

Znojmo viděno divno

Reklama na vozech hromadné dopravy se používá všude ve světě. Ani Znojmo není výjimkou. Všechny zainteresované subjekty mají na tomto svůj zájem. Pro výrobce reklamy je to byznys. Stejně jako pro poskytovatele reklamních ploch (exkluzivní právo na roky 2010 – 2022 získala agentura Kofroň Production & Advertising). O inzerenty není nouze, neboť vozy MAD jsou ideální plochou pro umístění reklamy, oslovují široký okruh lidí pohybujících se v prostorách města. Polepeného vozu si všimne nejenom přímý účastník hromadné dopravy, ale zaznamená ho i okolo jdoucí člověk či posádka projíždějícího vozu. Také městské pokladně přináší autobusová reklama peníze. (Poznámka: smlouva s agenturou, která byla nastavena na cca půl milionu ročně, není plněna, v současné době je dodatky upravována, ale to nyní ponechme stranou. Stejně jako divnost, že firma Psota jako provozovatel MAD není na reklamním řetězci nijak zainteresována, přestože se reklama realizuje na jejím majetku).

V této chvíli mě zajímá jiná věc – jak se jeví tato reklama subjektu zvanému znojmský občan. Pokud mohu mluvit za sebe, tak když jsem vně autobusu, reklama mi nevadí, aspoň si počtu a pokochám reklamními nápady, kvalitou materiálů a tisku reklamních motivů, pestrou barevností. Pokud se vezu, tak vadí, neboť vidím divně či nevidím vůbec. To v případě, že na vozidle je umístěna místo pásové reklamy nebo polepu jen určité části vozidla (bok, zadní část atd.) celoplošná reklama, celopolep (polep včetně oken). Ten způsobuje, že si uvnitř připadáte jako v bunkru (tak se vyslovila onehdy jedna starší paní, spolucestující). Přes perforovanou fólii, byť sebekvalitnější, vidíte rozmazaně, zastřené, dírkovaně. Nebo vám okenní grafika přivodí jiný problém: vidíte, ale nejste viděn (mávejte známému, on nereaguje a vy se stresujete, proč je na vás našťvaný). Velká škoda, že je znemožněno z některých autobusů při průjezdu městem pozorovat a vnímat jeho krásu, změny, pulzující život.

Snad se mnou budou občané jezdící znojmskou MAD souhlasit. Nemáme nic proti sloganům Znojmo viděno dvojmo (zvláště při vracení se z vinného sklípku), Znojmo viděno trojmo (při zhlédnutí filmu v 3D rozlišení). Nechceme však realizaci sloganu Znojmo viděno divno, eventuálně neviděno vůbec. Proto prosíme o normální výhled ze všech autobusů MAD. V případě nevyslyšení prosby navrhuji občanům žádat nějakou kompenzaci, například „voňavé“ autobusy (speciální zásobníky zabudované v autobuse roznášejí ventilací různé aromatické vůně, funguje v Plzni, v Pardubicích, zkouší se v Praze). Ať zainteresované subjekty zváží, co bude pro ně lepší: nižší výdělky z reklamy nebo vyšší náklady (provonění jednoho autobusu stojí zhruba 25 tisíc korun ročně).