# Tisková zpráva

## Ze sociálních sítí: Brňanům vadí vysoká cena a doba stavby nového nádraží, podobu chválí

**Adbros v období od 12. do 25. července na sociálních sítích Facebook, Twitter, Instagram a v dalších médiích monitoroval diskuse vyvolané zveřejněním finální podoby nového brněnského hlavního nádraží. Ve své analýze odhaluje, jak uživatelé sociálních sítí hodnotili návrh železničního uzlu. Ten má v moravské metropoli vyrůst do roku 2035. Ve sledovaném období se v diskusi objevilo 1332 relevantních zmínek, v nichž dominovala témata týkající se vzhledu, ceny, doby stavby a umístění nového nádraží. Více než třetina komentujících se k těmto stěžejním bodům staví negativně, přičemž s kladnými reakcemi se setkávala především podoba nové stavby.**

Téma nového vlakového nádraží bylo diskutováno především na Facebooku – o svůj názor se na něm podělilo 93 % z měřeného publika. Zbývajících 7 % tvoří ostatní digitální platformy, především články v médiích a reakce na ně. Minoritní množství zmínek bylo sesbíráno také z Instagramu a Twitteru.

Konverzaci dominovali Brňané. Celých 97 % lidí zapojených do diskuse pocházelo z Brna a blízkého okolí. Ostatní komentující byli rozprostřeni po zbytku republiky.

Z výsledků vyplývá, že názory 51 % uživatelů sociálních sítí byly neutrální. Zároveň značná část, celých 36 %, se k projektu stavěla negativně. S kladnou reakcí se setkal brněnský uzel pouze u 13 % účastníků debaty. Diskusi vládly názory na vzhled a časový horizont celého projektu. Méně prostoru komentující věnovali ceně, či výběru místa.

„Mezi zmiňovanými tématy bylo nejvíce pozornosti věnováno samotné vizualizaci. Ke vzhledu plánovaného konceptu se vyjádřilo 23 % komentujících,“ říká manažerka analytického týmu Mária Matečná. „Debata vztahující se k podobě stavby zaujala různorodostí názorů. Téměř polovina pisatelů pohlížela na problematiku krajně negativně. Srovnatelný počet komentujících naopak zveřejněná vizualizace zaujala.“

Druhým nejdiskutovanějším tématem, ke kterému se vztahovalo 21 % zmínek, se stala doba výstavby areálu. Až 56 % komentujících se k tomuto tématu vyjadřovalo negativně. Časté byly skeptické a sarkastické komentáře směřující k neuvěřitelnosti data dokončení v tak blízké budoucnosti.

Z analýzy společnosti Adbros dále vyplývá, že lidé zájem projevovali i v otázce ceny zveřejněného projektu. Procentuálně se však stalo nejvíce negativním tématem, jelikož odmítavý postoj projevilo 67 % diskutujících.

Nejméně prostoru na sociálních sítích dostalo samotné umístění budoucího nádraží, přičemž diskuse k tomuto tématu byla spíše neutrální. V komentářích sice lidé občas nesouhlasili s umístěním nádraží, mnohdy však v domnění, že bude stát na místě toho současného. Zároveň se také objevily připomínky ke špatné dostupnosti a nedostatečné infrastruktuře vedoucí k novému nádraží. Padaly i dotazy a odpovědi, kde má nádraží vlastně stát.

Téma brněnského nádraží získalo v online prostoru početné reakce místních obyvatel. Přestože více než polovina komentujících neprojevila výrazně citově zabarvený názor, projekt plánované výstavby přesto zaujal. Z analýz vychází, že více než třetina lidí účastnících se diskuse je s návrhem nespokojená, a to jak po stránce finanční, vizuální a logistické, tak i z pohledu časové náročnosti. Pozitivně se pisatelé vyjadřovali především ke vzhledu samotného návrhu, zatímco jiná témata kladně hodnocena nebyla.

**Metodika**

Analýza vychází z reprezentativního vzorku 50 % celkového počtu 1 332 relevantních zmínek za období 12. – 25. 7. 2021. Především kvůli omezené vypovídající hodnotě analýza nezahrnuje okrajová témata.

***Adbros*** *je česká společnost zabývající se vývojem a digitálním marketingem se sídlem v Brně. Její tým tvoří více než 60 odborníků z oborů vývoje digitálních systémů a aplikací, analytik, projektového řízení a customer care. Na trhu působí od roku 2006 a během své činnosti spustila 7 vlastních produktů.*

*Více informací najdete na webových stránkách* [*www.adbros.cz*](http://www.adbros.cz)*.*