



Pracovní skupina „Image města jako metropole regionu“

Strategie rozvoje města Ústí nad Labem 2021-2030

V rámci zpracování nové Strategie rozvoje města 2021-2030 („dále jen Strategie 2030“) se ve středu 18. 9. 2019 od 15.00 hodin v zasedací místnosti Rady města Ústí nad Labem uskutečnilo druhé jednání pracovní skupiny Image města jako metropole regionu.

Tohoto setkání se zúčastnilo celkem 21 hostů z řad představitelů města, pracovníků magistrátu, zástupců soukromých i veřejných institucí, odborníků z různých oblastí a veřejnosti.

Harmonogram tohoto setkání:

1. Úvodní slovo zástupce vedení města a přivítání členů
2. Diskuze k závěrům minulé pracovní skupiny
3. Vstupní informace k tématu Mediální obraz města, partnerství a mezinárodní spolupráce
4. Informace k výběru nového loga Strategie 2030
5. Řešení klíčových problémů
6. Systémové návrhy na řešení změny image
7. Závěr
8. Neformální diskuze

Členy pracovní skupiny Image města jako metropole regionu přivítal náměstek primátora pan Ing. Pavel Tošovský a následně předal slovo zpracovateli Strategie 2030, který zahájil a po celou dobu moderoval setkání pracovní skupiny. Partnerem města pro vytvoření Strategie 2030 se na základě veřejné zakázky stala společnost KPMG Česká republika.

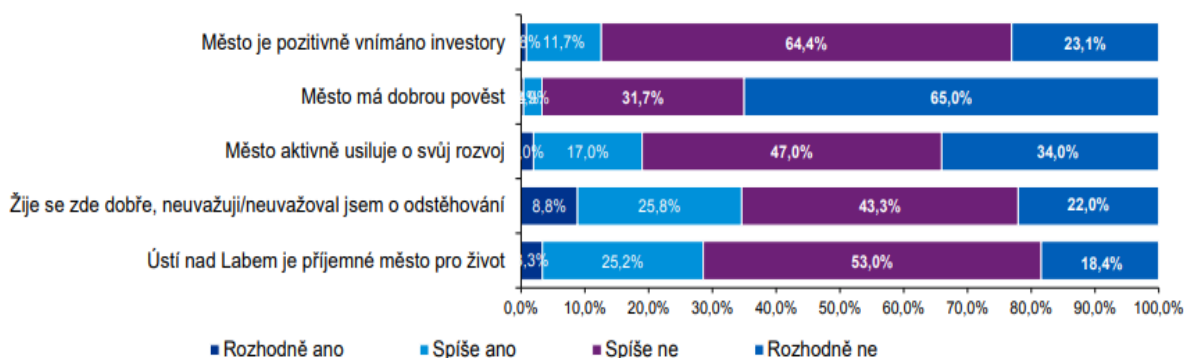
Ze začátku jednání byla možnost vznést připomínky a náměty k tematickým opatřením návrhové části Strategie 2030 z minulého jednání, které proběhlo v červnu.

Primárním diskuzním tématem tohoto druhého jednání byl mediální obraz města, partnerství a mezinárodní spolupráce. V listopadu tohoto roku se uskuteční poslední jednání pracovní skupiny, kde primárním diskuzním tématem bude územní plánování a veřejný prostor.

Během prezentace k tomuto tématu byly ukázány výsledky z terénního šetření realizovaného ve městě, které jsou znázorněny na následujícím grafu.



Výsledky terénního šetření realizovaného ve městě



Dále byly představeny obecné poznatky o image města Ústí nad Labem a nastíněny možnosti vzniku a zlepšení image města. Tyto údaje jsou veřejně přístupné v prezentaci na www.strategie-usti.cz.

V rámci moderované diskuze členové pracovní skupiny vyhodnocovali příčiny a důsledky dvou problémů pomocí analytické metody tzv. „stromu problémů“. Prvním problémem bylo: **Proč je ve městě Ústí nad Labem nízká míra patriotismu?** Příčiny tohoto problému jsou neznalost města ze strany obyvatel, nezájem obyvatel o dění ve městě, ztráta identity, změna politicko-sociální situace. Druhým problémem bylo: **Proč je město navenek vnímáno negativně?** Příčiny druhého problému jsou například předsudky, nedostatečný marketing města, aktivita aktérů ve městě, sociální skladba obyvatel atd.

V poslední části se pracovní skupina zamýšlela nad systémovými náměty, jak pracovat na změně image města a co by se mělo změnit. Příkladem změny může být zlepšení městského marketingu (důraz na medializaci výstupů), zapojení privátního sektoru, budování tradic, schopnost identifikovat tržní příležitosti nebo se učit v zahraničí

Po ukončení tohoto jednání probíhala neformální diskuze, kde členové mohli zpracovateli předat další zkušenosti či poznatky a pobavit se s dalšími účastníky o dané problematice.

