-Assisted Web Interview),
N=31, 29.05 - 14.06.2019

Badanie ilościowe wśród radnych Rady Miasta Oleśnicy
Formularz ankiety, CAWI (Computer-Assisted Web Interview),
N=17, 29.05 - 14.06.2019

Badanie ilościowe na niereprezentatywnej próbie mieszkańców Wrocławia
Sonda uliczna,
N=111, dobór próby losowy, 08 - 09.05.2019

Badanie jakościowe w formie wywiadów IDI (Individual in-Depth Interview) z liderami opinii w grupach polityki, samorządu, organizacji pozarządowych, kultury, sportu, przedsiębiorczości, mediów, seniorów, młodzieży
N=15, maj - czerwiec 2019

Badanie jakościowe w formie wywiadów fokusowych FGI (Focus Group Interview) we Wrocławiu z osobami zainteresowanymi turystyką i weekendowymi wyjazdami poza Wrocław (po 6 osób w pierwszej i drugiej grupie oraz 5 osób w trzeciej grupie)
N=3, czerwiec 2019

Panele dyskusyjne w wytypowanych grupach interesariuszy wewnętrznych:

- Seniorów
- Młodzieży
- Przedsiębiorców
- Środowiska kultury
- Środowiska sportu

N=5, maj - czerwiec 2019

Szczegółowa prezentacja wyników badań tożsamości i wizerunku Oleśnicy, z powodu dużej objętości analizowanych danych, została przedstawiona osobno w załączniku do niniejszego raportu.

Badanie wizerunku Oleśnicy



Oleśnica w lokalnych mediach



Najbardziej aktualny obraz miasta, jego codziennego życia, wydarzeń, działań władz, problemów, a także spraw mieszkańców, ich radości i smutków, sukcesów i trudności, pokazują oleśnickie media.

Lokalne portale informacyjne koncentrują się na bieżącym informowaniu o wszystkim, co dzieje się w mieście, zapowiedziach i relacjonowaniu imprez kulturalnych i wydarzeń sportowych, przedstawianiu planów i działań władz miasta, opisywaniu problemów mieszkańców i jak są rozwiązywane. Dużo informacji ma charakter sensacji, głównie gdy dotyczą wypadków, pożarów, przestępstw i afer. Swoją pracę redakcje wykonują dobrze i szybko, ale wyścig o newsy nie zawsze idzie w parze z dokładnością informacji i dogłębnym przedstawieniem tematu.

Wizerunek Oleśnicy w lokalnych portalach internetowych nie jest jednolity i do końca jednoznaczny. Informacje często prezentowane są w subiektywny lub jednostronny sposób. Nierzadko zdarza się, że odmienne poglądy lub inne punkty widzenia na daną sprawę są pomijane, a niewygodne oświadczenia i stanowiska przemilczane. Ocena działań władz samorządowych jest albo bezkrytycznie pozytywna, albo bezapelacyjnie negatywna.

Zdziwienie budzi przyzwolenie na hejt w komentarzach pod artykułami w portalach. Zjawisko hejtu jest od lat piętnowane w Oleśnicy, jak w stanowisku Rady Miasta przeciwko mowie nienawiści, czy w profilu Oleśnica mówi nie dla hejtu! na Facebooku. Możliwość komentowania artykułów tylko po zalogowaniu się, na przykład przy użyciu wtyczki Facebooka powinna być powszechnie stosowana.

Podobnie jest w lokalnej prasie drukowanej. Oleśnickie gazety koncentrują się na relacjonowaniu oleśnickiej rzeczywistości. Dominują zdecydowanie tematy dotyczące mieszkańców oraz relacje z wydarzeń kulturalnych i sportowych. Nie zapomina się o opisywaniu działań władz, ich analizie i komentowaniu. Czytelnicy przywiązali się do stałych rubryk poświęconych mieszkańcom miasta i bardzo je sobie cenią. Zdarza się jednak, że w artykułach na tematy mogące budzić kontrowersje, zdanie autorów potrafi być skrajnie subiektywne, wnioski arbitralne, a ocena rażąco niesprawiedliwa.

Ciekawą nowością w oleśnickiej prasie jest bezpłatna gazeta, wydawana pod tym samym tytułem, co portal internetowy i przez tę samą redakcję. Dzięki temu oleśniczanie mają swobodny dostęp do informacji w dwóch niezależnych kanałach całkowicie bezpłatnie.

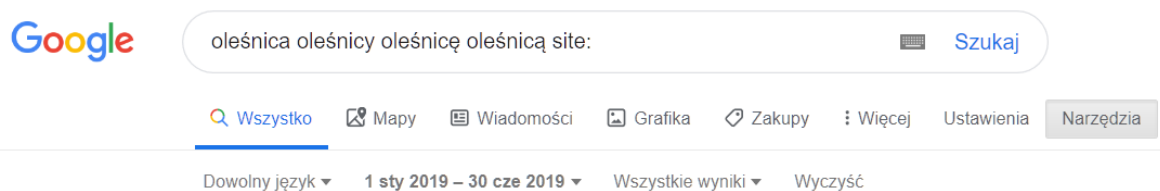
Oleśnickie radio, co prawda wcale nie oleśnickie, bo to stacja ogólnopolska, mająca jedynie częstotliwość nadawania w Oleśnicy, ma profil bardziej rozrywkowy, niż informacyjny, ale i tak prezentuje dużo informacji z życia miasta i relacjonuje z niego wiele wydarzeń. Słuchacze zawsze znajdą w radiu solidną dawkę rzetelnych informacji. Niewątpliwie to duża zasługa dziennikarza z Oleśnicy. Pozytywne opinie o programie przyćmiewa tylko zbyt duża liczba materiałów z odległego Wałbrzycha.

Mimo wielu niedoskonałości i słabości, oleśnickie media zasługują na pozytywną ocenę. Spełniają swoją podstawową rolę informacyjną i pokazują Oleśnicę taką, jaka jest na co dzień.

Tylko jedna redakcja udostępniła podstawowe dane na temat zasięgu swojego tytułu, jednak żadna nie odpowiedziała na prośbę o wskazanie najpopularniejszych i najlepiej odbieranych artykułów. Wobec tego w raporcie zostaną zaprezentowane tytuły artykułów prasowych zamieszczonych w lokalnych mediach internetowych od 1 stycznia do 30 czerwca 2019 roku według jednakowego dla wszystkich klucza.

Na potrzeby analizy wizerunku Oleśnicy w mediach przyjęto założenie, by pokazać, jaką Oleśnicę można zobaczyć przez pryzmat artykułów w mediach internetowych, wybierając materiały pochodzące z wyszukiwarki w przeglądarce internetowej.

W tym celu posłużono się standardową przeglądarką systemu Windows - Microsoft Edge i najpopularniejszą wyszukiwarką Google. Wszystkie wyszukiwania przeprowadzono tego samego dnia, bez logowania się na konto Google w przeglądarce, w ten sam sposób wpisując w pole wyszukiwania frazę „oleśnica oleśnicy oleśnicę oleśnicą site: (tu adres portalu)”, zaznaczając wybór wyników w dowolnym języku i ograniczając zakres dat od 1 stycznia do 30 czerwca 2019 roku.



Na koniec wybrano z listy wyników wyszukiwania dziesięć pierwszych rezultatów.

MojaOlesnica.pl

- 30.05 Przygotowania do Dni Oleśnicy 2019
- 30.06 Historyczne fotografie znalezione na strychu
- 31.05 Stokrotka ożywi oleśnicki rynek?
- 12.06 Tak postępują prace na pl. Zwycięstwa w Oleśnicy
- 11.06 Park Południowy powstanie w Oleśnicy
- 01.04 Primaaprilisowe złoto w Oleśnicy
- 05.03 Bez szans na remont Dobroszyckiej?
- 06.03 Dni Oleśnicy w latach 70.
- 15.06 Mistrzynie trenuje w Oleśnicy!
- 16.06 Skoki na bungee z dźwigu w Oleśnicy

olesnicainfo.pl

- 16.01 Oleśnica na powojennej fotografii. Zobaczcie, jak wtedy wyglądało nasze miasto
- 30.05 Poznajcie szczegółowy program Dni Oleśnicy 2019!
- 04.07 Oleśnica w projekcie Plaża 2019
- 13.03 Burmistrz przywitał nowych mieszkańców Oleśnicy
- 09.05 Stokrotka wraca do oleśnickiego Rynku
- 11.05 Spacer po Oleśnicy z Beatą Maciejewską
- 28.06 Oleśnica: Basen został zamknięty
- 22.02 Oleśnica jest kobietą, czyli nowa odsłona Dnia Kobiet w Oleśnicy
- 16.01 Wilki w lasach pod Oleśnicą. Leśnicy zapewniają, że nie są groźne dla ludzi
- 22.03 WORD w Oleśnicy coraz bardziej realny

24.06 TO MORDERSTWO 7-LATKI WSTRZĄSNĘŁO OLEŚNICĄ I POLSKĄ
23.06 Pogoń Oleśnica na grillu
04.03 SZOK! W OLEŚNICY ZAMIENIONO ZWŁOKI!
11.06 Stara Oleśnica, czyli tak się kiedyś kapaliśmy
19.04 Droga Krzyżowa na ulicach Oleśnicy
30.06 Stara Oleśnica, czyli niemiecki obóz Służby Pracy Rzeszy
09.06 Oleśnica Razem: "Bufonada Bronsia i Sowy psuje rocznicowe uroczystości w Oleśnicy"
13.04 Stara Oleśnica, czyli harcerze w MDK
06.05 ATOL ZWALNIA PRACOWNIKÓW
02.06 Mrozu i Dawid Kwiatkowski - gwiazdy 1. dnia Dni Oleśnicy

28.06 Oleśnica na weekend. Mamy dla was przegląd atrakcji
20.02 Oleśnica: Poszukiwani przez Policję CZ. 2
26.03 Oleśnica. Działka sprzedana, umowa podpisana
20.04 Oleśnica: Dwie duże inwestycje wkrótce w naszym mieście
22.05 Deszcz nie odpuszcza. Oleśnica pod wodą!
27.04 Oleśnica: Plany, remonty oraz otwarcia
05.06 Oleśnica Open Mic już 14 czerwca!
10.04 Oleśnica: To on ukradł skarbonkę z bazyliki
25.04 Dni Oleśnicy zbliżają się wielkimi krokami
22.03 Kto zagra na Dniach Oleśnicy?

- 23.05 Program Dni Oleśnicy 2019
- 13.06 Nowy sklep w Oleśnicy - Tedi już otwarty
- 24.04 Action - nowy sklep otwiera się w Oleśnicy
- 02.06 Dni Oleśnicy - sobota
- 17.02 Oleśnica Nocą - widok z lotu ptaka
- 13.05 Kłoszardzi na 3 Maja
- 10.03 Oleśnica też jest kobietą
- 13.06 Śmierć na działkach
- 23.05 Kolejna Biedronka zostanie zmodernizowana
- 24.03 Śmigłowiec LPR na boisku przy ul. Żeromskiego



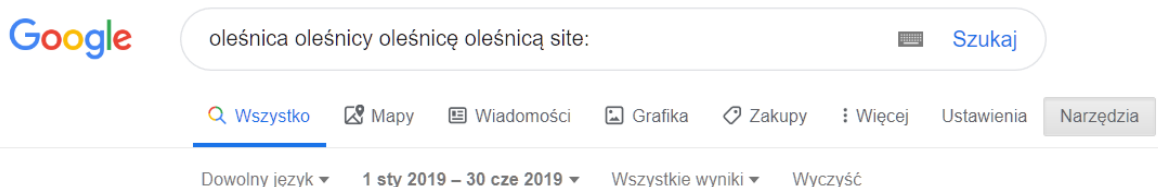


Wizerunek Oleśnicy w mediach ogólnopolskich jest zdecydowanie negatywny, co wynika z wyboru do publikacji tematów sensacyjnych, poświęconych głównie wypadkom, wyrokom i aferom. Nieliczne publikacje o pozytywnym wydźwięku nie są w stanie zrównoważyć niekorzystnego wrażenia, jakie Oleśnica może robić na odbiorcach informacji z nią związanych.

Wobec braku możliwości skorzystania z monitoringu prasy, radia i telewizji, analizę wizerunku Oleśnicy w mediach ogólnopolskich postanowiono przeprowadzić w oparciu o dostępne źródła internetowe.

Do analizy wybrano najpopularniejsze ogólnopolskie portale internetowe (dwa oddziałów wrocławskich) i jeden dolnośląski. Przyjęto to samo założenie, jak w przypadku mediów lokalnych, by pokazać, jaką Oleśnicę można zobaczyć przez pryzmat artykułów w mediach internetowych, wybierając materiały pochodzące z wyszukiwarki w przeglądarce internetowej.

Tak samo posłużono się standardową przeglądarką systemu Windows - Microsoft Edge i najpopularniejszą wyszukiwarką Google. Wszystkie wyszukiwania przeprowadzono tego samego dnia, bez logowania się na konto Google w przeglądarce, w ten sam sposób wpisując w pole wyszukiwania frazę „oleśnica oleśnicy oleśnicę oleśnicą site: (tu adres portalu)”, zaznaczając wybór wyników w dowolnym języku i ograniczając zakres dat od 1 stycznia do 30 czerwca 2019 roku.



Na koniec wybrano z listy wyników wyszukiwania dziesięć pierwszych rezultatów (o ile było to możliwe).



- 28.02 - Oleśnica: Pociąg wjechał w samochód osobowy.
Poszukiwana pasażerka
- 30.05 - Wypadek na S8. Jedna osoba ranna
- 02.06 - Dolnośląskie: policja z Oleśnicy poszukuje osoby, która celowo przejechała autem psa
- 02.06 - Dolnośląskie: policja zatrzymała mężczyznę podejrzanego o zabicie psa
- 07.06 - Były ksiądz skazany za pedofilię chce wyjść na wolność. Odmawia też leczenia
- 22.01 - 25 lat więzienia dla byłego policjanta za zabicie żony
- 11.05 - Mniej regularnych przewozów na Dolnym Śląsku. Gminy z własnymi połączeniami
- 02.04 - Wrocławskie lotnisko ma nowego wiceprezesa. To protegowany Beaty Kempy
- 13.04 - Wrocławski Obszar Metropolitalny. Podpisano deklarację o powołaniu stowarzyszenia
- 05.06 - Król Polski Jan I Olbracht



- 22.01 - Policjant udusił żonę i próbował popełnić samobójstwo. Jest wyrok w głośnej sprawie
- 27.02 - Rozpędzony pociąg zmiotł osobówkę. Tajemnicze okoliczności wypadku na przejeździe
- 29.04 - "Twe piersi przylegają ściśle do koszulki". Nauczyciel wysyłał uczennicom obsceniczne wiadomości
- 03.06 - Sadysta celowo przejechał psa. 21-latek usłyszał zarzuty



- 27.02 - Rozpędzony pociąg zmiął auto. Trwają poszukiwania pasażerki
- 07.06 - Skazany był ksiądz chce przedterminowo wyjść z więzienia. Może trafić do ośrodka dla bestii
- 30.05 -Zablokowana S8. Zderzenie dwóch tirów. Ogromne korki
- 04.06 - 21-latek przejechał psa autem. Jest areszt tymczasowy dla mężczyzny
- 04.04 - Egzamin gimnazjalny 2019: CKE podała daty, w których będą odbywać się egzaminy w terminach głównych i dodatkowych
- 26.05 - Czy to bunt księży przeciw biskupom? Czytelnicy informują WP o ignorowaniu listu Episkopatu



- 02.06 - Dolny Śląsk: Kierowca celowo przejechał psa i udostępnił nagranie
- 22.01 - Wrocław: Były policjant usłyszał wyrok za zabójstwo żony
- 02.06 - RMF: Nagrał zabicie psa. Policja ujęła podejrzanego



- 22.01 - Policjant z zimną krwią zabił żonę. Jest wyrok
- 02.06 - Zwyrrodnialec celowo przejechał psa. Zdarzenie nagrał telefonem

- 28.03 - Oleśnica: ratownicy bez pieniędzy
27.01 - Uczniowie opuszczają Zamek Książęcy w Oleśnicy
23.05 - Lokalne podtopienia w powiecie oleśnickim
22.01 - 25 lat więzienia dla byłego policjanta za zabójstwo żony.
„Nie zasługuje na złagodzenie kary”
28.06 - Muzykalny złodziej. Ukradł dziewczynce skrzypce
17.03 - Najwyższa Izba Kontroli sprawdza urzędy we Wrocławiu
i w Oleśnicy
03.04 - Nietrzeźwa matka zostawiła dwoje dzieci bez opieki.
Bawiły się na parapecie
03.06 - 5 lat więzienia grozi 21-latkowi, który celowo przejechał
psa
12.04 - 50 samorządów, gmin i miast we Wrocławskim Obszarze
Metropolitalnym

TVP INFO

- 03.04 - Dzieci bawiły się na parapecie przy otwartym oknie.
„Miały być same tylko przez chwilę”
03.06 - Zatrzymano mężczyznę, który celowo przejechał psa



- 03.06 - Zwyrondnialec celowo przejechał psa i nagrał to
telefonem. Jest w rękach policji

- 11.05 - Ta zachwycająca Oleśnica. Spacer z Maciejewską przyciągnął tłumy
- 04.05 - Zapraszamy na spacer po Oleśnicy z Beatą Maciejewską
- 04.04 - O krok od tragedii. Cztero- i pięciolatek siedzieli na parapecie. Matka była pijana
- 22.01 - Policjant skazany za uduszenie swojej żony. Przez telefon przyznał: "Zabiłem twoją siostrę"
- 29.04 - Śmiertelny wypadek pod Oleśnicą. Jedna osoba nie żyje, trzy są ranne
- 17.05 - Tragiczny wypadek pod Oleśnicą. Młody kierowca zginął na miejscu
- 07.01 - Nocny pościg w Oleśnicy. Kierowca uciekał, bo był nietrzeźwy
- 07.06 - Ksiądz, który gwałcił nieletnich, chce przedterminowo wyjść z więzienia. I odmawia leczenia swej pedofilii
- 25.03 - Obrońcy zwierząt odebrali proboszczowi zaniedbanego owczarka niemieckiego. Pies Max zmarł
- 02.04 - PiS daje stołek wiceprezesa wrocławskiego lotniska protegowanemu Beaty Kempy bez jakiegokolwiek doświadczenia w biznesie



- 02.06 - Celowo przejechał psa. Zdarzenie nagrał
- 27.02 - Gminne obowiązki związane z dziedziczeniem - raport NIK
- 24.05 - O sukcesie decydują ludzie (Rzecz o zdrowiu)

22.05 - W Oleśnicy i Oławie będzie można zdawać egzaminy na prawo jazdy

08.03 - Wypadek pod Oleśnicą. Astra wjechała do rowu

16.03 - Groźny wypadek pod Oleśnicą. Kierowca nieprzytomny

19.01 - Groźny wypadek pod Oleśnicą. Zderzenie trzech aut

25.01 - Wypadek w Oleśnicy. Trzy osoby na torach, pociąg potrafił jedną z kobiet

25.06 - Groźny wypadek. SUV staranował pieszych i uderzył w budynek

19.06 - Groźny wypadek pod szkołą. Audi zderzyło się z mercedesem

12.05 - Pijany kierowca wjechał na przejazd tuż przed pociągiem

07.01 - Nocny pościg ulicami miasta. Policyjne patrole goniły mazdę

06.06 - Ciężarówka potrafiła rowerzystkę. Centymetry od tragedii

GAZETA PRAWNA.PL

03.06 - Policja zatrzymała mężczyznę podejrzanego o zabicie psa z okrucieństwem. Podejrzany nagrał to telefonem

21.03 - Gminy, nauczyciele i rodzice zaplątani w sieć szkół. A terminy płyną nieubłaganie



Oleśnica w Internecie



Strona internetowa pod adresem <https://olesnica.pl> i strona na Facebooku <https://facebook.com/olesnica>, to dwa główne kanały informacyjne Miasta Oleśnicy.

Strona główna witryny internetowej Miasta Oleśnicy jest podzielona na dwie części, które umożliwiają wejście do dwóch osobnych serwisów. Jeden, to serwis „Poznaj nasze miasto”, drugi „Urząd Miasta”. Użytkownik musi dokonać wyboru, z którego serwisu chce skorzystać. Nie mając wiedzy, jakie konkretnie informacje znajdują się w serwisach, musi sam zdecydować, który wybiera, bez gwarancji znalezienia za pierwszym razem interesującej go w danym momencie informacji. Uwag do wyglądu i funkcjonalności jest bardzo dużo. Zbyt dużo, by możliwe było wykonanie poprawek gwarantujących wygodne i skuteczne korzystanie z witryny.

Uruchamiając nową stronę miasta w 2018 roku, nie zadbano o umieszczenie w kodzie strony skryptu Google Analytics, co nie pozwalało na korzystanie z tych narzędzi analitycznych. Wobec tego niemożliwe jest poznanie szczegółowych danych o ruchu na stronie, jej użytkownikach i wielu innych przydatnych informacji.

Jedyne dane, jakie można analizować, to wyniki statystyk użycia strony z Webalizera. Ogólne dane z pierwszego półrocza 2019 roku są prezentowane na kolejnych stronach raportu.



Oleśnica

AKTUALNOŚCI

- DODANO: 20.05.2019 / 10:45 – KATEGORIA: MIASTO

Oleśnicka Noc Muzeów
- DODANO: 20.05.2019 / 10:45 – KATEGORIA: MIASTO

Ogłoszenie
- DODANO: 17.05.2019 / 10:45 – KATEGORIA: MIASTO

Majówka dla Mam w Parku Kolejarzy Oleśnickich
- DODANO: 17.05.2019 / 10:45 – KATEGORIA: MIASTO

Gdzie powstanie parkour park?

POWROT Oleśnica 2019 Oleśnica 2019 Centrala: 71 798 21 00 Promocja: 71 798 21 81 E-mail: promocja@um.olesnica.pl Główna Miasto Oleśnica, Rynek - Ratusz, 56-400 Oleśnica project by NOMONO

Oleśnica

SEARCH MENU

Mieszkaniec

Plebiscyt Wolontaryjny: głosowanie

Powitanie najmłodszych oleśniczan, rejestracja dziecka

Oleśnicka Karta Dużej Rodziny

Oleśnicki Budżet Obywatelski

POWRÓT Oleśnica 2018 Oleśnica 2019 Centrala: 71 798 21 00 Promocja: 71 798 21 88 E-mail: promocja@um.olesnica.pl Gmina Miasto Oleśnica, Rynek - Rabusz, 56-400 Oleśnica project by NOMICO

Oleśnica

SEARCH MENU

Historia

Oleśnica do 1945 r.

Zabytki

Pomniki i miejsca pamięci

Laureaci Nagrody Oleśnicy

POWRÓT Oleśnica 2018 Oleśnica 2019 Centrala: 71 798 21 00 Promocja: 71 798 21 88 E-mail: promocja@um.olesnica.pl Gmina Miasto Oleśnica, Rynek - Rabusz, 56-400 Oleśnica project by NOMICO

OLEŚNICA

burmistrz

Oleśnica 30°C

DANE PODSTAWOWE ZAŁATW SPRAWĘ E-OŚWIATA POŻYTEK PUBLICZNY INSTYTUCJE

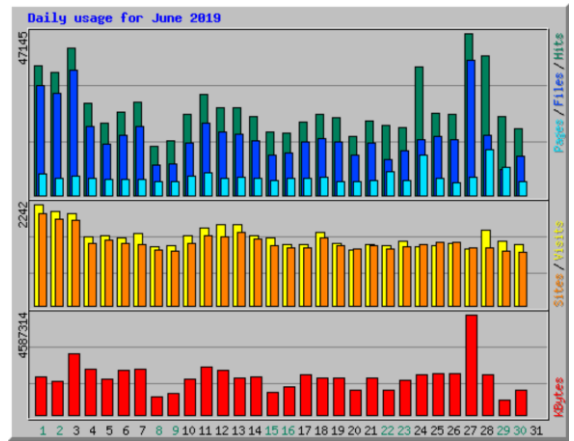
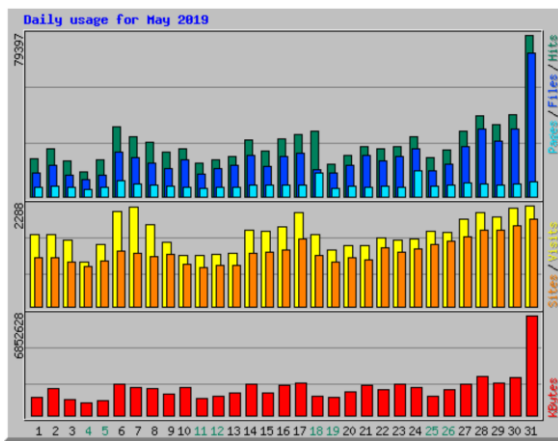
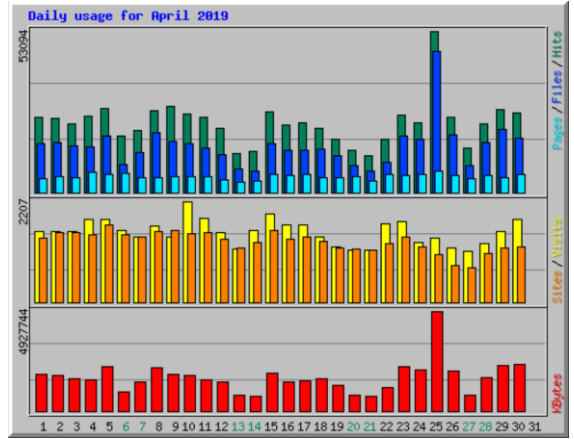
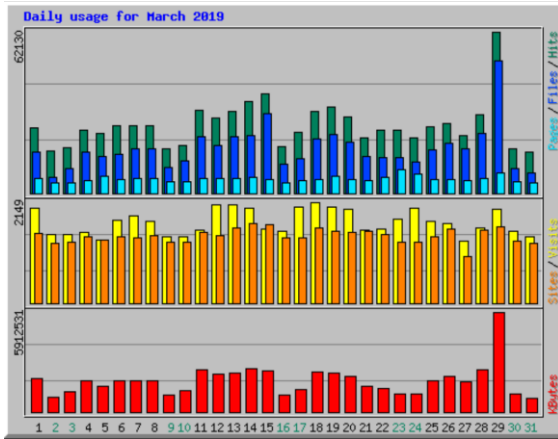
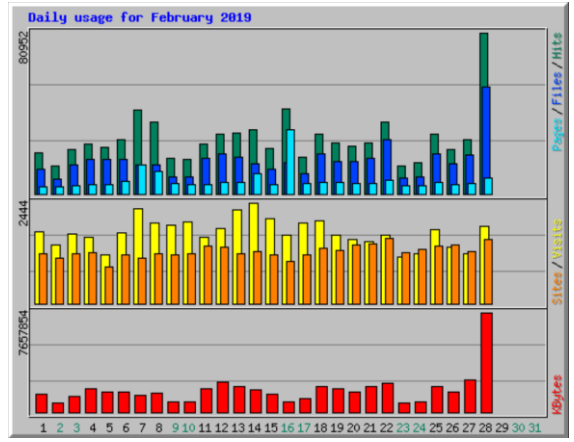
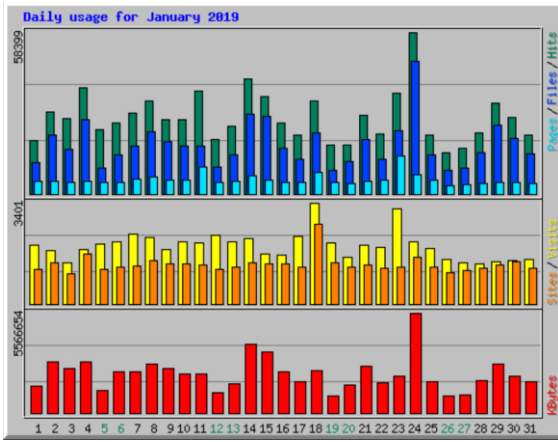
NA CO IDĄ MOJE PIENIĄDZE? PROJEKTY UNIJNE ZZO OLSZOWA

WYNIKI WYSZUKIWANIA

STRONA GŁÓWNA > WYNIKI WYSZUKIWANIA

WYNIKI WYSZUKIWANIA DLA SŁOWA: „BURMISTRZ”

Oleśnica w Internecie



Oleśnica w Internecie



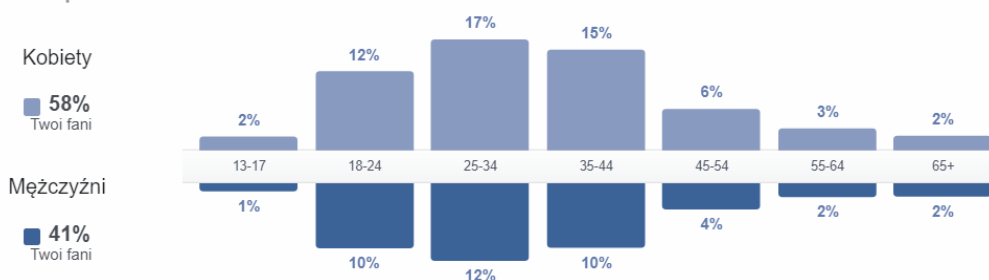
Olešnica na Facebooku



Strona Miasta Oleśnicy na Facebooku była analizowana za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2019 roku.

Na koniec analizowanego okresu strona miała 8728 fanów, w tym 3483 fanów mieszkających w Oleśnicy. Stronę obserwowały 8664 osoby, w tym 3480 z Oleśnicy.

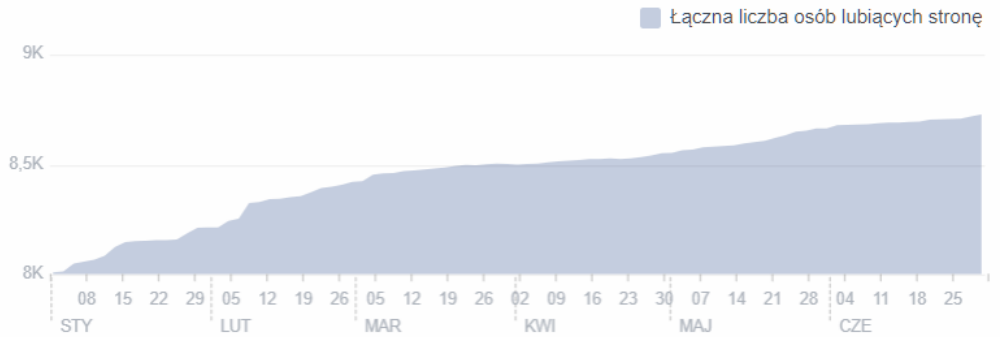
Zbiorcze dane demograficzne o osobach, które lubią Twoją stronę, z uwzględnieniem informacji o płci i wieku podanych przez nich w profilach. Jest to wartość szacowana.



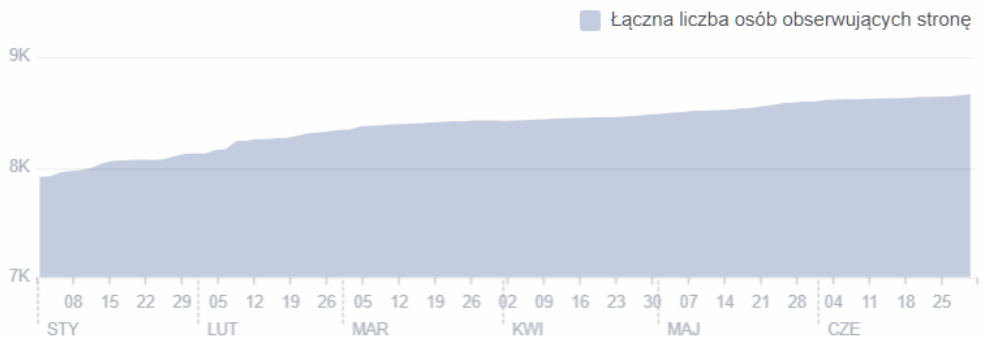
Kraj	Twoi fani	Miasto	Twoi fani	Język	Twoi fani
Polska	8061	Oleśnica, Województwo...	3484	polski	8362
Niemcy	224	Wrocław, Województwo...	2451	angielski (Wielka Bryta...	131
Wielka Brytania	205	Syców, Województwo ...	227	angielski (USA)	119
Holandia	61	Twardogóra, Wojewód...	202	niemiecki	65
Stany Zjednoczone	49	Namysłów, Opole Voiv...	133	rosyjski	45
Ukraina	26	Bierutów, Województw...	132	francuski (Francja)	26
Francja	23	Warszawa, Województ...	104	włoski	21
Republika Czeska	20	Milicz, Województwo d...	82	czeski	17
Włochy	18	Międzybórz, Wojewódz...	67	ukraiński	16
Irlandia	17	Olawa, Województwo d...	53	sz_PL	11

W analizowanym okresie strona uzyskała 719 nowych polubieni i 791 nowych obserwujących. W analogicznym okresie 2018 roku - 183 nowe polubienia i 201 nowych obserwujących, co oznacza wzrost rok do roku o 393%.

Całkowita liczba polubień strony (stan na dziś): 8728



Łączna liczba osób obserwujących stronę na dzień dzisiejszy: 8664

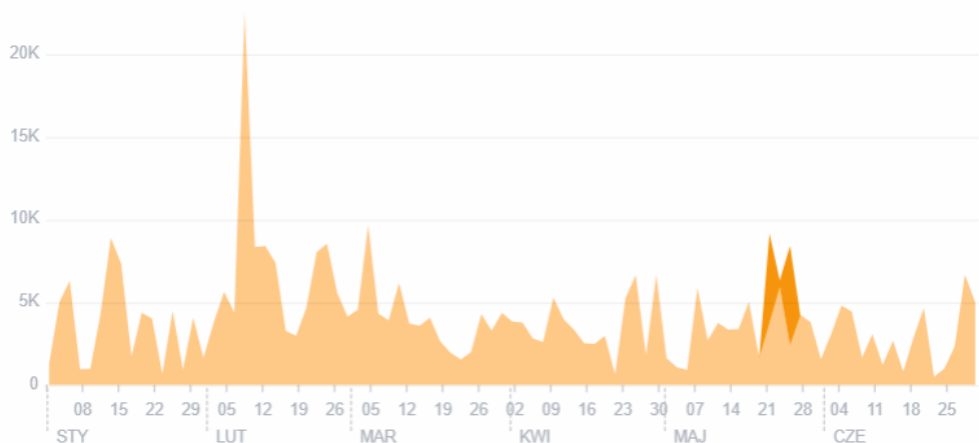


Największy zasięg postów został osiągnięty 7 lutego 2019 roku w związku z zamieszczonym postem o ostrzeżeniu policji przed wyłudzeniami. Sam post miał zasięg 4869 wyświetleń wśród fanów strony i 59 142 u osób spoza grona fanów.

Zasięg postów

Liczba osób, którym zostały wyświetlone posty Twojej strony. Ta liczba jest szacunkowa i może nie być dokładna.

Organiczny Płatny



Oleśnica
 Opublikowane przez: Katarzyna Kijakowska [?] · 7 lutego ·

Oleśnicy policjanci ostrzegają przed fałszywymi wiadomościami wysyłanymi na telefony komórkowe i skrzynki mailowe, które mówią o zaległościach w opłatach za usługę telekomunikacyjną w wysokości ok. 1 złotówki. Wchodząc w link podany w wiadomości i przekazując daną kwotę możemy stracić dużo więcej, nawet wszystkie nasze oszczędności.



Oleśnica
 Miejscowość

Wyslij wiadomość

Atrakcje Oleśnicy w Internecie



Na informacje o oleśnickich atrakcjach turystycznych można natknąć się w kilkunastu miejscach w Internecie, na portalach turystycznych i blogach podróżniczych.

Tripadvisor wymienia Atol, Zamek i galerię w Bramie Wrocławskiej. Polskie Szlaki skrótowo prezentują wybrane zabytki Oleśnicy - Zamek, Bazylikę i Bramę Wrocławską. Polska Niezwykła dość dobrze przybliży wszystkie najważniejsze oleśnickie zabytki. StayPoland poza skrótowym opisem historii miasta wymienia Hotel Perłę. Zamek jest prezentowany w Polskich Zabytkach, Zwiedzamy Dolny Śląsk i stronie Dolnego Śląska. Bazylika ma krótki opis na stronie Architektura średniowiecza i starożytności. Kilkanaście oleśnickich atrakcji wzmiankuje portal Poznaj Polskę i jej sąsiadów z Połą Neis, nie tylko zabytki i Atol, ale także oleśnickie wydarzenia, jak Oleśnicka Nocna Gra Miejska, Dni Oleśnicy, Artystyczny Jarmark Wielkanocny, Oleśnicki Festiwal Gitarowy, Wratislavia Cantans, Pociąg Repatriantów, Oleśnicka Automobilówka, czy Bieg Szerszenia. Całkiem sporo. Wiki Podróże niewiele mówią o Oleśnicy, za to strona poświęcona Oleśnicy na Wikipedii wygląda imponująco. Informacji o mieście jest bardzo dużo i są aktualne. Całość dopełniają świetne technicznie i artystycznie zdjęcia Oleśnicy autorstwa Marka Śliweckiego.

Jednak to, co najlepsze o Oleśnicy, znaleźć można na blogach turystycznych i podróżniczych, również tych prywatnych.

Oleśnica - miasto wielu tajemnic. To tytuł malowniczego opisu miasta, ilustrowanego nie mniej świetnymi zdjęciami z drona, autorstwa Olgi Kowalczyk, zamieszczonego na jej portalu Polska Zachwyca.

„Jadąc samochodem od strony Wrocławia już z daleka możemy podziwiać panoramę miasta, na tle której rysuje się siedem wież. To z ich powodu mieszkańcy zwyczajowo nazywają Oleśnicę miastem wież i róż. „

„Największą atrakcją turystyczną miasta jest niewątpliwie Zamek Księżąt Oleśnickich. Wpisuje się on w europejski szlak zamków i pałaców.”

„Tereny wokół zamku czyli tak zwany park zamkowy są wspaniałym miejscem rekreacyjnym, gdzie spacer czy wycieczka rowerowa jest czystą przyjemnością. Szczególnie urokliwa jest część parku ze stawami, które oddziela od błoni podzamkowych ulica Wałowa. Tereny przyzamkowe są miejscem gdzie odbywa się wiele ciekawych imprez: koncertów, przedstawień czy chociażby część eventów z festiwalu OFCA. Nawiasem mówiąc impreza, na której warto być!”

„Małki w Europie”, czyli Ola i Michał Małkowie to małżeństwo podróżników, które, jak da się wyczytać na ich blogu, już przynajmniej trzy razy odwiedzali Oleśnicę turystycznie. To w Oleśnicy na świat przyszła ich córka Madzia. Na swoim blogu wspaniale opisali Oleśnicę.

„Będąc jeszcze studentem Oleśnicę zdarzało mi się odwiedzać dość często z racji rodzinnych wyjazdów do znajdującego się w niej aquaparku. Wówczas kompletnie nie zdawałem sobie sprawy z tego, że poza niewątpliwą atrakcją, jaką dla nas (mnie i brata) stanowił otwarty w 2006 roku Park Wodny Atol, znajduje się tam również wiele pięknych i cennych zabytków.”

„Zaczynamy od Rynku nieprzypadkowo. Po pierwsze prędzej czy później każdy z Was, będąc w Oleśnicy, do niego dotrze, a po drugie w uliczkach go otaczających bez problemu znajdziecie miejsca, gdzie można zaparkować swój samochód. W naszym prywatnym, małkowym rankingu dolnośląskich miast plac ten nie jest ani najpiękniejszy, ani również największy, ale jedno można z całą pewnością powiedzieć: doskonale nadaje się na przyjemny, popołudniowy spacer.”

„Nie da się ukryć, że Zamek w Oleśnicy obecnie sprawia wrażenie trochę zapuszczonego. Gdzieś tam ze ścian odpada tynk, a na wielu fragmentach elewacja straciła swój pierwotny kolor. Przydałby się, oj przydał porządny remont. Jednak, nawet mimo tego wciąż jest to bardzo interesujące miejsce, na które warto poświęcić swój cenny czas.”

„Wizyta w Oleśnicy, naszym zdaniem, nie będzie kompletna bez odwiedzenia Bazyliki Mniejszej pw. św. Jana Apostoła, czyli jednego z najstarszych kościołów na Śląsku. Musimy przyznać, że wystrój Bazyliki zdecydowanie spełnił nasze oczekiwania, a nawet powiemy więcej, zaskoczył nas pozytywnie. Spodziewaliśmy się tu typowej dla gotyku surowości z dołożonymi barokowymi kaplicami, a znaleźliśmy bogactwo zdobień.”

„Brama Wrocławska to najbardziej spektakularna pozostałość fortyfikacji, które od średniowiecza otaczały książęcy gród. Jest ona naszą czwartą i przy tym ostatnią pozycją na liście "must see" w mieście.”

„Kto wie, może Oleśnica urzeknie Was równie mocno, jak nas... Jak już wspominaliśmy dla Małków to miasto wyjątkowe i takim pozostanie już do końca życia :)”

Fokastycznie - dwójka (już nie)studentów z nieustępliwym niepokojem ruchowym, który nie pozwala im siedzieć w miejscu - również barwnie opisuje swoją wizytę w Oleśnicy - mieście wież i róż.

„Ledwie 30 minut drogi od Wrocławia znajduje się nieduże miasto o bogatej historii sięgającej zamierzchłych czasów.”

„Jak domyślacie się, prosto z parku powędrowaliśmy w stronę zamku i nad tym zabytkiem możemy się trochę pochylić i go Wam przybliżyć, gdyż jest to nie tylko najcenniejszy i najbardziej okazały zabytek w mieście, ale również obiekt liczący się na całym Dolnym Śląsku.”

„Dalej powędrowaliśmy niespiesznie w stronę Ratusza. Zaskoczyła mnie panująca tam pustka, gdzieniegdzie tylko kilku „meneli” i „cyganów”[przedstawicielei ludów wędrownych egzystujących na zasiłku państwowym i drobnym szwindlu]* próbujących usilnie sprzedać nam spodnie.”

„Po kilku rundach dookoła rynku, zagłębieniu w boczne uliczki i przepędzeniu stada gołębi, komisyjnie orzekliśmy, że Oleśnica nie kryje już za wiele przed nami. Nasz szybki wypad „za miasto” zaliczyliśmy do tych udanych i w takim nastroju opuściliśmy oleśnickie mury wychodząc Brama Wrocławską w stronę mojego stęsknionego bolidu.”

„Malowniczo prezentuje się Oleśnica dla przyjezdnych - z daleka kusi wieżami, które zwiastują liczne zabytki. I rzeczywiście jest ich tu wiele, a my chcemy się skupić na wieży widocznej najbardziej z prawej strony, czyli na książęcym zamku, który od niedawna można zwiedzać.”
Tak zaczyna się wpis o oleśnickim zamku na świetnej stronie dla podróżników - Wycieczki po Polsce.

Najciekawszy wpis o Oleśnicy, na jaki można się natknąć w Internecie, to wpis popełniony przez małżeństwo podróżników, które zamieszkało w Oleśnicy. Już tytuł wpisu na ich blogu *Zalatana Para +2* brzmi bardzo zachęcająco: *Książę Wilhelm jako retro-celebryta, czyli atrakcje Oleśnicy i okolic.*

A wpis zaczyna się tak: „Wiecie, jakim hasłem promuje się to miasto? „Oleśnica - miasto wież i róż”. Czas najwyższy, by zachęcić Was do choćby jednodniowego wypadu do miasta, w którym mieszkamy od 3 lat. Pokażemy Wam, co warto zobaczyć i gdzie się zrelaksować. Oto subiektywny przewodnik po Oleśnicy i okolicach.”

„Przez wiele lat naszym miejscem był Wrocław: tu kończyliśmy studia, rozpoczynała się nasza zawodowa kariera. Jednak żadne z nas nie przypuszczało, że splot różnych okoliczności rzuci nas do niespełna 40-tysięcznej Oleśnicy. Miasto na pozór senne i mało dynamiczne, z początku nie urzekło nas. Nie była to miłość od pierwszego wejrzenia. I chyba jeszcze wciąż „docieramy się” z tym miastem.”

„Jedną z nadarzających się okazji, by przyciągnąć Cię tutaj może być festiwal cyrkowo - artystyczny OFCA rokrocznie odbywający się w Oleśnicy.”

„Od czego zacząć eksplorację Oleśnicy? Nie od spaceru w Rynku, ale od wizyty w miejscu, w którym możesz zagłębić się w oleśnicką rzeczywistość sprzed 50, 100, 200, a nawet 500 lat. I to w jakiej formie! Sporo materiałów audio i wideo oraz imponująca cyfrowa biblioteka.”

„Róże w Oleśnicy - gdzie są i skąd się wzięły? Gdy wychodziłem z Ośrodka musiałem oto zapytać. Jeśli Wasza wyobraźnia już zaczęła pracować, to musimy Was na wstępie troszkę zmartwić. Róż w mieście jest dziś niewiele, ale wież.... kilka jest.”

„Bardziej intrygujący jest mural, w okolicy ul. Młynarskiej, którego rodowodu nie byłem w stanie ustalić.

Kto jak to, ale lokalsi powinni wiedzieć. Postanowiłem się dowiedzieć:

- Przepraszam, czy to Picasso? - pytam przekornie cztery starsze babcie siedzące pod brzozą, tuż obok, gdy wracam ze spaceru. Mierzą mnie z góry na dół patrząc posepnie.

- Że kto? - odpowiada drobna, siedząca w środku.

- A ja tam nie wiem. Jak się 40 lat temu tu wprowadziłam to było już... no - odburknęła.

Tyle się dowiedziałem.”

„Gdzie zjeść w Oleśnicy? Kulinarna mapa nie jest tak bogata jak we Wrocławiu. Z gastronomią w takich miastach jak Oleśnica mamy kłopot. Trudno knajpom utrzymać dobry poziom. Częściej coś zamykają niż otwierają.”

„Oleśnicki retro-celebryta. Renesansowy Zamek Książąt Oleśnickich to „topowy” zabytek tego miasta. Szkoda, że nie zbudowano czegoś na kształt miejskiej legendy, która przyciągałaby jak magnes turystów. Przepytując znajomych odnieśliśmy wrażenie, że nic szczególnego nie dzieje na Zamku od lat. A przecież w tym miejscu rezydował niegdyś książę Wilhelm Hohenzollern, ostatni z rodu Książąt Oleśnickich. W swoich czasach uznano by go za lokalnego celebrytę. W Ośrodku tuż obok jego portretu widnieje opis: *Częsta obecność w mieście byłego monarchy - dandysa, skandalisty, miłośnika szybkich samochodów i pięknych kobiet - była nie tylko istotnym elementem historii międzywojennej Oleśnicy, lecz również wdzięcznym tematem plotek. Wyobrażacie sobie miejską legendę z księciem Wilhelmem w tle?*”

„Zastanawiamy się więc, czy wpadniesz do Oleśnicy. To kiedy się widzimy?”

Prawdziwą skarbnicą wiedzy o Oleśnicy, jej historii, zabytkach i ludziach ją zamieszkujących w przeszłości i tych zasłużonych dla niej w teraźniejszości, jest strona internetowa <https://www.olesnica.org>

Stronę prowadzi Marek Nienałowski, wnikliwy badacz historii Oleśnicy i wielki entuzjasta jej popularyzacji. Autor książek o oleśnickim Zamku i rodach nim władających.

O swoim wielkim projekcie sam pisze skromnie w słowie od autora strony: „Historycy stworzyli piękne drzewo dziejów Oleśnicy, a ja do tego drzewa dorysowuję niekiedy większe, częściej mniejsze gałęzie, liście i niekiedy kwiatki.”.

Stronie towarzyszy internetowe forum pasjonatów historii Oleśnicy, działające na stronie na Facebooku (<https://www.facebook.com/historiaolesnicy/>), które umożliwia żywą dyskusję, dzielenie się odkryciami i wymianę informacji, a obserwatorów może inspirować do poznawania i odkrywania ciekawej historii miasta.



Oleśnica nie ma aktualnie strategii promocji. I nigdy nie miała. Raczej na pewno nie dlatego, że władze miasta nie chcą mieć strategii lub nie wierzą w skuteczność strategicznego planowania i realizacji strategicznych celów. Wystarczy przypomnieć „Strategię rozwoju Miasta Oleśnicy” z 2000 roku, przygotowaną przez Dolnośląskie Centrum Szkolenia Samorządowego Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej. Misję Oleśnicy w strategii określono następująco: „Misją Oleśnicy jest tworzenie warunków dla kształtowania dynamicznej wspólnoty lokalnej zdolnej do wykorzystania nowoczesnych technologii oraz rozwoju społeczno-gospodarczego i kulturalnego, na miarę centrum subregionalnego, mogącego sprostać wyzwaniom XXI wieku.” I tę misję udało się zrealizować.

Większość zadań strategicznych zaproponowanych w strategii została przez miasto zrealizowana. Warto przypomnieć, co zostało wykonane:

- opracowanie lokalnej polityki oświatowej
- wzbogacenie systemu stypendialnego
- uaktywnienie Młodzieżowej Rady Miasta
- zbudowanie hali wielofunkcyjnej
- stworzenie organizacji przedsiębiorców
- park gospodarczy (ulica Energetyczna)
- elastyczny system ulg podatkowych
- rozwinięcie funkcji rekreacyjno-usługowej Starego Miasta (częściowo)
- rozbudowa parku rekreacyjno-sportowego nad stawami

- opracowanie i opublikowanie aktualnej monografii miasta
- usprawnienie procesu oceniania pracowników Urzędu Miasta
- wdrożenie systemu informatycznego typu „klient - urząd”
- wprowadzenie nowoczesnych metod zarządzania finansami
- wzbogacenie systemu informowania społeczności lokalnej oddziałania Rady i Urzędu Miasta (pomysł nietrafiony, nie przetrwał próby czasu)
- rozbudowa i modernizacja sieci gazowniczej, energetycznej, telekomunikacyjnej oraz centralnego ogrzewania
- likwidacja emisji niskich zanieczyszczeń w centrum miasta
- modernizacja sieci kanalizacyjnej w centrum miasta
- podniesienie estetyki budynków mieszkalnych i ich otoczenia
- zbudowanie tras rowerowych i pieszych
- budowa miejskich parkingów
- modernizacja małej obwodnicy wokół centrum
- zintensyfikowanie prac nad modernizacją nawierzchni drogowych

Oczywiście miasto kilku zadań nie zrealizowało, ale zrealizowało w tym czasie inne, które w strategii nie były planowane, jak na przykład budowa hali sportowej, budowa basenu krytego i jego późniejsza rozbudowa o centrum rekreacji z lodowiskiem, przebudowa basenu letniego, renowacja Stawów Miejskich wraz z parkiem nad rzeką Oleśnicą, wdrożenie systemu e-Oświata, kilka etapów systemu e-Urząd. Ale tak właśnie należy traktować strategię, jako podstawę podejmowanych działań, a nie zamknięty katalog zadań do wykonania.

Niestety, jak na złość, najważniejsze z zaproponowanych w strategii rozwoju zadania w zakresie promocji miasta nigdy nie zostały zrealizowane. A naprawdę zasługiwały i być może nadal zasługują na uwagę.

Za to w 2004 roku rozpoczęły się prace nad strategią promocji miasta, zlecone agencji Metamorphosis z Wrocławia. Nie udało się dotrzeć do treści wypracowanej strategii. Nie wiadomo nawet, czy została ukończona. Nigdy nie została wprowadzona w życie. Ale jej niektóre elementy niestety tak: logo - dwie krzywe wieże na tarczy słońca z okalającą je nabazgraną skomplikowanym charakterem pisma nazwą miasta oraz slogan promocyjny „Oleśnica - miasto w dobrym stylu”. Oba elementy zupełnie nietrafione i nigdy ani przez władze, ani przez mieszkańców nie przyswojone. Pozostała też Ola z różą na ławce w Rynku i druga z piłką obok hali sportowej. Obie z czasem wrosły w krajobraz miasta i nie budzą już kontrowersji, jak na początku. I niech zostaną, przecież nikomu nie szkodzą. Pozostały także szczątki systemu identyfikacji wizualnej, łączące herb miasta z nietrafionym hasłem promocyjnym, z wykorzystaniem niezwykle brzydkiej i niepraktycznej czcionki, niestety używanego w Urzędzie Miasta do dziś. Do dokumentu źródłowego również nie udało się dotrzeć.

Już w 2008 roku kolejna wrocławska agencja, Publicon, podjęła próbę opracowania kolejnej strategii promocji Oleśnicy. Pozostał po niej dokument w wersji beta, rozpoczynający się od reklamy samej agencji. Zaproponowano - oczywiście - nowe hasło. Tym razem „Oleśnica zachwyca”. I - oczywiście - nowe logo, o dziwo, oparte o hasło „Miasto wież i róż” (w rzeczywistości to

tytuł książki o Oleśnicy Z. Tempskiego z 1970 roku). W zaproponowanym logo rzeczywiście widać charakterystyczne oleśnickie wieże, ale to, co jest pod nimi, mimo szczerych chęci, trudno uznać za różę. Oleśnica miała wszystkim i wszędzie zachwycać - kulturalnie, rekreacyjnie, rodzinnie, turystycznie, a wieże i różę miały promować oleśnicki produkt turystyczny. Pewnie najlepiej z buta, bo but miał być jednym z elementów kampanii promocyjnej miasta. Strategia nigdy nie doczekała się realizacji, być może nie została nawet dokończona do wersji alfa. Niestety podjęte zostały próby realizacji wybranych jej elementów, które nie wyszły raczej poza fazę pilotażową i ostatecznie umarły tak samo nagle i szybko, jak się pojawiły.

Ale już w 2011 roku Oleśnica znów miała stać się „miastem wież i róż”. Władze miasta zapowiadały przeprowadzenie święta róż, nasadzenia róż w różnych częściach miasta, aplikację „Wręcz różę” na Facebooku. Przy okazji miasto miało skutecznie otwierać się na ludzi i wdrażać filozofię otwartych rozmów o problemach miasta, zwiedzanie miasta miało być łączone z treningami rekreacyjnymi, miał być wzmacniany wizerunek „ekoOleśnicy”, miała być zorganizowana ogólnopolska konferencja PR Regionów 2.0, a Ola miała mieć swojego bloga, na którym miała opowiadać o swoim życiu w mieście... Miała.

W 2015 roku za strategię promocji miasta wziął się ówczesny asystent poprzedniego burmistrza. W dokumencie zatytułowanym „Koncepcja pożądanego wizerunku Oleśnicy”, stwierdził na wstępie, że „jak dotąd nikt nie podjął wysiłku przeprowadzenia profesjonalnych badań opinii publicznej w zakresie postrzegania miasta, utożsamiania się z Oleśnicą itp.”, po czym udowodnił

sobie kilka oczywistych oczywistości, by na koniec zaproponować infantylne pomysły na promocję Oleśnicy, które i tak nie zostały nigdy zrealizowane. Na koniec wprowadził nowe - przypadkowe - logo, dzięki czemu w systemie identyfikacji wizualnej zapanował prawdziwy chaos.

Wszystkim podejmującym próby opracowania i wdrożenia strategii promocji Oleśnicy należą się wyrazy uznania i podziękowanie za ich starania. Niektóre pomysły nie były takie złe. Rozpoczęte projekty można było kontynuować. Trzeba jednak postawić pytanie, dlaczego nic z tego nie wyszło? Może dlatego, że propozycje powstawały bez oparcia się na szeroko zakrojonych badaniach tożsamości i wizerunku Oleśnicy? Może dlatego, że do dyskusji o tym co i jak powinna promować Oleśnica nie zostali zaproszeni liderzy opinii i środowiska mające z promocją miasta do czynienia na co dzień? Może dlatego, że nie starano się o akceptację pomysłów wśród mieszkańców Oleśnicy? Może dlatego, że zabrakło determinacji, by doprowadzić do końca rozpoczęte projekty?

Wielka szkoda, że zadania dotyczące promocji Oleśnicy postulowane w strategii rozwoju miasta nigdy nie zostały zrealizowane. Nawet próba ich realizacji mogła przynieść nieźłe efekty. Możliwe było uniknięcie powtarzanych w kolejnych latach błędów, zarówno w podejściu do opracowania strategii promocji miasta, jak i podejmowanych działaniach promocyjnych.

Może nadszedł wreszcie czas, by wyciągnąć trafne i właściwe wnioski z dotychczasowych porażek i przestać popełniać kolejne niepotrzebne błędy w pracy nad opracowaniem solidnej, kompleksowej i przyszłościowej strategii promocji Oleśnicy?

Mając na uwadze wszystkie dotychczasowe niepowodzenia w opracowaniu satysfakcjonującej strategii promocji miasta, która doczekałaby się wdrożenia, konieczna jest zmiana w podejściu do samego procesu jej wypracowania, by kolejna próba mogła zakończyć się pełnym sukcesem.

Pierwsze działania nad opracowaniem strategii promocji miasta zostały już wykonane. I to te najważniejsze, bez których żadna dalsza praca nie byłaby możliwa. Zgodnie z intencją władz miasta prace od początku prowadzone były w modelu partycypacyjnym. Dzięki temu dysponujemy nie tylko obszernymi wynikami badań wizerunku Oleśnicy, ale znamy też zdanie najważniejszych środowisk i liderów opinii w mieście.

Teraz do pracy nad przygotowaniem konkretnych propozycji i gotowych koncepcji promocji miasta, które zostaną poddane publicznej ocenie, powinny zostać zaproszone osoby zainteresowane współpracą i wniesieniem wkładu w ostateczny kształt strategii. Osoby, których wiedza o mieście, specyficzne spojrzenie i osobiste doświadczenia pomogą w ukształtowaniu pomysłów zgodnie z powszechnymi oczekiwaniami.

Końcowe prace powinny zostać przeprowadzone w szerokim gronie reprezentantów wszystkich głównych grup interesariuszy wewnętrznych. Ostateczne propozycje muszą zostać poddane szerokim konsultacjom z mieszkańcami. Ich uwagi, sugestie i spostrzeżenia posłużą do pracy nad ostateczną wersją strategii promocji miasta



Podsumowanie



Sytuację, w jakiej od lat znajduje się promocja Oleśnicy, można przedstawić w kilku najważniejszych punktach.

Brak koncepcji - Nie ma żadnej zdefiniowanej idei, wokół której budowana byłaby koncepcja działań promocyjnych. Nie wiadomo jaką ofertę (co?) Oleśnica ma do zaproponowania swoim interesariuszom. Grupy docelowe (komu?) przekazu promocyjnego nie zostały zdefiniowane. Kierunki komunikatów (gdzie?) nie zostały ustalone. Nie ma pomysłów (jak?) na promocję Oleśnicy.

Brak celu - Podejmowane działania w zakresie promocji miasta nie są oparte o żadne ustalone cele do osiągnięcia.

Brak planu - Podejmowane działania nie opierają się na żadnym planie, są chaotyczne i przypadkowe. Często korzysta się z nadarzających się okazji lub ofert niedopasowanych do aktualnych potrzeb i możliwości.

Brak spójności - Nie ma powiązań między różnymi aktywnościami. Działania promocyjne podejmowane przez Urząd Miasta i miejskie instytucje nie uzupełniają się, ani nie wspomagają jedne drugich.

Brak ciągłości - Koncepcje promocji miasta stale się zmieniają. Rozpoczynane projekty, niezależnie od tego, czy przynoszą pozytywne rezultaty, czy są w fazie czekania na nie, umierają zanim zdążą przynieść wymierne efekty.

Brak ewaluacji - Realizowane działania promocyjne nie są oceniane, nie są badane ich wyniki i nie wyciąga się wniosków na przyszłość.

W efekcie powyższych braków - brak efektów.

Sytuację może naprawić rozdzielenie działalności promocyjnej od działalności informacyjnej miasta.

Duże oczekiwania w zakresie informowania o działalności władz miasta i sposobów rozwiązywania pojawiających się problemów wymagają coraz większej specjalizacji jednostki odpowiedzialnej za politykę komunikacyjną. Ilość spraw wymagających udzielania wyczerpujących odpowiedzi systematycznie rośnie. Popyt na informację jest obecnie tak duży, że wymaga zaangażowania poważnych zasobów miasta.

Promocja miasta potrzebuje profesjonalizacji działań jednostki za nią odpowiedzialnej i koncentrowania się na zadaniach zupełnie odległych od funkcji informacyjnych. Wymierne rezultaty działalności promocyjnej można osiągnąć dzięki funkcjonowaniu jednostki zajmującej się tylko działalnością marketingową miasta.

Środowiska kultury i sportu oraz przedsiębiorcy postulują powołanie jednostki, która zajmie się integracją środowisk, będzie wspierać je w organizacji imprez, skoordynuje kalendarz wydarzeń, pomoże w przygotowywaniu materiałów promujących imprezy i zapewnieniu źródeł ich finansowania. Oczekują fachowej pomocy specjalistów. Ich zdaniem są to zadania dla marketingowców, a nie dla urzędników.

Wobec powyższego naturalnym postulatem jest wzmocnienie pozycji działalności marketingowej miasta przez utworzenie Biura Promocji Miasta jako jednostki podległej bezpośrednio burmistrzowi, ale wyłączonej ze struktur Urzędu Miasta. Biura złożonego ze specjalistów w wielu dziedzinach, gwarantujących profesjonalizm w wykonywanej pracy i wymierne jej rezultaty.

Główne zadania dla Sekcji Komunikacji Społecznej

Po niewielkiej modyfikacji zakresu działań sekcji w regulaminie organizacyjnym Urzędu Miasta, sekcja powinna zajmować się przede wszystkim komunikacją na liniach urząd - mieszkańcy i mieszkańcy - urząd, ze szczególnym uwzględnieniem rzeczowego przedstawiania informacji o działalności władz. Ponadto jej zadaniem powinna być ścisła współpraca z mediami. Kolejne ważne zadanie to dbanie o wizerunek burmistrza i reprezentowanego przez niego urzędu oraz organizowanie i prowadzenie konferencji prasowych. Kierownik sekcji powinien jednocześnie pełnić funkcję rzecznika prasowego burmistrza.

Główne zadania dla Biura Promocji Miasta

Po utworzeniu jednostka powinna zajmować całą sferą działalności marketingowej miasta, a w szczególności realizować cele wynikające ze strategii promocji miasta i przygotowywać propozycje jej aktualizacji. Ważnym zadaniem powinna być ścisła współpraca ze środowiskami kultury i sportu oraz przedsiębiorcami i zapewnienie im wyczerpującej pomocy w prowadzonych przez nich działaniach mających związek z szeroko pojętą promocją miasta. Równie ważnym zadaniem powinna być merytoryczna ocena realizacji wspomaganych dotacjami wydarzeń i imprez. Jednostka powinna koordynować i wspomagać działania promocyjne miejskich instytucji. Ponadto jednostka powinna koordynować kalendarz wydarzeń w mieście, kontrolować prawidłowość wykorzystywania miejskich symboli i monitorować kompleksowo efekty wszystkich działań promocyjnych podejmowanych w mieście.

Uwagi końcowe



Kierunki rozwoju Oleśnicy na najbliższe lata zostały określone przez władze miasta na podstawie obiektywnych czynników wewnętrznych i danych płynących z otoczenia. Cele strategiczne miasta na najbliższe lata to współpraca lokalna z powiatem i innymi gminami, również spoza powiatu oleśnickiego, realizacja wspólnych projektów z innymi samorządami (drogi, komunikacja, kanalizacja), partycypacja w kosztach wspólnych inwestycji, działalność w związkach międzygminnych.

Na pewno coraz trudniej będzie realizować miejskie inwestycje, szczególnie te duże, ze względu na mniejsze możliwości i zaostrzone kryteria pozyskiwania środków europejskich w nowej perspektywie oraz obniżeniem wysokości podatku dochodowego od osób fizycznych, co będzie mieć znaczny wpływ na zmniejszenie wpływów do budżetu miasta z tego tytułu.

Miejskie tereny inwestycyjnie praktycznie są na wyczerpaniu i ze sprzedaży działek pod inwestycje przemysłowe trudno spodziewać się znaczących zysków dla miasta. Potencjalnym inwestorom pozostanie pozyskiwanie terenów pod inwestycje od właścicieli prywatnych działek lub szukanie ich na atrakcyjnych terenach polotniskowych, które, niestety, nie leżą na terenie miasta. Miasto może prowadzić aktywną politykę proinwestycyjną w branżach, które reprezentowane są już w mieście przez duże zakłady - mniejsze firmy, dostawcy tworzyw i produktów oraz kooperanci, mogą być zainteresowane działaniem w sąsiedztwie głównych odbiorców swych produktów.

Zrównoważenie wpływów do budżetu w najbliższej przyszłości możliwe będzie między innymi przez napływ nowych mieszkańców do Oleśnicy. Miasto ma w swych zasobach atrakcyjne tereny pod budownictwo jednorodzinne, niestety bardzo brakuje działek pod zabudowę wielorodzinną. Zwiększająca się liczba mieszkańców miasta może pozytywnie wpłynąć na rozwój handlu i usług, a większy popyt zapewni większy zbył lokalnym firmom.

Oleśnica ma jedne z ciekawszych w regionie tereny i obiekty rekreacyjne ujęte w dobrze zaplanowaną i doskonale wybudowaną infrastrukturę. Wielką szansą dla miasta może być ich wykorzystanie przez przyjezdnych. Z basenu krytego już korzysta wielu wrocławian, szczególnie z jego wschodniej części. Rozwój i poszerzenie oferty kompleksu rekreacyjnego o nowe usługi wpłynie z korzyścią na zwiększenie liczby odwiedzających Atol.

Oleśnica może poszczycić się dużą liczbą ścieżek rowerowych. Niezbyt wielkie inwestycje w dodatkowe trasy, wyznaczenie szlaków wokół miasta, przebiegających przez tereny polne i leśne, i ujęcie ich na mapach kolportowanych w regionie i szczególnie we Wrocławiu może stale ściągać do Oleśnicy rowerzystów.

Oleśnica ma kilka zabytków zasługujących na miano wyjątkowych, z których oleśniczanie są szczególnie dumni, a przyjezdni zachwycają się nimi. Szansą dla Oleśnicy może być rozwój turystyki kulturowej, pod warunkiem, że miasto doprowadzi do otwarcia zabytkowych obiektów dla zwiedzających, zadba o stworzenie odpowiednich warunków do powstania i rozwoju bazy turystycznej, wypromuje produkty turystyczne i zachęci turystów do przyjazdu do Oleśnicy.

Promocja powinna wspierać działania prorozwojowe miasta. Dlatego jej podstawowym kierunkiem działania musi być miasto i jego mieszkańcy. Jednym z ważniejszych działań powinno być przyciąganie nowych mieszkańców do miasta, a razem z nim starania o wsparcie rozwoju turystyki. Promocja terenów inwestycyjnych siłą rzeczy powinna stanowić margines działalności promocyjnej Oleśnicy, ale w przypadku pojawiających się szans w tym kierunku, powinna być możliwość uruchomienia rezerw na realizację adekwatnych projektów.

Kierunki działań promocyjnych muszą ze sobą odpowiednio współgrać, uzupełniać się i zazębiać. Elementy promocji wewnętrznej mogą śmiało przenikać do promocji zewnętrznej, mogą być naturalnym rozwinięciem całości lub poszczególnych składowych.

Całość działań promocyjnych miasta powinna opierać się na dwóch rodzajach komunikatów: emocjonalnym i racjonalnym.

Emocje mają pokazywać piękno miasta, podkreślać jego wyjątkowość, wyrażać nieprzeciętny charakter i obiecywać skrywaną tajemnicę, poznanie której wiązać się będzie z niesamowicie miłymi doznaniem. Przekaz emocjonalny w relacjach zewnętrznych ma wzbudzać chęć poznania i odwiedzenia Oleśnicy, interesowania się nią i polubienia jej nawet na odległość. W relacjach wewnętrznych na budować więź mieszkańców z miastem, rozwijać pozytywne skojarzenia z nim i przyczyniać się do jeszcze większej sympatii do miasta.

Przekaz racjonalny ma koncentrować się na namacalnych walorach Oleśnicy, jako miasta dobrego do życia, pracy i wypoczynku. Jego zadaniem jest potwierdzanie w wymiarze racjonalnym obietnic pochodzących z przekazu emocjonalnego.

Zakończenie



Opracowanie: Andrzej Sowa