

Sprawozdanie z działalności promocyjnej w roku 2015

Z początkiem roku 2015 doszło do likwidacji dotychczasowego wydziału promocji i rozwoju gminy zgodnie z nowym schematem organizacyjnym urzędu oraz nową koncepcją zmierzającą do rozdzielenia działań promocyjnych o charakterze kulturalno – społecznym od promocji związanej z gospodarką. O takim podziale zdecydowało kilka czynników. Jako jeden z pierwszych to fatalny stan finansów gminy, drugi to ocena efektywności działań promocyjnych w przełożeniu na działania progospodarcze, czyli ewentualne zwiększone zainteresowanie potencjalnych inwestorów, wzrost sprzedaży terenów inwestycyjnych, wzrost sprzedaży mienia gminy, działek pod budownictwo mieszkaniowe. Wszystko zostało też analizowane pod kątem ponoszonych nakładów na te cele, nie wykluczając promocji jako idei samej w sobie w stosunku do efektów.

Pod rozwagę zostało wzięte również występujące pewnego rodzaju dublowanie ról przez wydział z innymi podmiotami, które akurat w wypadku działań w samorządzie wschowskim okazało się niekorzystne, jak na przykład odrywanie się od działań stricte promocyjnych do organizacji przedsięwzięć o charakterze kulturalnym. Przy tym okazywało się też, że sztandarowe imprezy promocyjne pożyteczne i przyjęte, jak Jarmark Mieszczański Produktów Tradycyjnych czy Festiwal Muzyki Królewskiej były znacznie droższe nie zawierając w sobie bogatszej oferty handlowej czy artystycznej od tych, które po zmianie koncepcji realizowało Centrum Kultury i Rekreacji. Istotna także przy zmianie koncepcji była analiza efektywnego wykorzystania czasu pracy pracowników najmniejszego wydziału w strukturach urzędu nakładów w stosunku do efektu.

Choćby na tych wiodących przykładach widać, że konieczne było uporządkowanie w tej materii. Wystąpił naturalny podział na zadania o charakterze kulturalnym, społecznym oraz biznesowym, proinwestycyjnym.

Zadania o charakterze kulturalnym stały się wyłączną domeną Centrum Kultury i Rekreacji. Działania zmierzające do efektywnego wsparcia rozwoju gospodarki gminy przeszły do nowo powstałego wydziału gospodarki gminy. Natomiast do bieżącej współpracy z CKiR w zakresie organizacji przedsięwzięć kulturalnych, społecznych czy rocznicowo – patriotycznych pozostał wydział spraw organizacyjnych i społecznych przy - w zależności od rodzaju działania - wsparciu pracowników zespołu do spraw pozyskiwania środków i komunikacji zewnętrznej.

Praktyka szybko pokazała, że gmina nic straciła na tych działaniach. Sztandarowe do tej pory imprezy gminy okazały się nie tylko znacząco tańsze, ale bogatsze pod względem oferty artystycznej i jeszcze trwały dłużej jak Festiwal Muzyki Królewskiej czy Dni Wschowy, co tylko jeszcze bardziej potwierdza konieczność przekazania tych działań jednostkom wyspecjalizowanym. Pozostając w tym miejscu

należy wymienić, że Centrum Kultury i Rekreacji gospodarujące zdecydowanie racjonalniej budżetem niż w latach ubiegłych, we współpracy na wniosek władarzy miasta zorganizowało największą pod względem liczby widzów w ogóle, a także największą pod względem widzów spoza gminy Wschowa imprezę czyli Burning Sun Festival, trzydniowy festiwal muzyki reggae. Do tego celu znakomicie wykorzystano i zaadoptowano tor motocrossowy w Kaczyczych Dołach. Impreza była promocyjnym strzałem w dziesiątkę, błyskawicznie stając się ważnym festiwalem tego gatunku muzyki obok mającego wieloletnią tradycję słynnego festiwalu w Ostródzie, trafiając jednocześnie do dziesiątki największych festiwali muzycznych w Polsce.

Festiwal był jednocześnie sondażem, czy jesteśmy we Wschowie w stanie podołać takim imprezom pod względem logistycznym, zapewnienia bezpieczeństwa, aprowizacji i generalnie organizacyjnym i jednocześnie, czy takie wydarzenie, wzorem innych ośrodków, może być jednym ze znaków rozpoznawczych Wschowy w skali krajowej. Przedsięwzięcie promowało Wschowę w najważniejszych amerykańskich czasopismach muzycznych zapowiadających duże wydarzenia muzyczne na świecie. W Polsce Burning Sun Festival spotkał się z zainteresowaniem czwartego programu Polskiego Radia. Istotne jest to, że do przedsięwzięcia doszło przy minimalnych jak na skalę wydatkach, z uwagi na założenia promocyjne. Wartością dodaną jest nagranie przez część zespołów teledysków z wykorzystaniem wschowskich plenerów. Z uwagi na popularność tych zespołów, na portalach społecznościowych obejrzały je do tej pory setki tysięcy osób i ogląda jeszcze bo takie wydarzenia żyją długo w świadomości społecznej.

Osobną kwestią wymagającą rozważenia jest ocena efektu dotychczasowych działań promocyjnych w stosunku do poniesionych nakładów. Dotyczy to w pierwszej kolejności Festiwalu Muzyki Królewskiej. Bowiem impreza z kilkunastoletnim stażem zadowolająca programowo wielu wschowian, która przez lata także kształtuje gusty muzyczne jest mało rozpoznawalna nawet w obrębie najbliższych ośrodków miejskich. Być może wynikało to z błędnego założenia, że owocem promocji będzie wzrost liczby widzów, nie do końca pożądanym z uwagi na brak sal koncertowych mogących pomieścić więcej widzów, zamiast dążyć do rozpoznawalności wydarzenia jako marki nie tylko w regionie, ale w branży muzycznej przez co w większej skali. Tymczasem jak pokazał Festiwal w roku 2015 jest możliwe ściągnięcie do Wschowy prawdziwych gwiazd, występy mogą odbywać się w większej liczbie miejsc, można było też zwiększyć liczbę koncertowych dni. Tyle, że trzeba jeszcze sporo pracy, aby festiwal adekwatnie do poziomu uzyskał właściwy efekt promocyjny dla ośrodka, który organizuje takie wydarzenia.

Do wydarzeń służących wewnętrznej promocji, budowania więzi i integracji mieszkańców uznane zostały takie wydarzenia jak Dni Wschowy, czy jarmarki. Dni Wschowy zdecydowanie bardziej

zostały wzbogacone o możliwość prezentacji rodzimych wykonawców w różnym wieku. Występ wobec najbliższych okazywał się znakomitym czynnikiem mobilizującym. Dzięki takiemu rozwiązaniu Dni Wschowy mogły ulec wydłużeniu o jeden dzień. Wzrosła liczba jarmarków, a wielką niespodzianką, która sprawiła dużo radości mieszkańcom był Jarmark Bożonarodzeniowy. Choć w zrozumiwały sposób zdecydowanie mniejszy w wymiarze od jarmarków w wielkich miastach, od początku miał swój niepowtarzalny ciepły klimat zimowych świąt wzbogacony nowymi iluminacjami i wpisał się do kalendarza imprez.

Generalnie rok 2015 zakończył się większą liczbą wydarzeń o charakterze kulturalnym, społecznym i sportowym, których liczbę i nazwy trudno przytoczyć w całości. Nie taki jest zresztą cel. Jest nim wskazanie kierunku zmian, polegającego na zachowaniu równowagi między przedsięwzięciami organizowanymi dla mieszkańców gminy, a znacznie większym otwarciem na zewnątrz. Te doświadczenia potwierdzają, że można prowadzić udane działania promocyjne przy innej wizji ich realizacji i zmianie celów.

Wyraźnie widać to także, gdy powróci się do tych elementów promocji, które wcześniej mieściły się w zadaniach istniejącego wydziału i miały zmierzać do wzmocnienia działań inwestycyjnych, a znalazły się w zakresie wydziału gospodarki. Wystarczyło konkretne, bezpośrednie zaprogramowanie na cel, aktywność zespołu, burmistrzów, aby wszystkie dotychczasowe parametry miast teoretycznie ulec zmniejszeniu lub zaniknąć po likwidacji wydziału, zdecydowanie się poprawiły. Wzrosła sprzedaż terenów budowlanych i inwestycyjnych. Pierwszy raz od dawna nie tylko, że wykonano, ale zdecydowanie przekroczone narzucony plan zbycia nieruchomości w sumie o ponad sto procent. Ponadto działania te jednoznacznie wpłynęły na pozyskanie trzech firm, które dokonały pierwszych zatrudnień i zaczynają je zwiększać. Ten trend jest kontynuowany. Bez wątplenia nowym silnym impulsem propagującym działalność gminy było wprowadzenie Wschowskiego Budżetu Obywatelskiego. Spotkało się to z dużym, pozytywnym odzewem mieszkańców, a jego skutki już są widoczne w postaci realizowanych przedsięwzięć.

Kolejną zmianą jaką wprowadzono, i która ma być kontynuowana w latach kolejnych jest opcja promocji Wschowy przez osoby, stowarzyszenia i organizacje, które w różnoraki sposób promują miasto i gminę na zewnątrz. Szczególnie wielkie zaniedbania dotyczą pojedynczych osób mających szczególne osiągnięcia. Pierwszym przykładem zmian było w roku 2015 zawarcie umowy sponsorskiej z panią Martą Górką, która pobiła rekord Guinnessa w kategoriach sportowych. Jej wyczyn relacjonowały media ogólnopolskie, a rekordzistka była w następstwie gościem programów w TVP 2, TVN, TVN 24 i TVN Style. Dostrzeżono choć jeszcze w nie wystarczającym stopniu mistrza świata w trójboju siłowym Macieja Wierzbickiego. Z racji skromnych środków były to działania

symboliczne, mające dać środowisku pierwsze impulsy, że ich osiągnięcia są i będą dostrzegane. Ten trend w latach kolejnych mają czekać największe zmiany. Niedostrzeżeni do tej pory na miarę osiągniętych wyników są chociażby biegacze klubu LLKS Osowa Sień zdobywający medale Mistrzostw Polski w biegach przełajowych, uczestnicy Mistrzostw Europy i Świata. Konieczne wydaje się określenie zasad przyznawania stypendiów sportowych, związanie tych jednostek z gminą umowami sponsorskimi lub innego rodzaju. Dotyczy to też, zaniedbanych i zaniechanych przez lata stypendiów za dobre wyniki w nauce i sportowe w szkołach prowadzonych przez gminę, co umożliwia ustawa o systemie oświaty. Ich wysokość jest ściśle określona i może nie budzi wielkiego wrażenia w poszczególnych przypadkach, ale z pewnością będzie dodatkowym elementem mobilizującym do wysiłku i budzącym przekonanie, że jest on dostrzeżony.

Wszystkie te działania, które się rozpoczęły będą wprowadzane coraz mocniej w miarę możliwości, uwalniania dodatkowych środków. O tym, że można to robić, świadczy fakt, który daje sporo materiału do przemyśleń i wniosków. Mianowicie wszystkie działania promocyjne nie zostały w roku 2015 wsparte ani jedną złotówką nakładu wydaną na media zewnętrzne. Wszystkie profesjonalne media podeszły do sytuacji gminy z dużym zrozumieniem i publikowały informacje o wydarzeniach w gminie Wschowa bez dodatkowych środków, mimo tego, że są mediami komercyjnymi. Problem ze zrozumieniem sytuacji miało jedynie jedno z lokalnych mediów, które przez szereg lat korzystało z umowy z gminą. Takie a nie inne są decyzje właściciela, ma do tego prawo, choć trudno to zrozumieć.

Pozostając w tym miejscu dokonano kolejnego przedsięwzięcia mającego osiągać cel informacyjno – promocyjny przy jednoczesnej obniżce kosztów. Jest nim powołanie wiosną bezpłatnego miesięcznika wschowa.pl. W wystarczającym nakładzie, z pisma mieszkańcy dowiadują się o przedsięwzięciach gminy, jej jednostek. Pismo wydawane przez CKiR, które mieszkańcy szybko polubili, jest też dla placówki możliwością rewanżu promocyjnego dla sponsorów, co jest elementem ułatwiającym ich pozyskiwanie, a także obniża koszt promocji własnych przedsięwzięć. Korzysta z tego także gmina, zamieszczając własne ogłoszenia o przetargach, które okazują się skuteczne, a jednocześnie obniżając koszt wydatków na takie działania. Kolejne umowy o współpracy z mediami komercyjnymi zawierane w przyszłych latach będą miały charakter kierunkowy to znaczy, że będą służyć promocji określonych przedsięwzięć, czy też działań, o których mieszkańcy powinni zostać poinformowani.

Reasumując, nowy kierunek działań promocyjnych dla gminy Wschowa został wytyczony. O stopniu ich rozwoju decydować będą finanse, ale też jak pokazał rok 2015 liczyła się jak zawsze praca ludzi, praca zespołowa, dobry pomysł i świadomość celu.

Opracował: Dariusz Przybylski