

Jezero Milada

— analýzy

V / 2019

Autorský tým

ateliér • **tečka**

Ing. arch. Jitka Žambochová

Ing. arch. Luboš Klabík

Ing. arch. Tomáš Klapka



úvod

Rekultivační jezero Milada je jedním z pilotních projektů revitalizace hnědouhelné pánve u nás. Zaslouží si proto zvláštní péči, aby se správně nastavily procesy proměny, a to jak z hlediska fyzického prostředí, tak z pohledu komunikace.

účel dokumentu

Cílem první části dokumentu je zorientovat se v procesu i stavu přeměny jezera Milada, a to především v oblastech týkajících se architektury, urbanismu a marketingu. Cílem dokumentu je hledat další kroky, které je nutné dělat, aby se z jezera Milada stala příjemná, zabydlená část nové jezerní krajiny, ke které budou mít místní lidé vztah a která bude lákat návštěvníky ze širokého okolí.

Jezero Milada

Jezero Milada vzniklo napuštěním hnědouhelného lomu Chabařovice jako rekultivační úprava zahlazení následků hornické činnosti. Jezero je zajímavou přírodní lokalitou a stále více vyhledávanější oblastí pro rekreaci, sport i turismus. Díky charismatické nové krajině i plánované jezerní krajině Podkrušnohoří, která má vzniknout od Ústí nad Labem po Karlovy Vary, bude tento význam i nadále vzrůstat.

V současné době území jezera Milada spravuje státní podnik PKÚ a jezero je veřejně přístupné. Kolem jsou provedené rozsáhlé výsadby stromů a zavedeny nové cesty. V dnešní době neexistuje společná vize, co se má s územím okolo jezera v budoucnu stát. V současnosti se plánuje uspořádání urbanisticko-krajinářské soutěže na okolí jezera, které ukáže, kam se bude celé území ubírat.

pojmy:

integrovaná strategie

- strategický dokument, který vyhodnocuje problémy a potenciál vymezeného území a navrhuje jeho další rozvoj pomocí konkrétních opatření a je zpracován a schválen určeným nositelem integrovaného nástroje. Strategie má analytickou, strategickou a implementační část

urbanisticko-krajinářská soutěž

- druh architektonické soutěže, tedy výběru zpracovatele dokumentace na základě kvality návrhu a ne jen nejnižší ceny, výsledkem je soutěžní návrh

urbanisticko-krajinářská studie

- vznikne dopracováním soutěžního návrhu a zapracováním připomínek veřejnosti, zájemníků, obcí a zadavatele



klišé

„Nemůžeme na Miladě nic dělat, protože je nejdříve potřeba odepsat zásoby uhlí!“

Ložiska uhlí kolem jezera jsou a budou. Stát je ochoten redukovat chráněná ložisková území (CHLÚ), pokud veřejný zájem rozvoje obce převáží nad ochranou ložiska. V příštích měsících dojde k redukci CHLÚ ve východní části jezera. Je možné CHLÚ redukovat i dále, pokud obce přijdou s územní studií, nebo jiným podkladem, na základě kterého lze žádat vládu (rozhoduje MŽP) o redukci. Na plochách CHLÚ lze stavět podobně jako všude jinde. Je jen nutné v rámci správního řízení kromě tradičních dotčených orgánů státní správy zahrnout i báňský úřad, krajský úřad a správce ložiska (PKÚ).

objednatel

Palivový kombinát Ústí, státní podnik
Hrbovická 2, 403 39 Chlumeč
IČO: 00007536
DIČ: CZ00007536

zpracovatel

Ing. arch. Jitka Žambochová
jitka@tecka.city
IČO: 07627777

autorský tým

ateliér • **tečka**
www.tecka.city
atelier@tecka.city

Ing. arch. Jitka Žambochová
Ing. arch. Luboš Klabík
Ing. arch. Tomáš Klapka

obsah

10	A	analýzy
12	A.1	analýza
46	A.2	analýza SWOT
50	A.2.1	území
53		vize
57		plán
61		zásahy
64	A.2.2	komunikace
67		koordinace
71		marketing
76	B	komunikační analýza
79	B.1	cíle
81	B.2	cílové skupiny
82	B.3	persony
98	C	další kroky
101	C.1	další kroky
105	C.2	koordinační orgán



zdroj: archiv autorů dokumentu



analýzy

A.1

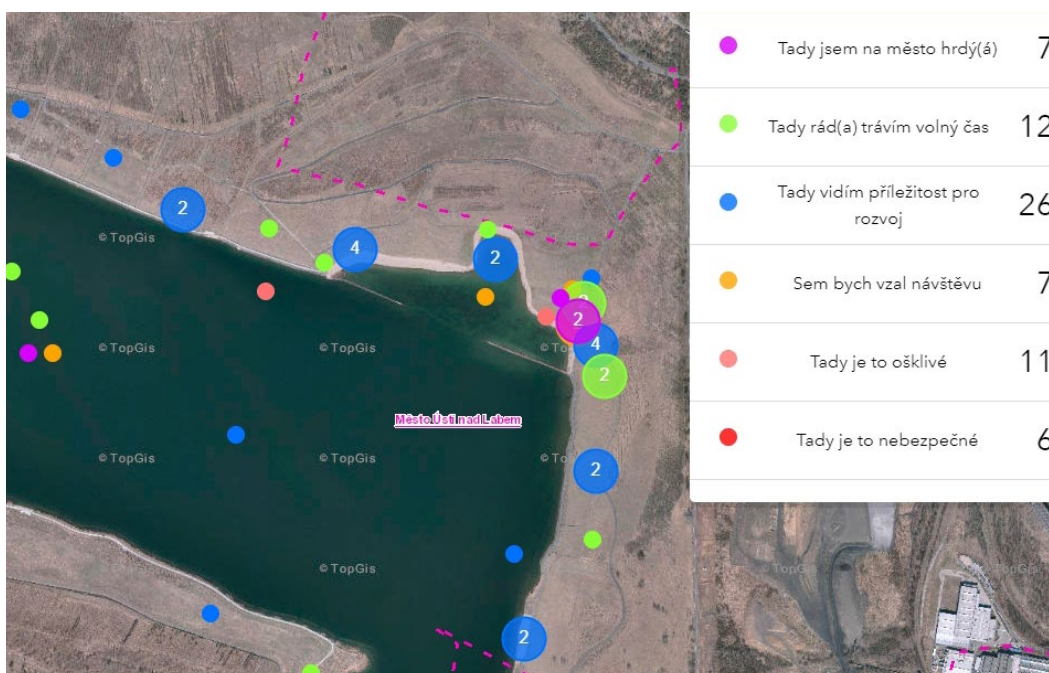
analýza

dokumentace

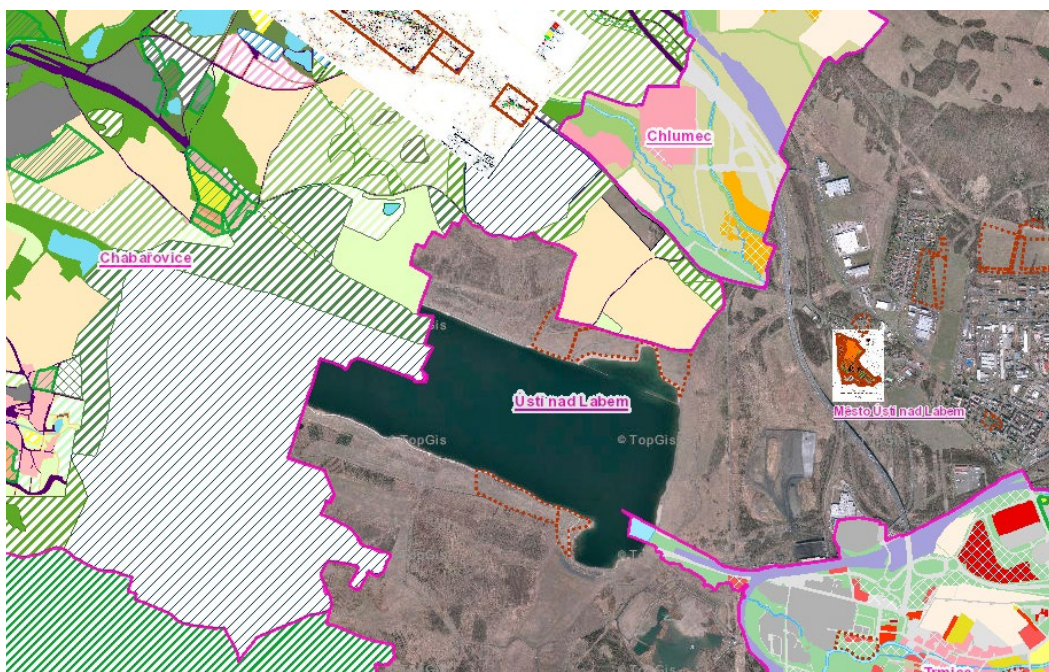
Analýza základních dokumentů (např. KPMG – Analyticko-strategická studie, Územní plány okolních obcí, Strategický plán Ústí nad Labem, ÚAP obcí a kraje, dokumenty PKÚ, apod.).



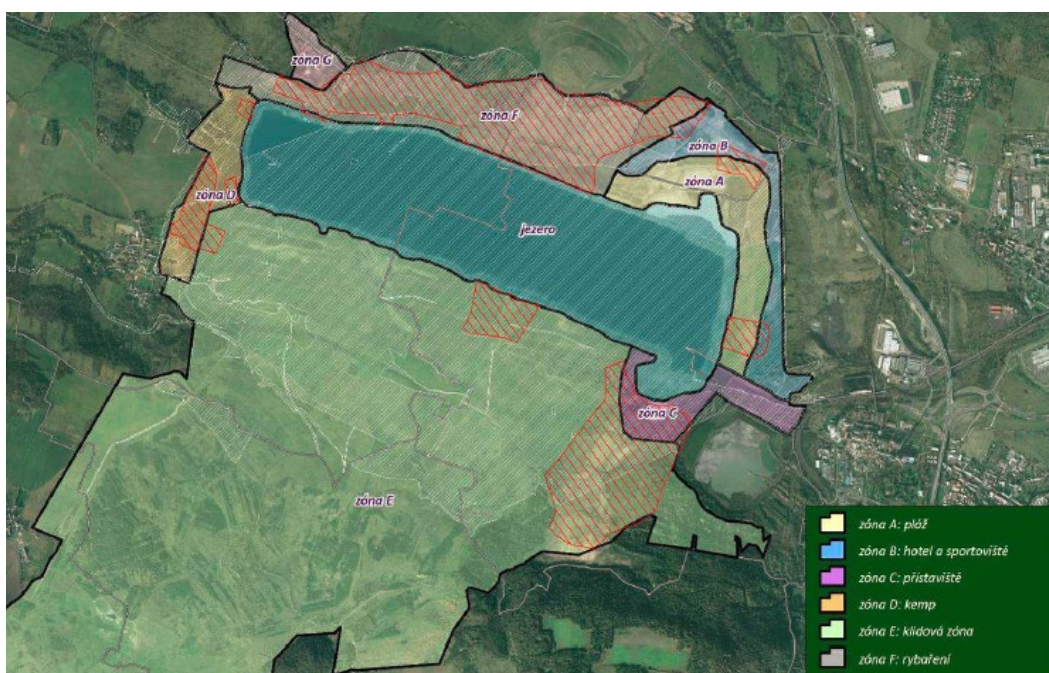
01 Území jezera Milada administrativně spadá do správy dvou obcí – Ústí nad Labem a Chabařovice.



02 Dle pocitové mapy Ústí nad Labem tu veřejnost ráda tráví volný čas a vidí tu příležitost pro rozvoj. Vztah veřejnosti k jezeru je dle ní výrazně pozitivní.



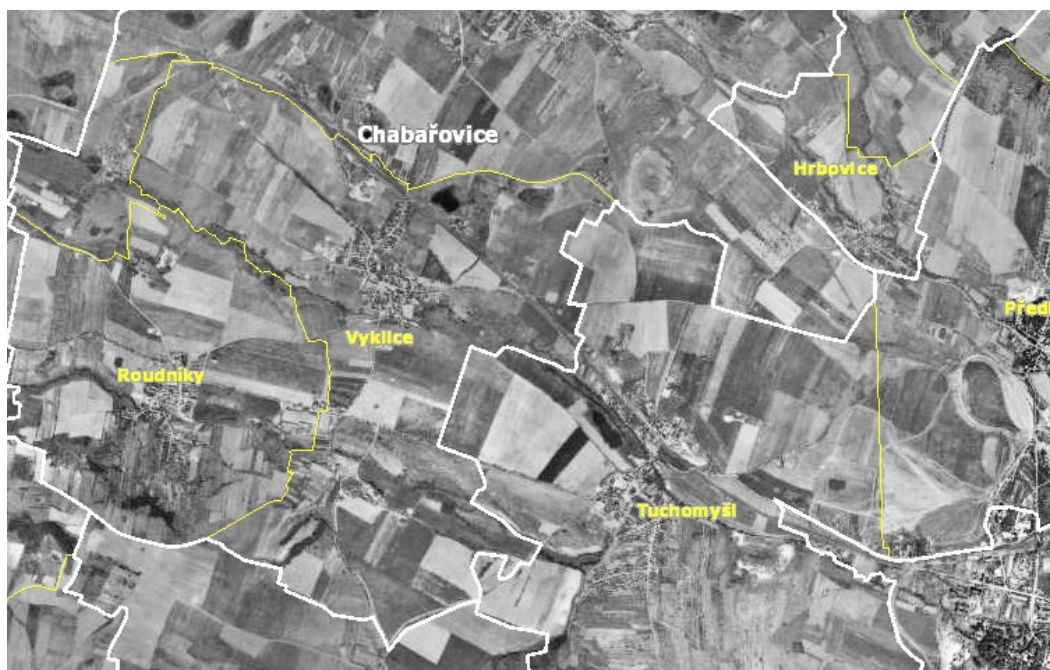
03 Územní plán Chabařovic zatím stále nereflektuje již několik let napuštěné jezero Milada.



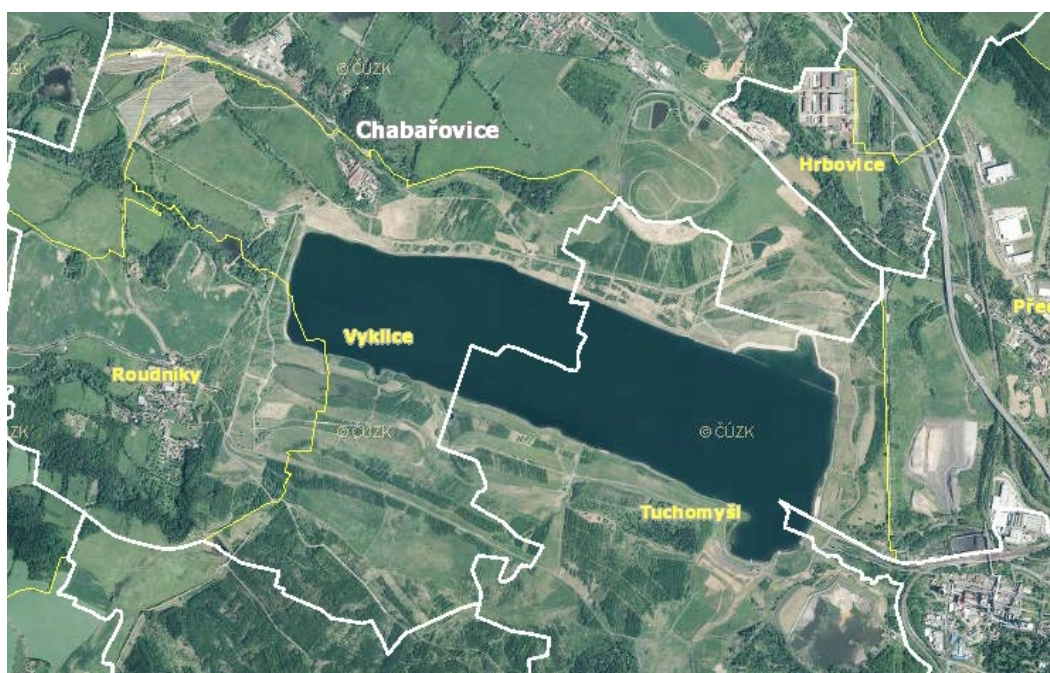
04 Analytická studie od KPMG nastiňuje možné zónování využití okolí jezera Milada. Hlavní rekreační oblast je na východě u Trmic, další pak na západě u Roudníků.

mapy

Území prošlo dramatickým vývojem, který zpřetrhal veškeré vazby – železnici, cesty i mentální a historickou kontinuitu a zrušil několik vesnic. Území je obnovené, ale stále mentálně i fyzicky nenapojené.



01 Ortofoto mapa z roku 1953 ukazuje původní strukturu osídlení i cest v místě dnešního Jezera Milada.



02 Ortofoto mapa z roku 2010 ukazuje již napuštěné jezero i pásmo kolem něj, které zatím neobsahuje napojení a potřebnou infrastrukturu.



03 Mapa hloubky vody ukazuje na pozvolnější sestup do vody v místě hlavní pláže (SV) a přístaviště (JV).



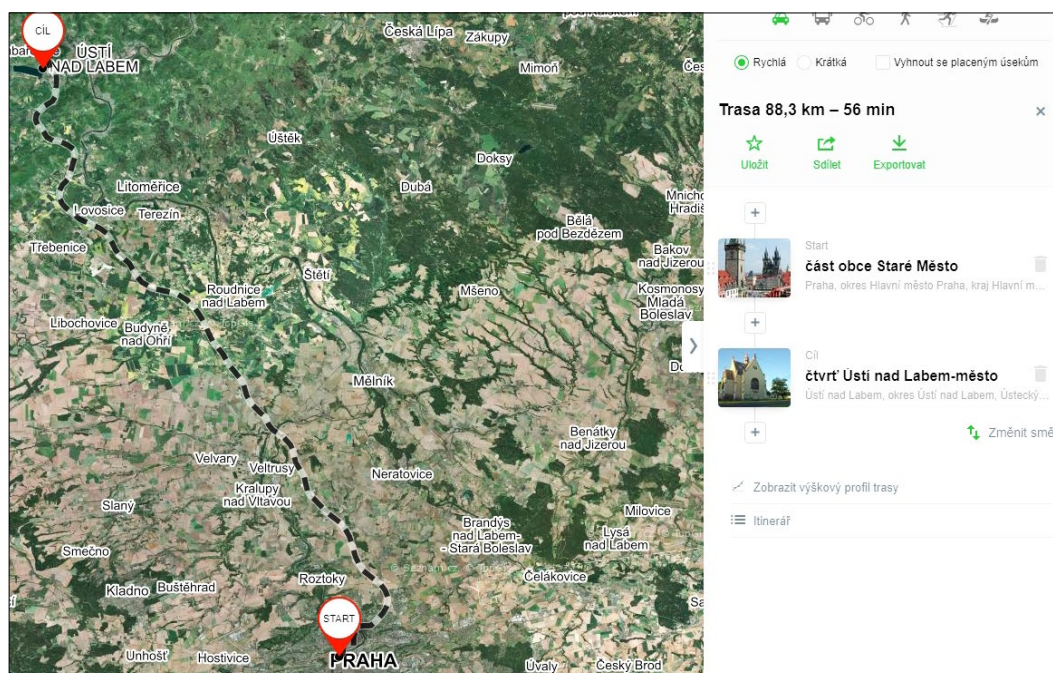
04 Kolem jezera byla vybudována základní cestní síť v podobě několika okruhů. V současnosti probíhá i stavba asfaltového okruhu pro in-line brusle a cyklisty.

napojení

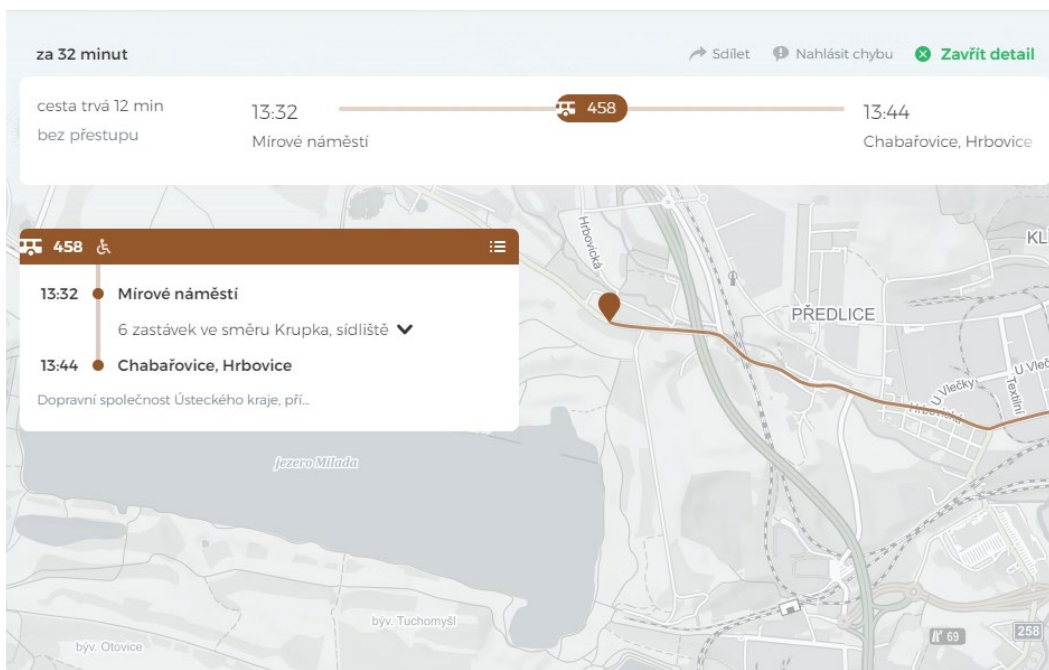
Porovnání pěšího a cyklo spojení, dostupnosti MHD a autobusů a automobilového spojení. Jezero je z Prahy rychleji autem dostupné než například Máchovo jezero. Pěší i MHD dostupnost není dostatečná.



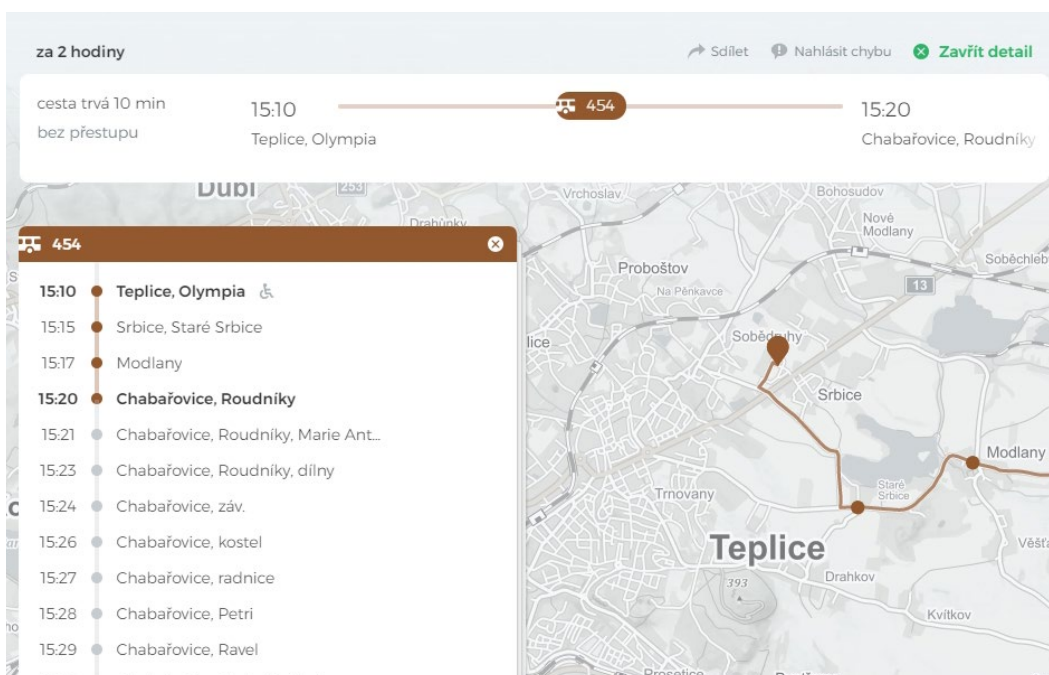
01 Pěší cesta z centra Ústí nad Labem vede skrz brownfieldy a vyloučené lokality. V případě vybudování cyklostezky podél řeky Bíliny se dostupnost výrazně zlepší.



02 Za hodinu z centra Prahy na Miladu. To je rychlejší než na Mácháč! Díky dálnici je rekreační potenciál Milady násobně vyšší.



03 Z centra Ústí nad Labem vede přímý autobus do zastávky Chabařovice, Hrbovice (kterou doporučujeme přejmenovat), a to včetně nočních spojů.



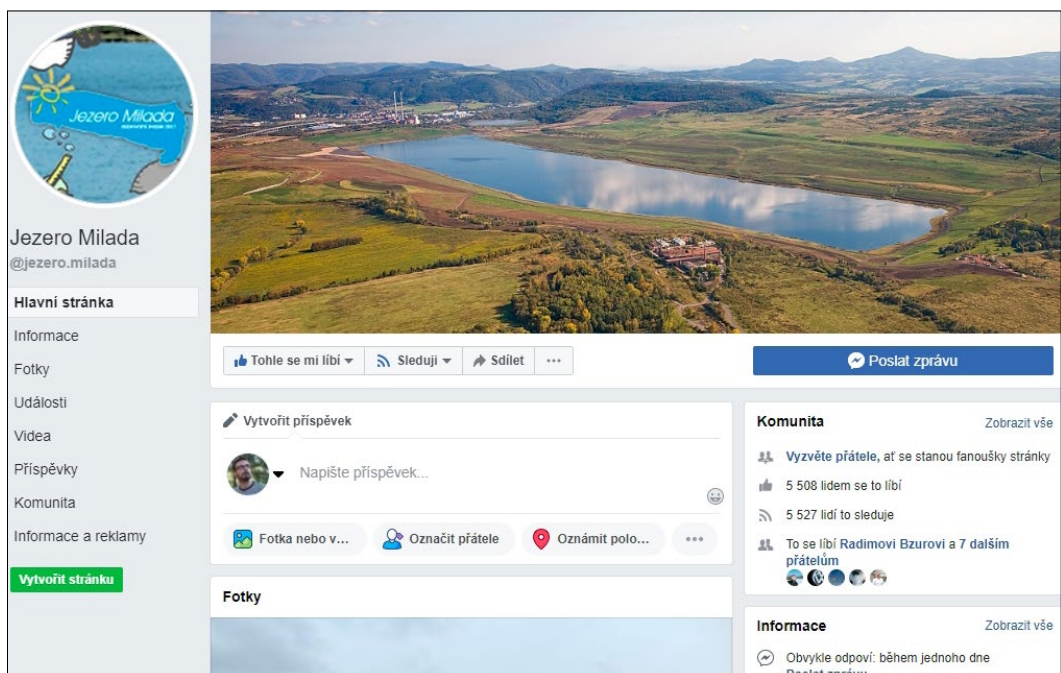
04 Z centra Teplic přímý spoj nejede. Dá se ale dostat od obchodního centra do Roudníků. Je vhodné uvažovat o zavedení přímého spojení.

marketing

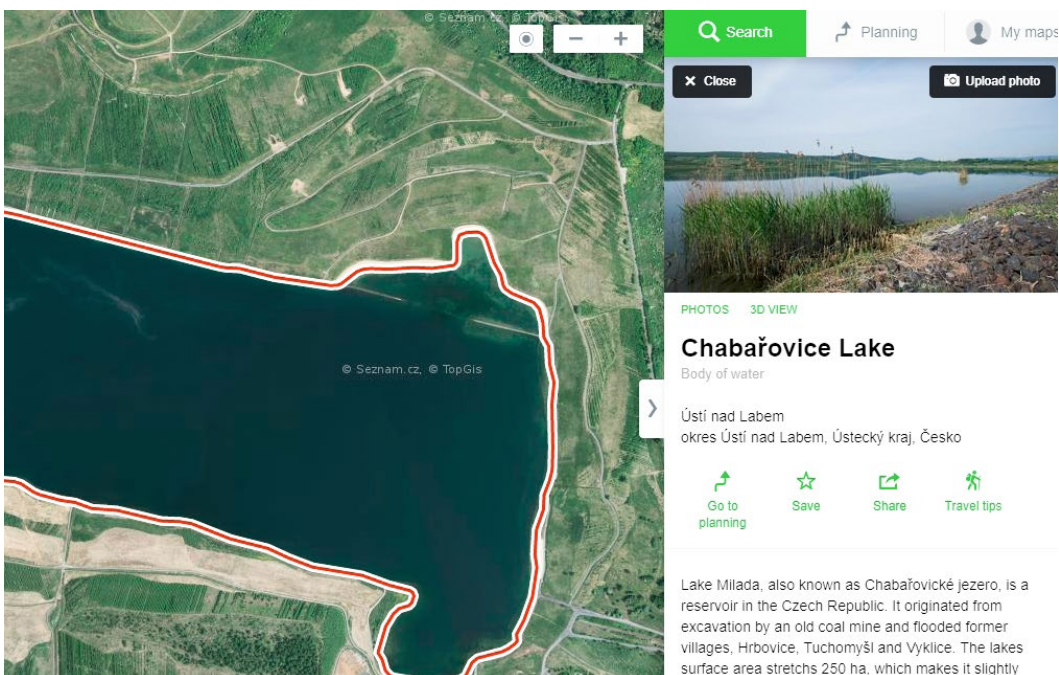
Analýza zásadních stránek stávajícího marketingu (např. facebook, weby, vyhledávání, google a seznam mapy, internetové články, hodnocení od veřejnosti, apod.).



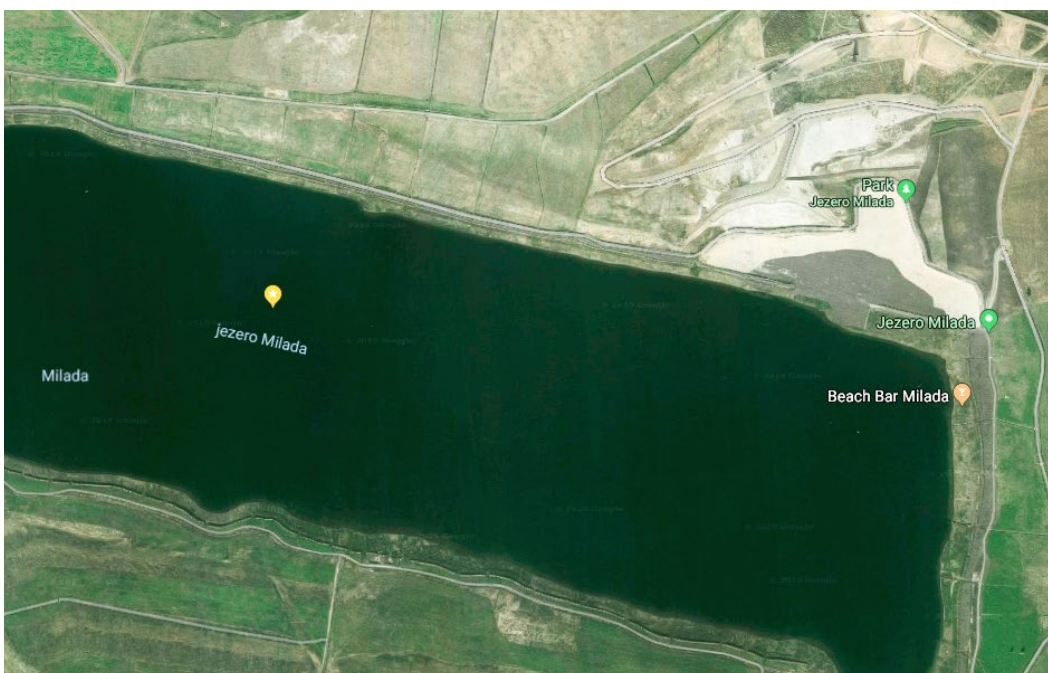
01 Recenze uživatelů jsou většinou příznivé a hodnocení vysoké. Objevuje se ale i kritika na materiály cest, navigaci, parkování, zázemí, apod.



02 Asi nejživější komunikační kanál je facebooková stránka Jezero Milada, kterou spravuje referentka na MAGUL a má skoro 6000 sledujících.



03 V mapách na Seznamu je v anglické verzi stále starý název. Je dobré všechny stránky sjednotit, doplnit o popisy, fotogalerii, apod.



04 V mapách Google jsou dnes 4 označení Jezera Mlýnská. Tříští se tím hodnocení uživatelů a komplikuje správa stránky.

fotky

Z terénního průzkumu jsme pořídili vlastní fotodokumentaci pro analýzy. Proběhlo i zmapování fotek od uživatelů webu a fotek ze sportovních a kulturních akcí.



01 Informační a orientační systém, mobiliář a drobná architektura jsou již teď velmi různorodé a často nefunkční. Pomohlo by sjednocení, ještě než dojde k úplnému zahlcení.



02 Pěší napojení z nejbližší zastávky MHD z centra Ústí. Není divu, že nejde o lokalitu vyhledávanou maminkami s kočárky, protože je nutné přebíhat frekventovanou silnici.



03 Přes absenci zázemí a některé technické nedostatky je jezero v létě využíváno veřejností k příležitostné rekreaci.



04 Jezero Milada slouží jako zázemí pro kiting i jako místo pro konání běžeckých závodů Milada Run. Tato akce je populární a hojně navštěvovaná.

reference – marketing

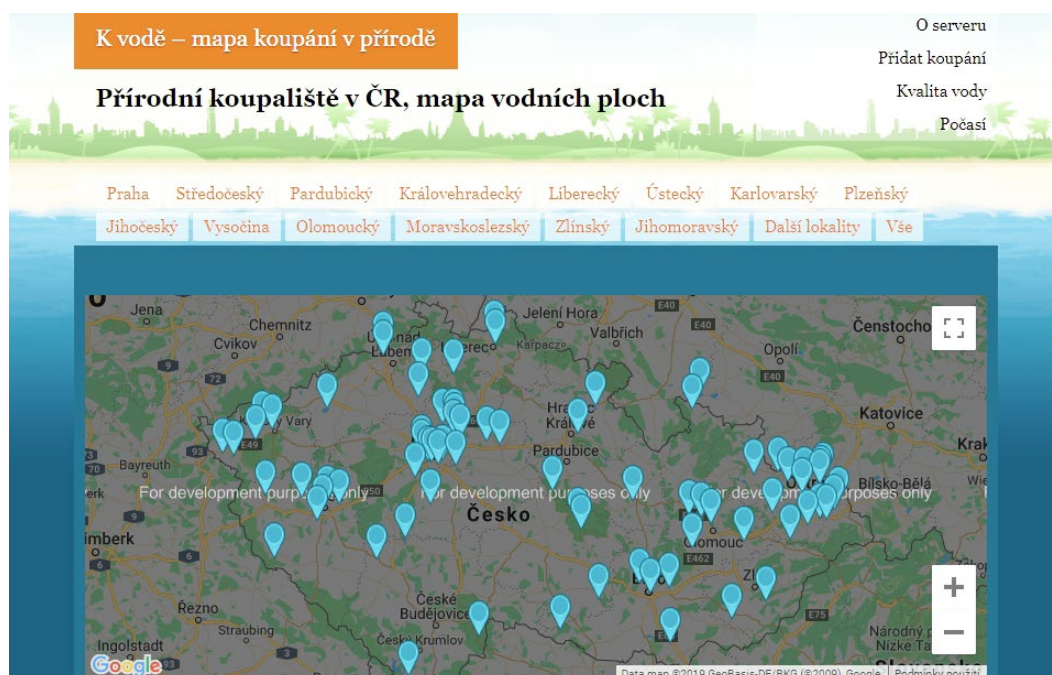
Reference dalších jezer u nás i blízko za hranicemi – zmapování jejich zázemí, polohy a stavu.
Jak se jiná jezera propagují? Čím jsou specifická?



01 Webové stránky českého rekreačního jezera Michal s dominujícím ikonickým tobogánem.



02 Lužická jezera v Německu využívají k marketingu i atrakcím i těžební minulost oblasti a vzniklou těžební krajinu.



03 O přírodní koupaliště je u nás velký zájem, který roste se stoupajícími teplotami. Severní Čechy nejsou nijak výrazně bohaté na vodní plochy, a tak je každé rekreační jezero vítáno.



04 Přehledný, ale neosobní a neatraktivní web jezerní krajiny v sousedním Německu.

reference – aktivity

Co lze kolem rekreačních jezer dělat za aktivity? Jaké potřebují zázemí?



01 Lužická jezera se prezentují jako nejlepší místo pro in-line bruslení se soustavou komfortních stezek.



02 Kamencové jezero láká na vkusně udělané přírodní koupání přímo v jezeře, kontrované plavčíkem.



03 Plovoucí mola na jezeru Rozkoš slouží pro procházení i pro opalování.



04 Téměř každá rekreační oblast má svou dominantu v tobogánu nebo jiné atrakci, která je fotogenická a slouží pro marketing.

reference – prostředí

Jak vypadají pláže, zázemí a okolí rekreačních jezer jinde?



01 Soustava propojených Lužických jezer se zázemím v okolních obcích i s propracovanou sítí stezek.



02 Atraktivní koupaliště v Hlučíně spolu s kempem, chatovou oblastí a rekreačním zázemím.



03 Koupaliště Hlučín s travnatými břehy a návazností na okolní přírodu.



04 Písčité pláže udělají pro image přírodního koupaliště kus práce. Jsou příjemné, přívětivé pro děti i sportovce (beach volejbal). Na Máchově jezeře jsou navíc doplněné o šlapadla a vodní skluzavky.

stávající značky

Stávající vizualita je roztříštěná, není silná, ani zapamatovatelná. Nepůsobí vyloženě rušivě, avšak nepodněcuje v lidech chuť účastnit se procesu přeměny jezera.

Neexistuje sjednocená vizuální identita, díky které by veřejnost identifikovala, že se jedná o akci, web nebo orientační systém jezera Milada.



logo PKÚ

Nové, fungující logo, včetně grafického manuálu. Nepropisuje se do celkové vizuality PKÚ.



logo jezera Milada

Neprofesionální logo bez grafického manuálu a jasně fungujícího vizuálního stylu.

LÉTO na MILADĚ

11. 8. 2018

13:00–17:00

- Vodní hrátky – kanoe, aquazorbing, vodní balonkobraně...
- Sumo, Human Fly, Flyboard
- Cesta válečníka

V případě příznivého počasí se budou konat vyhlídkové lety vrtulníkem - 600 Kč/osoba.

... a spousta další zábavy...

**4. ročník
Milada Burger**

Jezero Milada
www.jezerozilada.cz

PKÚ WL globus suez

plakát Léto na Miladě

Plakáty akcí jsou neprofesionální, různorodé, chybí sjednocující prvek a stejná vizualita.



informační systém

Informační systém okolí jezera je nejednotný a graficky nepojednaný a neprovázaný s vizuální identitou jezera.



orientační systém

Orientační systém se vyskytuje jen někde, není vytvořená základní síť rozcestníků, která by byla provázaná s vizuální identitou jezera.

rešerše značek

Značky a vizuální identita jiných českých rekreačních oblastí, které jsou ale pro téma přeměny jezera Milada relevantní.



Lipno

Kvalitně zpracovaný, ale hodně chaotický vizuální styl. Pěkná barevnost, hravost a možnosti aplikací.



Třeboňsko

Váženější značka i barevnost. Zaštiťuje širokou rekreační oblast.

OSTRAVA!!!

OSTRAVA!!!



MILUJTE!!!
BANÍK!!!
MOJE OSTRAVA!!!
STODOLNÍ!!!
???!!!
AHOJ!!!

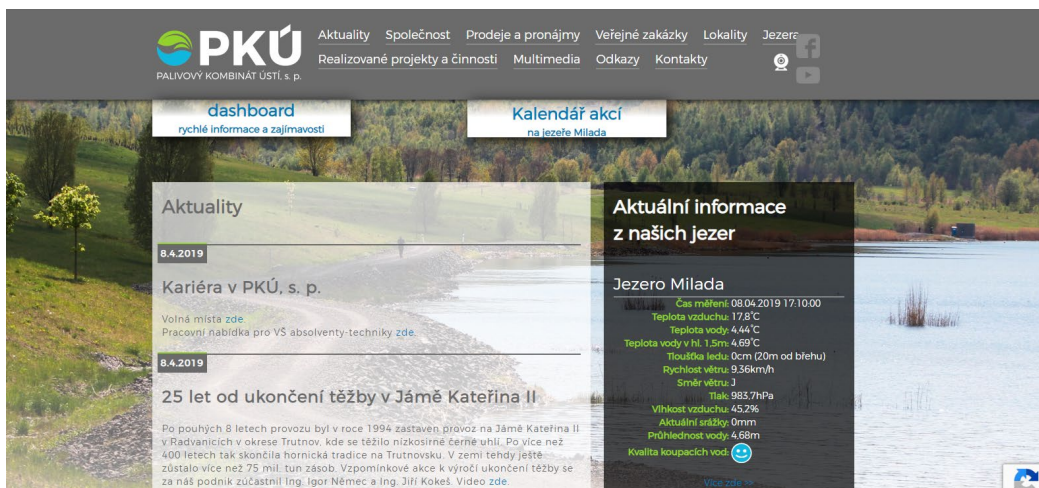


Ostrava

Silná, oblíbená a jednoduchá grafika, kterou lze využívat velmi variabilně v nejrůznějších aplikacích.

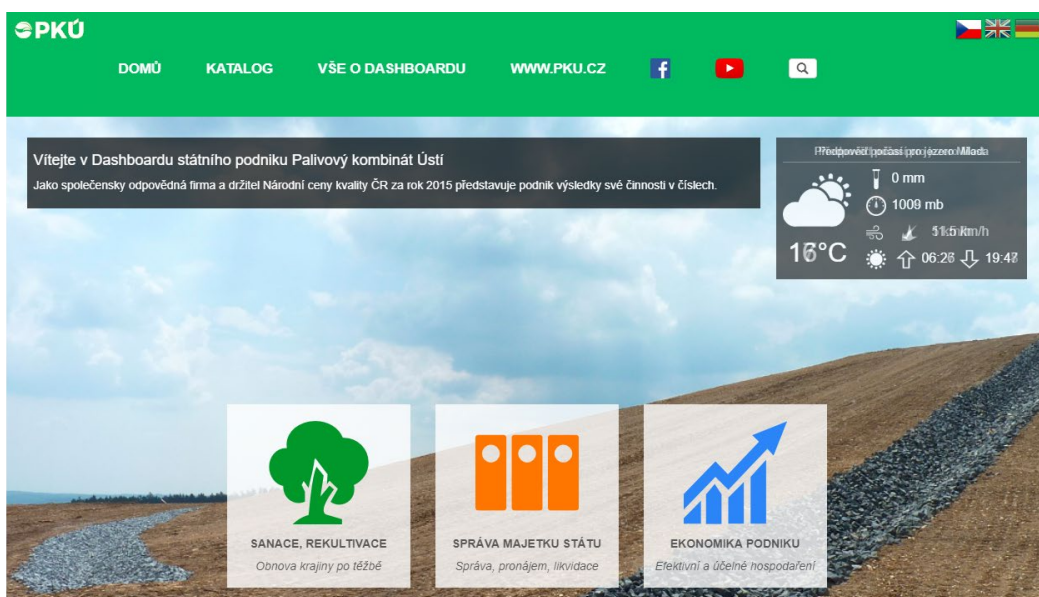
stávající weby

Hlavní weby, které se dnes používají pro propagaci jezera Milada. Kromě nich se ještě objevují informace na stránkách okolních měst, nebo sportovních/turistických stránkách.



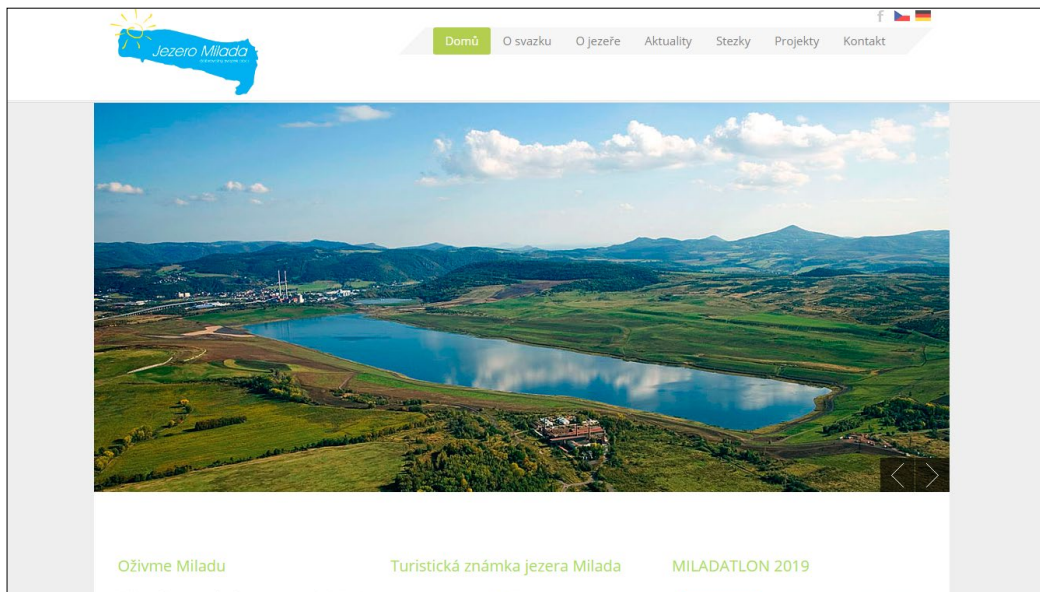
web PKÚ

Hlavní web PKÚ. Jsou tam vidět nánosy postupných úprav a přidávání. Dochází tu k míchání několika typů informací pro různé uživatele (zakázky státního podniku, informace o jezeře Milada, sociální centrum pro horníky, apod.)



dashboard PKÚ

Další web PKÚ, který je ukrytý v tom hlavním. Není jasný účel druhého webu, ani to, jestli jsou na něm nové informace, nebo jen jinak graficky uspořádané staré.



web svazku obcí

Hlavní web pro Jezero Milada, který spravuje svazek obcí, přesněji referent pro jezero Milada na MAGÚL. Obsahuje důležité informace, které jsou ale nesourodě utříděné. Na webu se objevují často aktuality.

rešerše webů konkurence

Relevantní weby konkurenčních rekreačních oblastí.



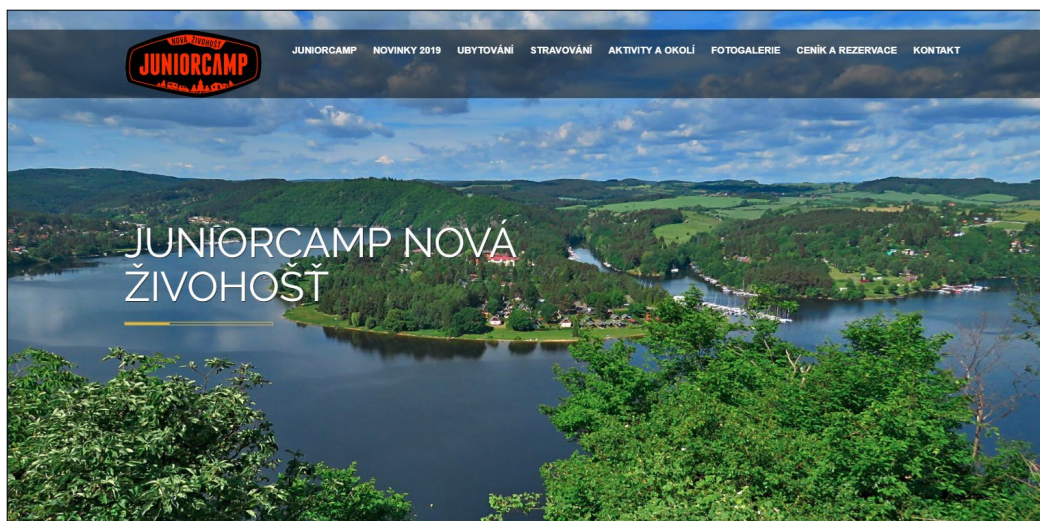
Koupaliště Michal • www.michal-sokolov.cz

Obsahuje: aktuálně, historie, pro vás (vybavenost, atrakce, akce, otevírací doba), schéma areálu, foto (prostředí, akce), ceník, partneři, zajímavé odkazy, webové kamery, virtuální prohlídka, kontakt, mapa, facebook



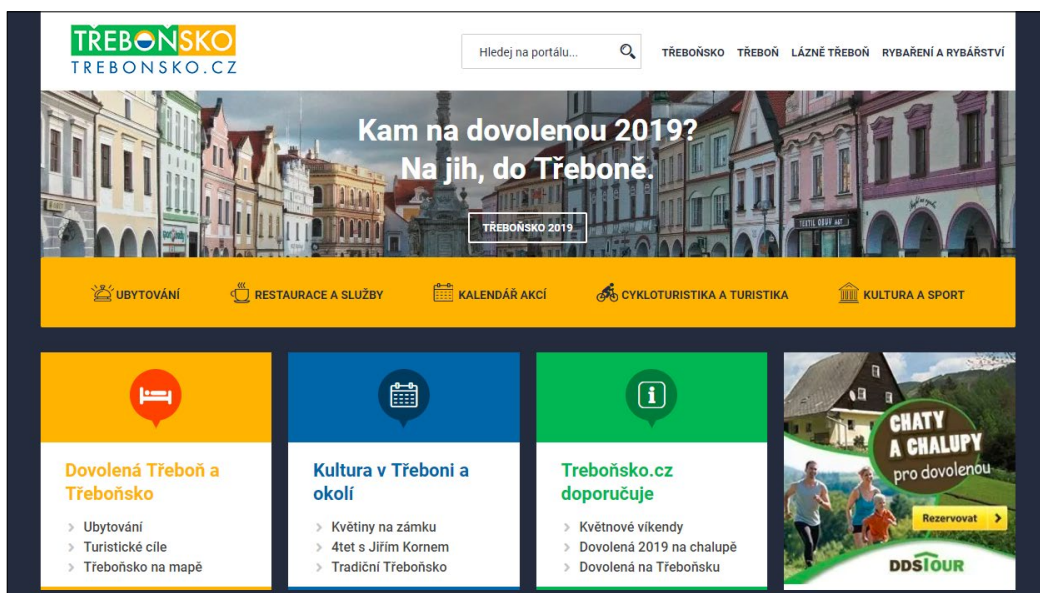
Lužická jezera • www.luzicka-jezera.cz

Obsahuje: in-line brusle, cyklotrasy, vodní sporty, další aktivity, lužická jezera, ubytování, fotogalerie, cz/ de jazykové verze, odkaz na facebook



Nová Živohošť • www.zivohost.cz

Obsahuje: juniorcamp, novinky, ubytování, stravování, aktivity a okolí, fotogalerie, ceník a rezervace, kontakt



Třeboňsko • www.trebonsko.cz

Obsahuje: ubytování, restaurace a služby, kalendář akcí, cykloturistika a turistika, kultura a sport, Třeboňsko, Třeboň, lázně, rybaření a rybářství, články, fotogalerie, praktické informace, e-shop

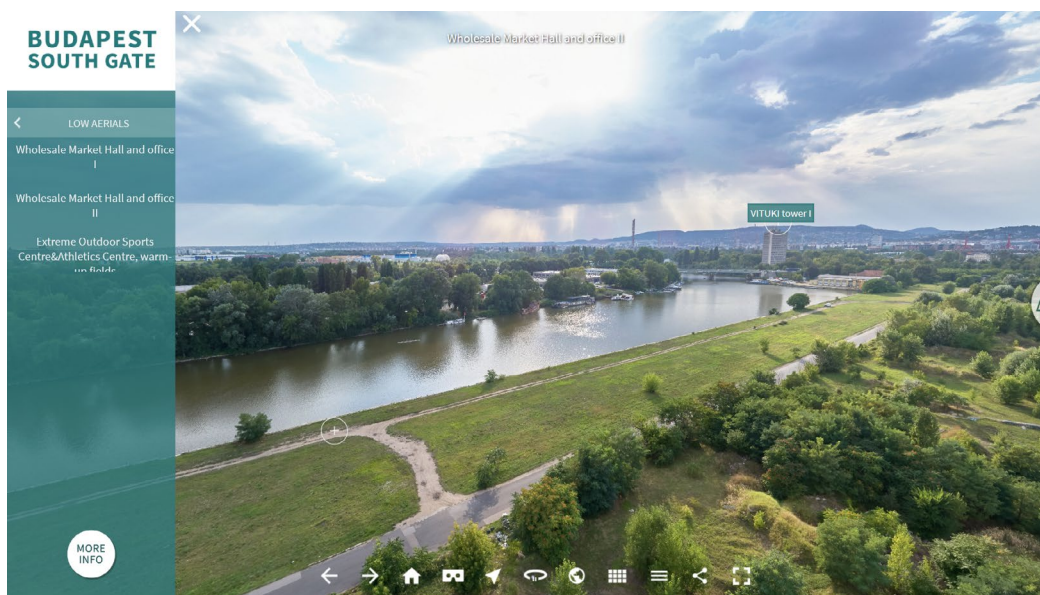
Lipno • www.lipno.info

Obsahuje: webkamera, počasí, active park, zážitky, ubytování, kalendář, půjčovny, gastro, infocentrum, možnost přepínání letní Lipno / zimní Lipno

Lipno • www.lipno.info

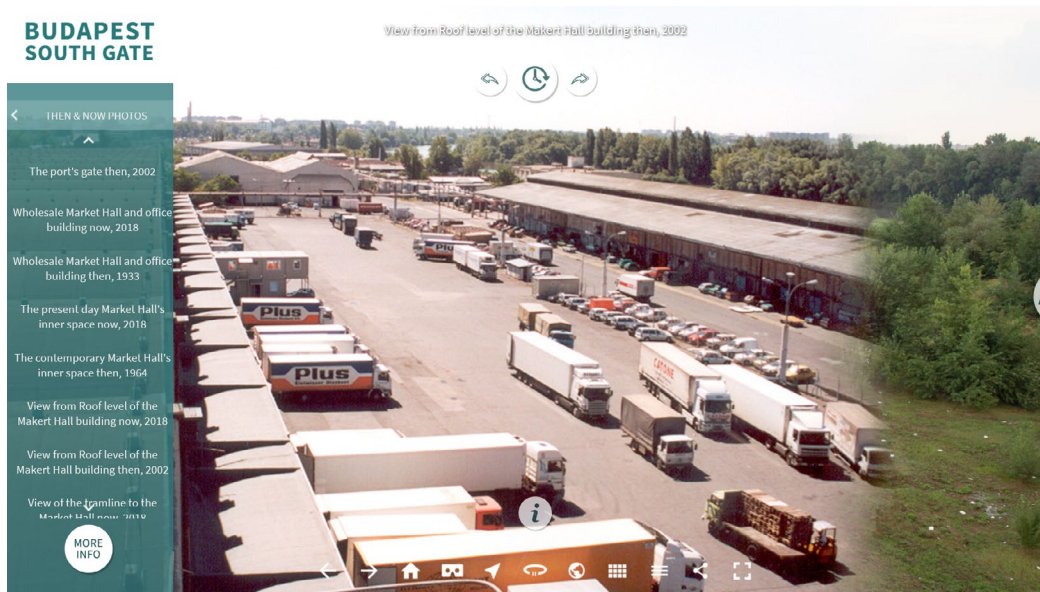
Obsahuje: webkamera, počasí, active park, zážitky, ubytování, kalendář, půjčovny, gastro, infocentrum, možnost přepínání letní Lipno / zimní Lipno

další reference webů



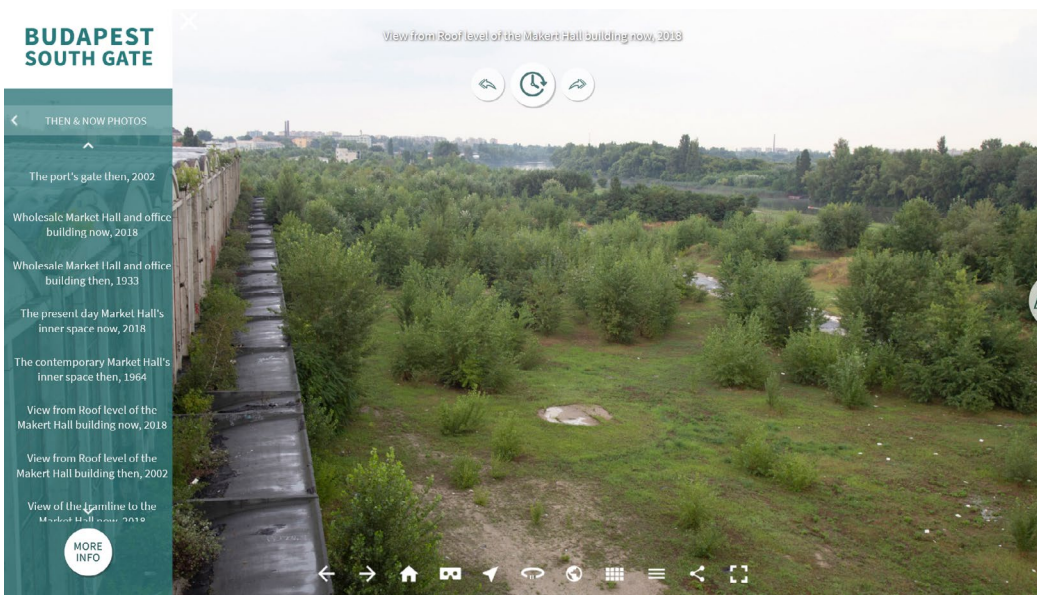
VR realita a interaktivní pohyb územím • vr360.budapestsouthgate.org

Budapest South Gate



Interaktivní poznávání vývoje- minulost • vr360.budapestsouthgate.org

Budapest South Gate



Interaktivní poznávání vývoje- současnost • vr360.budapestsouthgate.org

Budapest South Gate



Atraktivní a přehledně strukturovaný web • www.nantestransitionenergetique.fr

Le Grand Débat



Park Vidoule • www.vidoule.praha5.cz
stránky urbanistické studie proměny parku



Mobilní verze webu je primární

Stále více lidí primárně používá k prohlížení mobil, je třeba s tím počítat při tvorbě webu.

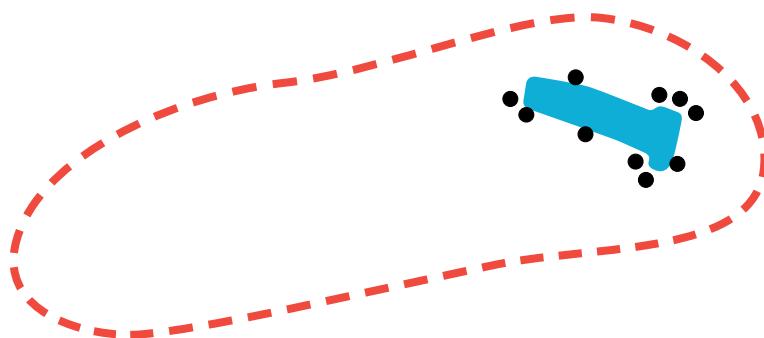
Le Grand Débat, www.nantestransitionenergetique.fr

Budapest South Gate, vr360.budapestsouthgate.org

A.2

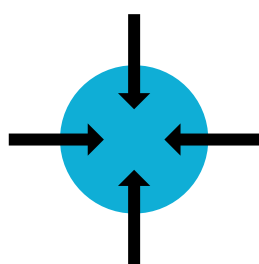
analýza - SWOT

A.2.1 území

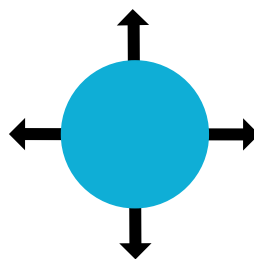


vize / plán / zásahy

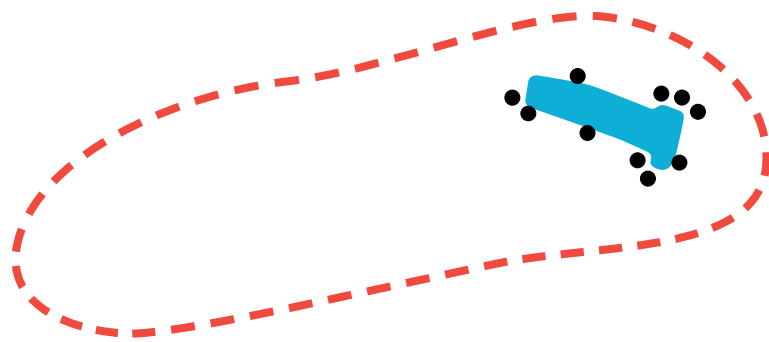
A.2.2 komunikace



koordinace



marketing

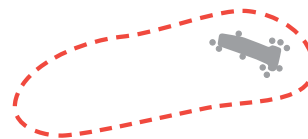


A.2.1 území



vize

Dlouhodobá koncepce jezerní krajiny, která musí být udržitelná a celistvě komunikovaná veřejnosti.



slabé stránky

- dlouhý, náročný a drahý proces, který je těžko pochopitelný pro běžného člověka
- absence koordinátora proměny celé jezerní krajiny a složité hledání shody velkého množství subjektů

hrozby

- nedostatečná podpora ze strany státu - přijetí vize, financování..
- rigidnost legislativy, která neumožní provést věci, které bude třeba
- nenalezení možnosti využití všech nově vzniklých jezer - ekonomická závislost
- náročnost příprav, koordinace a financování proměny krajiny

silné stránky

- atraktivní téma vytváření nové přírody
 - husté osídlení oblasti a vazba na Německo
 - hodnotné přírodní okolí celé jezerní krajiny
-

příležitosti

- vytvoření jednotného sdíleného příběhu proměny Podkrušnohoří od minulosti do budoucna a silné značky a jejich komunikace napříč republikou
- vytvoření ekologicky stabilní, všeobecně udržitelné a programově pestré nové krajiny, která bude chloubou republikového významu a pomůže nastartovat rozvoj dnes vyčerpaného regionu Severních Čech
- vytvoření dlouhodobé koncepce jezerní krajiny a její postupné naplňování
- zapracování vize do všech územně-plánovacích dokumentů až do měřítka obcí
- vytvoření koordinačního orgánu proměny
- spolupráce s vládou a využívání grantových programů
- vytvořit Integrovanou strategii jezerní krajiny

další kroky

- založit koordinační orgán celé proměny
- vytvořit příběh proměny a pak ho komunikovat
- nechat zpracovat Koncepci jezerní krajiny a postupně jí naplňovat
- vytvořit Integrovanou strategii jezerní krajiny



plán



Urbanisticko-krajinářská studie okolí jezera Milada, která má jasně stanovit pravidla v území.

slabé stránky

- rozmanitost a nekoordinovanost územně-plánovacích dokumentů všech obcí a kraje
- špatné napojení na okolní území, dopravní síť i infrastrukturu
- nedostačujících zázemí pro rekreaci, parkování, zábavu a ubytování
- příliš technicistní a neobytné úpravy okolí i jejich čerstvost
- náklady na údržbu a monitoring

hrozby

- nízká iniciativa obcí stavět na chráněném ložiskovém území a prosazovat jeho redukci, ačkoliv stavět tu s povolením lze
- neochota vlády redukovat chráněné ložiskové území
- možná komplikovanost majetkoprávních vztahů po prodeji části území městům a soukromníkům
- zvýšení výskytu chráněných živočichů nebo rostlin může blokovat rozvoj
- technická omezení, kontaminace a možné závady v provedené rekultivaci jámy
- nemožnost dostatečně napojit území na okolí a blízkost stávajících brownfieldů
- vytvoření nekvalitní studie a strategie, která bude nedostatečně komunikovaná a nepovede k nastartování rozvoje v území, díky tomu nebude jezero konkurenceschopné
- nenaplnění vytvořené studie a strategie, které povede k přílišné privatizaci břehů, sociální segregaci nebo zastavení rozvoje území
- pomalost a neochota obcí a kraje integrovat urbanisticko-krajinářskou studii do svých územně-plánovacích dokumentů
- dotační tituly neumožní získávání peněz pro státní podniky nebo soukromníky (ti se bez podpory neuživí)

silné stránky

- blízkost obcí a jejich zázemí a napojení na okolí
 - atraktivní okolní krajina a její dostupnost
 - proběhlá revitalizace a drobné zásahy v území
 - dobrá dostupnost z Prahy i Německa a blízkost cyklostezek, dopravní i technické infrastruktury
 - deficit rekreačních vodních ploch v Severních Čechách
 - čistá voda a nadprůměrný počet slunečních dní
 - autobusové spojení včetně nočních spojů
-

příležitosti

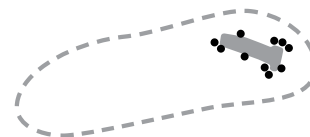
- blízkost zastávky vysokorychlostní železnice v Ústí nad Labem
- provázanost s celou jezerní krajinou Podrušnohoří
- využití bývalé Ocelárny Chabařovice jako ikony místa a zapojení dramatické historie vesnic a těžby do příběhu jezera
- zpracování urbanisticko-krajinářské studie na základě soutěže a dialogu s veřejností a důležitými aktéry v území
- zpracování navazující integrované strategie území, která se bude zabývat konkrétními projekty a jejich naplňováním
- napojení na okolní krajinu i osídlení, napojení na Ústí nad Labem podél Bíliny
- využití okolních brownfieldů pro zázemí a rozvoj jezera a případné budoucí využití teplárny Trmice
- zavedení dopravních spojení - využití vlakové vlečky, zavedení MHD, shuttlebus, přejmenování okolních zastávek reflektující vznik jezera
- využití dotačních programů i přilákání investorů do území pro rozvoj infrastruktury, turismu, apod.
- vytvoření koordinačního orgánu jezera Milada - týmu, který bude mít na starosti nastartování celého procesu, marketing, koordinaci a bude spolupracovat na zadávání koncepčních dokumentů (může jít o PKÚ doplněné o potřebné profese)

další kroky

- redukovat chráněné ložiskové území kolem jezera
- vytvořit zadání pro urbanisticko-krajinářskou soutěž
- nechat zpracovat Urbanisticko-krajinářskou studii jezera Milada
- vytvořit Integrovanou strategii území
- propsat studii do ÚPD obcí i kraje



zásahy



Drobné úpravy okolí jezera, která povedou rychle ke zlepšení fungování a obytnosti jezera pro veřejnost. Konkrétní praktické věci, které je nutné zohlednit při tvorbě plánu.

slabé stránky

- nekoordinované umístování prvků mobiliáře a informačního a orientačního systému
- různá materialita, design i kvalita umístovaných prvků
- komplikovaný příjezd pro individuální automobilovou dopravu, nedostatečná kapacita parkoviště i jeho veliká vzdálenost od vodní plochy
- problematický nástup do vody, především pro tělesně postižené nebo seniory
- nedostatek rekreační pohody – stín, závětrí, povrchy cest, materialita pláže
- nedostatek i nejistota rekreačního zázemí – občerstvení, toalety, ubytování, zábava, dětské hřiště, sportoviště, převlékárny
- absence manuálu informačního a orientačního systému, reklamy, mobiliáře, osvětlení, povrchů, materiálů, údržby a oprav, který zajistí koordinovanost i jednotnou estetiku všech prvků

hrozby

- zahlcení různými prvky nízké kvality, které povede k estetické i funkční degradaci území
- obsazení úzkou zájmovou nebo sociálně-ekonomickou skupinou obyvatel
- nevhodné a nekoncepční realizace atrakcí, služeb a ubytování a jejich nedostatečná diverzita
- nevybudování dostatečného zázemí a nevyužití rekreačního potenciálu
- nedodržování zpracovaných koncepcí a nezvládnutí údržby a oprav
- nevhodná posloupnost zabydlování území

silné stránky

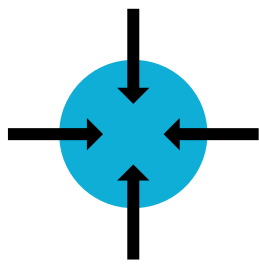
- stávající zásahy, výsadby a krajinářské práce
 - alespoň sezónně fungující občerstvení a občasná kultura
 - naučné stezky a cyklostezky v okolí
 - údržba břehů a vodní hladiny
 - využívání různými zájmovými i sociálně-ekonomickými skupinami obyvatel
 - realizace pláže a cestní sítě
-

příležitosti

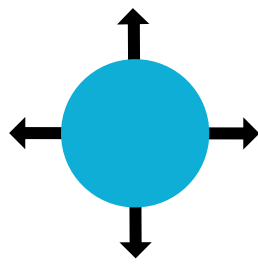
- nabídnout provizorní stínění a závětrí – např. dřevěná konstrukce, půjčovna slunečníků..
- zlepšit přístup k vodě – mola se schůdky do vody, jemnější frakce štěrku
- zajistit stabilně otevřené občerstvení s veřejnými toaletami
- vytvořit velké dětské hřiště, půjčovnu sportovních potřeb, nohejbalové hřiště i jiná sportoviště
- připravit podmínky pro písečnou pláž a bechvolejbal – větrolamy, stromy
- vytvořit přístaviště a půjčovnu lodiček nebo šlapadel
- vytvářet zázemí pro vodní sporty a vodní atrakce
- využít zájmu potápěčů a podporovat jejich činnost – potápěcí olympiáda, podvodní sochy, škola potápění, soutěže, apod.
- doplnit kemp, chatky a další ubytovací kapacity a jejich kulturní zázemí
- doplnit atrakce – rozhledna, tobogán, lanový park, apod.
- vytvořit mělkou vodní plochu, která bude sloužit jako brouzdaliště – v zimě jako kluziště s půjčovnou bruslí
- vytvořit informační a orientační systém a systémový prvky mobiliáře nebo přístřešků
- v zimní sezóně vytvořit běžkařské stopy a jejich označení
- vytvořit manuál pro všechny prvky i jejich údržbu a opravy a rozfázovat zabydlování území
- vytvoření studie dočasného využití, která bude řešit krátkodobé menší investice do zabydlování území a vytváření zázemí pro veřejnost

další kroky

- zadat Manuál prvků orientace, mobiliáře a údržby jezera Milada
- vytvořit Studii dočasného využití
- vytvořit základní infrastrukturu (sítě, doprava, apod.)
- vybudovat základní zázemí pro rekreaci (občerstvení, toalety, dětské hřiště)



koordinace

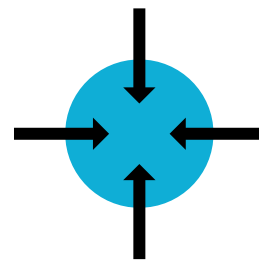


marketing

A.2.2 komunikace



koordinace



Orgán vnitřní komunikace, který řídí veškeré dění z pohledu jezera Milada a spojuje všechny aktéry celého procesu do společné diskuse.

slabé stránky

- nedostatečná odbornost vlastníka a správce jezera pro resocializaci, především v oblasti architektury, urbanismu, participace, grafiky nebo marketingu
- nejasné kompetence jednotlivých aktérů
- pasivní přístup obcí a v zásadě nefungující svazek obcí, který dlouhodobě nenaplnuje své proklamované cíle
- veliký počet i rozptýl účastníků řízení (od vlády po jednotlivce) – obtížné a zdlouhavé hledání shody v území
- absence orgánu hlavního koordinátora celé přeměny území
- nedostatečná finanční podpora proměny, nevyužívání dotačních programů

hrozby

- nevyřeší se, kdo řídí celý proces a kdo má jaké kompetence
- nebude možné dlouhodobě nalézt shodu všech účastníků procesu, proces proměny bude extrémně pomalý
- nepodaří se vytvořit dobrou vizi a dobře jí komunikovat
- nejasnosti v odpisu zásob uhlí, majetkových poměrech nebo získávání dotací budou významně brzdit celý proces
- nepodaří se do procesu vtáhnout hlavní aktéry a veřejnost a výsledky studie budou nerelevantní a neuznávané
- nenajde se způsob jak získávat dostatek financí pro proměnu
- nesprávné kroky v důsledku neznalosti problematiky nebo nezkušenosti s podobným procesem

silné stránky

- vůle PKÚ stát se leadrem ve fázi resocializace a tvorby vize i plánu (role hlavního koordinačního orgánu)
- většina plochy kolem jezera patří jednomu vlastníku (PKÚ)
- přenášení projektů na externí odborníky, kteří dokážou zajistit profesionální přístup k proměně, resocializaci a marketingu
- ochota spolků, jednotlivců a některých klíčových aktérů se do proměny aktivně zapojit
- podpora ze strany některých ministerstev nebo programu Re:start
- založení svazku obcí a existence referenta pro jezero Milada na magistrátu Ústí nad Labem

příležitosti

- zmenšení počtu účastníků, zjednodušení a zkrácení procesů vyjednávání
- vytvořit funkční hlavní koordinační orgán celého procesu, který má na starosti i marketing, akce i správu území (doplnění potřebných profesí do PKÚ)
- vytvoření odborné rady hlavního koordinátora, která bude sestavena z odborníků se zkušenostmi s podobnými procesy a tématy
- sehnat odborného garanta procesu, který bude v úzkém kontaktu s ředitelem koordinačního orgánu
- proměna PKÚ v podnik, který se zabývá rekultivacemi a resocializacemi – zajištění potřebných kompetencí na vládní i legislativní úrovni
- vytvoření kvalitního a participovaného zadání urbanisticko-krajinářské soutěže na jezero Milada
- jasné definování kompetencí jednotlivých subjektů v celém procesu
- vytvoření nejlepšího příkladu nastavení procesu i kvality zpracování pro ostatní podobné rekultivace v rámci ČR
- veškeré aktivity důsledně komunikovat s hlavními aktéry a veřejností, seznamovat je s plány a nechat je vyjadřovat v průběhu procesu

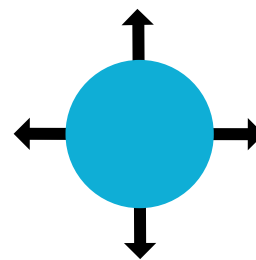
další kroky

- založit Orgán koordinátora jezera Milada – doplnit potřebné profese do PKÚ
- vytvořit Odbornou radu a pozici Garanta přeměny
- sestavit kvalitní zadání pro urbanisticko- krajinářskou soutěž
- komunikovat veřejnosti veškeré kroky kolem jezera Milada
- řešit další směřování PKÚ – další specializaci na resocializace



zdroj: Jan Kepič, www.apneaside.cz

marketing



Komunikace vně, namířená k veřejnosti i k politikům, která má za cíl udělat z jezera Milada téma, které každý zná a chce jezero navštívit.

slabé stránky

- pověst Palivového kombinátu Ústí, jako těžařské společnosti a nepoužitelnost pro současné potřeby
- špatná informovanost veřejnosti o budoucí jezerní krajině, přeměně Milady i aktuálním dění kolem jezera
- téma rekultivace a resocializace je pro veřejnost nové a je třeba ji dovzdělat, dělat osvětu
- neexistuje jednotná značka přeměny jezera Milada i celého Podkrušnohoří – nekomunikuje se sdílená vize a jednotný příběh
- neexistuje web a sociální síť přeměny, který by atraktivně a průběžně prezentoval celý proces a kulturní nebo sportovní akce
- komunikace k veřejnosti i politikům je roztržštěná do mnoha často nefungujících kanálů
- chybí označení jezera na dálnici a zařazení jezera do turistických letáků a publikací
- malá frekvence kulturních a sportovních akcí kolem jezera a jejich slabá a nekoordinovaná propagace
- informace o jezeře se dostávají jen do úzké skupiny lidí, která pak i jezero navštěvuje
- opadlo počáteční nadšení u veřejnosti z přeměny jezera

hrozby

- veřejnost se opět nadchne a zklame a vznikne velká nedůvěra k jakýmkoli dalším plánům či krokům
- nepodaří se změnit vnímání PKÚ jako těžařské společnosti, nebude možné změnit pravomoci podniku
- komunikace s veřejností bude nadále nedostatečná a veřejnost nebude jezero Milada využívat, nepodaří se jí přesvědčit o smyslu projektu
- kulturní akce se obsadí úzce zaměřenou skupinou lidí a budou tak odpuzovat ostatní sociálně-ekonomické a zájmové skupiny

silné stránky

- existující web a facebook jezera Milada
 - stávající kulturní a sportovní akce kolem jezera
 - existující web a nové logo PKÚ
 - zmínky o jezeře na webech okolních měst
 - pozitivní vztah veřejnosti k jezeru a stále trvající očekávání proměny a využití okolí jezera
-

příležitosti

- vytvořit a prezentovat vizi přeměny území jezera i jezerní krajiny – vytvořit atraktivní a jednoduchý příběh
- vytvoření silné značky přeměny Milady i přeměny jezerní krajiny v oboustranné provázanosti
- vytvoření svěží, rozpoznatelné a současné grafiky značky
- dotvoření účtů a stránek na googlemaps, wikipedii, tripadvisoru, seznam mapách, automobilových navigacích, aplikacích, fkuk.cz apod.
- vytvoření propagačních materiálů pro infocentra, plakátů, letáků, apod. (Ústí, Teplice, Praha, Drážďany..)
- vytvoření propagačních a upomínkových předmětů jezera Milada
- zařazení jezera na důležité seznamy turistických cílů, zajímavostí
- vytvoření webu přeměny jezera i jezerní krajiny, který bude atraktivně prezentovat přeměnu a společenské události
- přejmenovat zastávku Chabařovice, Hrbovice na Jezero Milada (případně i další)
- vyčlenit peníze v jednotlivých obcích na propagaci jezera
- založit sociální síť jezera i jezerní krajiny a vytvářet průběžně atraktivní obsah
- uspořádat populárně–naučné večery o přeměně jezera (např. Re–vize Ústí)
- zvýšit povědomí mezi odbornou veřejností a politiky – uspořádat konferenci na téma revitalizace a resocializace lomů a pozvat odborníky z Čech i zahraničí
- pojmenovávat místa v okolí, naučné stezky a cyklostezky
- vytvoření bohatého kulturního a sportovního programu na celý rok, který se stane tradiční
- rozšířit diverzitu akcí a tím zvětšit rozmanitost návštěvníků
- využít k propagaci jedinečností, které jezero Milada má (potápění, vítr, čistá voda, okolí, apod.)
- zapojit studenty vysokých škol (architektura, krajinářská architektura, grafický design) do marketingu a tvorby zásahů nebo vizí
- zlepšit marketing PKÚ

další kroky

- vytvořit značku a grafiku jezera Milada a jezerní krajiny
- vytvořit web a sociální sítě
- aktivně propagovat značku všemi směry
- vytvořit propagační předměty a informační tiskoviny
- vytvořit program společenských akcí kolem jezera
- uspořádat populárně-naučné večery
- uspořádat odbornou konferenci
- domluvit a připravit zadání pro studenty na vysokých školách





B

komunikační analýza



vývoj vztahu k území v čase

Schéma ukazuje jak se měnil v průběhu desetiletí vztah lidí k území dříve lomu, dnes jezera Milada. Po dramatické m vysídlování a těžbě přišla rekultivace. Ta nejdříve probíhala za zavřenými dveřmi, ale veřejnost už cítila pozitivní změnu. Po otevření jezera panovalo obecné nadšení z toho, co bude dál. V momentě, kdy zůstal potenciál nenaplněný, situace se ukázala jako komplikovaná (neodepsaly se zásoby uhlí), tak nadšení trochu opadlo. Svazek obcí neplnil svou funkci a do území se neinvestovalo.

Cílem schématu je ukázat, že s každým dalším zaváháním bude vztah k jezeru slábnout a lidé budou méně věřit skutečné proměně. Dnes jsme v situaci, kdy se našel leader projektu, který to myslí s přeměnou vážně (PKÚ pokračuje i nadále ve vůdčí pozici přeměny) a tak s přípravou značky, soutěže na území i dalších kroků nabírá druhý dech, kterého je nutné využít.

B.1 cíle

Čeho chceme v komunikaci s veřejností dosáhnout? Komunikační cíle udávají směr komunikace, jsou motivací pro veřejnost i pro zpracovatele.

● změna Podkrušnohoří

Přesvědčit lidi o tom, že Podkrušnohoří se mění a oni mají jedinečnou příležitost být u toho a ovlivnit to. Vzniká unikátní věc celorepublikové úrovně a ještě spojená s přírodou a krajinou!

● vzdělávat veřejnost

Zvýšit povědomí o utváření nové vize a možnostech proměny krajiny. Jak naložit s jezery? Jaká to má úskalí? Proč nemůžou zůstat všechna jezera přírodě? Co přeměna lidem přinese? S jezerní krajinou se otevírají nová témata, ve kterých se veřejnost nevyzná a musíme jí vzdělávat.

● Milada je naše!

Přijetí jezera za své ze strany veřejnosti. Milada je naše! Milada má smysl! Těšíme se co bude dál! Vytvořit pocit spoluodpovědnosti – spolky, odborníci i veřejnost se chtějí aktivně zapojit, vláda i obce projektu rozumí a věří a aktivně ho podporují.

● jezdíš na Miladu?

Vytvořit návyk navštěvování jezera a spolupodílení se na aktivitách. Vytvořit v lidech pozitivní zkušenost, kterou šíří mezi kamarády. A tu zkušenost dlouhodobě udržet.

● důvěra

Získat důvěru státu, obcí, odborné veřejnosti, klíčových aktérů i široké veřejnosti a udržet ji. Komunikovat otevřeně na všech frontách, kontinuálně pečovat o důvěru a vztahy.

● zapojení lidí

Navázat kontakt s veřejností a spolky a vytvořit podmínky pro jejich zapojení aktivit. Vytvořit efektivní způsob plánování programu a jeho organizace, produkce, koordinace. Každý musí cítit, že se může jednoduše zapojit a že z toho budou mít obě strany radost.

● kdo co dělá?

Ukázat, že PKÚ je leader procesu přeměny jezera. Mít jasno v tom kdo co dělá, držet proces pevně v rukách a informovat o tom lidi, aby věděli za kým jít. Komunikovat pozitivně, motivovat a nebýt moc tvrdý a vymezený. Zaručit, že koordinace funguje a každý ví co se kdy bude dít, co má dělat a co z toho bude mít.



B.2 cílové skupiny

Cílové skupiny komunikace a základní typy potencionálních návštěvníků jezera Milada, včetně jejich konkrétních problémů, chování v území a kanálů komunikace.

● **návštěvníci jezera**

- stávající návštěvníci jezera
- potenciální návštěvníci jezera, včetně zahraničních – viz osoby

● **související území**

- obyvatelé okolních obcí
- aktivní veřejnost (spolky, organizace, apod.)
- politická reprezentace okolních obcí a kraje
- úředníci příslušných odborů obcí i kraje

● **specifické skupiny**

- potenciální investoři a partneři proměny
- odborná veřejnost (republiková i studenti univerzity a lokální odborníci)
- vláda a Evropská unie
- média

● **vnitřní komunikace**

- zaměstnanci PKÚ a zaměstnanci spolupracujících subjektů

B.3 **persony**



pár padesátníků

z Ústí, kteří sem přijeli o víkendu

Rádi tráví čas v přírodě u vody, kde je zázemí. Ráno se nasnídají a vyrazí. Většinou autem, ale dnes autobusem, protože na Miladě zůstanou až do večera na večeru s živou hudbou. Ví, že si s sebou nemusí brát jídlo ani slunečnick, vše tu najdou.

Ona se jde projít kolem jezera. On si mezi tím čte pod půjčeným slunečnickem na pláži a pije pivo, které si koupil ve stánku. Dávají si oběd v místní restauraci. Navečer zůstávají na společenském večeru s živou hudbou, tančí a potkávají tu své známé. Spolu s mnoha dalšími odjíždí po setmění autobusem domů.

Jezdí sem už dnes?

Občas. Stěžují si na nedostatek stínu, chybějící veřejné záchody a nestabilně otevřené občerstvení. Uvítali by větší rozmanitost míst k pobytí, od přírodních soukromých klidných míst po kultivovanější živější části, kde by se něco dělo.

kanály komunikace

- vlastní zkušenost z místa:

Minule jsme počítali s tím, že se tam naobědváme, ale stánek byl zavřený. Ten bluesový večer, to musíme jít příště znova, Dášo! Je tam dobrý pivo za dobrou cenu.

- web jezera Milada – informace o zázemí, otevíracích dobách, akcích, apod.
- klasická média – reklama v rádiu, novinách, výlep programu ve městě, newsletter s programem a novinkami o dění na Miladě i plánech do budoucna
- facebook jezera Milada – informace o akcích, kulturním programu, apod.
- účast na akcích, kde se dozví i o plánech a dalších akcích – společenské večery, koncerty..

• frekvence návštěv

- v sezóně jednou týdně po práci – často o víkendech
- účast na tančírnách, divadlech, apod.



parta mládežníků

z Teplic, kteří tu tráví každou sobotu až do noci

Chtějí trávit čas společně na čerstvém vzduchu a užít si spoustu aktivit a zábavy.

KMiladě se sjíždí každou sobotu.

Rozloží deky, hrajou beach, sportují a popíjí.

Půjčují si z půjčovny pátky na ping-pong,

rakety na badminton. A když na to mají,

zkouší všechny vodní atrakce, co tu jsou.

Kupují si klobásy a pivo.

*Večer se převlíknou, holky stráví večnost na záchodech před zrcadlem líčením se. V průběhu celého dne hážou příspěvky na Instagram s hashtagy **#fun #LoveMilada #beach #BestPlace #MiladaJeKus #tochces***

Potom tančí a baví se na diskotéce.

Cítí se tu mnohem příjemněji než ve městě, kde je každý popotahuje kvůli rušení nočního klidu, cítí se tu svobodněji. Posledním

autobusem (speciální víkendový půlnocní spoj) jedou přiovilí zpátky domů.

Jezdí sem už dnes?

Ano, ale ne tolik, jak by mohli. Chybí tu sportovní zázemí, atrakce, stálé občerstvení a hlavně kulturní program pro mladé. Dopravní spojení ze zastávky Chabařovice, Hrbovická pokrývá i noční hodiny, ideálně by mělo navazovat na odjezdy MHD z centra Ústí.

kanály komunikace

- sociální sítě – Instagram, Facebook, Twitter
- bloggeři, influenceři, celebrity a jejich doporučení
- vlastní zkušenost z místa:

Milada to je největší pohoda a nejlepší akce! Tam nás nikdo nevyhání. Skvělý fotky, ne? Ten západ slunce, to chceš.

- akce na Miladě – zažít Miladu, festivaly; mají pocit, že tam nesmí chybět

frekvence návštěv

- od jara do podzimu pravidelně páteční večer nebo celá sobota
- účast na koncertech, festivalech a akcích pro mladé



matka na mateřské

tráví tu celý den s kamarádkou a dětmi

Hledá taková místa, kde se bude se svými dětmi cítit bezpečně a zároveň pro ně najde dostatečné vyžití. Zároveň chce trávit čas s dalšími lidmi a matkami, aby se doma nezbláznila. Ráno sbalí všechny věci pro sebe a své dítě na celý den, naloží kočárek a vyrazí MHD na Miladu. Dojede změsta na zastávku těsně u jezera a vystoupí z nízkopodlažního autobusu.

Celý den tráví spolu s kamarádkou, též ženou na mateřské, u velkého dětského hřiště. Je tu dostatek stínu a zázemí při dešti, hned vedle hřiště pítka, kde si může opláchnout ovoce a udržované veřejné záchody s přebalovacím pultem. Starší děti se prohání na odrážedlech a na kolech po dětském okruhu.

V otevřené kavárně hned vedle hřiště obědvá postarší pár a vedle nich sedí skupinka maminek, které bedlivě sledují své děti. Když se stane menší úraz, je tu lékárníčka nebo člověk, který dokáže pomoci. Je tu příjemně živo a matky se tu cítí bezpečně. Navečer je po práci přijede manžel vyzvednout autem. Dají si společně lehkou večeři a vyrazí domů.

Jezdí sem už dnes?

Minimálně. Kdyby tu byly podmínky, jezdila by určitě. Používané autobusy nejsou pro kočárky vhodné, zastávka MHD (Chabařovice, Hrbovice) je na frekventované silnici, přechod je zde nebezpečný a chybí chodník. Zastávka je poměrně daleko od jezera (1 km). U jezera chybí zázemí, není tu stín ani úkryt před deštěm. Nejsou tu veřejné záchody, zdroj pitné vody, není tu hřiště ani stabilní občerstvení. Povrchy nejsou vždy pro kočárky a malé děti ideální.

kanály komunikace

- pověst místa – sdílí zkušenost s kamarádkami a přes mateřské stránky
- vlastní zkušenost z místa:

Neměla jsem se jak dostat do autobusu. To hřiště bylo opravdu čisté.

- facebook jezera Milada – informace o zázemí, akcích pro děti, apod.
- účast na akcích – dětské dny, akce pro děti, blešák pro maminky..
- web jezera Milada – informace o zázemí, akcích pro děti, apod.

frekvence návštěv

- od jara do podzimu jednou až dvakrát týdně na celý den
- účast na akcích pro děti



babička

kterou sem vozí plavat

Plavání jí na rozdíl od chůze nedělá problémy. Venkovní koupání má raději než chlorovaný bazén a tak jezdí sem. Dcera ji ráno vyzvedne autem před domem. Ještě donedávna sem jezdila MHD. Zastávka už sice kousek od pláže ale dojít to už je pro ní dnes náročnější. Dcera se rozhodla na ni už raději dohlížet a pomoci jí dostat se až k vodě.

Dojedou autem úplně k břehu, kde ji dcera vyloží a jede zaparkovat. Babička se mezi tím převlékne v kabinkách na pláži. Do vody se dostává po schůdkách z mola, kamínky na pláži jsou pro ní nepohodlné. Dcera ji sleduje. Zatímco sedí u břehu, pije kávu, vyřizuje pracovní telefonáty a povídá si se slečnou, co uklízí na břehu. Když babička doplave, dají si společně čaj a zákusek v kavárně a jedou zpět.

Jezdí sem už dnes?

Ne, ačkoliv by ráda. K jezeru se nedostane, pěšky od parkoviště už nedojde. Současné podmínky jí znemožňují dostat se do vody. Po oblázcích na pláži chodit nedokáže, molo tu není.

kanály komunikace

- vlastní zkušenost z místa:

Od té doby, co se dá k Miladě zajet a co tam je to molo, tak tam jezdím každé úterý!

- informace z občasníku, který chodí do schránky – po tom, co se přihlásila k jeho odběru, je k dostání také na poliklinice, v čekárnách nebo v infocentru
- klasická média – noviny, zprávy v televizi, rádio, výlep ve městě
- od známých, od rodiny:

Majda tam už byla taky plavat. Minule jsme tam jeli společně.

frekvence návštěv

- od jara do podzimu jednou týdně na dvě hodiny



zahraniční turista

Němec, který sem přijel na dovolenou na kolo a výlety

Plánuje strávit dovolenou kus od domova, ideálně v Česku, protože je krásné a zároveň je tu levně. O Miladě se dozví z lifestyleového časopisu. Najde lokalitu v nabídce cestovní kanceláře. Detaily hledá na cizojazyčné verzi webu Milady. Přijede autem a ubytuje se v hotelu v blízkosti Milady. Každý den vyráží buď na kolo nebo na pěší výlety do okolí. Stravuje se v restauracích, využívá wellness programy a přilehlá sportoviště.

Navštěvuje také okolní obce a jejich památky. Každý večer hledá kulturní vyžití, ideálně v blízkosti hotelu. Očekává kompletní servis – od možnosti opravy kol a masáží po zajištění návštěvy ústeckého divadla.

Jezdí sem už dnes?

Téměř ne (vlastně ani neví, že jezero existuje). Chybí zde ubytovací zařízení, uspokojující potřeby člověka, který chce bydlet v přírodě a ne ve městě. Také zde není ani restaurace, ani sportoviště ani jiné volnočasové a kulturní vyžití.

kanály komunikace

- web Milady – cizojazyčná verze
- české i zahraniční cestovní kanceláře, Czech Tourism a další
- zprávy v zahraničních médiích – reklama v novinách, rádiu..
- cizojazyčné tiskoviny a mapy – v Praze, Drážďanech, na nádražích, v infocentrech..
- akce většího rozměru – např. hudební festival, olympiáda ve specifickém sportu, vodní show, kulturní týden..

frekvence návštěv

- jednou až dvakrát za sezónu na několik dní
- na speciální větší akce



sportovec

cyklista, běžec či potápěč; přijede po práci nebo o víkendu na celý den

Každý sport vyžaduje jiné podmínky. Cyklista přijede po práci nebo o víkendu s kamarády. Stačí mu občerstvení a náradí na opravu kol. Běžec přijede autem, oběhne jezero, případně se občerství a odjíždí.

Náročnější sporty vyžadující větší a těžší vybavení (kiter, surfař, potápěč) potřebuje přijet až k jezeru, protože velké vybavení neodnese na zádech. Majitel loďky nebo plachetnice potřebuje přístaviště. Pro všechny je společné, že potřebují zázemí, občerstvení, nějaké doplňkové aktivity nebo příležitostné ubytování.

Jezdí sem už dnes?

Ano, pokud je tu zázemí a podmínky. V současnosti je to jedna z nejpočetnějších skupin, které sem jezdí a která tvoří tvář současné Milady. Každý sport má specifické nároky na zázemí a podmínky, které jsou spolu s dostupností lokality jedním z hlavních kritérií, kterými se tato skupina řídí. Je třeba mít na vědomí, že ačkoliv je skupina sportovců někdy poměrně malá, jde často o specifické sportovní aktivity, které jsou atrakcí pro další návštěvníky.

kanály komunikace

- vlastní zkušenost z místa
- doporučení přátel a lidí ze sportovní komunity – též jejich weby a skupiny na Facebooku
- sociální sítě – Instagram, Facebook, Twitter
- sportovní akce na Miladě – od rekreačních až po olympiádu nebo soutěž ve specifickém sportu

frekvence návštěv

- dle počasí a sezóny daného sportu



rodina na dovolené

kteřá přijela na týdenní dovolenou z jiného českého města

Pražská rodina se dvěma dětmi hledá místo pro strávení týdne dovolené. Hledají takové místo, které bude pestré na aktivitu. Podle počasí se rozhodnou, zda stráví víc času na kole a na výletech nebo koupáním. Přijedou autem, ubytují se v pronajaté chatce s možností vlastního vaření. Na večere dochází do restaurace u jezera. Dny tráví rozličnými aktivitami a jsou vděční za víkendovou akci pro děti. Pravidelně využívají půjčovnu sportovního náčiní. Také zaplatí dětem kurz potápění. Rodiče si jeden večer zajdou na wellness a na hudební večer. Často využívají mapu turistických cílů a zajímavostí v okolí i orientační systém.

Jezdí sem už dnes?

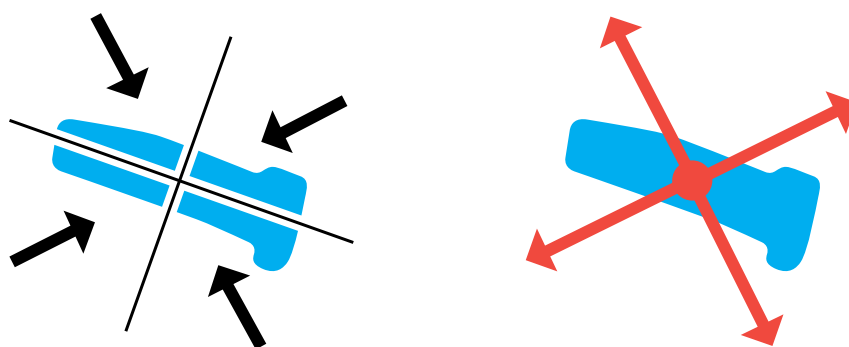
Téměř ne. V místě není žádná možnost ubytování a není zde zázemí ani pro celodenní pobyt. Možnost sportovního, kulturního a společenského vyžití tu dnes téměř není. Na občasně akce není možné spoléhat.

kanály komunikace

- reklama v rádiu, časopise, novinách či na Facebooku
- web Milady – zde zjišťují možnosti ubytování a zázemí, cyklo a pěších výletů, zajímavostí v okolí atd.
- sociální sítě – Instagram, Facebook, Twitter
- doporučení přátel
- osobní zkušenost – návyk jezdit sem pravidelně

frekvence návštěv

- jednou za sezónu na týden



koordinace z pohledu jezera Milada

Pokud chceme zvládnout koordinaci a vytvořit fungující přírodní a rekreační oblast, pak musí dojít k mentálnímu přenastavení uvažování o jezeru. Každá obec, každý jednotlivec, všechny subjekty, chtějí u jezera dělat něco jiného, mají jiné možnosti a jiné představy. Pokud by se rozvoj nekoordinoval, pak to skončí chaotickým zabydlením okolí jezera, které nebude působit jednotně, může se v některých službách duplikovat a nebude efektivní.

Cílem je podívat se na okolí jezera ne z pohledu okolních obcí a zájemníků, ale z pohledu jezera. Hlavní koordinační orgán jezera Milada (PKÚ) bude sloužit pro vytváření vize, strategií, jak vizi realizovat a jako koordinátor všech zmíněných subjektů v území. Jedině tak, může vzniknout celistvé řešení, které uchopí problém komplexně a nebude hájit jednotlivé zájmy. Takovým způsobem je nutné i celou věc komunikovat k veřejnosti, obcím i vládě.

C

další kroky

C.1 další kroky

Zásadní body, vyplývající z analýzy a komunikační strategie, které by bylo vhodné řešit prioritně.

1 redukce chráněného ložiskového území

- zredukovat CHLÚ, aby se pohodlněji naplňoval rekreační potenciál okolí jezera
- současná situace způsobuje nedůvěru ve stát a celý proces: *Proč jste napustili jezero, když tam chcete ještě těžit?*
- vysvětlovat obcím a veřejnosti, že na CHLÚ je možné s povolením stavět a že lze do budoucna redukovat
- komunikovat na vládní úrovni s jasným plánem a podložené veřejným zájmem – koordinujeme aktéry a obce, připravujeme soutěžní workshop, mezinárodní konference, veřejné přednášky diskuze o jezeře Milada...

2 orgán koordinátora jezera Milada

- hlavní nositel a leader procesu proměny
- koordinátor řídí celý proces přeměny, stará se o zajištění marketingu a komunikuje se všemi aktéry
- orgán principiálně sestává z Ředitele a úředníků (ti mají na starosti koordinaci, komunikaci, marketing, finance, údržbu, plánování..)
- ředitel má na pomoc Garanta přeměny, který má zkušenosti z podobného procesu odjinud a Odbornou radu – multioborovou skupinu, která se příležitostně schází
- orgán pravidelně komunikuje na různých platformách s hlavními aktéry území (zástupci obcí a kraje, PKÚ, stát, investoři, spolky, zástupci veřejnosti, orgány státní správy, apod.)
- v současné době se jeví jako nejlepší variantou koordinačního orgánu PKÚ s doplněnou organizační strukturou o důležité specialisty (komunikace, participace, marketing, grafika, architektura a krajinářská, územní plánování, apod.)

3

zadání pro urbanisticko-krajinářskou soutěž

- s pomocí odborníků vydefinovat nejlepší formu soutěže či soutěžního dialogu – takovou formu, která bude co nejefektivněji vyhovovat požadavkům, aktuálním možnostem a následným krokům v území (např. soutěžní workshop)
 - nechat vytvořit kvalitní zadání pro soutěž, které projde i projednáváním s veřejností, s politiky okolních obcí a kraje, spolky a dalšími hlavními aktéry území.
 - zadání shrnuje informace o historii, technických omezeních, obsahuje veškeré potřebné podklady pro projektování a především zpracovanou představu o tom, co by se s územím mělo v budoucnu stát – **čím lepší zadání, tím lepší výsledky**
 - zadání by mělo obsahovat požadavky na fázování procesu proměny, navržené majetkoprávní úpravy a řešení správy a údržby území
- následně zorganizovat Urbanisticko-krajinářskou soutěž, která povede ke Studii a následně k Integrované strategii tak, aby se stihlo požádat o dotace

4

značka přeměny

- komunikační značka, její grafika, emoce, barevnost a způsob komunikace jsou hlavním předmětem komunikace a marketingu celé přeměny
 - vše musí fungovat na úrovni celé přeměny Podkrušnohoří a musí to být přístupné a srozumitelné pro co nejširší publikum, aby byl dosah projektu co největší
- následně vytvořit web, sociální sítě, propagační předměty a tiskoviny
- vytvářet kulturní akce a propagovat pravidelně jejich program

5

marketingový plán

- plán stanoví na jaké cílové skupiny se zaměřit, jakými kanály především komunikovat a jakým způsobem komunikovat (tonalita, frekvence, obsah, apod.)
- plán se bude dělat třeba na období jednoho roku a následně upravovat podle aktuálních tendencí a zpětné vazby
- plán může být vytvořen externě, nebo novým zaměstnancem PKÚ, který bude mít odpovídající odbornost, a který bude plán následně naplňovat

6

Konference: Jezerní krajina jako nové nádechy pro bývalé lomy

- uspořádat mezinárodní odbornou konferenci, která přitáhne pozornost k tématu jezera a celé jezerní krajiny, informuje odbornou veřejnost a zároveň získá důležité informace a reference z jiných míst, kde podobné procesy již proběhly
- poznatky z konference poslouží jako dílčí podklad pro vytváření zadání urbanisticko-krajinářské soutěže a též jako inspirace a reference pro koordinaci a vedení celého projektu přeměny
- z konference bude vytvořen videozáznam a brožura shrnující důležité informace

7

Manuál prvků a údržby

- dokument, který má zamezit náhodnému umístování prvků rozličného designu i materiálu – jezero Milada má působit celistvě, jako jedna nová krajina
- teď je na to nejlepší čas, jinak se okolí jezera zaplní nánosy mobiliáře, cedulek, reklam, budek a tyčí
- manuál bude řešit informační a orientační systém, umístování reklamy, mobiliář a drobnou architekturu, osvětlení, povrchy a materiály, principy údržby a oprav, a zajistí koordinovanost následných investic

8

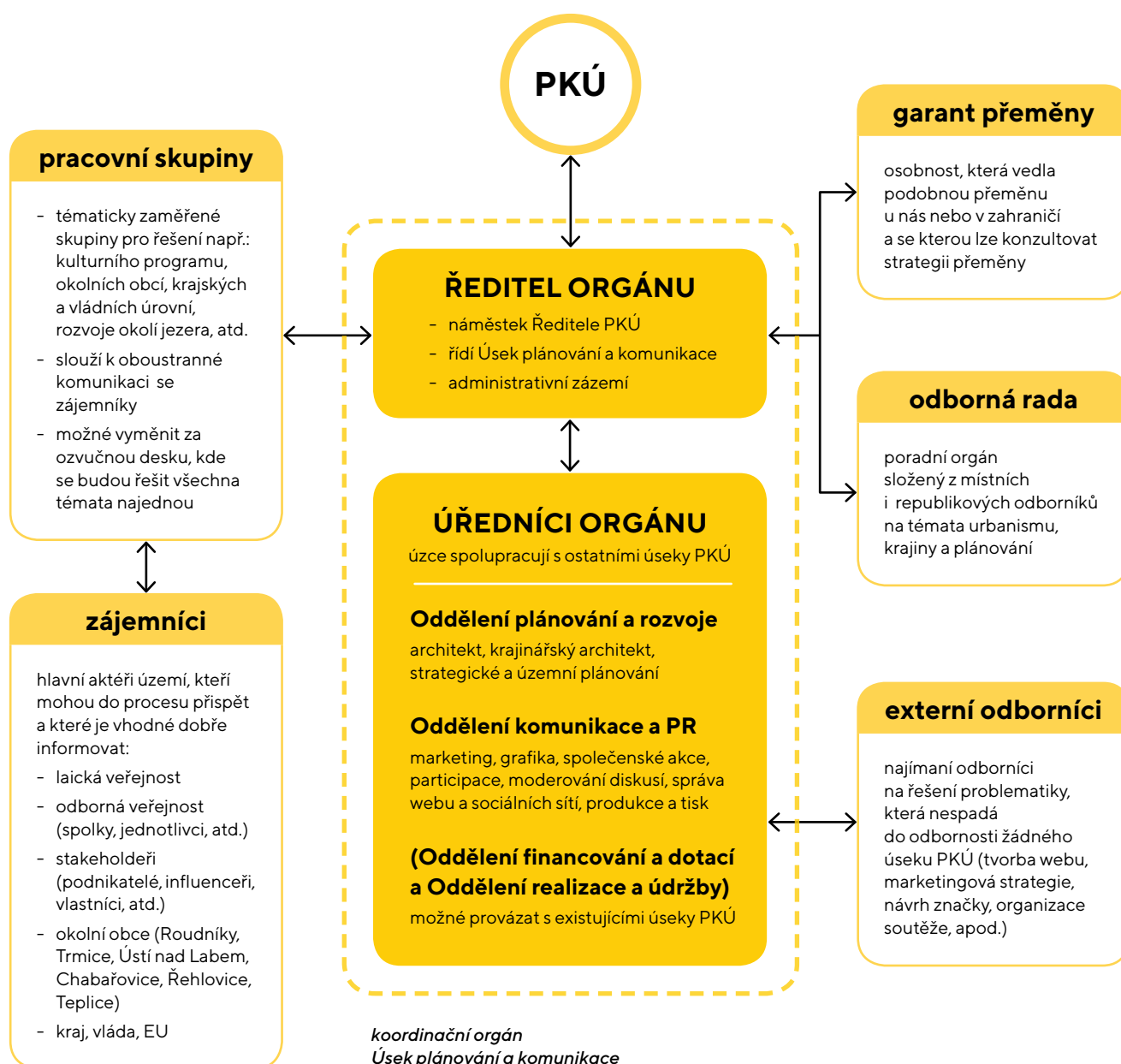
Studie dočasného využití

- plán, řešící zásahy a dočasné využití kolem jezera, který stanoví, kde má být zázemí, napojení, mobiliář, jak se tu orientovat nebo jak bude vypadat dětské hřiště
- cílem je vyplnit několikaletou mezeru mezi současností a prvními realizacemi po dokončení urbanisticko-krajinářské studie – jezero musí fungovat v každém okamžiku
 - ▶ následně vybudovat základní infrastrukturu (napojení na síť, zastávky MHD, cyklostezky, chodníky od zastávek, rekreační zázemí, dětské hřiště, apod.)
 - ▶ zorganizovat studentský workshop na návrh a realizaci vybraných prvků pod vedením odborníků a domluvit studentská zadání na vysokých školách

C.2 koordinační orgán

Koordinační orgán sestává z Ředitele a Úředníků v několika Odděleních, na které je navázána Odborná rada a Garant přeměny a skrze Pracovní skupiny i všichni hlavní aktéři území – Zájemníci. Je vhodné vytvořit v rámci PKÚ nový Úsek plánování a komunikace, který bude fungovat spolu se zbytkem PKÚ jako Hlavní koordinační orgán jezera Milada. Případně je možné, aby koordinační orgán byl součástí *Úseku kanceláře ředitele podniku nebo Úseku náměstka ředitele pro provoz*.

Doporučení založení nového Úseku vychází z předpokladu, že s postupným přerodem PKÚ v podnik, který se stará o rekultivované plochy, bude potřeba současných Úseků pravděpodobně klesat, ale na druhé straně se budou navyšovat nároky na plánování a komunikaci (např. při rekultivacích a otevírání dalších jezer nebo při komunikaci jezerní krajiny Podkrušnohoří). Dnes je tedy možné začít s 3-5 úředníky Úseku plánování a komunikace a částečnými externími službami a postupně navyšovat dle aktuální potřeby.







Autorský tým

ateliér • **tečka**

Ing. arch. Jitka Žambochová

Ing. arch. Luboš Klabík

Ing. arch. Tomáš Klapka

