

Koalice pro otevřený Vsetín - strategie kampaně 2022

Koalici pro otevřený Vsetín tvoří Zelení, Piráti a nezávislí kandidáti spolku Vsetínského fórum. Kandidujeme v této podobě po dvou volebních obdobích, kde jsme získali cca 11% a se třemi mandáty byli v opozici.

1. Vize

Chceme město, které pomáhá řešit problémy svých občanů: s bydlením, s energiemi, s místy ve školách nebo nedostatkem lékařů. Město, které se stará o své ulice, parky a hřiště, příjemně a bezpečně se v něm pohybuje a řeší dopady klimatické změny. A chceme město, které s občany komunikuje a nic důležitého jim netají.

2. Cíle

- **Proč se ucházíme o zvolení?:** Za poslední roky jsme z opozice dosáhli mnoha pozitivních změn - například omezení hazardu, bezplatné jízdné pro doprovod dětí do 3 let v MHD nebo jsme zastavili škodlivý projekt spalovny v centru. Abychom toho mohli udělat ještě mnohem víc je potřeba se podílet na vedení města.
- **Co změníme až budeme ve vedení?**
 - 1) Způsob jak se nakládá s veřejným prostorem - jak s velkými a zásadními projekty (skrze architektonické soutěže), tak drobné detaily (zeleň, vizuální smog, úklid, údržba, dopady klimatu).
 - 2) Změníme hospodaření města s energiemi, vytvoříme městskou elektrárnu - díky tomu ušetříme peníze na rozvoj města.
 - 3) Pomůžeme rodinám s místy ve školce a s kvalitou hřišť.
 - 4) Změníme přístup k dopravě: vyřešíme parkovací systém a podpoříme cyklo, pěší a MHD.
 - 5) Zavedeme bytovou politiku města.
- **Kolik na to potřebujeme hlasů?**
 - Náš cíl je 15 % hlasů a čtyři mandáty v zastupitelstvu. Po volbách bychom rádi spolupracovali se STAN, ČSSD, ODS. Nebude spolupracovat s KSČM, SPD a podobnými stranami. Ke spolupráci s ANO a KDU jsme rezervovaní.

3. Vlastnictví témat (tabulka) a náš positioning

Z dotazníkového průzkumu ([výsledky zde](#)) 640 respondentů jsme vytáhli deset klíčových témat, seřadili je do jednoho pojmu a seřadili podle toho, jak jsou lidmi vnímána jako důležitá nebo jako taková, že by je město mělo řešit. Pod téma Bezpečnost se vztahuje i většina odpovědí, které zmiňují problematiku soužití s Romy, nicméně objevily se tam i odkazy na “bezdomovce a feťáky”. Nezahrnuje to dopravní bezpečnost na ulicích, ta je v posledním bodě Doprava: cyklostezky a pěší.

Tabulka ukazuje, jaké přibližně vlastnictví témat má naše konkurence. U některých témat je pozitivní vlastnictví (zelená barva) odrazem spíše veřejné rétoriky než konkrétních kroků. Žlutá pole obsahují něco mezi a červená pole negativní vlastnictví tématu - tedy buď že je strana spojena s neřešením problému, nebo že její řešení je vnímáno jako neúčinné.

	KOV	KDU	STAN	ANO	ODS	ČSSD	KSČM	SPD
1. Bezpečnost								
2. Zeleň a klima								
3. Bydlení								
4. Energie								
5. Parkování								
6. Veřejný prostor								
7. Dostatek lékařů								
8. Sociální služby pro seniory								
9. Místa ve školách								
10. Doprava: Cyklostezky a pěší								

Z tabulky vyplývá, že máme nevýhodu v tématu bezpečnost, kdy ostatní strany většinou volí populistickou rétoriku. Musíme tedy toto témat vždy stočit z “Romové” na “bezpečnost” a nadále rozvíjet skrze městskou policii, vzdělávání dětí a sociální práci.

Naopak u tématu zeleně a klimatu nemáme konkurenci, bude potřeba téma co nejvíce využít a propojovat s dalšími oblastmi, které lidi uváděli jako důležité nebo které se nabízí (celková zanedbanost města a jeho údržby, kvalita dětských hřišť, ochrana před horkem).

U tématu bydlení je možné kritizovat všechna předchozí vedení radnice, protože s ním nic nedělala (máme čísla o nových bytech a o tom, jak se peníze z privatizace “projedly”), nicméně levicové strany jej budou určitě komunikovat také.

Téma energie má potenciál, pokud bude dobře uchopeno a dokážeme lidem vysvětlit, že je to nejen kvůli tomu, aby město ušetřilo díky vlastním zdrojům (městská elektrárna) a mohlo investovat do jiných věcí (chodníky, hřiště), ale že jsme schopni také skrze město pomoci jednotlivým domácnostem. Opět se nabízí kritika předchozích radnic, které v tomto směru nic nedělaly (podloženo daty). Další strany nemají moc kredibilitu a tématu nerozumí.

Veřejný prostor je dobré směřovat i na pozici městského architekta, ale také vizuální smog, úklid, stavby, chodníky a bariérovost. Nemáme v tomto směru moc konkurenci.

Parkování je dvousečné téma: lidé kteří jej vnímají jako problém v zásadě vždy chtějí “více parkovacích míst” (což jim většina stran ráda slibuje), my ale musíme vždy mluvit obecněji o “parkovacím systému”, asi lépe bez konkrétního upřesnění. Nicméně cca 55% lidí v dotazníku bylo pro parkovací rezidenční systém s placením.

U témat dostatku lékařů a sociálních služeb nejsme vlastníky tématu (dominují KDU, ČSSD, KSČM), nicméně zkusíme se profilovat na tomat zubařů skrze Terezu Bezděkovou jako kandidátku.

U školek jsme jediní kdo téma řeší, ostatní problém nevnímají skrze konzervativní pojetí péče. Je zde část lidí kteří problém také vnímá (až 30% z dotazníku), nicméně jde hodně o generační věc, takže to téma bude lepší komunikovat hlavně online.

Téma Doprava - cyklostezky a pěší doprava jde v náš prospěch pokud jej dokážeme komunikovat komplexně, protože je zde část lidí kteří nemají rádi cyklisty (“jezdí po chodníku”, “cyklostezky zabírají místa autům”). Je potřeba komunikovat, že se to vyplatí všem. ODS by mohla být dalším vlastníkem tématu, skrze osobu lídra Romana Kalabuse, ale zase obecně jejich “pro-auto” přístup to trochu brzdí.

Náš positioning:

Jsme vnímáni jako kompetentní v oblasti veřejného prostoru, zeleně a také jako aktivní občané, kteří hlídají nepravosti. Budeme se snažit využít převahy tématu energie, školek a udržitelné dopravy, naopak se musíme připravit na defenzivní pozice v bezpečnosti a převahu soupeřů v sociálních a zdravotních tématech.

Mimo obsahová témata je Koalice pro otevřený Vsetín vnímána jako více aktivistická skupina, což ne každému může vyhovovat. Využíváme proto širší komunikaci jmen, která jsou vnímána jako konsenzuálnější, nebo zatím nejsou s námi tolik spojována (Pavla Fojtíková, Milan Chlápek, Tom Proisl).

Kontroverznější positioning lídra Michala Berga zmírňujeme vizuály kde je s dvojkou Pavlou Fojtíkovou a podporou (endorsementem).

4. Příběhy kampaně

- Příběhy jednotlivců

Lídr Michal Berg: snaha o analogii s příběhem prvorepublikového starosty a známé osobnosti Josefa Sousedíka, skrze jeho projekt městské elektrárny i profesi podnikatele - navazujeme na to. Podpoří to i Markéta Lásková z rodiny Josefa Sousedíka na kandidátce.

Dvojka Pavla Fojtíková. Využijeme její příběh člověka, který celý profesní život pomáhá rodinám, jak v rodinném mateřském centru, tak pěstounům; rozumí také sociální sféře.

Trojka Milan Chlápek: dlouhá léta tvořil jako architekt, má za sebou mnohé dobré stavby ve městě, ale nemá mu jedno, jak se vyvíjí zbytek města, veřejná prostranství a údržba. Než půjde do profesního důchodu chce městu něco vrátit a zlepšit jeho podobu.

Tomáš Husa: pečující o vše zelené a živé, ale také o vztah k Bohu. Drobnou každodenní prací a osobní příkladem inspiruje ostatní k tomu, aby se také více zajímali o svět kolem sebe, méně jej znečišťovali a žili více s souladu s přírodou.

- Příběhy celku/komunity

Mimo osobních příběhů máme mnoho lidí, kteří něco dělají pro svou komunitu. Jako Vsetínské fórum uklízíme Česko nebo jsme opravili meteosloupek, jsou mezi námi trenéři mladých sportovců (Hladký, Husa), organizátorů kultury (Škarpová, Hannel), folkloru (Lásková), církve (Husa, Surá, akčních lidí (Proisl, Čech, Šlinz), i zástupců minorit (Pala - vozíčkář).

- Příběh dneška

Město potřebuje energii: jak novou energii na radnici, aby se zastavil vnímaný úpadek, tak fakticky energii díky energetické krizi. Dokážeme tyto dvě věci spojit, protože tomu rozumíme. Město taky musí lépe vypadat a pod to patří lepší ochrana před vlnami veder, které jsou stále častější.

5. Konkurenční prostředí

Co se říká (message box):

- My o sobě: Jsme aktivní občané, udělali jsme v opozici mnohé, ale abychom to posunuli, musíme být ve vedení
- My o soupeřích: strany zastoupené ve vedení radnice to nedělají dobře, nemají zájem o spolupráci, nekomunikují mezi sebou ani s občany
- Soupeři o sobě: ČSSD se chce dohodnout s každým, STAN taky, přestože je v koalici otloukánek. ODS by mohla využít popularitu Fialy, její lídr ale není přesvědčivý. ANO je spojenec KDU a v pozadí na to má stále vliv Čunek, i když je slábnoucí.
- Soupeři o nás: jsou to aktivisti, sluníčkáři, furt jim něco není vhod, nejsou konstruktivní.

Vztahy a útočení/neútočení:

- Neútočíme programově vůbec na STAN, ODS a ČSSD.
- SPD a KSČM zmiňujeme s despektem, zároveň je nelegitimizujeme a "nevracíme do hry", podobně jako jiné extremistické formace, a nediskutujeme s nimi veřejně.
- KDU a ANO kritizujeme, ideálně nikoli jmenovitě, ale společně jako vedení města. U ANO děláme výjimku, kritizujeme radní Hovořákovou jako utajenou městskou architektku.
- Obecně se ale soustředíme na faktický stav a faktická (nebo vnímaná) pochybení, a přímým útokům se snažíme vyhnout.

6. Message kampaně: tři klíčová sdělení

Zkráceně:

Vsetín potřebuje novou energii. Jak ve vedení, tak doslova: chceme, abychom na všech budovách kde to je možné měli fotovoltaiické panely a vyráběli si vlastní energii. Ušetříme tak na rozvoj města, které je na mnoha místech zanedbané. Potřebujeme se o něj lépe starat, mít více zeleně, protože ta chrání před vlnami veder. A budeme investovat do bytů, lékařských ordinací, míst ve školkách nebo dětských hřištích.

Delší:

Vsetín potřebuje novou energii. Doslova - v době energetické krize potřebujeme budovat městskou elektrárnu, podobně jako to dělal před téměř sto lety starosta Josef Sousedík. Na každý městský objekt - školu, úřad, sportovní halu - patří solární panely. Tím dokážeme ušetřit peníze na další rozvoj města, opravy chodníků nebo hřiště.

Město ale potřebuje i novou energii těch, kdo jej vedou. Lidé vidí, jak město chřadne, veřejný prostor je zanedbaný, všudypřítomný nepořádek a reklamní smog. Dobře spravované město se stará jak o velké projekty, tak o malé detaily.

Třeba méně nepořádku u popelnic, vizuální smog nebo více zeleně. Fungující parkovací systém a bezpečné ulice pro chodce i cyklisty. Dostatek míst ve školkách i dětská hřiště.

Vsetín může dostat tuto novou energii. Bez změny na radnici to ale nepůjde.

7. Mapování obvodu, cílové skupiny, volební geografie

Cíl 15 % (4 mandáty) znamená následující:

Tabulka účasti

2010 - účast 43.88 % - voličů v seznamu 22 739 - průměr 18.3 křížků na voliče
2014 - účast 40.77 % - voličů v seznamu 22 059 (-680 voličů) - 17.8 křížků
2018 - účast 40,28 % - voličů v seznamu 21 508 (-551 voličů) - 18.4 křížků
2022 - účast 40,00 % - voličů v seznamu 20 800 (-700 voličů) - celkem **8200** voličů, **149 200** křížků.

Úbytek v roce 2022 je procentuálně vyšší díky nadúmrtím v covidu, účast se počítá lehce nižší. Nadúmrtí mimo jiné ještě více oslabí KSČM. Očekáváme, že k volbám přijde **8200 voličů**.

Pro 15 % tedy potřebujeme získat **22 386 křížků**. Při průměru 18.2 křížků na voliče je to 1230 průměrných voličů.

To je zároveň zhruba číslo, které jednička a dvojka KOV Michal Berg a Tomáš Husa získali ve volbách 2018 v preferenčních hlasech (1292 a 1249 hlasů).

V roce 2018 KOV a Piráti (kteří kandidovali samostatně se 4.6 % procenty, KOV 11.09 %) získali dohromady 25 085 křížků. Při započtení poklesu celkového počtu voličů o 5 % by prostý součet mohl znamenat potenciál 23 830 křížků. Požadovaný počet 22 386 křížků bychom tak mohli získat i pokud by celkový součet hlasů pro obě strany poklesl o 6 %.

Geograficky jsme měli vždy v předchozích volbách lepší výsledky v centru města, na sídlištích Luh, Jasénka, Sychrov, Rokytnice, Trávníky. Slabší jsme byli na Ohradě a na Rybníkách, a také v okrajových okresech (Semetín, Ládky, Bobrky, Horní Jasénka).

Výstupy z analýzy:

- je potřeba mobilizovat pirátské kanály, aby připomněli svým voličům, že kandidují v rámci KOV (a to i celostátní Pirátské), navíc říct, že Piráty nyní na Vsetíně reprezentují jiní lidé než Petr Tkadlec a spol.
- v komunikaci značku Pirátů dostatečně zobrazovat, případně zapojit nějaká specificky pirátská témata
- získat pro koalici endorsement nějaké pirátské osobnosti (Bartoš, Richterová)
- je potřeba mobilizovat mladší voliče a voliče středního věku, abychom využili výhodu nadúmrtí
- geograficky je potřeba navázat na ty, co se zajímali o kauzu spalovny (podpisy petice, účast na akcích) - okolí v Luhu, rodinné domy nad Ohradou
- geograficky je taky potřeba udržet naše bašty (sídliště Luh, Jasénka, Sychrov, Rokytnice, částečně Trávníky), a pokusit se nějak lépe zabodovat na okrajích (Semetín, Horní Jasénka, Ohrada). U Ohrady by mohla pomoci nějaká lokální kauza, podobně Bobrky, Ládky - roznést materiály přímo pro ně.
- Rybníky - využít kauzu kácení stromů, která místní popudila.

8. Podpora - osobnosti (a strany/subjekty)

- Viz endorsement Pirátů v předchozím bodě
- Hudebník Bolek Vjaclovský, veterinář pan Lysý, influencerka Olga Zbranek Biernátová, módní fotograf Kuba Feranec
- Ty lidi, které Tomáš Husa oslovoval pro kandidátku ale odmítli
- Skrze Tomáše Hennela zkusit další muzikanty (Žamboch)
- Iva Koutná z Lísky?
- Hudebnice Lucie Redlová?
- Honza Husák - kauza Bečva
- někdo z knihovny?

9. Tonalita kampaně

Nejsme už úplně nejmladší, ale máme stále energii nahradit vadnoucí osazenstvo radnice. Proto chceme být energičtí, pozitivní, ale realističtí, protože si uvědomujeme že doba je těžká. Omezili jsme negativní komentáře a sarkastické výstupy vůči konkurenci, a snažíme se i lidem, kteří s námi na sociálních sítích nesouhlasí, odpovídat slušně a vstřícně.

Dáváme prostor novým tvářím a jménům, ke kterým nemá veřejnost ještě žádný vztah při jejich politickém angažmá a snažíme se využít jejich dobré jméno.

Na rozdíl od předchozí kampaně se snažíme více akcentovat ekonomické problémy, a tudíž to není jen o krásných obrázcích, i v tématech které budeme prezentovat se méně objeví nice-to-have témata, naopak se budeme snažit řešit to podstatné.

10. Fundraising

Obsah fundraisingové žádosti má dvě části - nejprve rekapitulujeme, co jsme za minulé období udělali (článek na webu), ve druhém pak říkáme, co bychom chtěli dělat (naše volební message). FR je založen na třech okruzích: od kandidátů, od blízkého okruhu lidí (známí a kamarádi), a od vnějšího okruhu (lidi z petice spalovny, živnostníci, mailing Vsetínského fóra, sociální sítě)

Kandidáti: je potřeba oslovit zejména ty, co jsou na kandidátce "do počtu" a nezapojují se aktivně do kampaně, aby podpořili aspoň finančně.

Předpoklad příjmu od kandidátů je 13 000 Kč. Výsledek: 22 100 Kč.

Blízký okruh: do blízkého okruhu patří lidi, kteří sledují naši práci a někdy se s nimi o tom bavíme, kamarádi co mají firmy či živnosti, lidi co za nás kandidovali dříve, ale už nechtějí, rodiče/děti kandidátů, lidi co nám odmítli kandidaturu v těchto volbách, lidi co jim na městě stále záleží, ale odstěhovali se jinam.

Předpoklad příjmů: 25 000 Kč. Výsledek 20 750 Kč.

Širší okruh: Jak získat další tipy: podívat se, kdo nám lajkoval posty na FB (osobní i koaliční) - jsou tam lidé, se kterými se běžně nepotkáváme, ale pokud nás častěji lajkují, tak je určité vhodné je oslovit, ideálně pokud se aspoň trochu osobně známe. Plus firmy.

Předpoklad příjmů: 12 000 Kč. Výsledek: 52 500 Kč

Celkový cíl příjmů fundraisingu je 50 000 Kč. Výsledek: 95 350 Kč (nebýt daru firmy TM STAV ve výši 50 000 Kč, jsme na cca splnění cíle)

Rozpis příjmů

- Fundraising:	50 000 Kč
- pokladna ZO	10 000 Kč
- Piráti:	15 000 Kč
- Vsetínské fórum:	5000 Kč
- Krajský rozpočet:	20 000 Kč

Celkem: 100 000 Kč

10. Operacionalizace kampaně

- Venkovní reklama

- Sololity: 25 oboustraných ks
- Bannery na ploty - pokus zbydou peníze, tak cca 6 kusů, zejména okolo spalovny, jinak ne, plus máme ještě 3 z minula

- Plakáty na plakátovací plochy

- plakáty A1 plnobarevné: dvě obsahové varianty po 20 ks (40 ks).
- plakáty A2 plnobarevné: 3 varianty po 15 ks (45 ks)

Plakáty:

Výlep Talašová:

- 15 ks A1 (Michal+Pavla) - jedna varianta
- 15 ks A2 (Michal+Pavla) - jedna varianta
- 32 ks A2 (kandidátka) + rezerva 4 ks

Sololity:

- 50 ks A2 (Michal+Pavla) + rezerva 10 ks, tři varianty

ČSAD

- zjistit, zda je možné A3 na ležato, počty a ceník - zatím není v rozpočtu

Výlep do zásoby:

- 5 ks A1 (Michal+Pavla)
- 5 ks A2 (Michal+Pavla)
- 20 ks A3 (M+P, kandidátka)
- 10 ks A4

Celkem:

- A1: dvě varianty po 20 kusech, celkem 40 ks
- A2: čtyři varianty (po 30 kusech jednotlivé varianty), celkem 120 ks
- A3: 20 ks jedna varianta (plus případně pokud by byla reklama v autobusech, tak dalších X kusů pro autobusy - číslo bude doplněno, případně se použije varianta A4)

- Tiskoviny

- Volební noviny: 11 000 ks, roznos 10 000 ks brigádně schránky a 1 000 na ulici
- Letáky - malý pro venkovní akce - zatím není v rozpočtu

- Kontaktní kampaň

- Cargo kolo a hřiště - akce u dětských hřišť s občerstvením a kolem

- Plachtování
- Trpaslíci [z manuálu](#) - malé transparenty
- Krabice na auta a kola z manuálu - u hypermarketů
- Procházka - vizuální smog
- Ručně psané plakáty/vzkazy - na místech, kde jsme něco dokázali (Spalovna, sloupek, zeleň...)
- **Online nástroje**
 - Nový jednoduchý web
 - Online reklama na facebooku a instagramu
 - Mailový newsletter Vsetínského fóra a petice
 - Hijacking témat městského facebooku a skupin
 - Vlastní FB stránky (KOV, VF, Piráti, Vsetín)
- **Video**
 - Hlavní video ve spolupráci s T. Hennelem
 - Mobilizační video (?)
 - Video - hezké /nehezké město?
- **Reklama v médiích**
 - Vsetínské noviny - začátek září
 - Jalovec - volební týden
- **Tiskové výstupy**
 - Dle časového plánu; Vsetínské noviny ve sloupku zastupitele, tiskové zprávy Jalovec a Valašský deník

11. Rozpočet

Aktuálně je plán sestavit rozpočet ve výši 100 000 Kč. Pokud by se fundraising dařil, využijeme peníze nad plán v září na bannery.

[Odkaz na rozpočet](#)

12. Časový plán kampaně

[Odkaz na časový plán](#)

13. Rozdělení rolí a úloh, evidence úkolů

Radek Hladký - komunikace s dodavateli

Aleš Koňářík - grafika pro tisk

Tomáš Proisl - facebook

Pavla Fojtíková, Alena Fleková - venkovní akce - trpaslíci

Tomáš Hennel - video

Ladislava Kučná - distribuce novin
Milan Kováč, Adam Čech, Petr Šlinz - sololity

Evidence úkolů [v trello](#), dokumenty [na google drive](#), pro podporu sociálních sítí je zde [soukromá lajkovací skupina](#) (do ní zveme kamarády a upozorňujeme na každý nový post, aby sdíleli a kometovali a lajkovali)