



GMINA  
TRZEBNICA

# RAPORT Z BADANIA WIZERUNKU TRZEBNICY

SIERPIEŃ 2011

## **Wstęp**

Niniejszy raport przedstawia w sposób ilościowy i jakościowy wyniki ankiety, przeprowadzonej na przełomie kwietnia, maja i czerwca 2011 roku, poświęconej wizerunkowi Trzebnicy wśród jej mieszkańców.

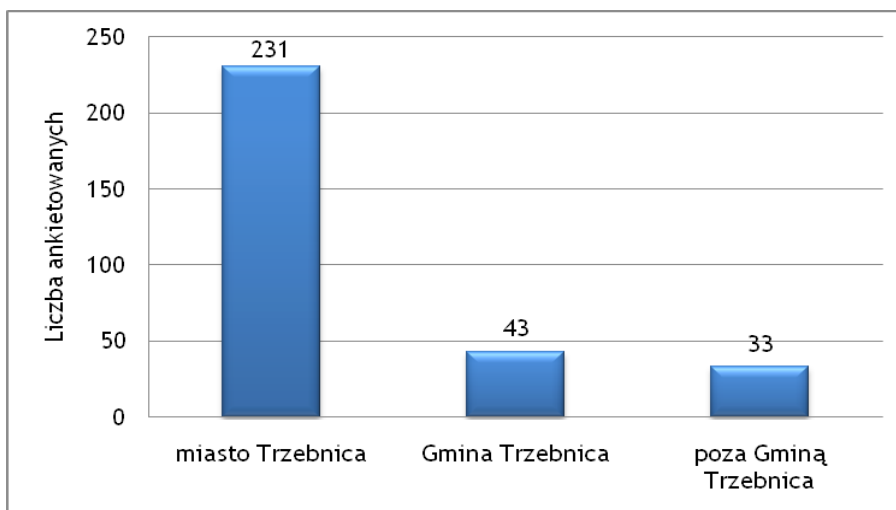
Wizerunek miasta można zdefiniować jako sumę wierzeń, idei i wyobrażeń, jakie dana osoba ma w stosunku do miejsca (Kotler, Barich, 1991), jest zatem odzwierciedleniem postrzegania rzeczywistości przez jednostkę - jest zbiorem subiektywnych odczuć, opinii oraz związków zachodzących pomiędzy tymi elementami, powstałymi w wyniku napływu informacji z różnych źródeł (i tak właśnie jest on rozumiany na potrzeby tego raportu). Z pojęciem wizerunku miasta wiąże się zagadnienie marki, które można wyjaśnić, jako nazwę, termin, symbol, wzór lub ich kombinację, stworzoną w celu identyfikacji dóbr lub usług „sprzedawcy” albo ich grupy w celu wyróżnienia ich spośród konkurencji (American Marketing Association). Marka miasta może kreować pewnego rodzaju lojalność mieszkańców, inwestorów czy turystów. Jest połączeniem produktu, usługi oraz emocji, a więc funkcjonalności i wartości.

Celem przeprowadzonego badania była próba poznania spojrzenia na naszą małą ojczyznę oczami osób w niej żyjących. Zaznajomienie się z opinią trzebniczian o ich mieście jest niezbędne m.in. dla planowania strategii rozwoju Trzebnicy, sposobu promocji, przeprowadzania kolejnych zmian. Ponadto wizerunek wewnętrzny, czyli to, jak sami siebie postrzegamy, przekłada się na wizerunek zewnętrzny, czyli jak widzą nas inni. Niezwykle ważne jest, aby mieszkańcy byli zadowoleni i dumni z Trzebnicy, gdyż będąc ambasadorami swojego miasta, stają się jego najlepszą i najskuteczniejszą formą promocji.

## **Wyniki badań**

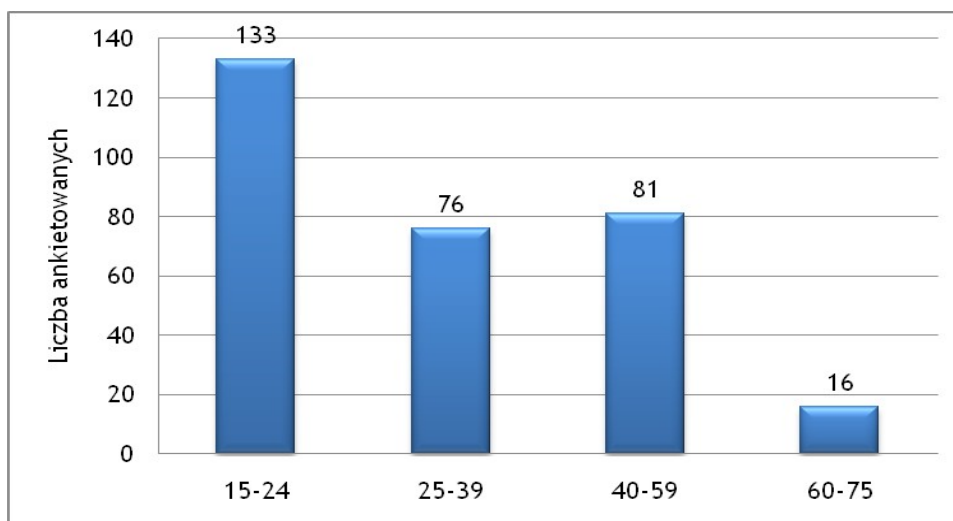
Anonimowa ankieta zawierała cztery pytania zamknięte oraz dziewięć otwartych, opartych o skojarzenia badanych, opinie, poglądy, a także emocje. W ankiecie wzięło udział 310 osób, przy czym należy pamiętać, że nie każdy udzielił odpowiedzi na wszystkie pytania, a także, że w większości z nich można było podać kilka skojarzeń, dlatego też suma odpowiedzi dla poszczególnych zagadnień nie jest taka sama.

W przypadku pytań otwartych, ze względu na duże rozproszenie i różnorodność podawanych odpowiedzi, prezentowane są w niniejszym raporcie wyniki, które uzyskały około dziesięciu wskazań przez ankietowanych. Ze względu na przejrzystość oraz miarodajną prezentację wyników, większość wykresów przedstawia rozkład procentowy rezultatów w stosunku do liczby osób, które udzieliły odpowiedzi na zadane pytanie.



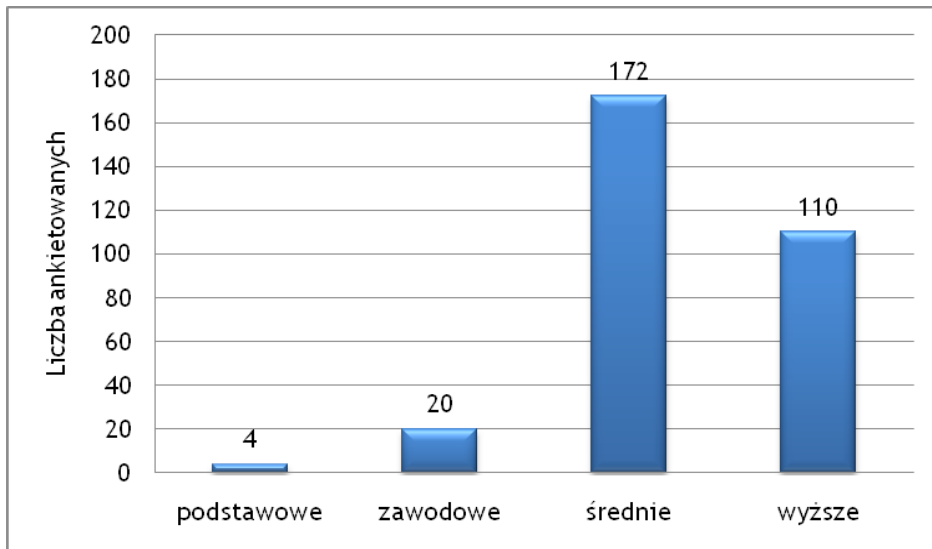
Wykres 1. Podział ankietowanych pod względem miejsca zamieszkania.

W badaniach uczestniczyło 231 mieszkańców Trzebnicy (co stanowi 75% wszystkich ankietowanych), 43 mieszkańców Gminy Trzebnica (14%) oraz 33 osoby spoza terenów gminy (11%). Mieszkańcy miasta oraz gminy stanowią więc niemal 90% badanych. Liczba osób, które wzięły udział w badaniach, a nie mieszkają na terenie Gminy Trzebnica, jest zbyt mała, by na podstawie ich odpowiedzi można było wyciągnąć wiążące wnioski odnośnie opinii otoczenia o Trzebnicy.



Wykres 2. Podział ankietowanych pod względem wieku.

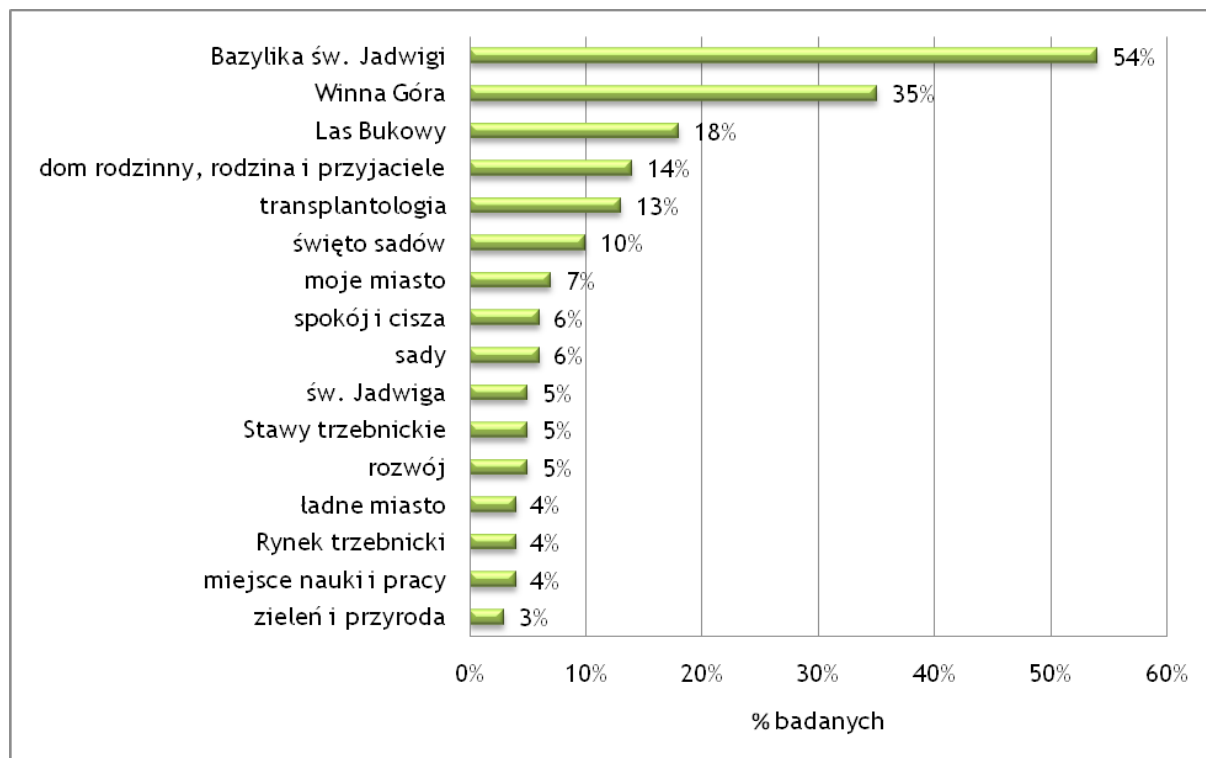
Kobiety (203) stanowiły 65% ankietowanych, tym samym mężczyźni - 35% (107). W przedziale wiekowym 15-24 lat zankietowano 133 osoby, co stanowi 43% wszystkich osób biorących udział w badaniach, w przedziale 25-39 lat 76 osób, czyli 25%, natomiast 81 osób w wieku 40-59, co daje 27%, a także 16 osób z przedziału 60-75, czyli 5%. Występuje więc znaczna przewaga kobiet nad mężczyznami w przeprowadzonych badaniach oraz wyraźna większość osób w wieku 15-24.



Wykres 3. Podział ankietowanych pod względem wykształcenia.

Najwięcej ankietowanych posiadało średnie wykształcenie - 172, co daje 56% wszystkich badanych, następnie wykształcenie wyższe - 110 osób, czyli 35%, zawodowe - 20 osób, 7% oraz podstawowe - 4 osoby, 2%. Wyniki te są w oczywisty sposób powiązane z podziałem wiekowym badanych.

## Pytanie 1: Co przychodzi Pani/Panu na myśl słysząc „Trzebnica”?



Wykres 4. Co przychodzi Pani/Panu na myśl słysząc „Trzebnica”?

Na to pytanie padło aż 810 odpowiedzi, z czego najczęściej powtarzającą się była - Bazylika św. Jadwigi, którą wskazało aż 54% ankietowanych. Z kolei św. Jadwigę podało zaledwie 5% ankietowanych. Warto dodać, że Henryka Brodatego wymieniło jeszcze mniej ankietowanych - 2 osoby (niecały 1% badanych).

Co ciekawe, niewiele mniej wskazań od najstynniejszego zabytku w Trzebnicy uzyskała Winna Góra - aż 35% badanych, którzy wśród skojarzeń wymienili potocznie zwanego Kociaka. Połączenie tych dwóch najczęściej podawanych przez mieszkańców odpowiedzi może wynikać zarówno z rzeczywistej bliskości Bazyliki i Winnej Góry - typowej panoramy miasta, jak również konsekwentnie używanego logo Trzebnicy, symbolicznie zawierającego także te dwa obiekty. Połowę razy mniej niż trzebnickie wzgórze ankietowani wymieniali Las Bukowy - 18% badanych, co wynika zapewne z uzdrowskiej roli jaką kiedyś pełnił oraz ostatnio w nim przeprowadzonych prac rewitalizacyjnych, przywracających dawny blask. Podobnie w przypadku trzebnickich stawów, które zostały wskazane przez 5% ankietowanych. Zmodernizowany Rynek zdobył głosy 4% ankietowanych.

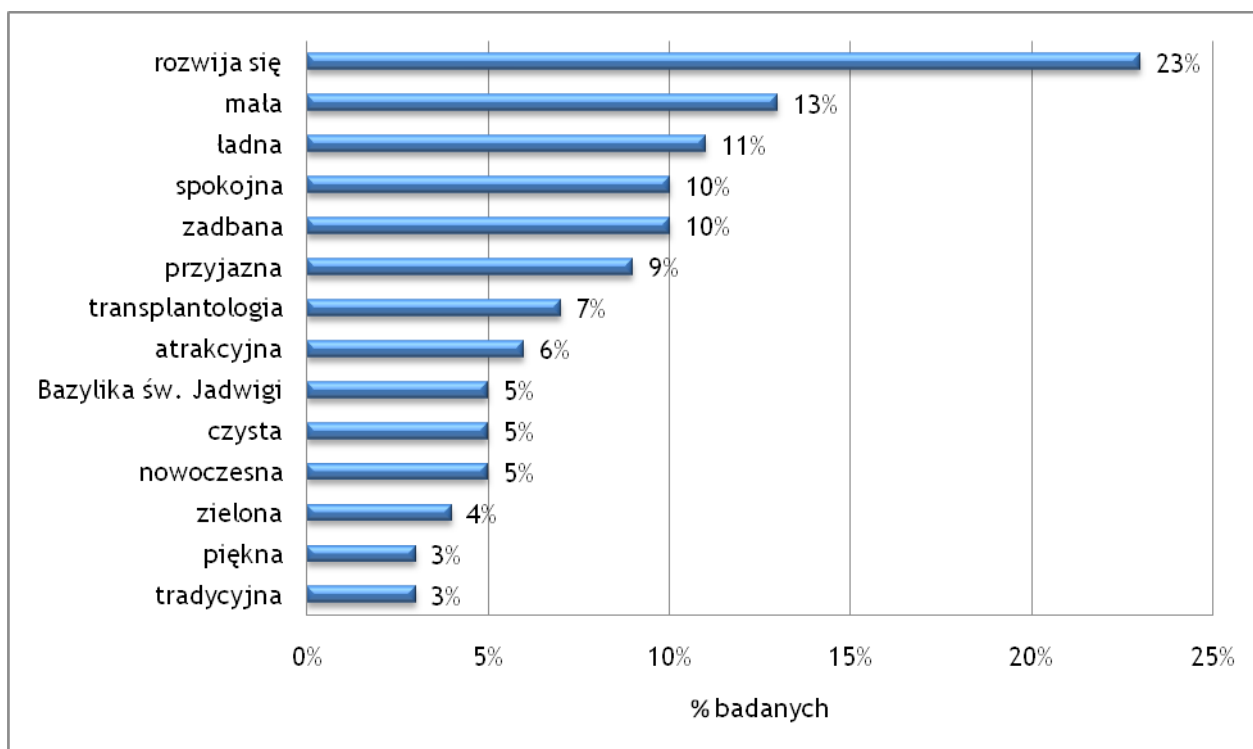
Aż 14% ankietowanych skojarzyło Trzebnicę z rodziną, domem i przyjaciółmi, a tylko 4% badanych z pracą i nauką. Niewiele mniej, 13% badanych, z transplantologią i Szpitalem im. św. Jadwigi w Trzebnicy. Największa trzebnicka impreza - Święto Sadów zostało wymienione przez

10% ankietowanych, natomiast sady przez 6% badanych.

Jednym ze skojarzeń z Trzebnicą w przypadku 7% wszystkich ankietowanych było określenie „moje miasto”. To niezwykle pozytywne w wydźwięku określenie i odczucie wobec Trzebnicy jest bardzo ważne w kontekście budowania lokalnej tożsamości i patriotyzmu. Kolejne 6% badanych doceniło spokój i ciszę panujące w mieście, natomiast zieleni i przyrodę 3% ankietowanych. Na dynamiczny i zauważalny na przestrzeni ostatnich lat rozwój uwagę zwróciło 5% ankietowanych, dodatkowo 4% ankietowanych określiło Trzebnicę, jako ładne miasto.

Odpowiadając na to pytanie ankietowani najczęściej wymieniali skojarzenia dotyczące miejsc - Bazylikę św. Jadwigi, Rynek, Las Bukowy i stawy, Winną Górę czy Szpital im. św. Jadwigi i wydarzeń - Święto Sadów, Bieg Sylwestrowy, ale podawali także różnego rodzaju określenia, które można podzielić na nacechowane pozytywnie i negatywnie. Tych pierwszych użyto 63 razy (np. ciekawa, czysta, miła atmosfera, nowoczesna, itd.) natomiast drugich tylko 10 (np. czasami nudna, martwa wieczorami, brak rozrywki, plotki). Wynik ten bardzo dobrze świadczy o Trzebnicy, skoro wśród pierwszych skojarzeń ponad 300 osób pojawia się tak niewiele określeń negatywnych.

## Pytanie 2: Jak według Pani/Pana widzą Trzebnicę mieszkańcy innych miast?



Wykres 5. Jak według Pani/Pana widzą Trzebnicę mieszkańcy innych miast?

Odpowiedzi ankietowanych na to pytanie mogły być uwarunkowane wieloma czynnikami, wynikającymi głównie z ich obserwacji, własnych odczuć oraz rozmów z mieszkańcami innych miast. Niezwykle ważną więc jest satysfakcjonująca dla Trzebnicy relacja opinii o charakterze pozytywnym (cicha, ciekawa, dynamiczna, gościnna, schludna, urokliwa) - 375 do określeń o wydźwięku negatywnym (zwyčajna, tłoczna, szara, nudna, brudna) - 69, spośród 675 wszystkich udzielonych na to pytanie odpowiedzi. Ponadto zdania nieprzychylne były bardziej rozproszone, nie uzyskując w żadnym przypadku przynajmniej 10 podobnych wskazań.

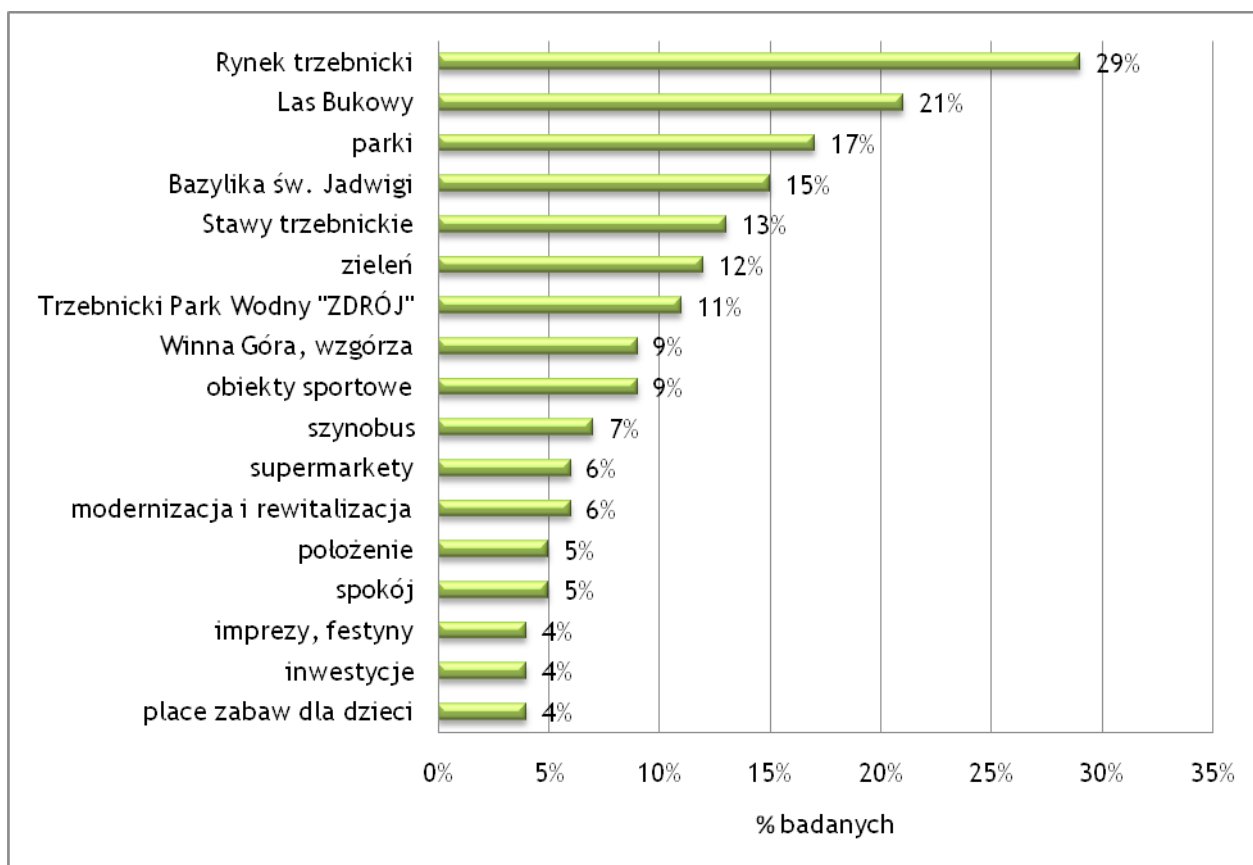
Określenie Trzebnicy jako rozwijającej się, było najczęściej powijającą się odpowiedzią, której udzieliło 23% ankietowanych. Kolejne przypisywane Trzebnicy określenia, to: mała - 13% ankietowanych, ładna - 11% badanych, spokojna - 11% ankietowanych, zadbana - 10% badanych, przyjazna - 9% ankietowanych, atrakcyjna - 6% badanych, czysta - 5% ankietowanych, zielona - 4% badanych i piękna - 3% ankietowanych. Jak już zostało podkreślone, są to pozytywne i pochlebne dla Trzebnicy określenia.

Warto zaznaczyć, że Bazylika św. Jadwigi, która została w pierwszym pytaniu wymieniona najwięcej razy (przez 54% badanych), teraz uzyskała głosy tylko 5% ankietowanych. To ciekawe, że o ile sami mieszkańcy silnie utożsamiają Trzebnicę z Bazyliką, to już w ich opinii osoby nie mieszkające w tym mieście zwracają uwagę na inne jego cechy. Podobnie kształtują się wyniki dla skojarzenia Trzebnicy z sukcesami oddziału transplantologii - w pytaniu pierwszym uzyskując

13% głosów wszystkich badanych, w drugim natomiast ponad połowę mniej - 7% ankietowanych. W tym przypadku można było spodziewać się odwrotnej tendencji - skoro Trzebnica jest pokazywana w mediach ogólnopolskich w związku z osiągnięciami z dziedziny chirurgii, to w przekonaniu trzebniczian z tym powinna być przez mieszkańców innych miast kojarzona. Być może jednak częstotliwość takich wydarzeń medialnych jest za mała.



### Pytanie 3: Co się Pani/Panu podoba w Trzebnicy?



Wykres 6. Co się Pani/Panu podoba w Trzebnicy?

W zdecydowanej większości ankietowani podawali konkretne miejsca Trzebnicy, ale także pewne wydarzenia oraz odczucia i określenia. Trzebnicki Rynek osiągnął poparcie aż 29% ankietowanych. Wysoki rezultat świadczy o zasadności modernizacji płyty Rynku oraz coraz częstszych spacerach i spędzania tam wolnego czasu przez mieszkańców Trzebnicy. Do pozytywnego postrzegania tego miejsca mogły także przyczynić się imprezy kulturalne, jak Dzień Dziecka, Sylwester czy powrót Święta Sadów na Rynek.

Las Bukowy uzyskał głosy 21% ankietowanych, gdyby jednak zsumować je z wynikiem stawów trzebnickich - 13% ankietowanych, to tereny byłego uzdrowiska uplasowałyby się na pierwszym miejscu. Wydaje się więc, że trzebniczanie doceniają i popierają działania rewitalizacyjne i modernizacyjne przeprowadzane w mieście (które otrzymały głosy aż 6% ankietowanych) oraz liczne inwestycje (4% badanych). Podziwiana jest także przyroda, gdyż kolejne odpowiedzi zyskały równie wysokie wyniki - 17% ankietowanych wskazało na parki (w tym Park „Solidarności”), a 12% badanych na zielen.

Na Bazylikę św. Jadwigi głos oddało 15% badanych. Można ten wynik interpretować w różny sposób - zarówno jako silne poczucie przywiązania mieszkańców do miejsca kultu religijnego, jak również postrzegania jej jako największą atrakcję turystyczną, mogącą

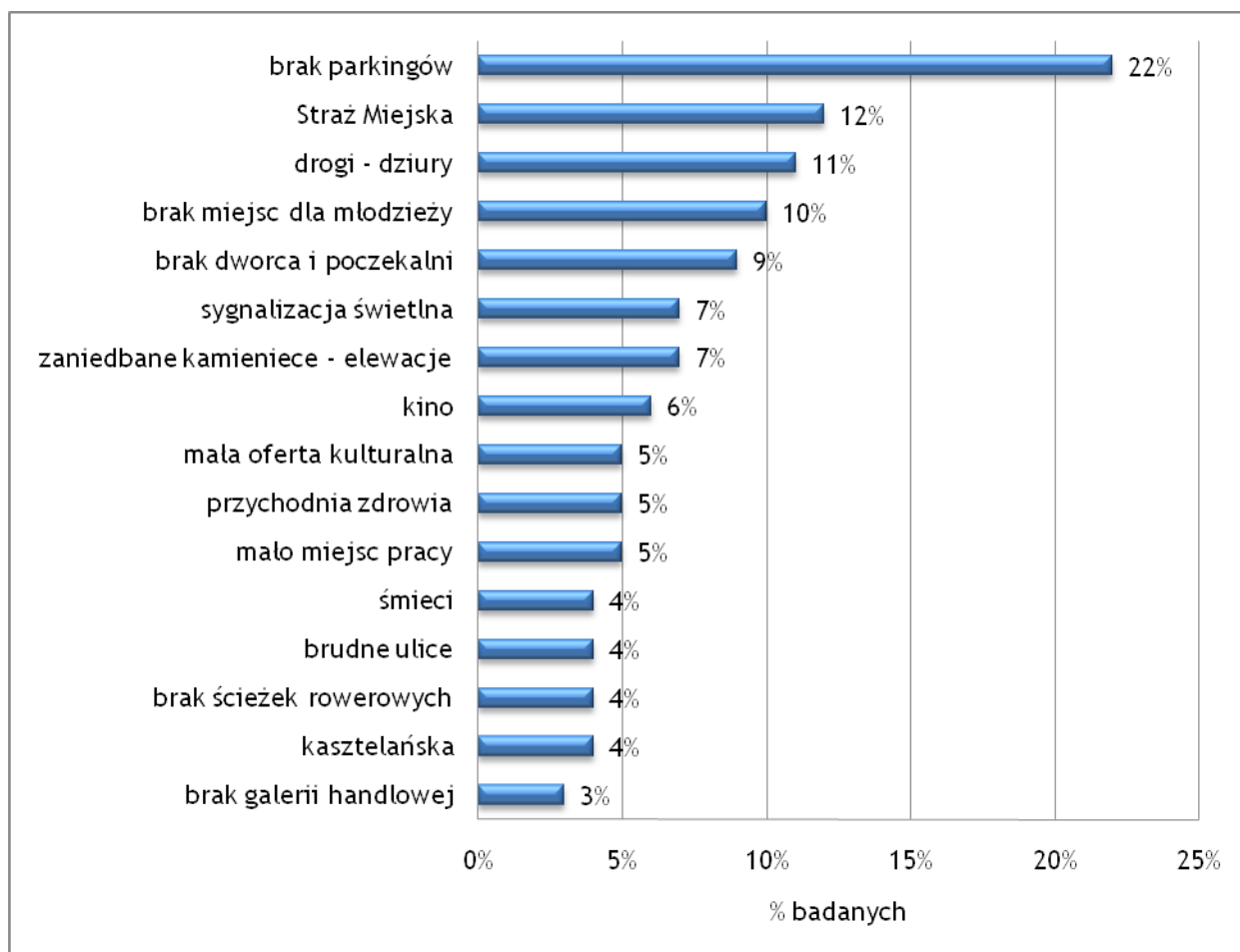
przyciągnąć do Trzebnicy wielu zwiedzających.

Bardzo wysoki wynik uzyskał Trzebnicki Park Wodny „ZDRÓJ” - 11% ankietowanych. Ponadto, zarówno w pierwszym, jak i w drugim pytaniu po 4 razy padła odpowiedź „basen”, wydaje się więc, że mimo iż nie został on wtedy jeszcze otwarty, to już istniał w świadomości ankietowanych.

Kolejnym lubianym miejscem jest Winna Góra, która zyskała 9% ankietowanych. Również 9% ankietowanych doceniło dostępność obiektów sportowych, a najczęściej wymieniano Kompleks Boisk Sportowych „Orlik 2012” i Stadion Miejski.

Nowoczesny szynobus został wskazany przez 7% ankietowanych, natomiast dogodne położenie i lokalizacja Trzebnicy przez 5% badanych. Pozostałe pozycje, to: supermarkety - 6% ankietowanych, spokój - 5% badanych oraz imprezy, festyny i place zabaw dla dzieci - po 4% ankietowanych.

#### Pytanie 4: Co się Pani/Panu nie podoba w Trzebnicy?



Wykres 7. Co się Pani/Panu nie podoba w Trzebnicy?

Ankietowani wymienili różne obszary i zagadnienia życia codziennego w Trzebnicy. Na brak parkingów wskazało najwięcej badanych, bo aż 22% ankietowanych. Warto jednak przypomnieć, że badania zostały zamknięte przed rozpoczęciem prac przy placu J. Piłsudskiego, który będzie przygotowany na ponad 90 aut oraz placu przy ulicy Jana Pawła II, a także przed oddaniem do użytku parkingów przy ulicy Grunwaldzkiej i Pobożnego. Sporo głosów oddano także na zły stan dróg - 11% ankietowanych, przy czym badani podawali także odcinki jezdni, które nie są pod zarządem Gminy Trzebnica. Kolejną odpowiedzią o dużej ilości wskazań i powiązaną z tematyką ruchu drogowego, jest sygnalizacja świetlna, która zyskała głosy 7% ankietowanych - część badanych domagała się likwidacji tego rozwiązania, a pozostali ulepszenia jego funkcjonowania.

Dość dużo, bo 12% ankietowanych wskazało na Straż Miejską. W tym przypadku należy jednak dodać, że zdecydowana większość wskazań na tę odpowiedź została udzielona przez ankietowanych w najliczniej reprezentowanej grupie wiekowej 15-24 lata. Wydaje się więc, że udzielenie takiej odpowiedzi może być przejawem buntu młodzieży wobec przedstawicieli

władzy.

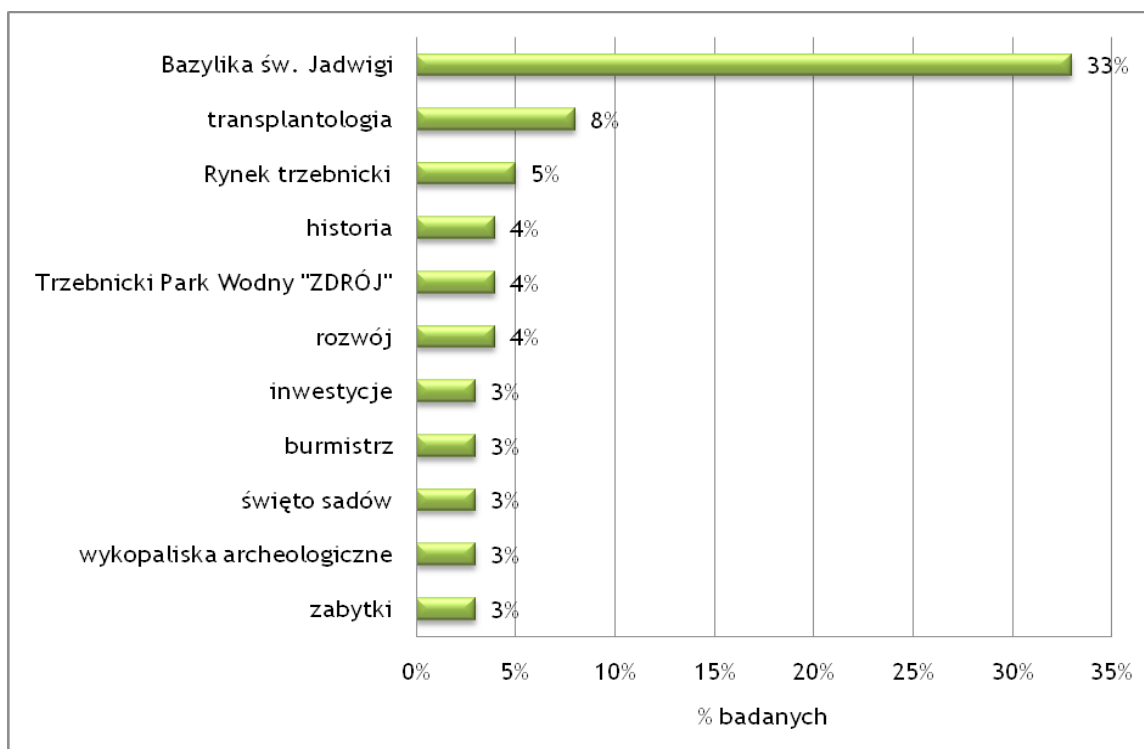
Brak miejsc rozrywki i spotkań dla młodzieży zasygnalizowało aż 10% ankietowanych, co ciekawe - w różnych przedziałach wiekowych. Oznacza to, że problem dostrzegają zarówno młodzież jak i rodzice. Kolejnych 6% badanych nie jest zadowolonych z obecnego stanu i repertuaru trzebnickiego kina, natomiast 5% ankietowanych zauważa zbyt małą ofertę kulturalną.

Niezadowolonych z braku dworca autobusowego i poczekalni jest 9% badanych, a 5% ankietowanych z obecnego wyglądu i sposobu funkcjonowania przychodni zdrowia. Potwierdza to więc kierunki planów działania władz samorządowych, co do utworzenia węzła komunikacyjnego przy ulicy Kolejowej, oraz wybudowania nowoczesnego budynku ośrodka zdrowia lub gruntownej przebudowy obecnego, a także remontu Zakładu Placówek Kultury.

Zaniedbane kamienice zostały wymienione przez 7% ankietowanych, natomiast śmieci i brudne ulice przez 4% badanych. Z małej ilości miejsc pracy niezadowolonych jest 5% ankietowanych. Z kolei 3% ankietowanych nie podoba się brak galerii handlowej. Kolejnym badany przeszkadza brak ścieżek rowerowych - 4% ankietowanych. Także 4% badanych wskazało na „Kasztelańską”, jako miejsce, które im się w Trzebnicy nie podoba.

Wszystkie odpowiedzi są niezwykle cenne dla weryfikacji dotychczasowych działań oraz przygotowania nowych planów, obejmujących kolejne obszary wymagające zmian. Pokazują także charakterystyczne dla małych, rozwijających się miasteczek problemy komunikacyjne oraz te związane z zapewnieniem młodzieży miejsc spędzania wolnego czasu i bogatej oferty kulturalnej.

### Pytanie 5: Z czego Trzebnica może być najbardziej dumna?



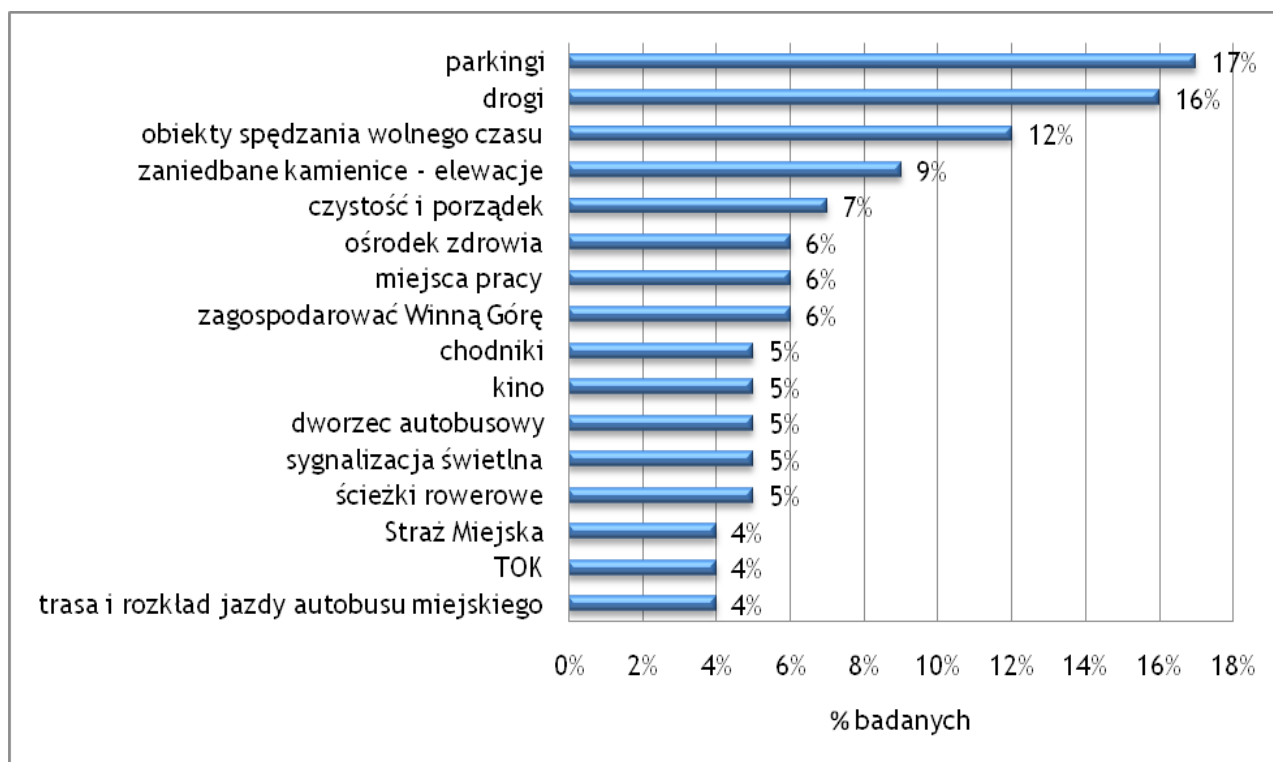
Wykres 8. Z czego Trzebnica może być najbardziej dumna?

W przypadku tego pytania należało podać jedno skojarzenie, dlatego też suma odpowiedzi - 287 jest znacznie mniejsza niż w poprzednich zagadnieniach. Zdecydowanie najwięcej wskazań uzyskała Bazylika św. Jadwigi - 33% ankietowanych. Stanowi ona ogromne dziedzictwo kulturowe, jest celem licznych pielgrzymek i wycieczek turystycznych, znajduje się na Południowo-Zachodnim Szlaku Cysterskim - nic więc dziwnego, że według wielu trzebniczian stanowi ona najważniejszy dla miasta powód do dumy i najbardziej rozpoznawalny obiekt.

Pozycja kolejnej odpowiedzi - transplantologia w Szpitalu im. św. Jadwigi Śląskiej, która uzyskała głosy 8% ankietowanych, także nie jest zaskakująca, zwłaszcza, że Trzebnica istnieje w mediach ogólnopolskich głównie w związku ze znaczącymi sukcesami oddziału chirurgii.

Co ciekawe, na trzecim miejscu znalazł się trzebnicki Rynek, z wynikiem 5% wszystkich ankietowanych. Możliwe, że do takiego rezultatu przyczyniła się prestiżowa nagroda Modernizacja Roku 2009, którą Trzebnica otrzymała za renowację płyty Rynku. Według 4% badanych Trzebnica może być dumna ze swojej bogatej historii. Tyle samo ankietowanych podało powstający Trzebnicki Park Wodny „ZDRÓJ”, jako powód do zadowolenia. Natomiast kolejne 4% badanych wskazało na rozwój miasta, a 3% badanych na inwestycje. Zdania, że obecny Burmistrz Gminy Trzebnica jest najważniejszym powodem do dumy jest 3% ankietowanych. Tyle samo wskazań - 3% badanych, zostało przypisanych Świętu Sadów, wykopaliskom archeologicznym oraz znajdującym się w mieście zabytkom.

## Pytanie 6: Co według Pani/Pana należy w Trzebnicy poprawić lub zmienić?



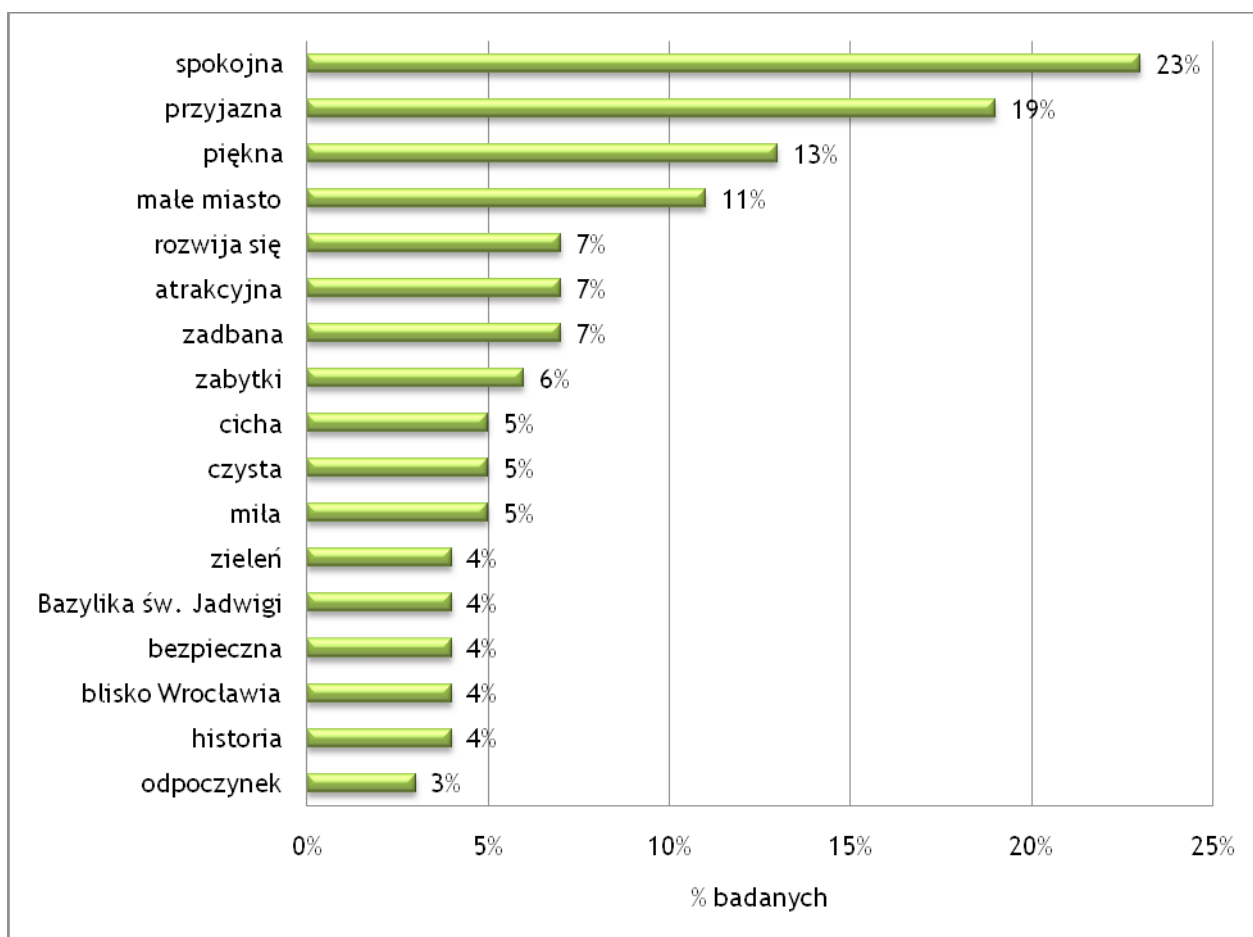
Wykres 9. Co według Pani/Pana należy w Trzebnicy poprawić lub zmienić?

Udzielono 600 odpowiedzi na to pytanie. Podobnie jak w przypadku pytania czwartego, również i tutaj, najwięcej głosów oddano na parkingi - 17% ankietowanych oraz drogi - 16% badanych. Kolejna pozycja, czyli postulat o wybudowanie większej liczby obiektów spędzania wolnego czasu - 12% badanych - jest również konsekwencją odpowiedzi udzielonych w pytaniu czwartym. Na zadbanie o elewacje kamienic zwróciło uwagę 9% badanych, natomiast na czystość i porządek w mieście 7% badanych.

Na poprawę ośrodka zdrowia oddało głos 6% ankietowanych, a na utworzenie większej ilości miejsc pracy 6% badanych. Tyle samo ankietowanych chciałoby, aby Winną Górę została zagospodarowana, stając się kolejną atrakcją turystyczną i miejscem spędzania wolnego czasu.

Kolejne pozycje, wymagające według ankietowanych zmiany lub poprawy, to: chodniki i trzebnicka sala kinowa, dworzec autobusowy i sygnalizacja świetlna, ścieżki rowerowe - po 5% badanych oraz Straż Miejska, Trzebnicki Ośrodek Kultury i rozkład jazdy oraz trasa autobusu miejskiego po 4% ankietowanych.

## Pytanie 7: Jak określił(a)by Pani/Pan Trzebnicę przyjezdnym?



Wykres 10. Jak określił(a)by Pani/Pan Trzebnicę przyjezdnym?

Spośród udzielonych na to pytanie 702 odpowiedzi, aż 507 było nacechowanych pozytywnie (np. zorganizowana, sympatyczna, aktywna), natomiast określeń negatywnych pojawiło się 42 (np. brudna, nudna, zabetonowana). Oznacza to, że ponad 70% udzielonych odpowiedzi jest dla Trzebnicy pochlebnych, co równocześnie jest doskonałym punktem wyjścia do prowadzenia promocji skierowanej do wewnątrz i na zewnątrz Gminy.

Według 23% ankietowanych, które opowiadałby o Trzebnicy przyjezdnym, jest ona miastem spokojnym, 19% badanych twierdzi, że przyjaznym, a 13% ankietowanych, że pięknym. Kolejni badani opisaliby Trzebnicę jako małe miasto - 11% ankietowanych, które się rozwija, jest atrakcyjne i zadbane - po 7% badanych.

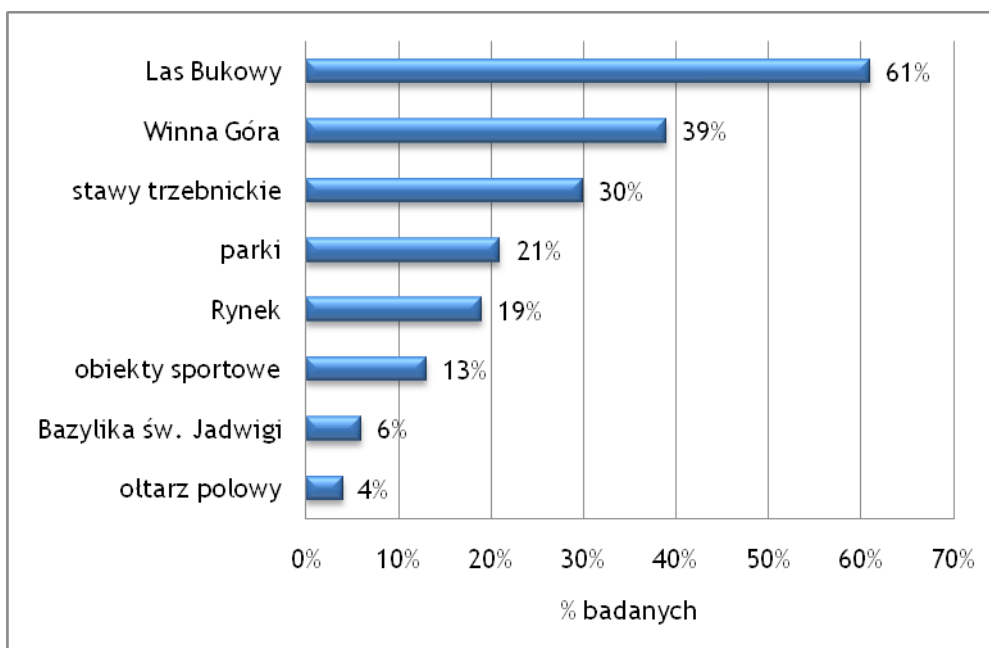
Największe atrakcje pod względem turystycznym - zabytki, uzyskały jedynie 6% głosów, ustępując miejsca wymienionym wcześniej zaletom, natomiast na największą z nich - Bazylikę św. Jadwigi wskazało 4% ankietowanych. Należy jednak pamiętać, że pytanie sugerowało określenia opisujące Trzebnicę, dlatego też nie dziwni niska pozycja rozpoznawalnych i ważnych miejsc, które w innych pytaniach znajdowały się na szczycie listy.

Sporo uczestników ankiety określiłoby Trzebnicę przyjezdnym jako cichą - 5% badanych,

czystą i miłą - po 5% badanych), zieloną oraz bezpieczną - po 4% ankietowanych. Na historię w swojej charakterystyce miasta zwróciłoby uwagę także 4% badanych, podobnie jak umiejscowienie Trzebnicy blisko Wrocławia, podkreślające jej dogodną lokalizację. Natomiast 3% ankietowanych wyeksponowałoby sprzyjające odpoczynkowi warunki. Wydaje się więc, że przy opisywaniu Trzebnicy ważniejsze dla badanych osób od miejsc, zabytków czy wydarzeń w mieście są konkretne odczucia i emocje dotyczące życia w nim.



## Pytanie 8: Jakie są Pani/Pana ulubione miejsca w Trzebnicy?



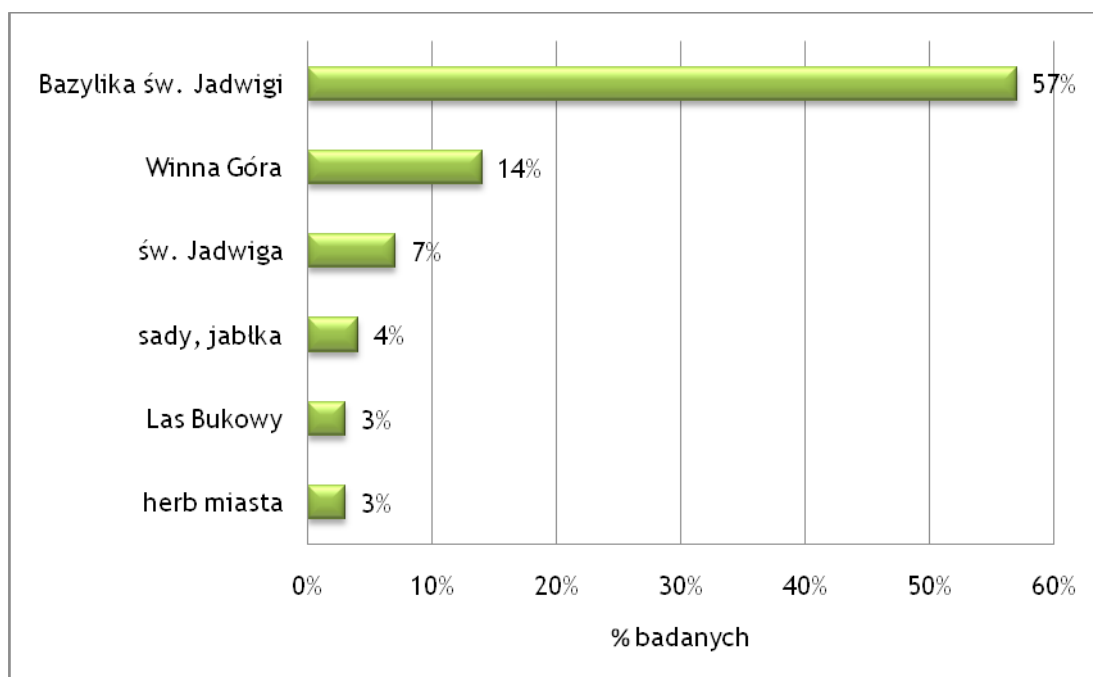
Wykres 11. Jakiej Pani/Pana ulubione miejsca w Trzebnicy?

Z wyników tego pytania (691 odpowiedzi) wyłania się kilka ulubionych zakątków Trzebnicy przez jej mieszkańców. Największą liczbę wskazań uzyskał Las Bukowy - aż 61% badanych. Drugie lubiane i często odwiedzane miejsce, to Winna Góra, która otrzymała głosy 39% ankietowanych. Gdyby wynik kolejnej pozycji - trzebnickich stawów, które uzyskały poparcie 30% badanych, połączyć z rezultatem Lasu Bukowego, to tereny byłego uzdrowiska stają się zdecydowanie najbardziej lubianym miejscem w Trzebnicy.

Wysoko na liście najciekawszych obszarów miasta uplasowały się parki (w tym Park „Solidarności”), które zostały wymienione przez 21% ankietowanych. Niewiele mniej wskazań otrzymał Rynek - 19% badanych. Trzebniczanie doceniają także obiekty sportowe, oddając na nie 13% głosów, spośród których najczęściej wymieniali Skatepark w Parku „Solidarności” i Kompleks Boisk Sportowych „Orlik 2012”.

Obiekty sakralne znajdują się na końcu listy ulubionych miejsc w Trzebnicy. Bazylika św. Jadwigi została wymieniona przez 6% ankietowanych, natomiast oltarz polowy przez 4% badanych.

### Pytanie 9: Co według Pani/Pana jest symbolem Trzebnicy?

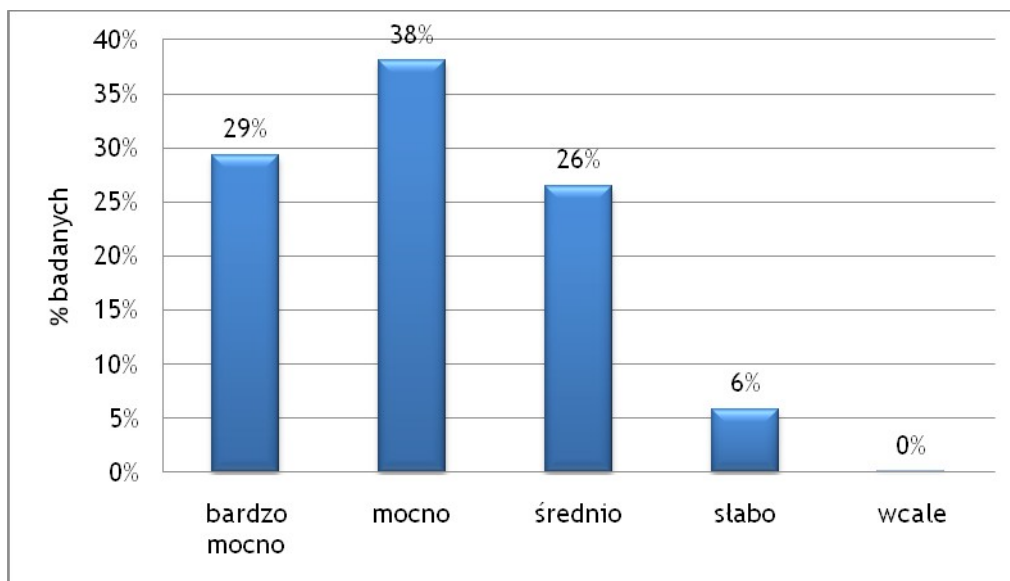


Wykres 12. Co według Pani/Pana jest symbolem Trzebnicy?

W przypadku tego pytania należało podać tylko jedno skojarzenie (padły 302 odpowiedzi). Według ankietowanych symbolem Trzebnicy jest Bazylika św. Jadwigi, na którą oddano aż 57% głosów. Wynik ten ma zdecydowaną przewagę nad drugą pozycją - Winną Górą z 14% wskazań przez badanych. Warto zauważyć, że dwa pierwsze miejsca są identyczne jak w przypadku pytania dotyczącego skojarzeń z Trzebnicą. Potwierdza to więc opinię, że obecna w logo miasta charakterystyczna panorama Trzebnicy zawierająca zarys Winnej Góry oraz Bazyliki w centralnym punkcie, doskonale odzwierciedla odczucia mieszkańców, jednocześnie też utrwała te symbole w ich świadomości.

Jako symbol Trzebnicy 7% badanych podały postać św. Jadwigi, co wynika z historii miasta, znajdującego się tutaj grobu świętej, ale może być także rezultatem ogłoszenia w 2010 roku św. Jadwigi patronką Trzebnicy. Nieco mniej osób - 4% ankietowanych za znak rozpoznawalny miasta uznało sady i jabłka. Takie skojarzenie można powiązać z odbywającym się w Trzebnicy od ponad trzydziestu lat Świętem Sadów. Z kolei Las Bukowy - byłe tereny uzdrowiskowe Trzebnicy - został wymieniony przez 3% ankietowanych, podobnie jak herb miasta.

### Pytanie 10: W jakim stopniu czuje się Pani/Pan związana/y z Trzebnicą?

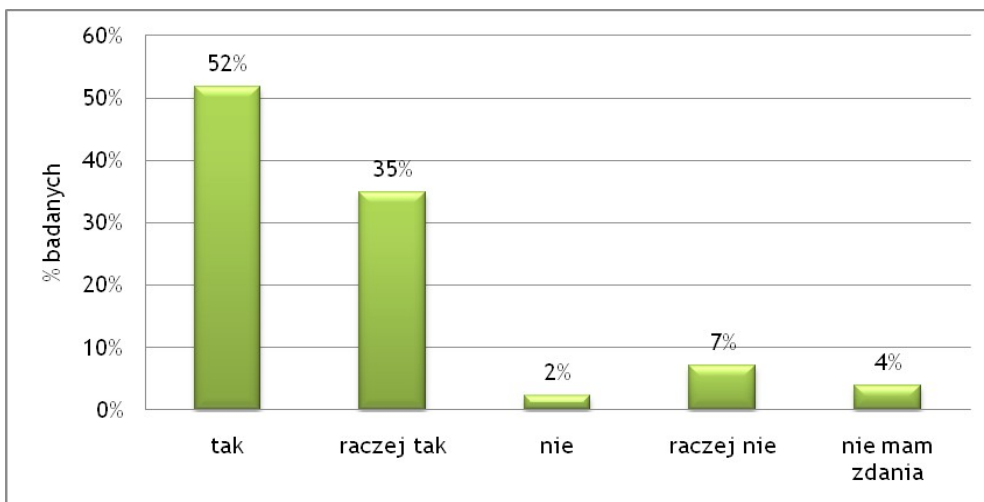


Wykres 13. W jakim stopniu czuje się Pani/Pan związana/y z Trzebnicą?

W związku z tym, że w badaniu wzięło udział niewiele osób spoza Gminy Trzebnica, a ponadto większa część z nich powiązana jest z miastem przez pracę lub szkołę, wyniki na to pytanie nie są zaskakujące. Zaledwie 1 osoba nie jest z w ogóle związana z Trzebnicą, natomiast 6% ankietowanych w niewielkim stopniu (18 badanych). Średnią więź z miastem zadeklarowało 26% wszystkich badanych (82 osoby). Najwięcej odpowiedzi uzyskały pozycje o mocnym - 38% ankietowanych (118 głosów) i bardzo mocnym - 29% wszystkich badanych ((91 osób) powiązaniu z Trzebnicą. Tym bardziej wyniki ankiety są ważne i miarodajne dla utworzenia planów i kierunków działania.

## Pytanie 11

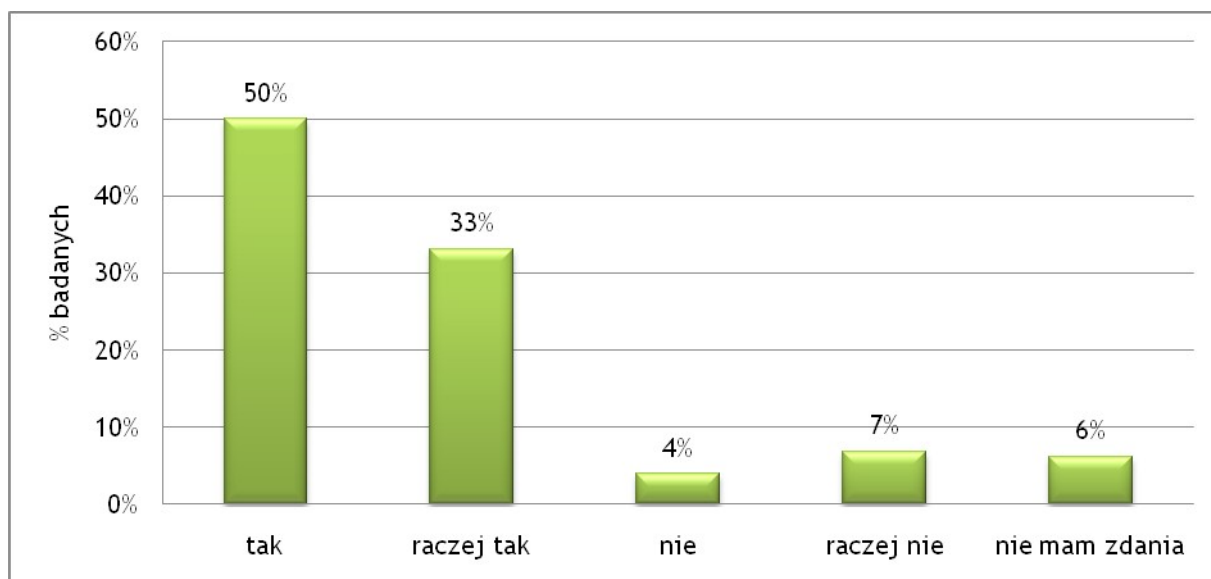
### A - Trzebnica jest moim miastem



Wykres 14. Czy powiedział(a)by Pani/Pani, że „Trzebnica jest moim miastem”?

Takiego zdania jest 87% ankietowanych - w tym zdecydowanie „tak” 52%, a „raczej tak” 35%. Przeciwnego zdania było 9% badanych, przy czym 7% „raczej nie” oraz „nie” 2%, natomiast swojego zdania nie wyraziło 4% ankietowanych. Taki rozkład wyników wyływa również w pewnej części z miejsca zamieszkania osób biorących udział w badaniach. Warto jednak zwrócić uwagę, że ankietowanych mieszkańców Trzebnicy jest 231, co oznacza, że nie tylko oni określili Trzebnicę mianem swojego miasta. Jest to bardzo dobry sygnał i pochlebna dla Trzebnicy opinia, pozwalające przewidywać, że miasto może przyciągnąć jeszcze więcej osób chcących w nim zamieszkać

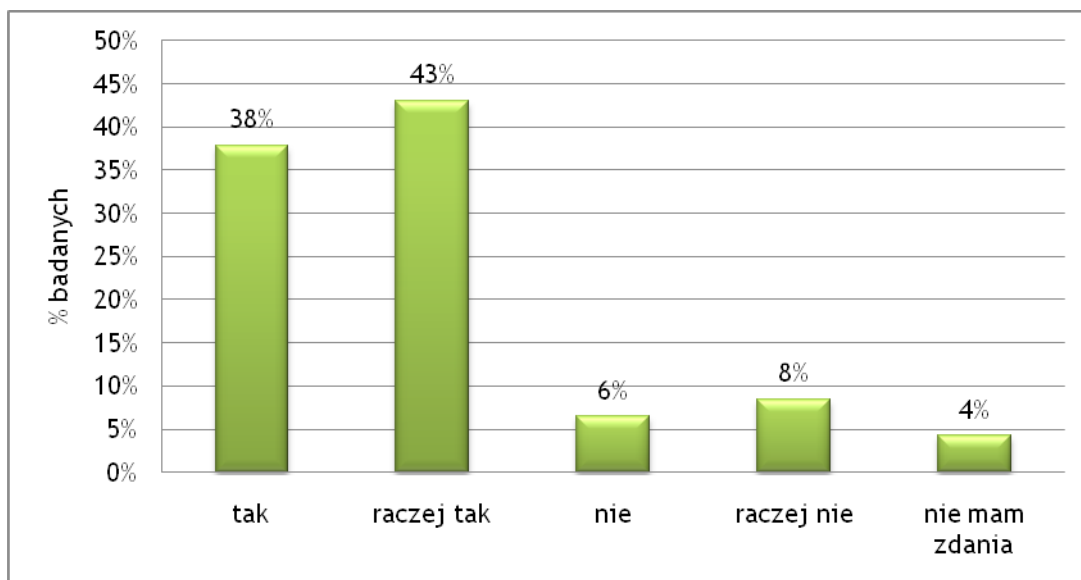
### B - W Trzebnicy czuję się jak w domu



Wykres 14. Czy powiedział(a)by Pani/Pani, że „w Trzebnicy czuję się jak w domu”?

Zdecydowanie „tak” na to pytanie udzieliły odpowiedzi aż 50% ankietowanych, natomiast „raczej tak” 33% badanych. Tylko 11% ankietowanych nie czują się w Trzebnicy „jak w domu” - „raczej nie” 7% badanych i „nie” 4% ankietowanych. Z kolei 6% osób, biorących udział w ankiecie nie wyraziło swojego zdania.

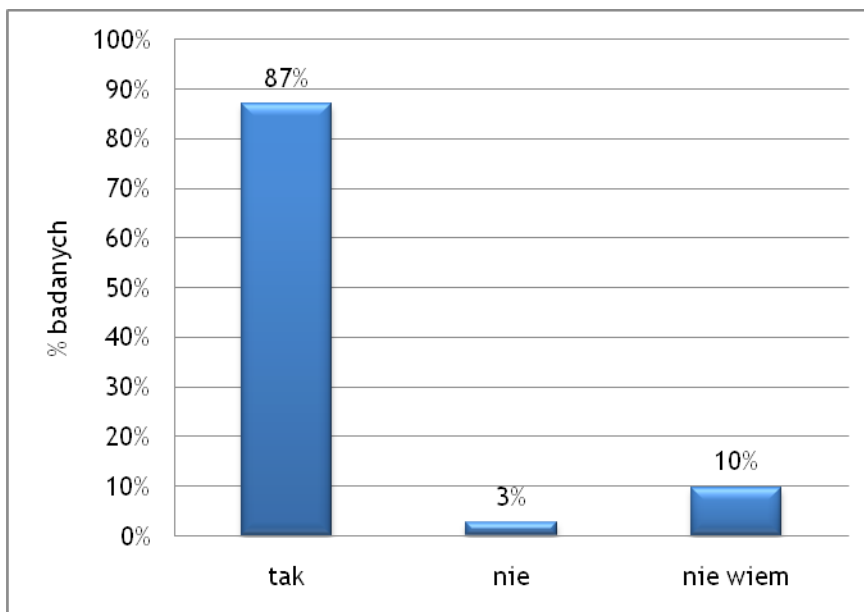
### C - Trzebnica to miasto przyszłościowe



Wykres 15. Czy powiedział(a)by Pani/Pan, że „Trzebnica to miasto przyszłościowe”?

Według większości badanych, Trzebnicę można określić miastem przyszłościowym - takiego zdania jest aż 81% badanych, przy czym „raczej tak” odpowiedziało 43% badanych, a „tak” 38% badanych. Przeciwną opinię reprezentuje 15% badanych - „raczej nie” 8% ankietowanych i „nie” 6% badanych, natomiast 4% ankietowanych nie wyraziło swojego zdania. Taki rezultat wynika częściowo z dotychczasowych działań i zmian na rzecz rozwoju miasta, a jednocześnie jest wyrazem nadziei mieszkańców na przeprowadzanie kolejnych.

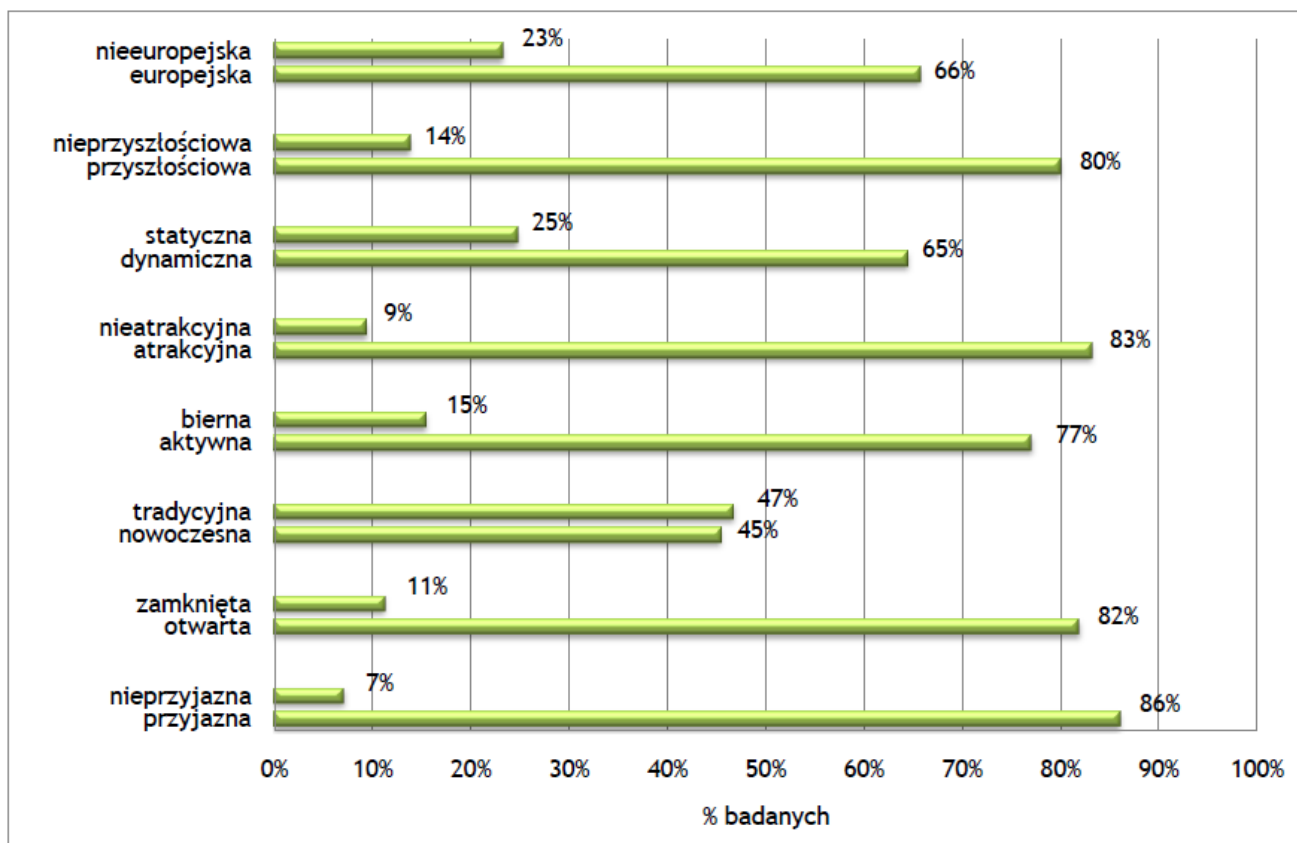
**Pytanie 12: Czy według Pani/Pana zmiany, które zaszły w Trzebnicy na przestrzeni ostatnich lat, idą w dobrym kierunku?**



Wykres 16. Czy zmiany, które zaszły w Trzebnicy na przestrzeni ostatnich lat, idą w dobrym kierunku?

Zdecydowana większość ankietowanych uważa, że zmiany zachodzące w Trzebnicy zmierzają w dobrym kierunku - aż 87% wszystkich badanych. Ten bardzo wysoki wynik świadczy o poparciu dla działań Gminy oraz o sporym kredycie zaufania, jakim je obdarzają. Badanych o odmiennym zdaniu jest zaledwie 3%. Konkretniej odpowiedzi nie potrafiło udzielić 10% ankietowanych.

### Pytanie 13: Trzebnica jest...



Wykres 17. Trzebnica jest...

Ankietowani powinni w tym pytaniu wybrać z każdej pary określeń jedno, które według nich bardziej pasuje do opisu Trzebnicy. W każdej dwójce, w której pojawiły się cechy przeciwstawne, więcej głosów otrzymywało określenie pozytywne. Tylko w jednym przypadku zaobserwować można pewną równowagę pod względem oddanych głosów - dla określeń „tradycyjna” - 47% badanych i „nowoczesna” - 45% ankietowanych. Jest to jednocześnie jedyna para, która nie zawiera określenia o wyraźnym nacechowaniu negatywnym. Można więc pokusić się o stwierdzenie, że promocyjne hasło Trzebnicy - „Bogactwo historii, potencjał przyszłości” - zostało trafnie dobrane i jest adekwatne do obrazu rzeczywistości, gdyż idealnie reprezentuje wynikającą z ankiety równowagę pomiędzy tradycją, historią, a przyszłością i nowoczesnością. Wydaje się także, że Trzebnica może być miastem dla każdego, skoro potrafi skutecznie połączyć różnorodne cechy i wartości.

O tym, że Trzebnicę można opisać jako europejską przekonanych jest 66% badanych, natomiast odmiennego zdania jest 23% badanych. Warto jednak nadmienić, że w ankiecie pojęcia te nie były zdefiniowane, a ponadto określenie „nieeuropejska” wcale nie musi oznaczać zbioru negatywnych cech. Według zdecydowanej większości jest to miasto przyszłościowe - 80% ankietowanych. Jako nieprzyszłościowe widzi je 14% badanych. Z kolei 65% osób biorących udział w ankiecie sądzi, że Trzebnica jest dynamicznym miastem, a 25%, że statycznym.

Zdecydowanie więcej osób biorących udział w ankiecie określiłoby Trzebnicę jako atrakcyjną - 83% niż nieatrakcyjną - 9%. Również w przypadku pary aktywna-bierna, zdecydowanie więcej głosów padło na pozytywną cechę - 239 (77%), niż na określenie o zabarwieniu negatywnym - 48 wskazań (15%). Większa część ankietowanych uważa Trzebnicę za miejsce otwarte - 254 osoby (82%), a mniej osób za miasto zamknięte - 35 (11%). Aż 267 osób (86%) opisałoby Trzebnicę jako przyjazną, a przeciwnie - za nieprzyjazną - zaledwie 22 badanych (7%).



## Podsumowanie

Wyniki ankiety są bardzo pozytywne. Jak już zostało wcześniej podkreślone, zadowolenie mieszkańców miasta jest niezwykle ważne w budowaniu silnego poczucia lokalnego patriotyzmu i przekłada się na pozytywny wizerunek miejsca, a to z kolei wzmacnia jego markę. Ponadto, zdecydowanie pochlebne odpowiedzi na pytanie odnośnie opisanego Trzebnicy osobom przyjezdnym są niezwykle ważne z punktu widzenia marketingu miejsca. Udowodniono bowiem, że tzw. marketing szeptany (czyli przekazywanie opinii bezpośrednio między jednostkami) ma większą „moc” w budowaniu pozytywnego bądź negatywnego wizerunku, ze względu na otrzymywane bezpośrednio rekomendacje. Skoro więc sami swoje miasto postrzegamy dobrze, to dobrze o nim opowiadamy innym i zachęcamy do jego odwiedzenia oraz budujemy w ich świadomości pierwsze opinie.

Co bardzo ważne, trzebniczanie są w zdecydowanej większości zadowoleni ze swojego miejsca zamieszkania, popierają zmiany w nim zachodzące oraz ich kierunek. Docenione zostały zarówno prace modernizacyjne i rewitalizacyjne, zwłaszcza w Lesie Bukowym i przy stawach oraz w Ryнку, jak i inwestycje, z Trzebnickim Parkiem Wodnym „ZDRÓJ” i Stadionem Miejskim na czele. Ponadto ankietowani raczej zgodnie wskazują obszary, wymagające poprawy - przede wszystkim problemy z miejscami parkingowymi w mieście, konieczność zagospodarowania przestrzeni na Winnej Górze a także modernizacji budynku Ośrodka Kultury jak i ubogacenia samej oferty kulturalnej. Warto zaznaczyć, że większość ze wskazanych w ankiecie spraw wymagających zdaniem mieszkańców poprawy była przedmiotem zainteresowania Gminy równolegle i przed rozpoczęciem badań wizerunkowych. Wyniki ankiety potwierdziły natomiast słuszność opracowywanych projektów i utwierdziły w przekonaniu, że są to zagadnienia ważne dla lokalnego społeczeństwa.

Trzebnica kojarzy się jej mieszkańcom głównie z charakterystycznym widokiem miasta, zawierającym Bazylikę św. Jadwigi oraz Winną Górę. Bazylika jest także postrzegana jako symbol miasta. Bardzo dobre i wysokie wyniki w wielu pytaniach otrzymały tereny byłego uzdrowiska - okolice stawów oraz Las Bukowy, stając się dla wielu osób ulubionym miejscem w Trzebnicy. Akceptacja zmian, prac modernizacyjnych przez mieszkańców oraz ich zadowolenie z efektu podjętych działań są bardzo satysfakcjonujące. Poza innymi rozpoznawalnymi miejscami, jak trzebnicki Rynek, który również osiągnął wysokie pozycje w badaniu, ankietowani wskazywali także na zalety swojego miasta, podając bardzo pozytywne opinie. Ponadto, według trzebniczian, mieszkańcy innych miejscowości widzą nasze miasto przede wszystkim przez pryzmat dynamicznego rozwoju i zmian, co ma ogromne znaczenie dla postrzegania Trzebnicy, jako aktywnej i nowoczesnej. Z kolei trzebniczanie określając swoje miasto innym, użyliby w zdecydowanej większości słów pozytywnych i pochlebnych, podkreślając jego zalety.

Badania wykazały, że mieszkańcy z jednej strony cenią sobie bogactwo historyczne Trzebnicy, ale równocześnie chwalą ukierunkowanie na dynamiczny rozwój. To pokazuje, że objęty w ostatnich latach kierunek promocji miasta - zbudowany na hasle „Trzebnica - Bogactwo historii, potencjał przyszłości” w trafny sposób odzwierciedla postrzeganie miasta przez samych trzebniczian.

Należy również zwrócić uwagę na fakt, że znaczną grupą wyrażającą swoje opinie na temat miasta w ramach przeprowadzonych badań była młodzież, której należą się słowa podziękowania za zaangażowanie i poważne potraktowanie projektu badawczego. Nacisk położony na zebranie dużej ilości odpowiedzi spośród tej grupy docelowej był działaniem celowym, ponieważ to właśnie oni w niedługim czasie będą współdecydować o rozwoju Trzebnicy, a ich spostrzeżenia i sugestie często bywają niezwykle trafne.

Dzięki przeprowadzeniu badań i zaznajomieniem się z cennymi opiniami trzebniczian, możliwe jest stworzenie bardzo konkretnej strategii działania, odpowiedzenie na zapotrzebowanie społeczne oraz próba rozwiązania problemów codziennego życia w Trzebnicy, jak również zweryfikowanie dotychczas prowadzonych działań, by w efekcie końcowym uzyskać oczekiwany przez większość wizerunek docelowy miasta.

Serdecznie dziękujemy wszystkim uczestnikom ankiety!

Urząd Miejski w Trzebnicy

**Szanowni Państwo!**

*Dziękuję za podjęcie obywatelskiego dialogu poprzez udział w pierwszych w historii Trzebnicy badaniach wizerunku miasta. Dzięki Państwa aktywności mamy szansę wspólnie rozwijać demokrację i samorządność. Odpowiedzi zawarte w ankietach są dla nas bezcennym źródłem informacji, na podstawie których możemy dokonać analizy i weryfikacji podejmowanych kierunków rozwoju miasta. Dołożę wszelkich starań, aby dynamiczny rozwój naszej małej ojczyzny, którego jesteśmy świadkami w ostatnich latach, w dalszym ciągu postępował oraz zachowywał oczekiwane przez nas wszystkich kierunki.*

**Marek Długozima**

*Burmistrz Gminy Trzebnica*

**Autorzy:**

Katarzyna Sucharska  
Joanna Sroga  
Agnieszka Pawlaczek  
Jakub Szurkawski