



# Gdańska Uchwała Krajobrazowa

Raport z badania ankietowego  
nt. preferencji estetycznych mieszkańców  
Gdańska w odniesieniu do przestrzeni  
publicznych.



GDĄŃSK



Zarząd Dróg i Zieleni w Gdańsku  
Urząd Miejski w Gdańsku  
Gdańsk 2016

## Spis treści

|                                                                                                                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Opis i metodologia badania .....                                                                                                                                                               | 2  |
| CZĘŚĆ I Poznanie preferencji estetycznych .....                                                                                                                                                | 3  |
| Które z poniższych form reklamy akceptuje Pan/i w przestrzeni publicznej Miasta Gdańska? ....                                                                                                  | 3  |
| Które z poniższych fotografii przedstawiają przestrzeń publiczną bliższą Pana/i preferencjom? 4                                                                                                |    |
| CZĘŚĆ II Oczekiwania dotyczące przyszłości .....                                                                                                                                               | 8  |
| Czy regulacje związane z sytuowaniem obiektów małej architektury, reklam i ogrodzeń w odniesieniu do wymienionych w tabeli obszarów Gdańska powinny być mniej czy bardziej restrykcyjne? ..... | 8  |
| Szyldy przedstawione na poniższej fotografii powinny: .....                                                                                                                                    | 18 |
| Szyldy sytuowane w granicach Głównego Miasta (np. Długa, Długi Targ, Ogarna, Piwna, Mariacka, Szeroka) powinny być dopuszczone: .....                                                          | 19 |
| Szyldy wielkopowierzchniowych obiektów handlowych (galerii handlowych) i biurowców powinny być: .....                                                                                          | 22 |
| Reklama elektroniczna w postaci ekranów LED o zmiennej treści powinna być: .....                                                                                                               | 23 |
| Czy Pana/i zdaniem reklama na budynku: .....                                                                                                                                                   | 24 |
| W przypadku dopuszczenia lokalizacji reklamy na elewacji nieposiadającej okien powinna być ona umieszczana: .....                                                                              | 25 |
| Reklama w formie muralu powinna: .....                                                                                                                                                         | 26 |
| Reklama w postaci siatek na rusztowaniach remontowo-budowlanych powinna być dopuszczona: .....                                                                                                 | 27 |
| Reklama wielkoformatowa (powyżej 18m <sup>2</sup> ) powinna być sytuowana: .....                                                                                                               | 29 |
| Reklama w postaci tzw. potykacza powinna być dopuszczona: .....                                                                                                                                | 30 |
| Reklama okolicznościowa dotycząca lokalnych wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych powinna być umieszczana: .....                                                                     | 31 |
| Reklama wydarzeń kulturalnych i sportowych, umieszczana w formie ramki na latarniach i słupach, powinna być sytuowana: .....                                                                   | 33 |
| Tablice informujące o dojeździe do miejsca prowadzonej działalności powinny: .....                                                                                                             | 34 |
| Pylony cenowe oraz totemy reklamowe powinny być sytuowane: .....                                                                                                                               | 35 |
| Okres dostosowania nośników reklamowych (szyldów i reklam) do nowych zapisów Pana/i zdaniem powinien wynosić: .....                                                                            | 36 |
| Metryczka .....                                                                                                                                                                                | 37 |
| Płeć respondentów .....                                                                                                                                                                        | 37 |
| Wiek respondentów .....                                                                                                                                                                        | 38 |
| Sytuacja zawodowa respondentów .....                                                                                                                                                           | 39 |
| Stopień powiązania z Gdańskiem respondentów .....                                                                                                                                              | 40 |

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Dzielnica zamieszkania respondenta ..... | 41 |
| Powód wzięcia udziału w badaniu .....    | 42 |

## Opis i metodologia badania

Badanie zrealizował Referat Badań i Analiz Społeczno-Gospodarczych Wydziału Polityki Gospodarczej Urzędu Miejskiego w Gdańsku na zlecenie Zarządu Dróg i Zieleni w Gdańsku. Ankietowanie prowadzone było drogą internetową (badanie CAWI, formularz on-line) w dniach 16 – 30 maja 2016 r. Pytania zawarte w ankiecie odnosiły się do preferencji estetycznych mieszkańców Gdańska w odniesieniu do przestrzeni publicznych.

Badanie stanowi jeden z elementów konsultacji społecznych uchwały krajobrazowej Gdańska prowadzonych przez Zarząd Dróg i Zieleni w Gdańsku, który opracowuje projekt uchwały krajobrazowej. Uchwała ta dotyczy ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane na terenie Miasta Gdańska.

Ankieta podzielona została na dwie części: I - dotyczącą preferencji estetycznych oraz II - dotyczącą oczekiwań związanych z estetyką przestrzeni publicznych w Gdańsku.

Próba badawcza wyniosła 5468 osób, lecz pomimo tak dużego zainteresowania respondentów nie może być traktowana jako próba reprezentatywna m.in. z uwagi na internetowy charakter badania.

## CZĘŚĆ I Poznanie preferencji estetycznych

Które z poniższych form reklamy akceptuje Pan/i w przestrzeni publicznej Miasta Gdańska?

| Odpowiedź                                                                                                                              | %      | Liczba |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| <br><i>Fot. thedesignwall.com</i>                     | 82,00% | 4484   |
| <br><i>Fot. Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej</i> | 44,37% | 2426   |
| <br><i>Fot. Archiwum ZDiZ</i>                       | 5,89%  | 322    |
| <br><i>Fot. Archiwum ZDiZ</i>                       | 3,00%  | 164    |
| Nie akceptuję żadnej ze wskazanych form.                                                                                               | 11,30% | 618    |

Wypełnienia: 5468

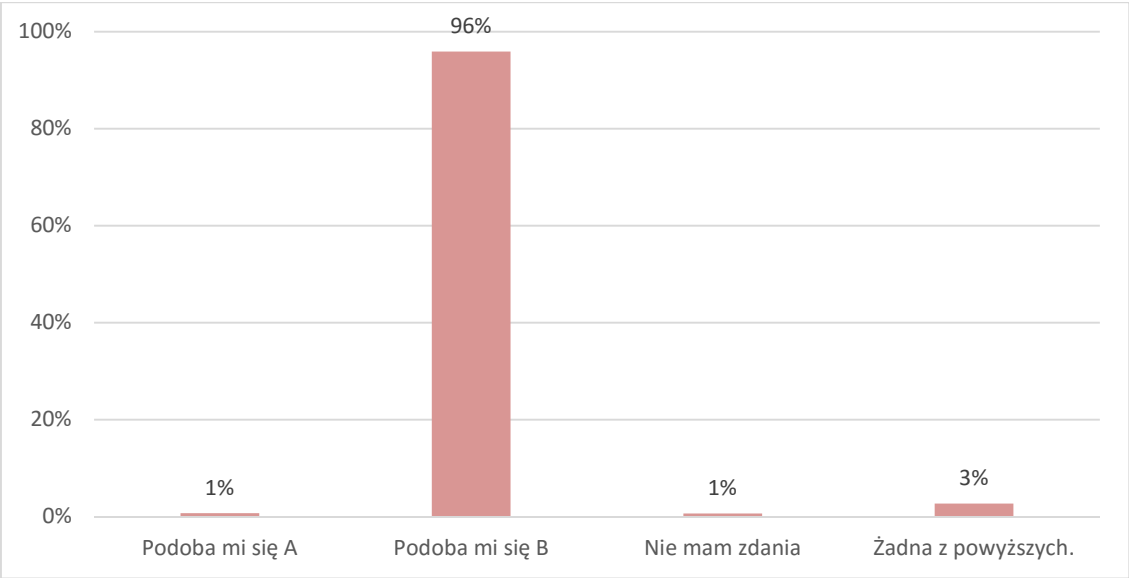
Które z poniższych fotografii przedstawiają przestrzeń publiczną bliższą Pana/i preferencjom?



Fot. Archiwum ZDiZ

| Odpowiedź           | %      | Liczba |
|---------------------|--------|--------|
| Podoba mi się A     | 0,71%  | 39     |
| Podoba mi się B     | 95,92% | 5245   |
| Nie mam zdania      | 0,68%  | 37     |
| Żadna z powyższych. | 2,69%  | 147    |

Wypełnienia: 5468

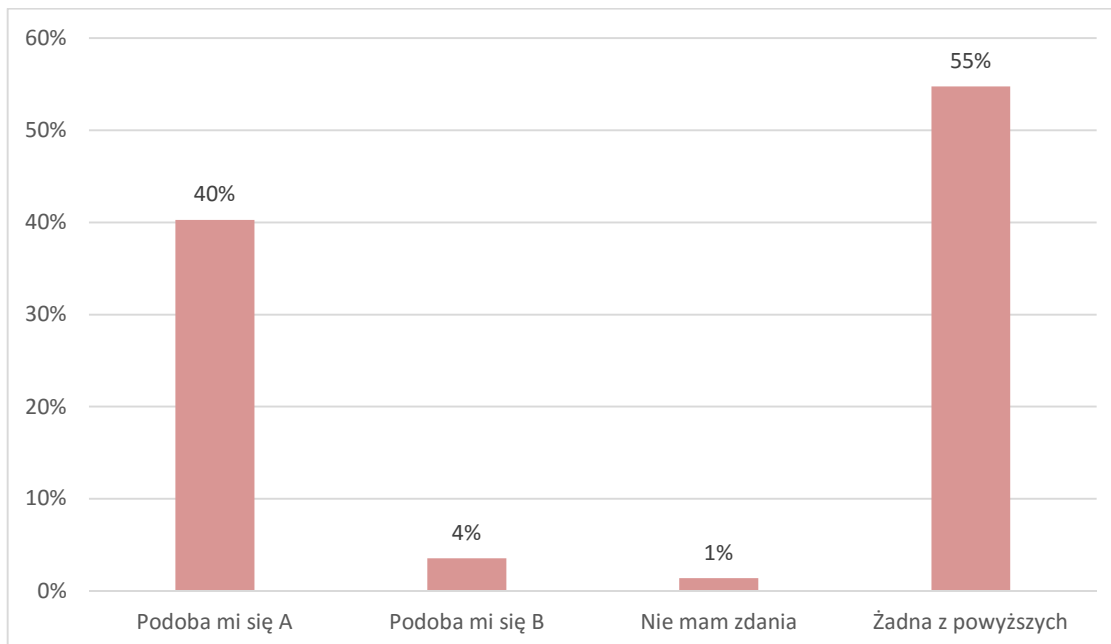




Fot. Archiwum ZDiZ.

| Odpowiedź          | %      | Liczba |
|--------------------|--------|--------|
| Podoba mi się A    | 40,27% | 2202   |
| Podoba mi się B    | 3,57%  | 195    |
| Nie mam zdania     | 1,41%  | 77     |
| Żadna z powyższych | 54,75% | 2994   |

Wypełnienia: 5468

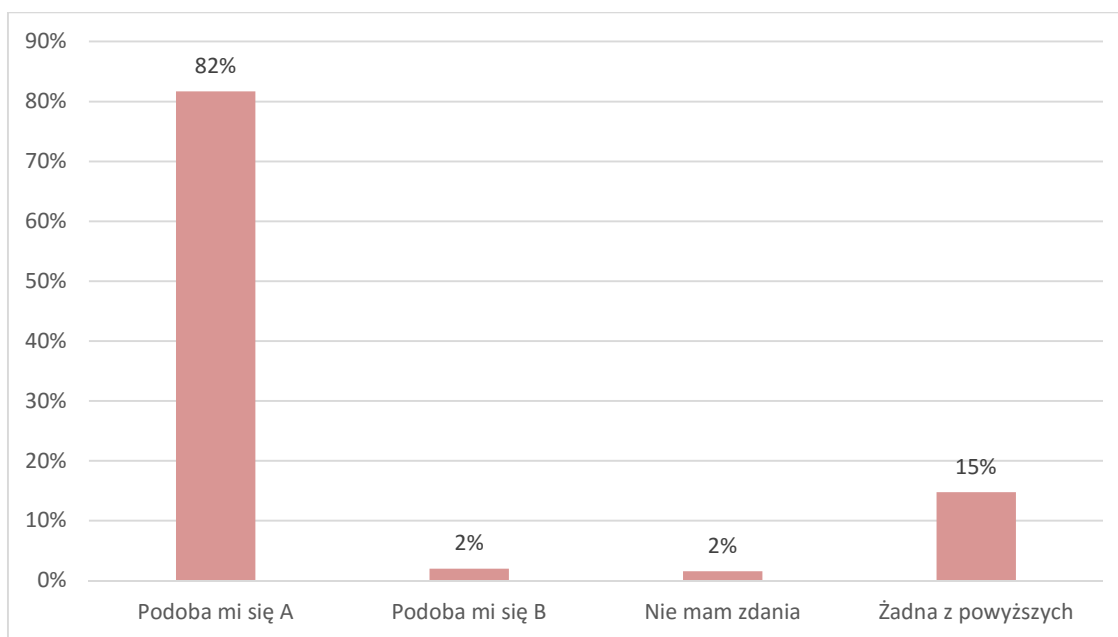




Fot. Traffic Design

| Odpowiedź          | %      | Liczba |
|--------------------|--------|--------|
| Podoba mi się A    | 81,68% | 4466   |
| Podoba mi się B    | 2,01%  | 110    |
| Nie mam zdania     | 1,57%  | 86     |
| Żadna z powyższych | 14,74% | 806    |

Wypełnienia: 5468



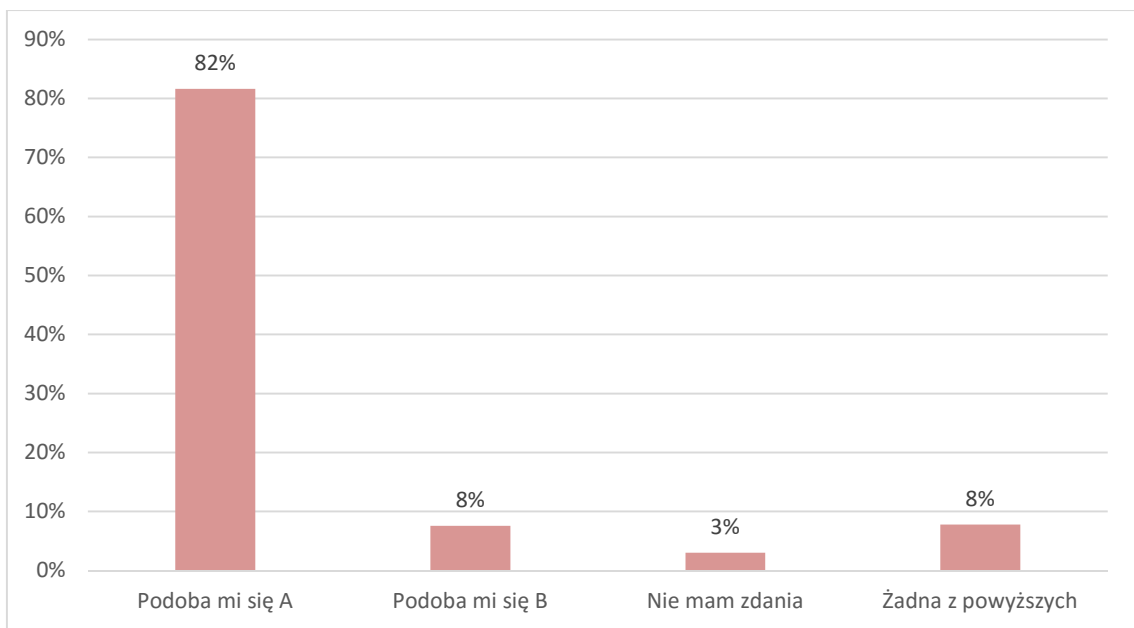




Fot. Traffic Design

| Odpowiedź          | %      | Liczba |
|--------------------|--------|--------|
| Podoba mi się A    | 81,62% | 4463   |
| Podoba mi się B    | 7,57%  | 414    |
| Nie mam zdania     | 3,02%  | 165    |
| Żadna z powyższych | 7,79%  | 426    |

Wypełnienia: 5468



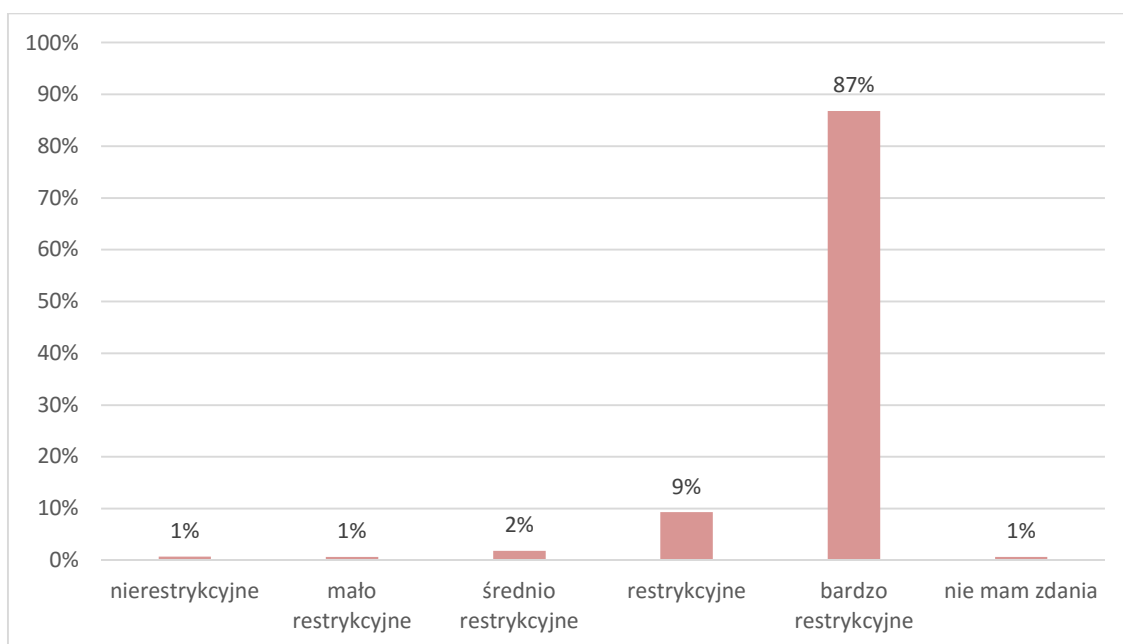


## CZĘŚĆ II Oczekiwania dotyczące przyszłości

Czy regulacje związane z sytuowaniem obiektów małej architektury, reklam i ogrodzeń w odniesieniu do wymienionych w tabeli obszarów Gdańska powinny być mniej czy bardziej restrykcyjne?

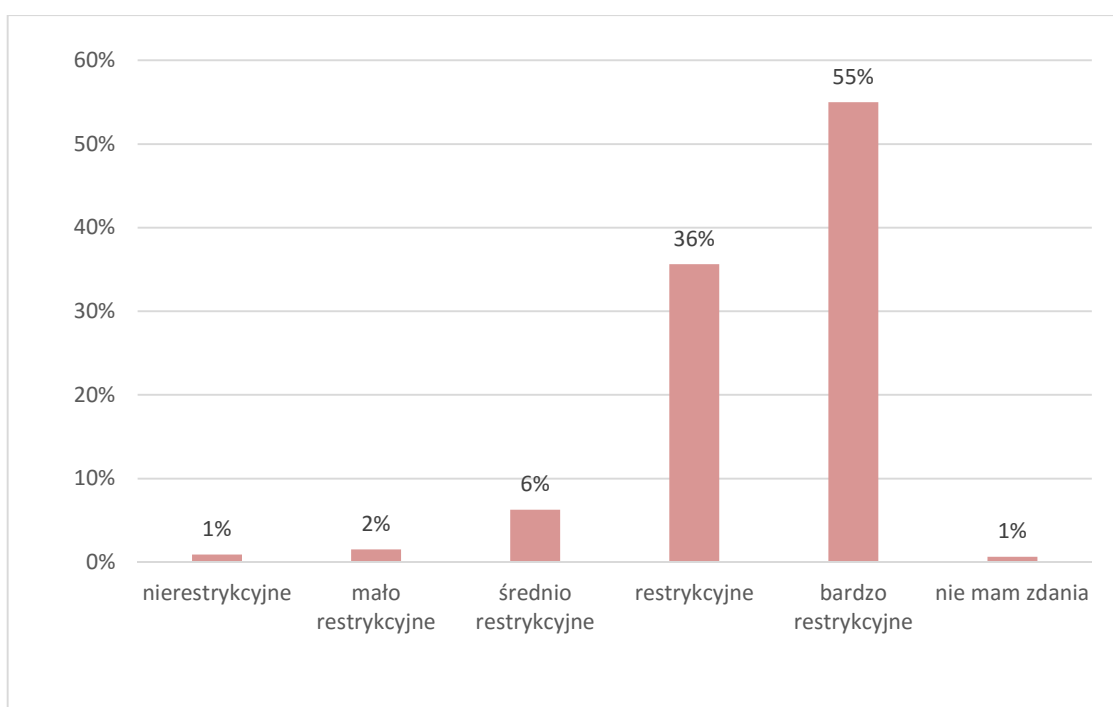
| <b>Główne Miasto m.in. Długa, Mariacka, Westerplatte, Twierdza Wisłoujście</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                                                                | 0,75%    | 41            |
| mało restrykcyjne                                                              | 0,68%    | 37            |
| średnio restrykcyjne                                                           | 1,81%    | 99            |
| restrykcyjne                                                                   | 9,29%    | 508           |
| bardzo restrykcyjne                                                            | 86,80%   | 4746          |
| nie mam zdania                                                                 | 0,68%    | 37            |

Wypełnienia: 5468



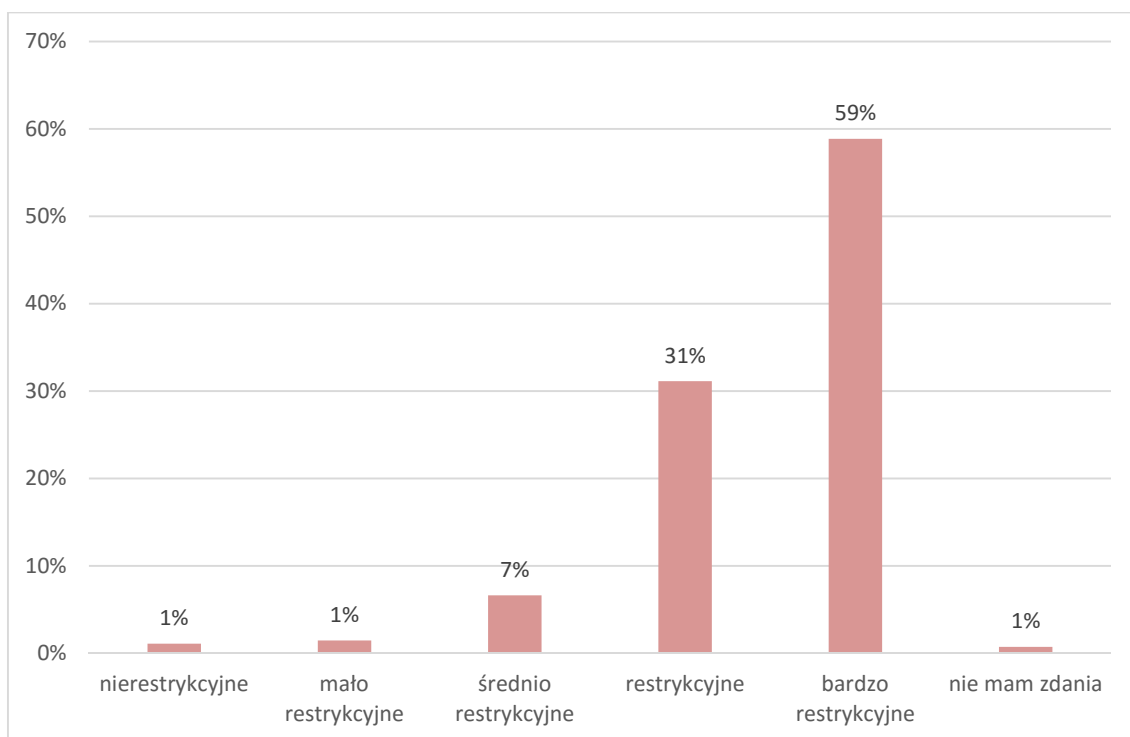
| <b>Pozostałe obszary Śródmieścia: Stare Miasto m.in. Rajska, Stare Przedmieście, Dolne Miasto, Długie Ogrody, Nowe Ogrody, Wyspa Spichrzów, Biskupia Górka</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                                                                                                                                                | 0,91%    | 50            |
| mało restrykcyjne                                                                                                                                              | 1,52%    | 83            |
| średnio restrykcyjne                                                                                                                                           | 6,29%    | 344           |
| restrykcyjne                                                                                                                                                   | 35,63%   | 1948          |
| bardzo restrykcyjne                                                                                                                                            | 54,99%   | 3007          |
| nie mam zdania                                                                                                                                                 | 0,66%    | 36            |

Wypełnienia: 5468



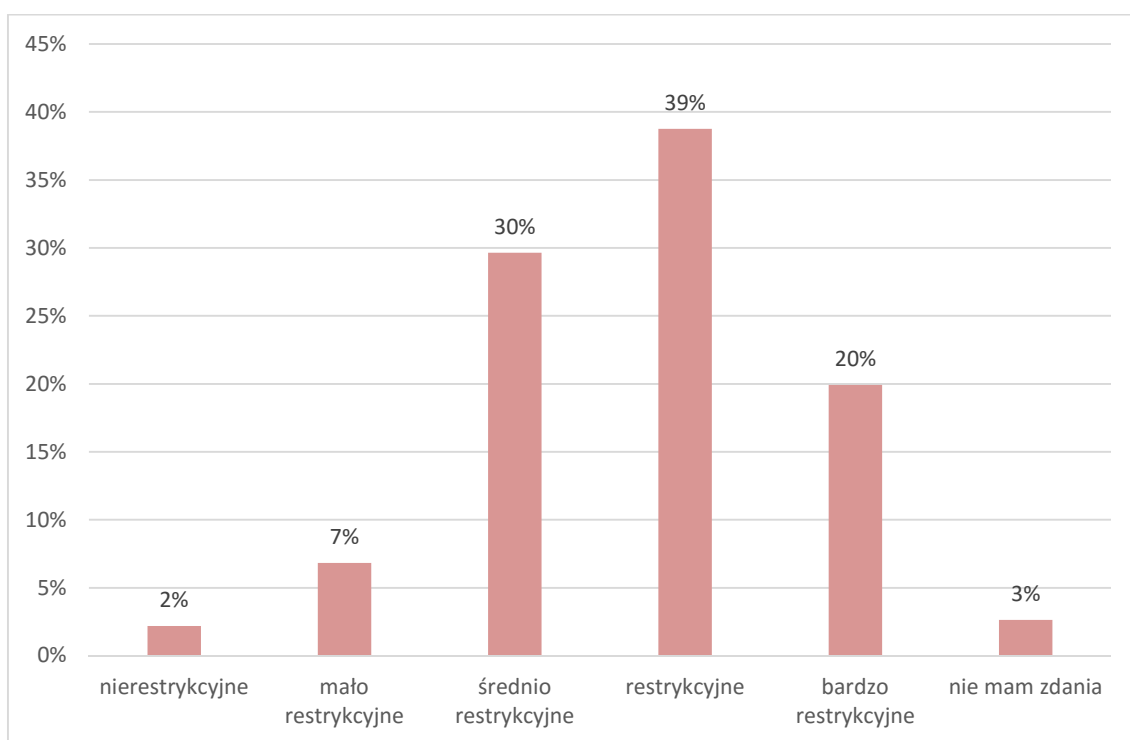
| <b>Historyczne fragmenty dzielnic: Wrzeszcz, Oliwa, Aniołki, Młode Miasto, Przeróbka, Letnica, Brzeźno osada rybacka</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                                                                                                          | 1,10%    | 60            |
| mało restrykcyjne                                                                                                        | 1,48%    | 81            |
| średnio restrykcyjne                                                                                                     | 6,64%    | 363           |
| restrykcyjne                                                                                                             | 31,14%   | 1703          |
| bardzo restrykcyjne                                                                                                      | 58,89%   | 3220          |
| nie mam zdania                                                                                                           | 0,75%    | 41            |

Wypełnienia: 5468



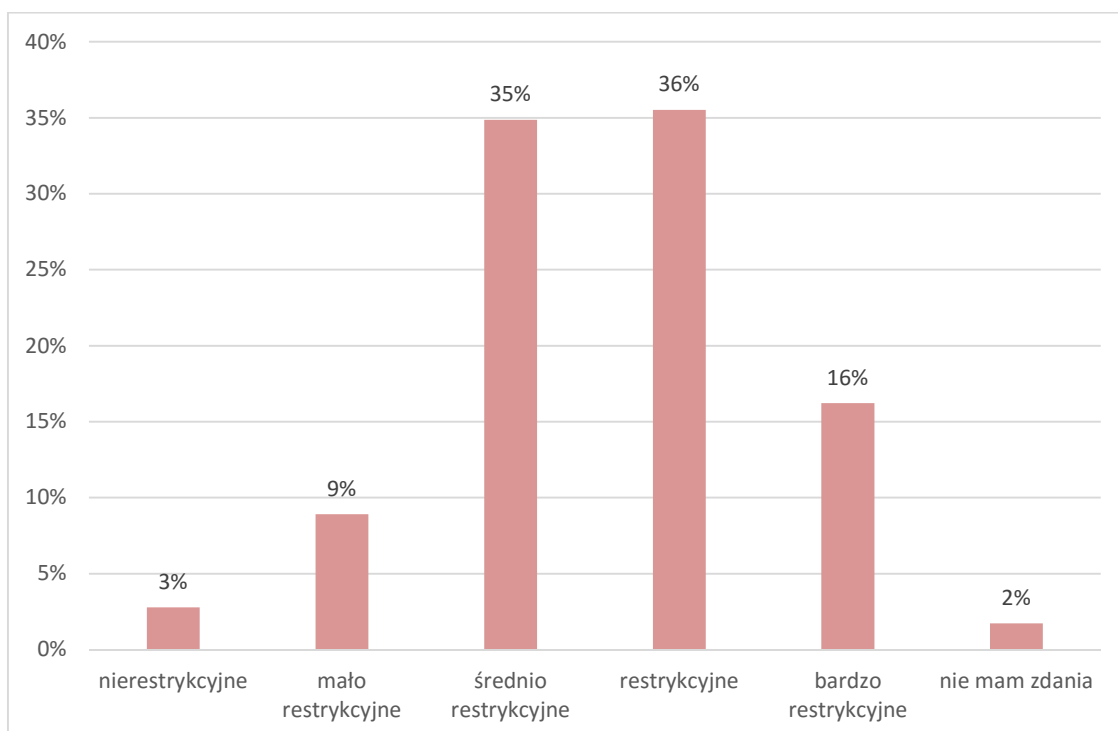
| <b>stare Siedlce, stare Suchanino, stary Chełm</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|----------------------------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                                    | 2,18%    | 119           |
| mało restrykcyjne                                  | 6,84%    | 374           |
| średnio restrykcyjne                               | 29,65%   | 1621          |
| restrykcyjne                                       | 38,75%   | 2119          |
| bardzo restrykcyjne                                | 19,93%   | 1090          |
| nie mam zdania                                     | 2,65%    | 145           |

Wypełnienia: 5468



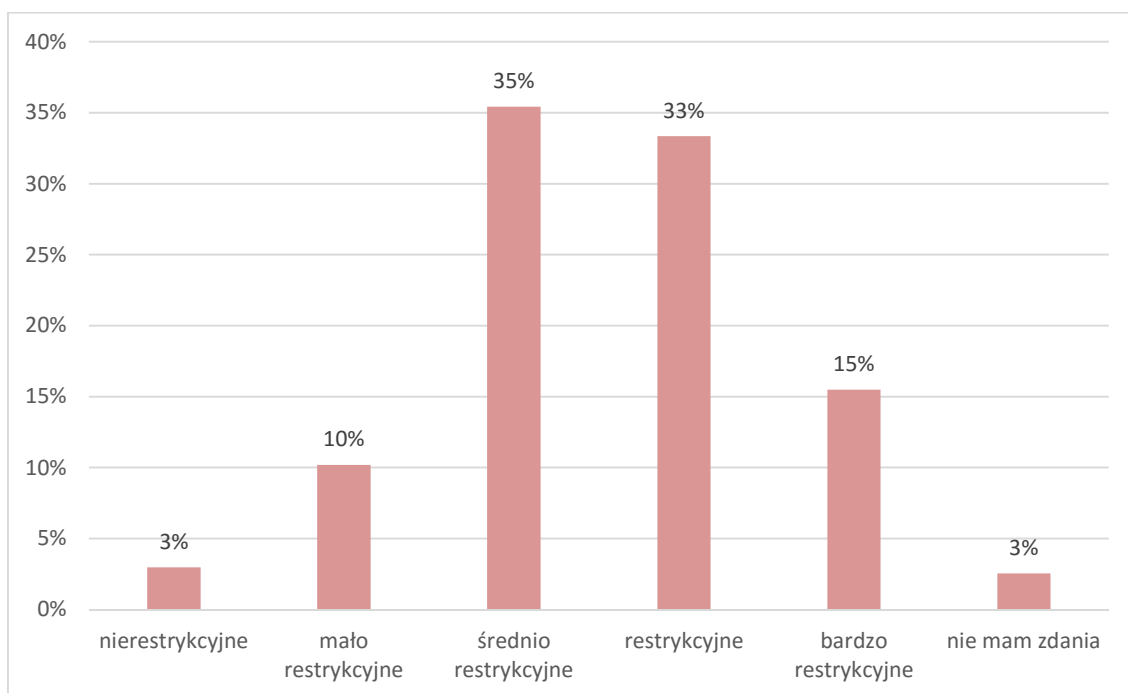
| <b>Żabianka, Przymorze Wielkie, Zaspa, Brzeźno</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|----------------------------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                                    | 2,78%    | 152           |
| mało restrykcyjne                                  | 8,91%    | 487           |
| średnio restrykcyjne                               | 34,86%   | 1906          |
| restrykcyjne                                       | 35,52%   | 1942          |
| bardzo restrykcyjne                                | 16,22%   | 887           |
| nie mam zdania                                     | 1,72%    | 94            |

Wypełnienia: 5468



| <b>Piecki-Migowo osiedle Morena, Suchanino</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|------------------------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                                | 2,98%    | 163           |
| mało restrykcyjne                              | 10,19%   | 557           |
| średnio restrykcyjne                           | 35,44%   | 1938          |
| restrykcyjne                                   | 33,36%   | 1824          |
| bardzo restrykcyjne                            | 15,49%   | 847           |
| nie mam zdania                                 | 2,54%    | 139           |

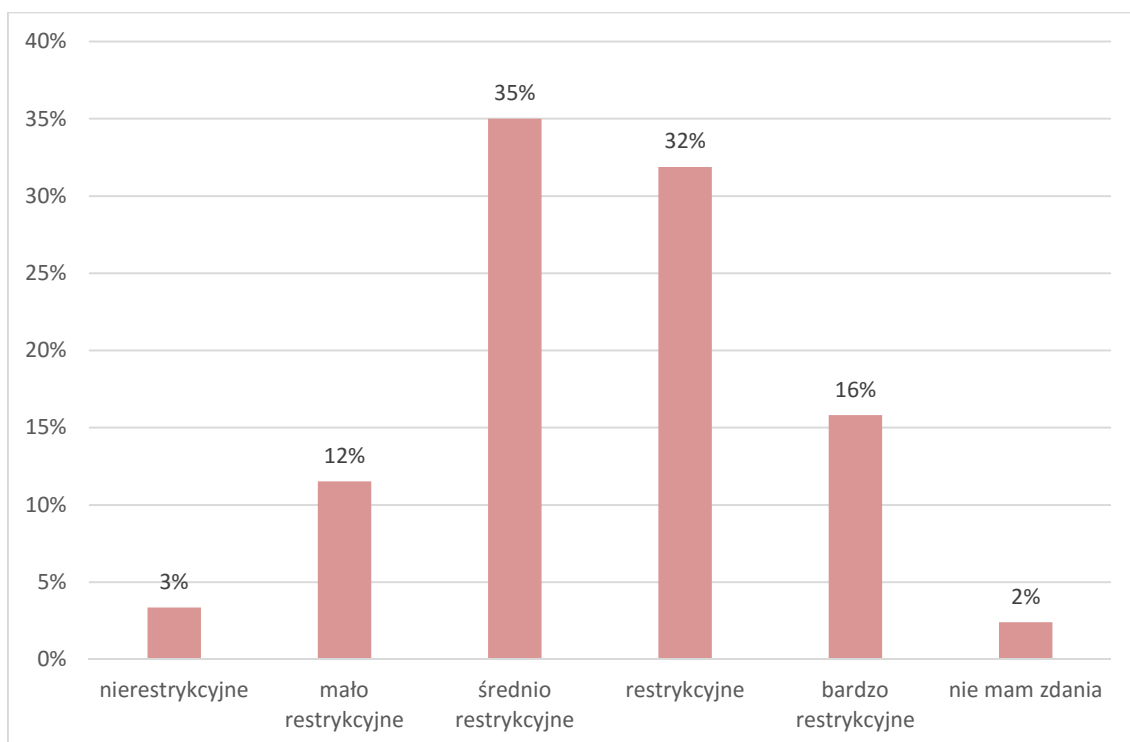
Wypełnienia: 5468





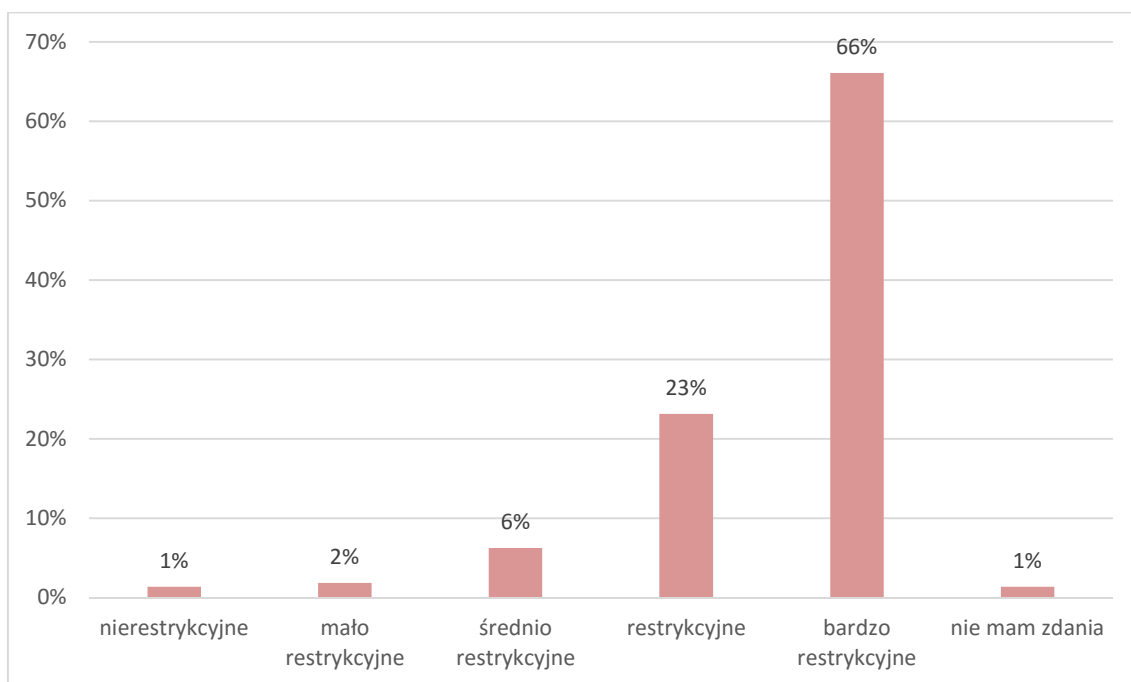
| <b>Gdańsk-Południe: Chełm, Jasień, Ujeścisko, Łostowice,<br/>Zakoniczyn, Szadółki, Maćkowy</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                                                                                | 3,35%    | 183           |
| mało restrykcyjne                                                                              | 11,52%   | 630           |
| średnio restrykcyjne                                                                           | 35,00%   | 1914          |
| restrykcyjne                                                                                   | 31,89%   | 1744          |
| bardzo restrykcyjne                                                                            | 15,82%   | 865           |
| nie mam zdania                                                                                 | 2,41%    | 132           |

Wypełnienia: 5468



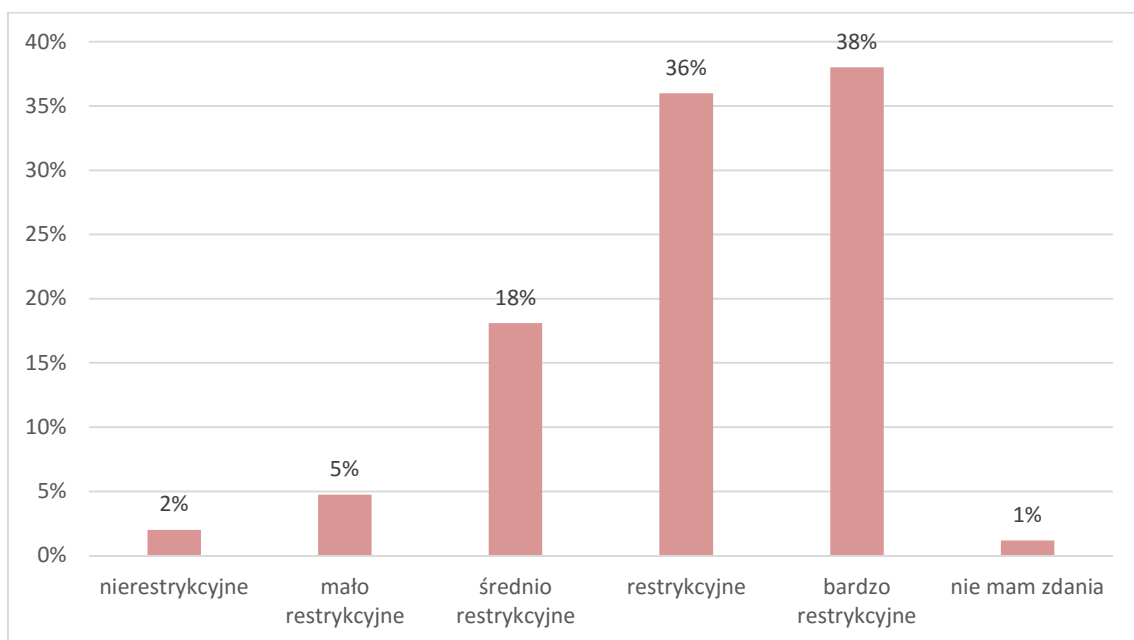
| <b>Tereny Pasa nadmorskiego</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|---------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                 | 1,37%    | 75            |
| mało restrykcyjne               | 1,83%    | 100           |
| średnio restrykcyjne            | 6,24%    | 341           |
| restrykcyjne                    | 23,12%   | 1264          |
| bardzo restrykcyjne             | 66,08%   | 3613          |
| nie mam zdania                  | 1,37%    | 75            |

Wypełnienia: 5468



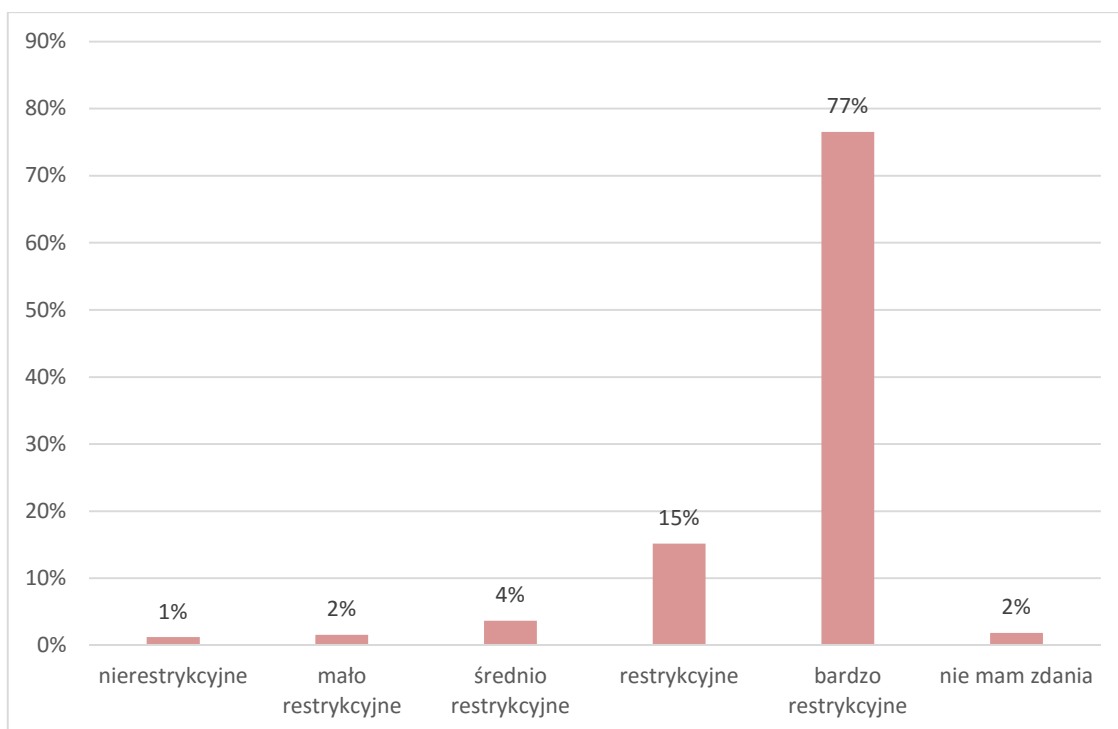
| <b>Aleja Grunwaldzka</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|--------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne          | 1,99%    | 109           |
| mało restrykcyjne        | 4,74%    | 259           |
| średnio restrykcyjne     | 18,09%   | 989           |
| restrykcyjne             | 35,99%   | 1968          |
| bardzo restrykcyjne      | 38,02%   | 2079          |
| nie mam zdania           | 1,17%    | 64            |

Wypełnienia: 5468



| <b>Lasy, zieleńce, parki i cmentarze, zieleń miejska, obszary objęte formami ochrony przyrody, ogrody działkowe</b> | <b>%</b> | <b>Liczba</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|
| nierestrykcyjne                                                                                                     | 1,23%    | 67            |
| mało restrykcyjne                                                                                                   | 1,57%    | 86            |
| średnio restrykcyjne                                                                                                | 3,68%    | 201           |
| restrykcyjne                                                                                                        | 15,16%   | 829           |
| bardzo restrykcyjne                                                                                                 | 76,54%   | 4185          |
| nie mam zdania                                                                                                      | 1,83%    | 100           |

Wypełnienia: 5468



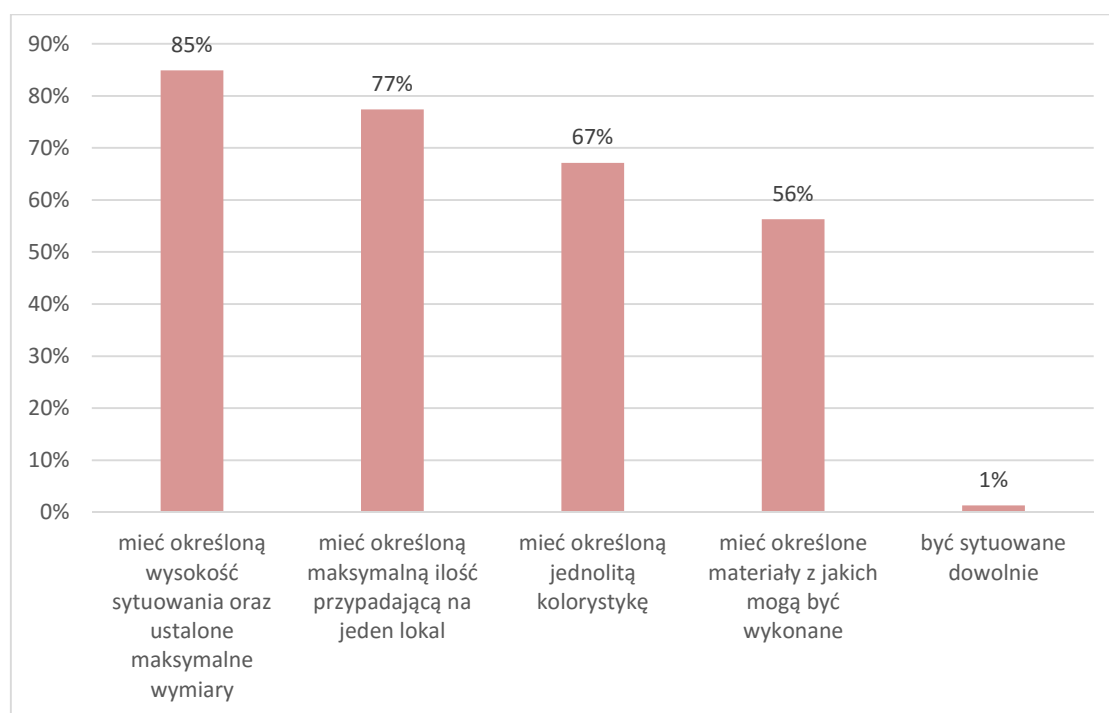
Szyldy przedstawione na poniższej fotografii powinny:



Fot. Archiwum ZDiZ

| Odpowiedź                                                           | %      | Liczba |
|---------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| mieć określoną wysokość sytuowania oraz ustalone maksymalne wymiary | 84,88% | 4641   |
| mieć określoną maksymalną ilość przypadającą na jeden lokal         | 77,36% | 4230   |
| mieć określoną jednolitą kolorystykę                                | 67,14% | 3671   |
| mieć określone materiały z jakich mogą być wykonane                 | 56,29% | 3078   |
| być sytuowane dowolnie                                              | 1,32%  | 72     |

Wypełnienia: 5468

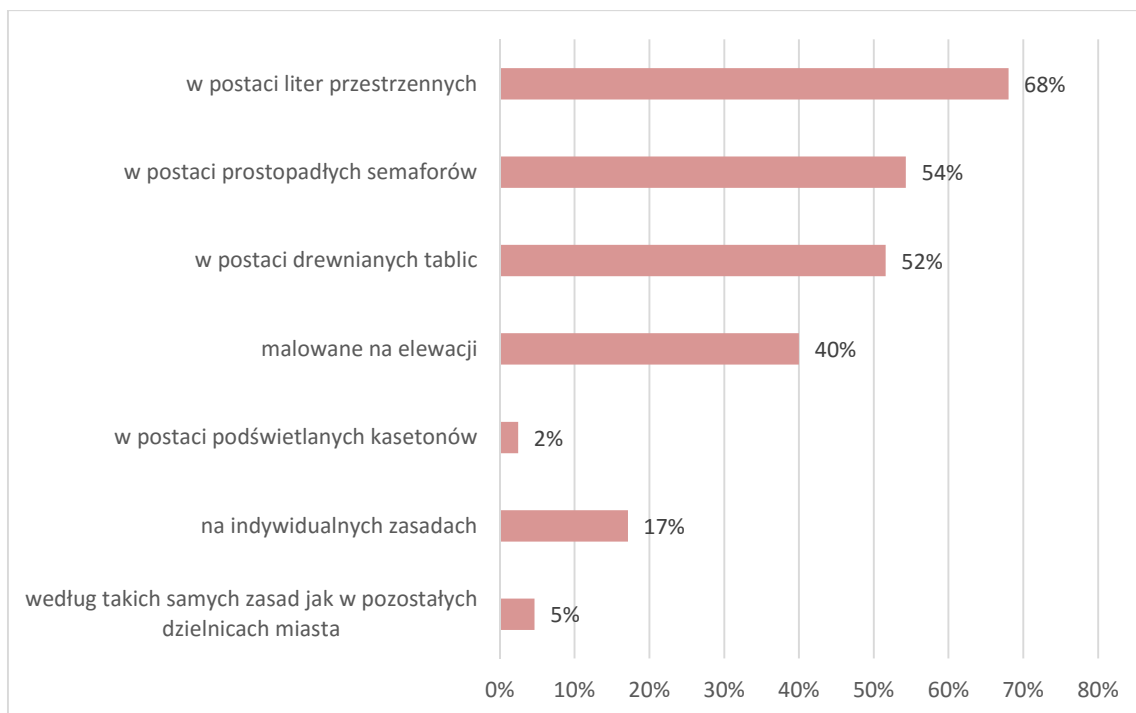


Szyldy sytuowane w granicach Głównego Miasta (np. Długa, Długi Targ, Ogarna, Piwna, Mariacka, Szeroka) powinny być dopuszczone:

| Odpowiedź                                                                                                                                                                                                            | %      | Liczba |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| <p>w postaci liter przestrzennych:</p>  <p>Fot. Archiwum ZDiZ</p>                                                                   | 68,01% | 3719   |
| <p>w postaci prostopadłych semaforów:</p>  <p>Źródło:<br/><a href="http://www.ktosnaprzyczepke.pl">www.ktosnaprzyczepke.pl</a></p> | 54,30% | 2969   |
| <p>w postaci drewnianych tablic:</p>  <p>Źródło: <a href="http://www.google.pl/maps">www.google.pl/maps</a></p>                   | 51,59% | 2821   |

|                                                                                                                                                         |        |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------|
| <p>malowane na elewacji:</p>  <p>Fot. Archiwum ZDiZ</p>               | 40,00% | 2187 |
| <p>w postaci podświetlanych kasetonów:</p>  <p>Fot. Archiwum ZDiZ</p> | 2,45%  | 134  |
| <p>na indywidualnych zasadach</p>                                                                                                                       | 17,12% | 936  |
| <p>według takich samych zasad jak w pozostałych dzielnicach miasta</p>                                                                                  | 4,65%  | 254  |

Wypełnienia: 5468



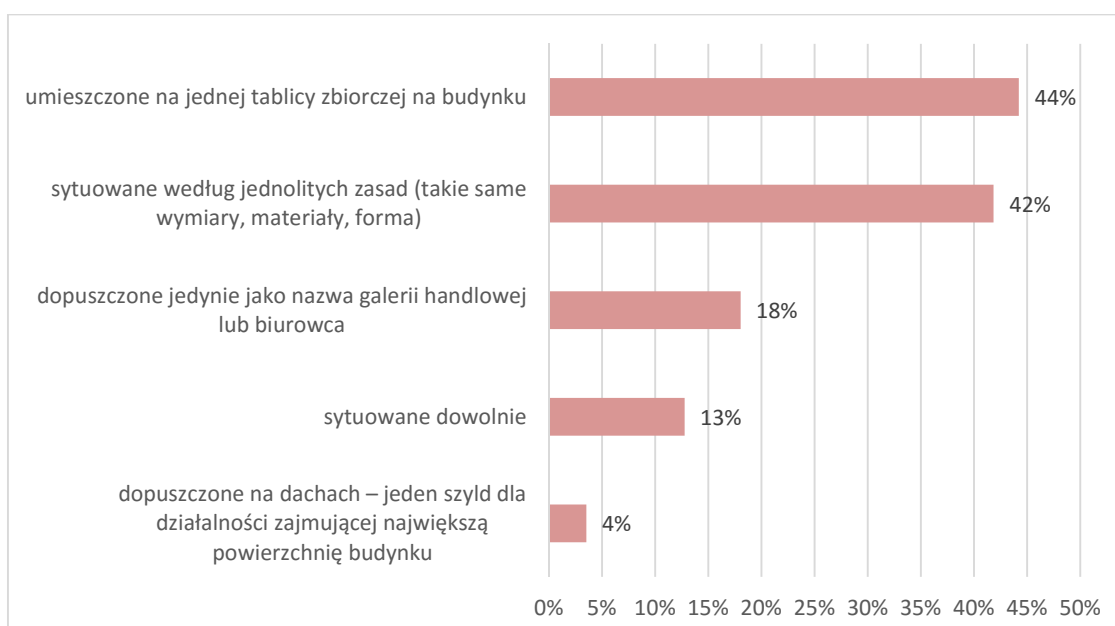
## Szyldy wielkopowierzchniowych obiektów handlowych (galerii handlowych) i biurowców powinny być:



Fot. Archiwum ZDiZ

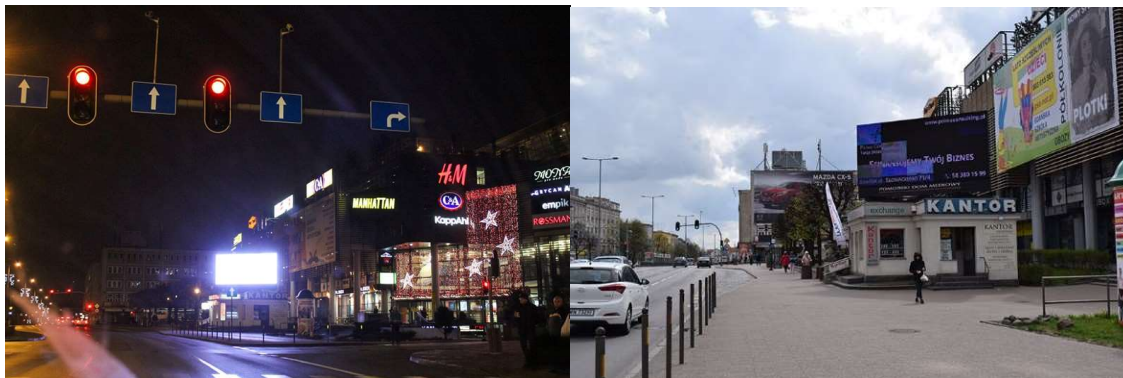
| Odpowiedź                                                                                      | %      | Liczba |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| umieszczone na jednej tablicy zbiorczej na budynku                                             | 44,24% | 2419   |
| sytuowane według jednolitych zasad takie same wymiary, materiały, forma                        | 41,86% | 2289   |
| dopuszczone jedynie jako nazwa galerii handlowej lub biurowca                                  | 18,03% | 986    |
| sytuowane dowolnie                                                                             | 12,77% | 698    |
| dopuszczone na dachach jeden szyld dla działalności zajmującej największą powierzchnię budynku | 3,53%  | 193    |

Wypełnienia: 5468





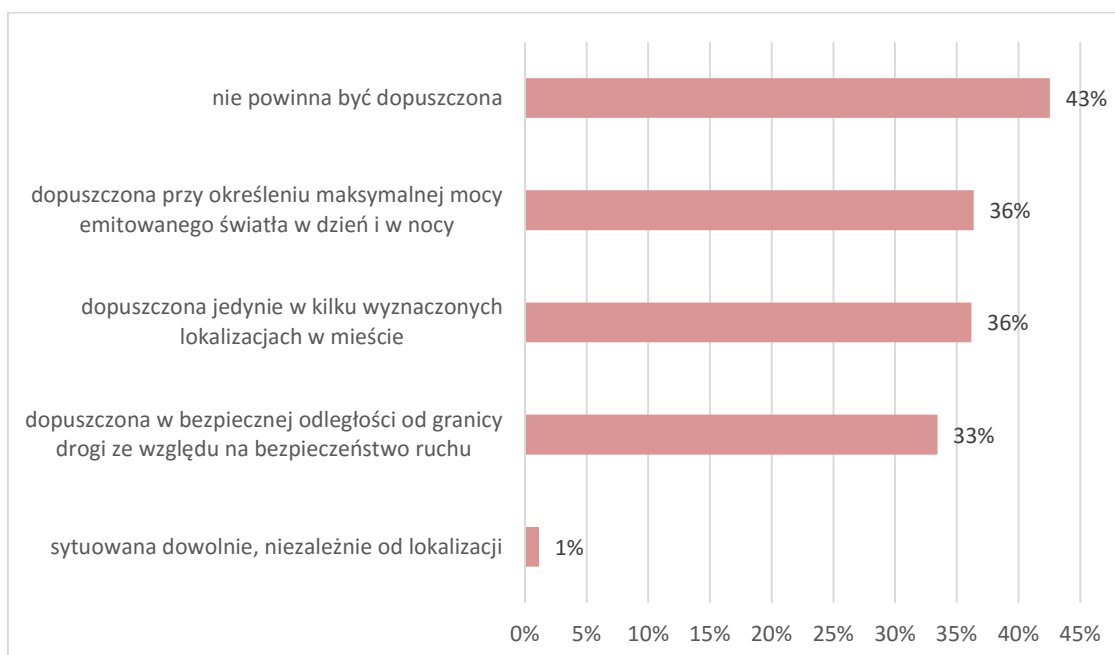
Reklama elektroniczna w postaci ekranów LED o zmiennej treści powinna być:



Fot. Weronika Belczewska/Archiwum ZDiZ

| Odpowiedź                                                                                | %      | Liczba |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| nie powinna być dopuszczona                                                              | 42,56% | 2327   |
| dopuszczona przy określeniu maksymalnej mocy emitowanego światła w dzień i w nocy        | 36,38% | 1989   |
| dopuszczona jedynie w kilku wyznaczonych lokalizacjach w mieście                         | 36,19% | 1979   |
| dopuszczona w bezpiecznej odległości od granicy drogi ze względu na bezpieczeństwo ruchu | 33,43% | 1828   |
| sytuowana dowolnie, niezależnie od lokalizacji                                           | 1,13%  | 62     |

Wypełnienia: 5468



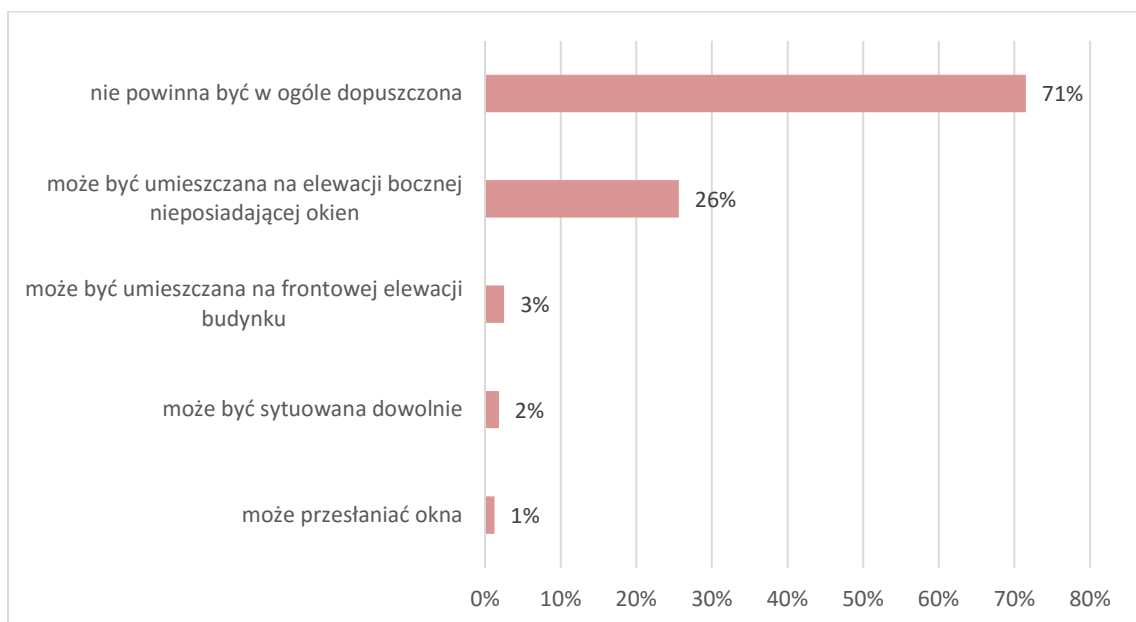
## Czy Pana/i zdaniem reklama na budynku:



Fot. Archiwum ZDiZ

| Odpowiedź                                                      | %      | Liczba |
|----------------------------------------------------------------|--------|--------|
| nie powinna być w ogóle dopuszczona                            | 71,49% | 3909   |
| może być umieszczana na elewacji bocznej nieposiadającej okien | 25,62% | 1401   |
| może być umieszczana na frontowej elewacji budynku             | 2,54%  | 139    |
| może być sytuowana dowolnie                                    | 1,83%  | 100    |
| może przestaniać okna                                          | 1,26%  | 69     |

Wypełnienia: 5468



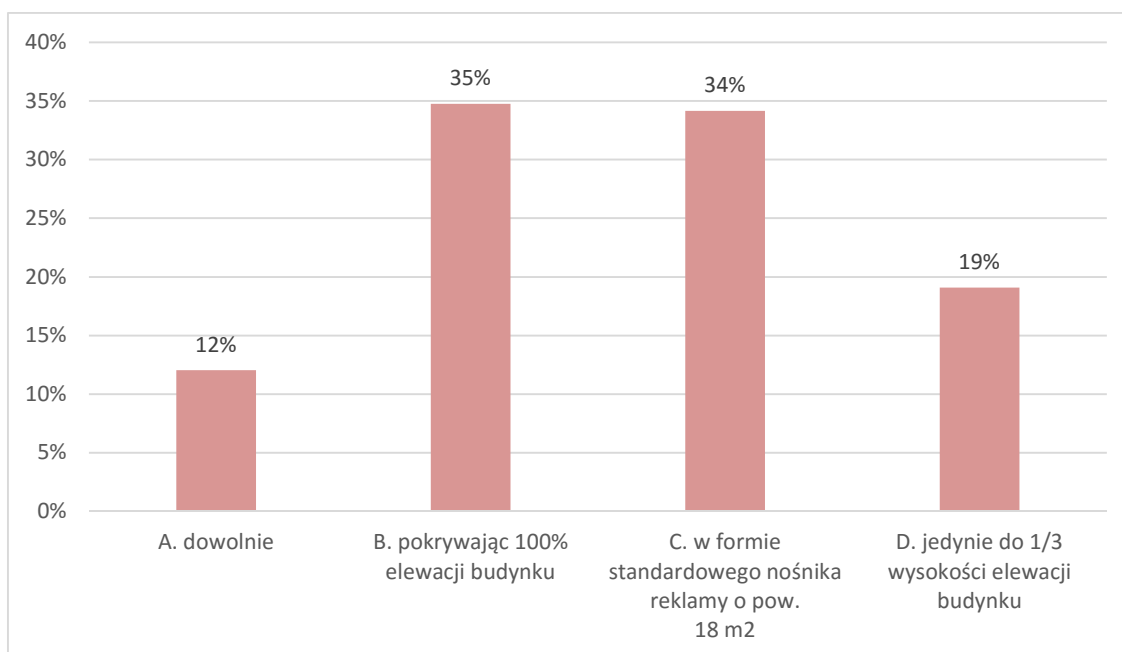
W przypadku dopuszczenia lokalizacji reklamy na elewacji nieposiadającej okien powinna być ona umieszczana:



Fot. Archwium ZDiZ

| Odpowiedź                                              | %      | Liczba |
|--------------------------------------------------------|--------|--------|
| A. dowolnie                                            | 12,03% | 658    |
| B. pokrywając 100 elewacji budynku                     | 34,75% | 1900   |
| C. w formie standardowego nośnika reklamy o pow. 18 m2 | 34,14% | 1867   |
| D. jedynie do 1/3 wysokości elewacji budynku           | 19,07% | 1043   |

Wypełnienia: 5468



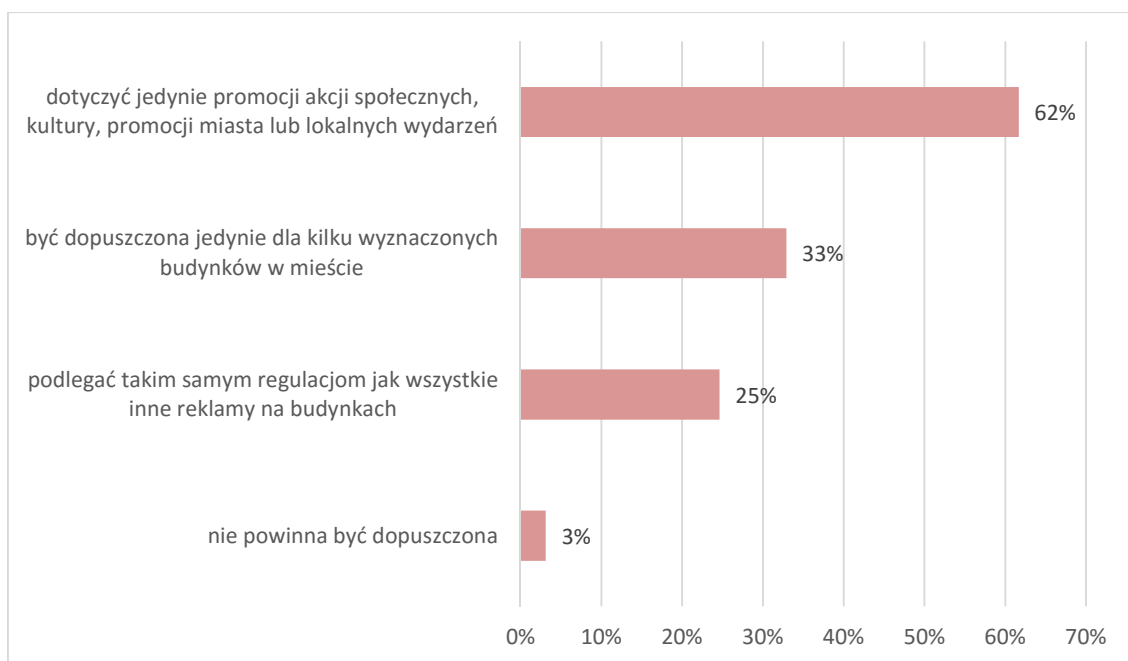
## Reklama w formie muralu powinna:



Źródło: [www.google.pl/maps](http://www.google.pl/maps)

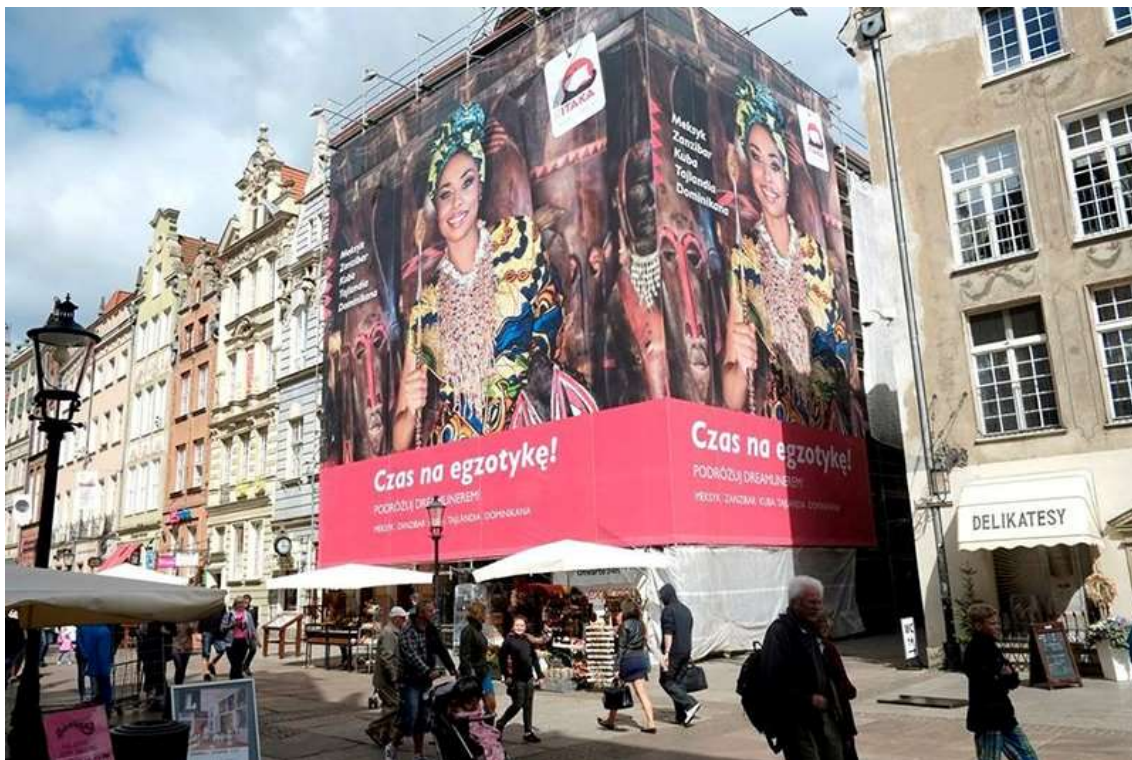
| Odpowiedź                                                                                    | %      | Liczba |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| dotyczyć jedynie promocji akcji społecznych, kultury, promocji miasta lub lokalnych wydarzeń | 61,67% | 3372   |
| być dopuszczona jedynie dla kilku wyznaczonych budynków w mieście                            | 32,90% | 1799   |
| podlegać takim samym regulacjom jak wszystkie inne reklamy na budynkach                      | 24,63% | 1347   |
| nie powinna być dopuszczona                                                                  | 3,13%  | 171    |

Wypełnienia: 5468





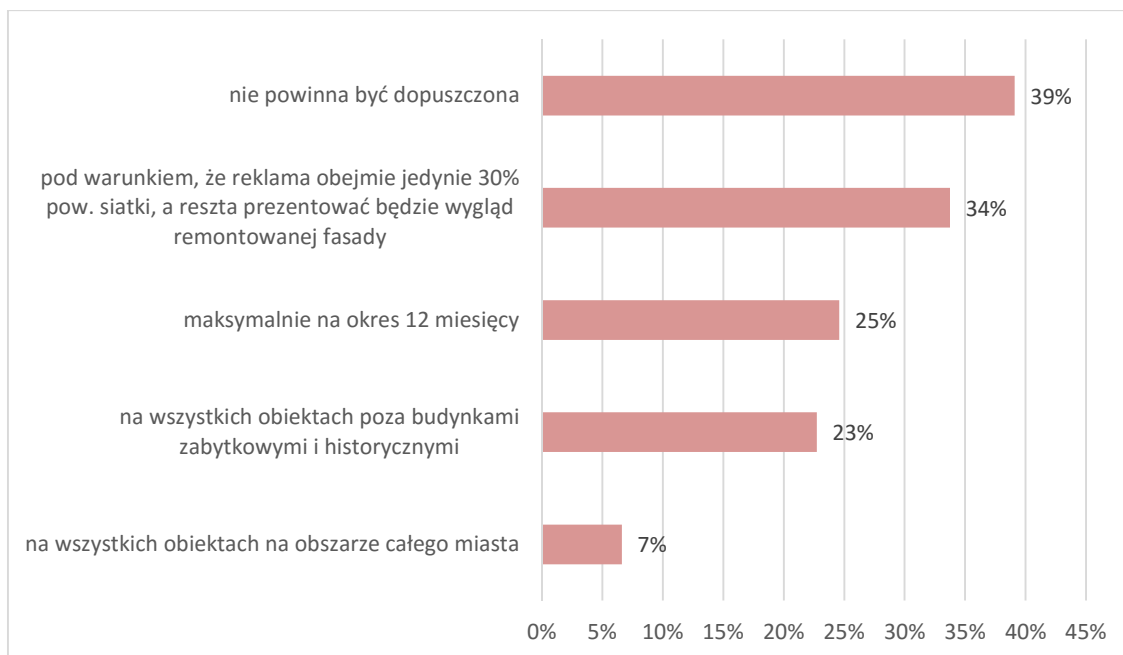
Reklama w postaci siatek na rusztowaniach remontowo-budowlanych powinna być dopuszczona:



Źródło: <https://www.facebook.com/2PiGroup/photos>

| Odpowiedź                                                                                                        | %      | Liczba |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| nie powinna być dopuszczona                                                                                      | 39,10% | 2138   |
| pod warunkiem, że reklama obejmie jedynie 30 pow. siatki, a reszta prezentować będzie wygląd remontowanej fasady | 33,74% | 1845   |
| maksymalnie na okres 12 miesięcy                                                                                 | 24,60% | 1345   |
| na wszystkich obiektach poza budynkami zabytkowymi i historycznymi                                               | 22,73% | 1243   |
| na wszystkich obiektach na obszarze całego miasta                                                                | 6,62%  | 362    |

Wypełnienia: 5468



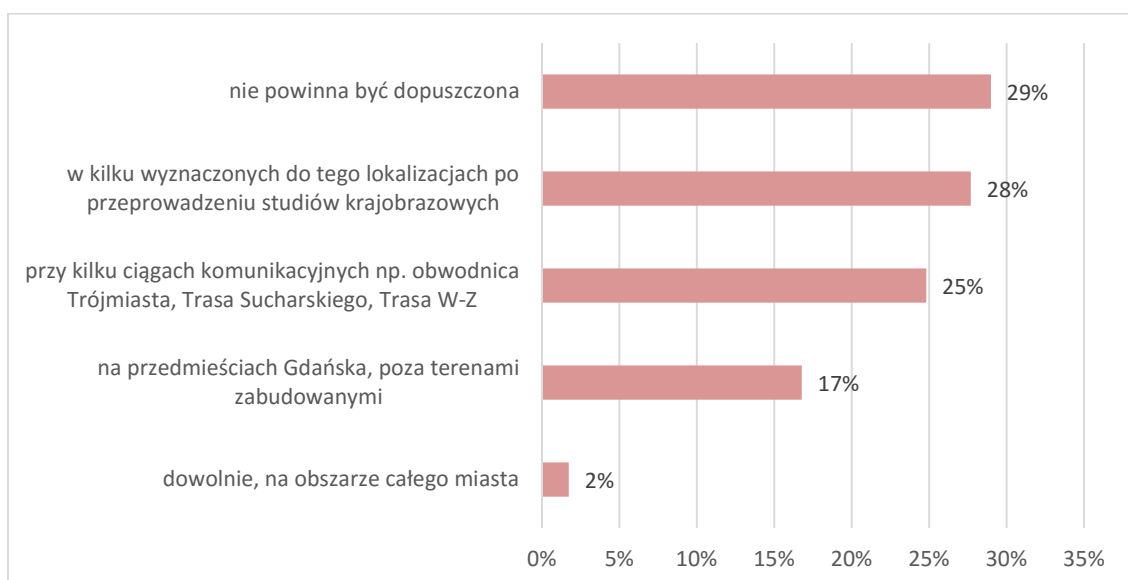
Reklama wielkoformatowa (powyżej 18m<sup>2</sup>) powinna być sytuowana:



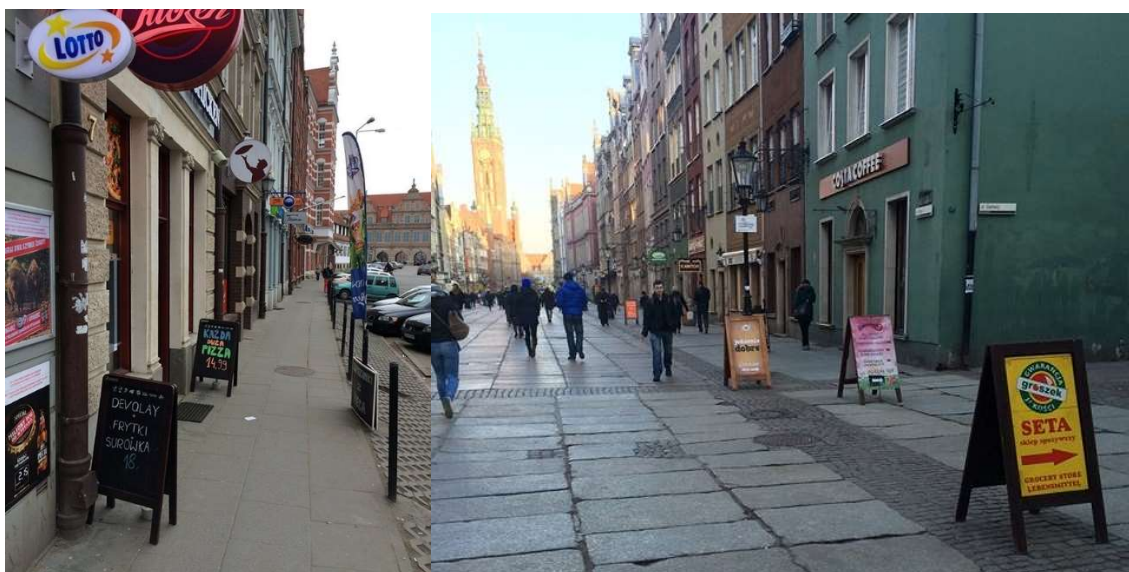
Fot. Archiwum ZDiZ

| Odpowiedź                                                                                  | %      | Liczba |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| nie powinna być dopuszczona                                                                | 28,99% | 1585   |
| w kilku wyznaczonych do tego lokalizacjach po przeprowadzeniu studiów krajobrazowych       | 27,69% | 1514   |
| przy kilku ciągach komunikacyjnych np. obwodnica Trójmiasta, Trasa Sucharskiego, Trasa W-Z | 24,82% | 1357   |
| na przedmieściach Gdańska, poza terenami zabudowanymi                                      | 16,77% | 917    |
| dowolnie, na obszarze całego miasta                                                        | 1,74%  | 95     |

Wypełnienia: 5468



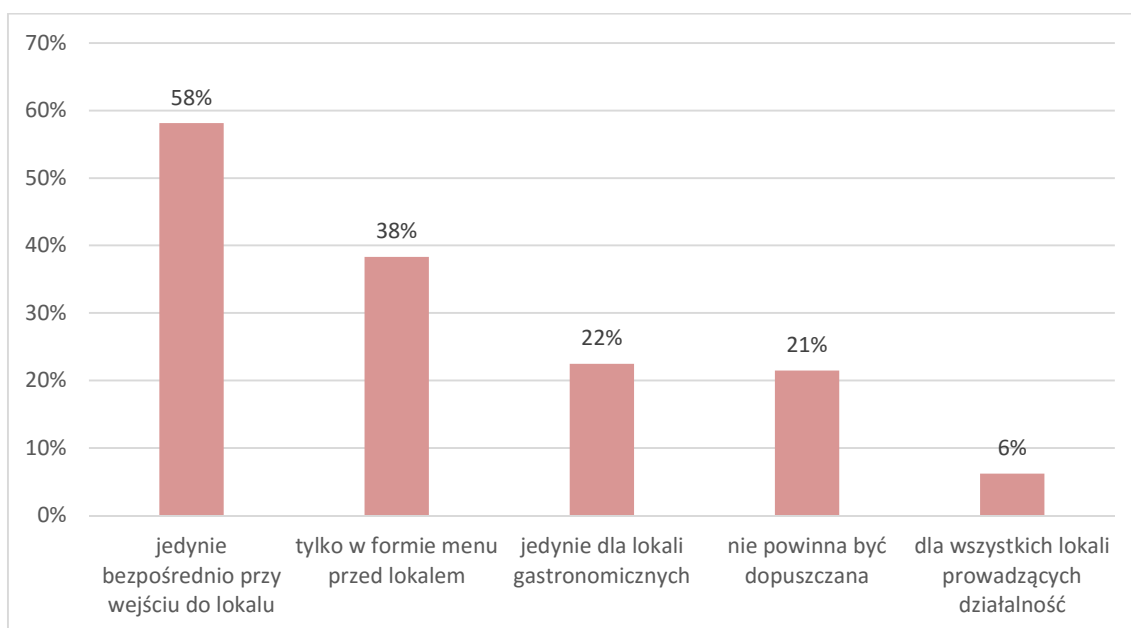
Reklama w postaci tzw. potykacza powinna być dopuszczona:



Fot. Archiwum ZDiZ

| Odpowiedź                                      | %      | Liczba |
|------------------------------------------------|--------|--------|
| jedynie bezpośrednio przy wejściu do lokalu    | 58,14% | 3179   |
| tylko w formie menu przed lokalem              | 38,33% | 2096   |
| jedynie dla lokali gastronomicznych            | 22,46% | 1228   |
| nie powinna być dopuszczana                    | 21,47% | 1174   |
| dla wszystkich lokali prowadzących działalność | 6,22%  | 340    |

Wypełnienia: 5468

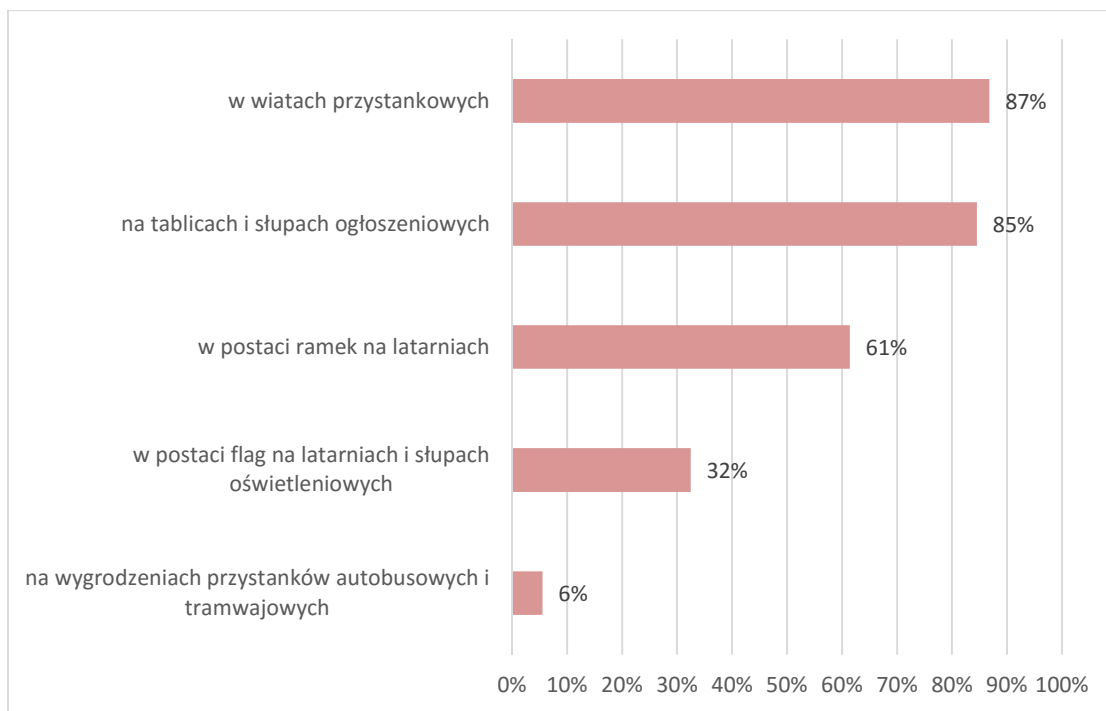




Reklama okolicznościowa dotycząca lokalnych wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych powinna być umieszczana:

| Odpowiedź                                                      | %      | Liczba |                                                                                     |        |      |
|----------------------------------------------------------------|--------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------|------|
| w wiatach przystankowych:                                      | 86,76% | 4744   |    |        |      |
| Źródło: <a href="http://www.wikimapia.pl">www.wikimapia.pl</a> |        |        |                                                                                     |        |      |
| na tablicach i słupach ogłoszeniowych:                         | 84,51% | 4621   |   |        |      |
| Fot. Archiwum ZDiZ                                             |        |        |                                                                                     |        |      |
| w postaci ramek na latarniach:                                 | 61,43% | 3359   |  |        |      |
| Fot. Archiwum ZDiZ                                             |        |        |                                                                                     |        |      |
|                                                                |        |        | w postaci flag na latarniach i słupach oświetleniowych:                             | 32,48% | 1776 |
|                                                                |        |        |   |        |      |
|                                                                |        |        | Źródło: <a href="http://www.google.maps.pl">www.google.maps.pl</a>                  |        |      |
|                                                                |        |        | na wygradzeniach przystanków autobusowych i tramwajowych:                           | 5,50%  | 301  |
|                                                                |        |        |  |        |      |
|                                                                |        |        | Fot. Archiwum ZDiZ                                                                  |        |      |

Wypełnienia: 5468



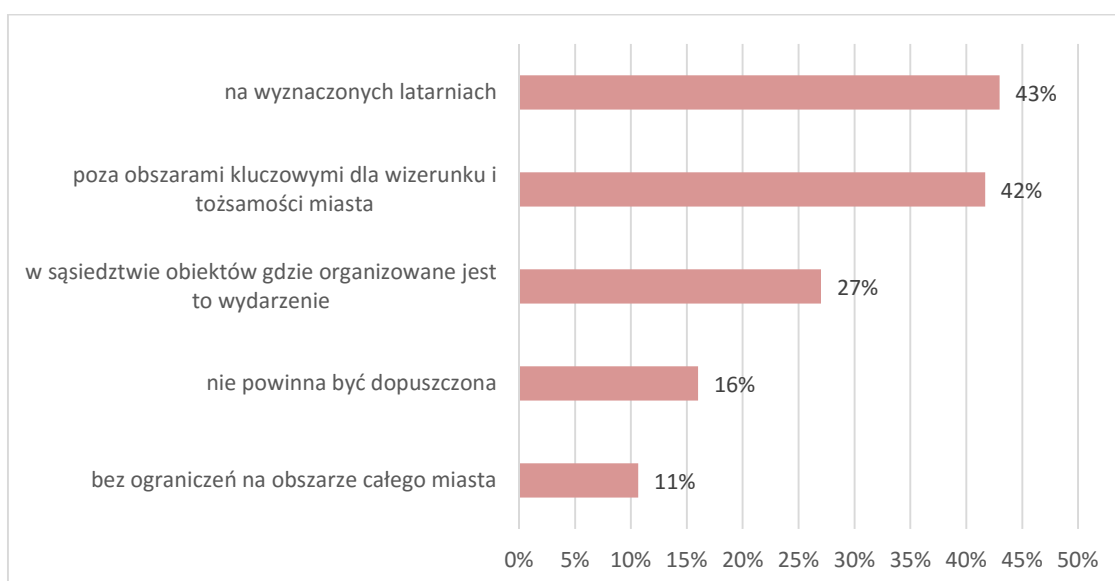
Reklama wydarzeń kulturalnych i sportowych, umieszczana w formie ramki na latarniach i słupach, powinna być sytuowana:



Fot. Piotr Połoczański

| Odpowiedź                                                    | %      | Liczba |
|--------------------------------------------------------------|--------|--------|
| na wyznaczonych latarniach                                   | 42,98% | 2350   |
| poza obszarami kluczowymi dla wizerunku i tożsamości miasta  | 41,68% | 2279   |
| w sąsiedztwie obiektów gdzie organizowane jest to wydarzenie | 27,01% | 1477   |
| nie powinna być dopuszczona                                  | 16,02% | 876    |
| bez ograniczeń na obszarze całego miasta                     | 10,66% | 583    |

Wypełnienia: 5468



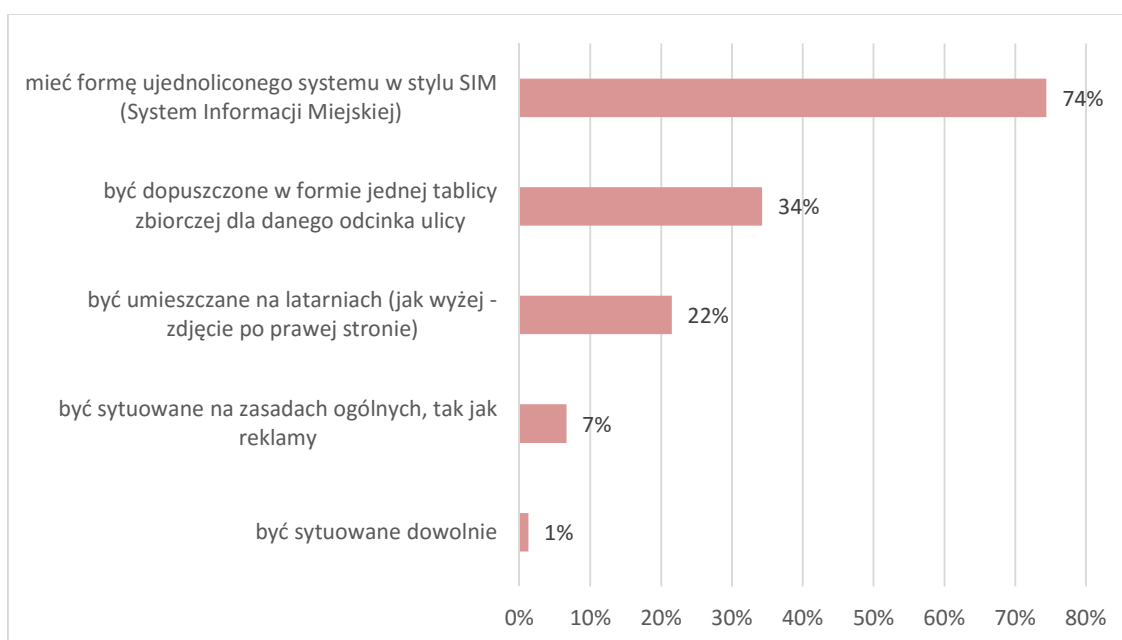
Tablice informujące o dojeździe do miejsca prowadzonej działalności powinny:



Fot. Archiwum ZDiZ

| Odpowiedź                                                                  | %      | Liczba |
|----------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| mieć formę ujednoliconego systemu w stylu SIM System Informacji Miejskiej  | 74,40% | 4068   |
| być dopuszczone w formie jednej tablicy zbiorczej dla danego odcinka ulicy | 34,27% | 1874   |
| być umieszczane na latarniach jak wyżej - zdjęcie po prawej stronie        | 21,51% | 1176   |
| być sytuowane na zasadach ogólnych, tak jak reklamy                        | 6,62%  | 362    |
| być sytuowane dowolnie                                                     | 1,26%  | 69     |

Wypełnienia: 5468



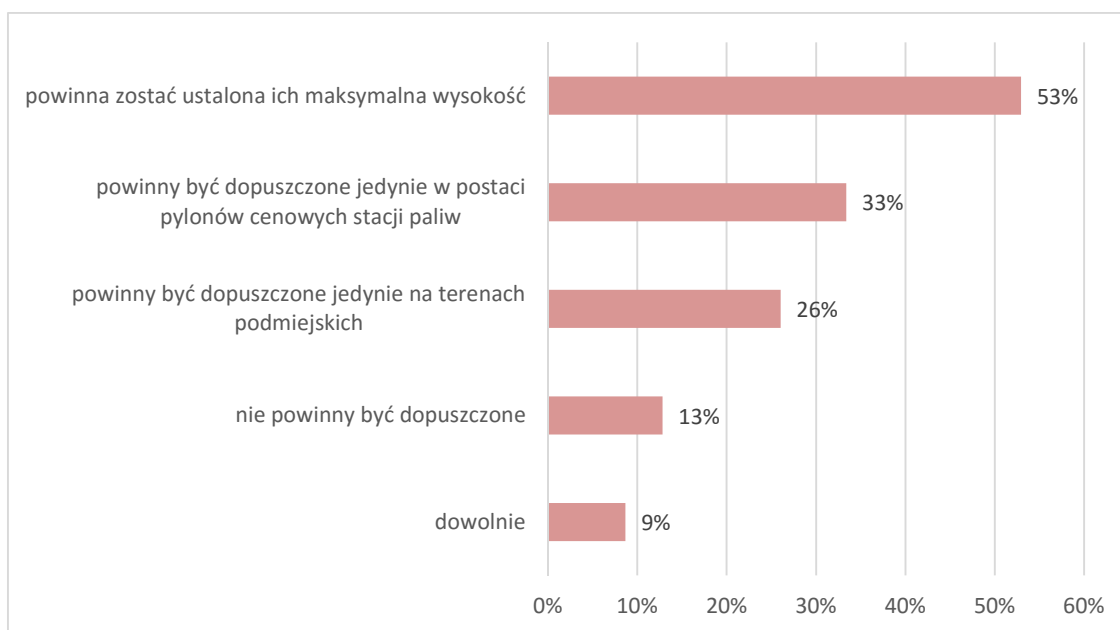
## Pylony cenowe oraz totemy reklamowe powinny być sytuowane:



Fot. Archiwum ZDiZ

| Odpowiedź                                                               | %      | Liczba |
|-------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| powinna zostać ustalona ich maksymalna wysokość                         | 52,93% | 2894   |
| powinny być dopuszczone jedynie w postaci pylonów cenowych stacji paliw | 33,38% | 1825   |
| powinny być dopuszczone jedynie na terenach podmiejskich                | 26,04% | 1424   |
| nie powinny być dopuszczone                                             | 12,82% | 701    |
| dowolnie                                                                | 8,67%  | 474    |

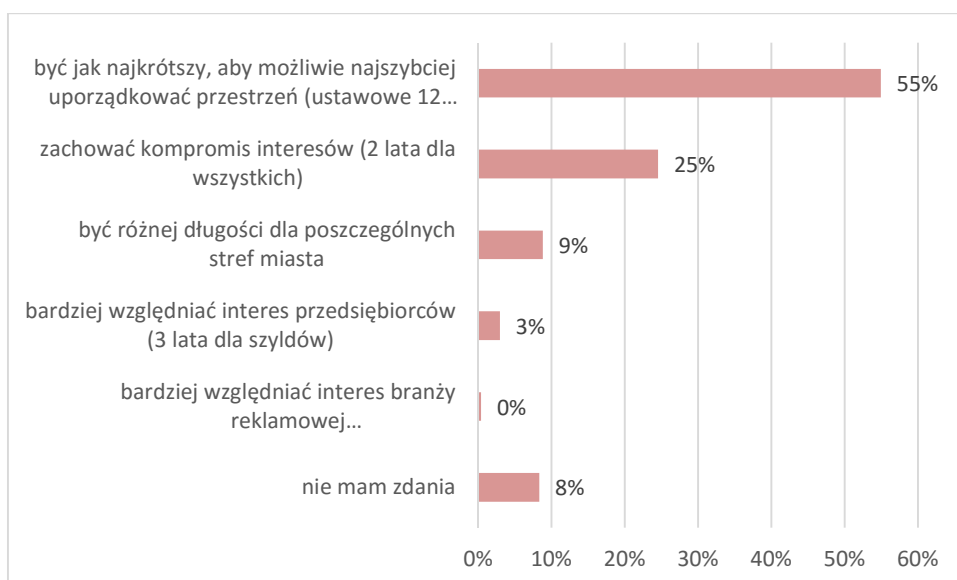
Wypełnienia: 5468



## Okres dostosowania nośników reklamowych (szyldów i reklam) do nowych zapisów Pana/i zdaniem powinien wynosić:

| Odpowiedź                                                                                 | %      | Liczba |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| być jak najkrótszy, aby możliwie najszybciej uporządkować przestrzeń ustawowe 12 miesięcy | 54,94% | 3004   |
| zachować kompromis interesów 2 lata dla wszystkich                                        | 24,52% | 1341   |
| być różnej długości dla poszczególnych stref miasta                                       | 8,81%  | 482    |
| bardziej uwzględniać interes przedsiębiorców 3 lata dla szyldów                           | 2,98%  | 163    |
| bardziej uwzględniać interes branży reklamowej 3 lata dla nośników wolnostojących         | 0,40%  | 22     |
| nie mam zdania                                                                            | 8,34%  | 456    |

Wypełnienia: 5468

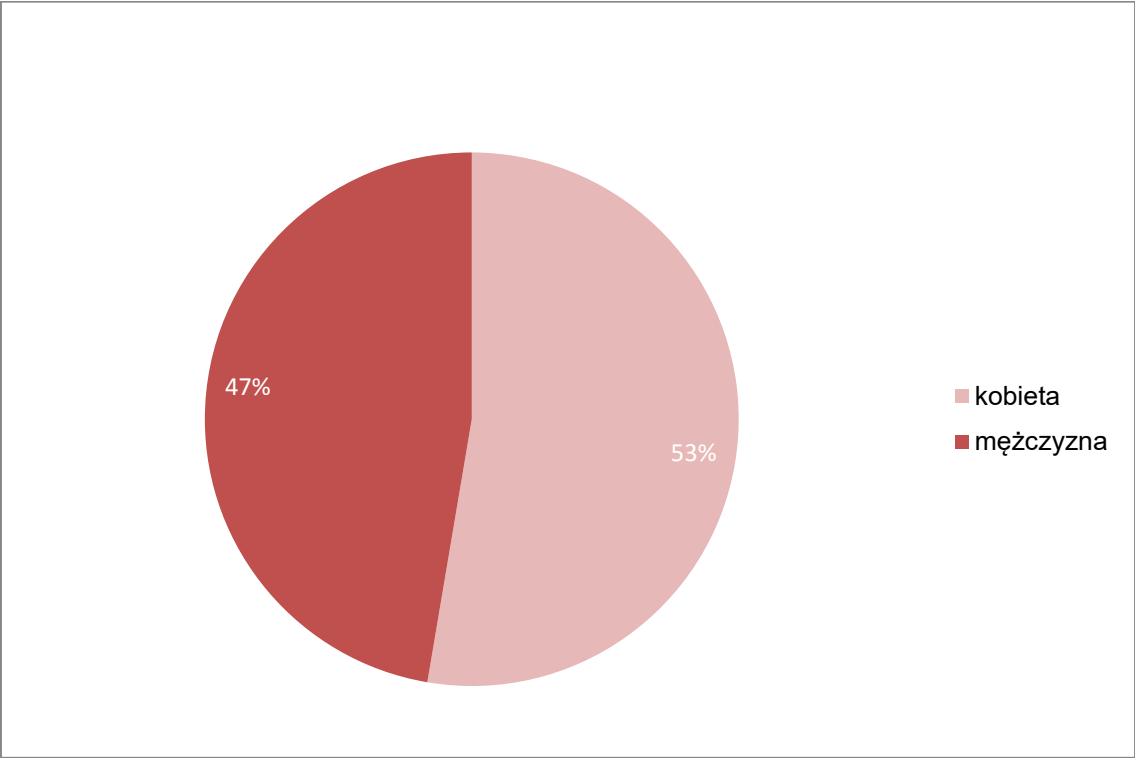


# Metryczka

## Płeć respondentów

| Odpowiedź | %      | Liczba |
|-----------|--------|--------|
| kobieta   | 52,67% | 2880   |
| mężczyzna | 47,33% | 2588   |

Wypełnienia: 5468

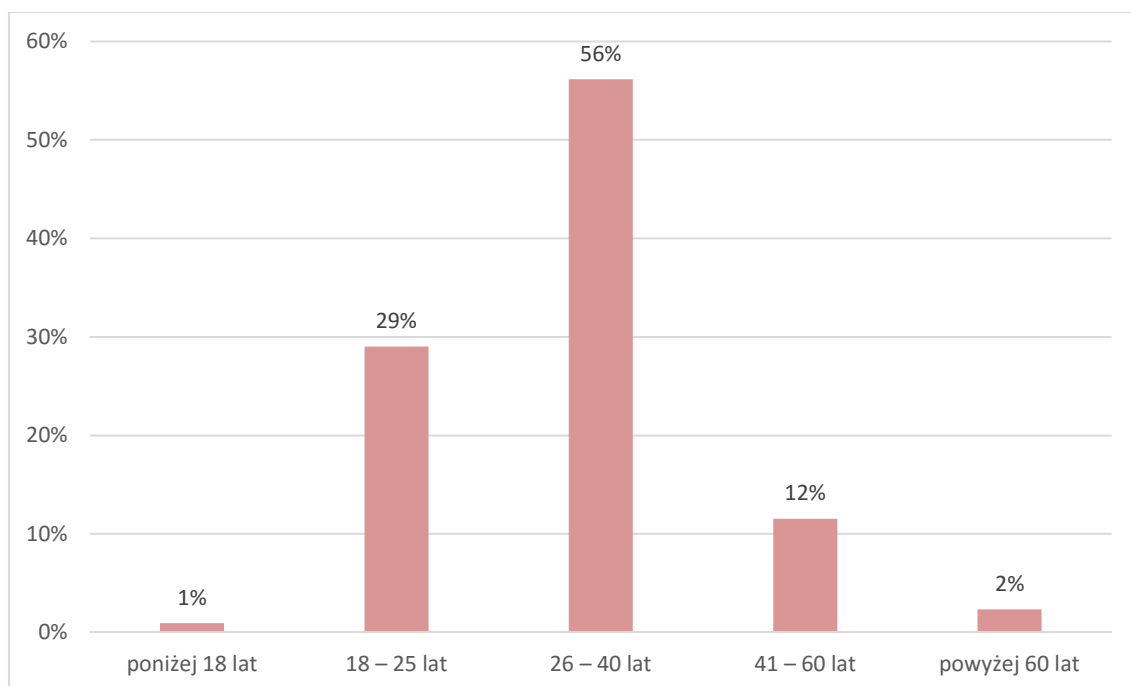




## Wiek respondentów

| Odpowiedź      | %      | Liczba |
|----------------|--------|--------|
| poniżej 18 lat | 0,95%  | 52     |
| 18 - 25 lat    | 29,02% | 1587   |
| 26 - 40 lat    | 56,16% | 3071   |
| 41 - 60 lat    | 11,52% | 630    |
| powyżej 60 lat | 2,34%  | 128    |

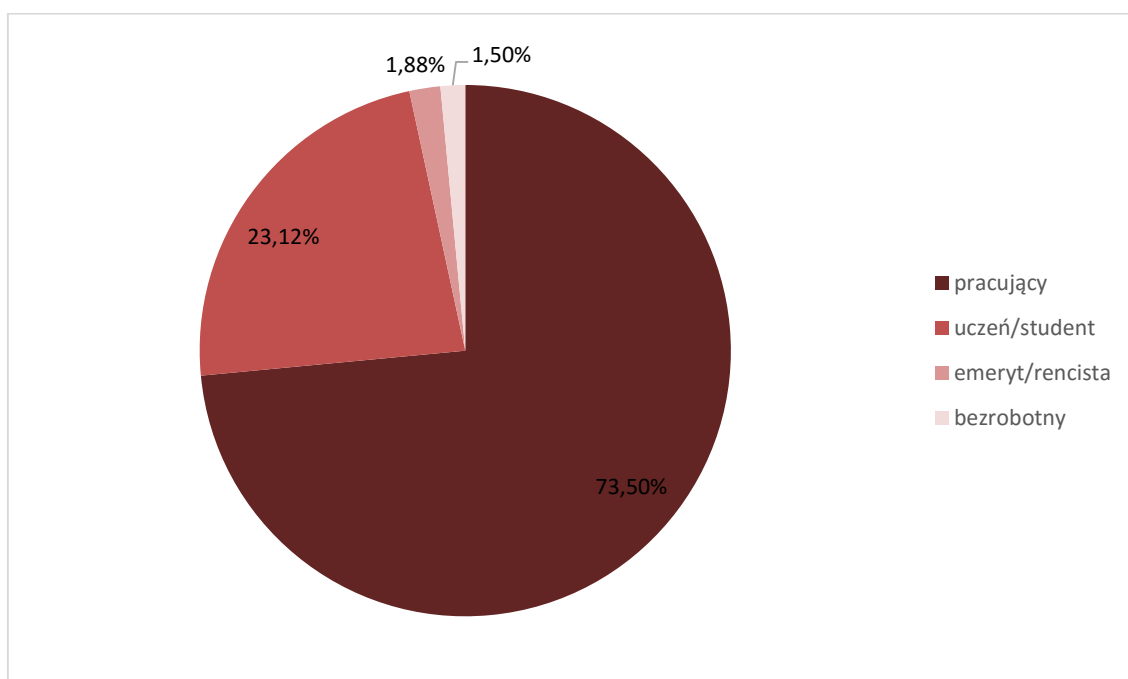
Wypełnienia: 5468



## Sytuacja zawodowa respondentów

| Odpowiedź       | %      | Liczba |
|-----------------|--------|--------|
| pracujący       | 73,50% | 4019   |
| uczeń/student   | 23,12% | 1264   |
| emeryt/rencista | 1,88%  | 103    |
| bezrobotny      | 1,50%  | 82     |

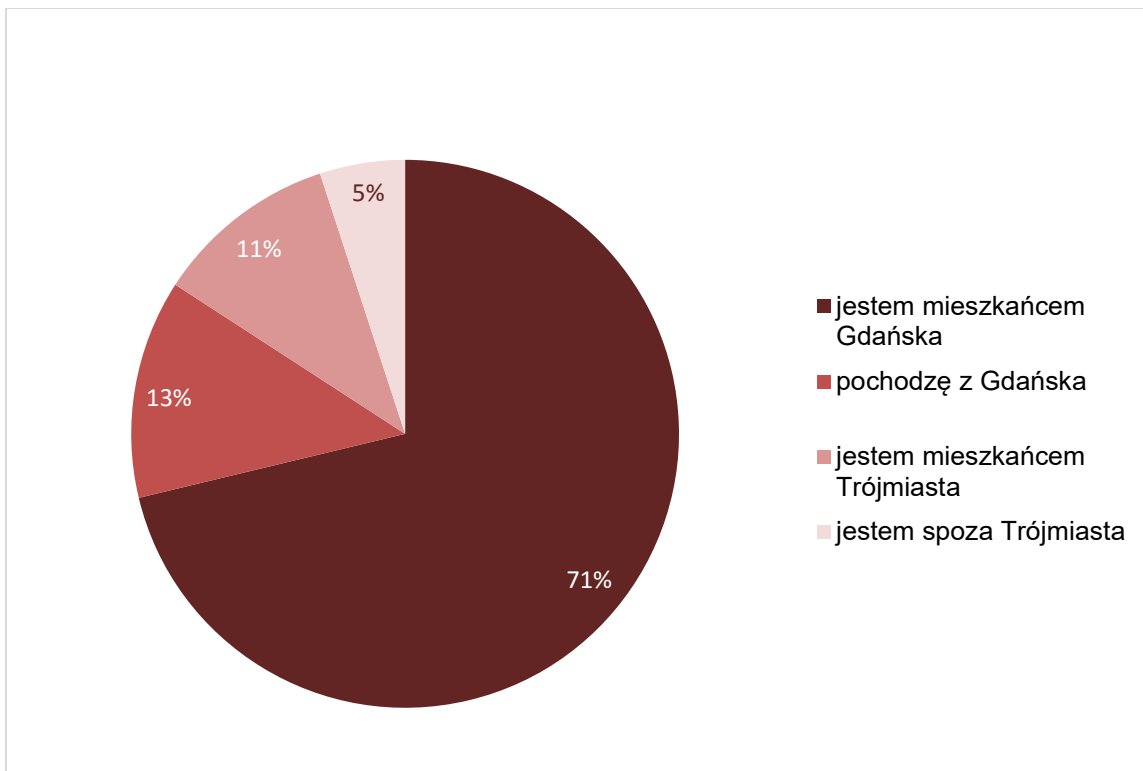
Wypełnienia: 5468



## Stopień powiązania z Gdańskiem respondentów

| Odpowiedź                     | %      | Liczba |
|-------------------------------|--------|--------|
| jestem mieszkańcem Gdańska    | 71,25% | 3896   |
| pochodzę z Gdańska            | 12,91% | 706    |
| jestem mieszkańcem Trójmiasta | 10,81% | 591    |
| jestem spoza Trójmiasta       | 5,03%  | 275    |

Wypełnienia: 5468



## Dzielnica zamieszkania respondenta

| Odpowiedź                                | %      | Liczba |
|------------------------------------------|--------|--------|
| Śródmieście                              | 10,18% | 397    |
| Wrzeszcz Górny                           | 10,08% | 393    |
| Piecki- Migowo                           | 8,21%  | 320    |
| Wrzeszcz Dolny                           | 7,67%  | 299    |
| Chełm                                    | 7,13%  | 278    |
| Ujeścisko - Łostowice                    | 6,64%  | 259    |
| Oliwa                                    | 6,31%  | 246    |
| Jasień                                   | 4,39%  | 171    |
| Przymorze Wielkie                        | 4,00%  | 156    |
| Przymorze Małe                           | 3,62%  | 141    |
| Osowa                                    | 2,77%  | 108    |
| Żabianka-Wejhera-Jelitkowo - Tysiąclecia | 2,56%  | 100    |
| Siedlce                                  | 2,54%  | 99     |
| Zaspa Młyniec                            | 2,54%  | 99     |
| Strzyża                                  | 2,51%  | 98     |
| Zaspa Rozstaje                           | 2,18%  | 85     |
| Aniołki                                  | 2,10%  | 82     |
| Suchanino                                | 2,10%  | 82     |
| Orunia-Św. Wojciech-Lipce                | 2,05%  | 80     |
| Brzeźno                                  | 2,00%  | 78     |
| Brętowo                                  | 1,49%  | 58     |
| Kokoszki                                 | 1,33%  | 52     |
| Matarnia                                 | 1,03%  | 40     |
| Nowy Port                                | 1,00%  | 39     |
| VII Dwór                                 | 1,00%  | 39     |
| Stogi                                    | 0,69%  | 27     |
| Przeróbka                                | 0,54%  | 21     |
| Olszynka                                 | 0,41%  | 16     |
| Wzgórze Mickiewicza                      | 0,31%  | 12     |
| Wyspa Sobieszewska                       | 0,28%  | 11     |
| Letnica                                  | 0,15%  | 6      |
| Młyniska                                 | 0,15%  | 6      |
| Rudniki                                  | 0,03%  | 1      |
| Krakowiec- Górki Zachodnie               | 0,00%  | 0      |

Wypełnienia: 3899

## Powód wzięcia udziału w badaniu

| Odpowiedź                                                                                                                              | %      | Liczba |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| jestem mieszkańcem chcę mieć wpływ na kreowanie wizerunku przestrzeni publicznych miasta Gdańska                                       | 69,75% | 3814   |
| jestem studentem, pracownikiem naukowym, architektem, urbanistą, planistą itp. i interesuję się uchwałą reklamową                      | 15,33% | 838    |
| żadne z powyższych, ale czuję się związany z Gdańskiem - chcę mieć wpływ na kreowanie wizerunku przestrzeni publicznych miasta Gdańska | 9,38%  | 513    |
| jestem przedsiębiorcą prowadzącym własną działalność niezwiązaną z branżą reklamową                                                    | 3,29%  | 180    |
| jestem przedstawicielem firmy z branży reklamowej                                                                                      | 1,23%  | 67     |
| jestem przedstawicielem organizacji lub urzędu związanego z działaniami na rzecz poprawy estetyki przestrzeni publicznych              | 1,02%  | 56     |

Wypełnienia: 5468

