

TELJESÍTÉSIGAZOLÁS

Budapest Főváros XV. Kerület Önkormányzata és Bihal Dávid egyéni vállalkozó között létrejött 1215/2024. számú megbízási szerződés alapján Budapest Főváros XV. Kerület Önkormányzata elismeri jelen teljesítésigazolás aláírásával, hogy megbízott a szerződésben vállalt feladatokat **2025. március** hónapban elvégezte.

Jelen teljesítésigazolás alapján jogosult a megbízott a megbízási díjról a számla kiállításra.

Budapest, 2025. április 1.


Cserdiné Németh Angéla
polgármester *h.*



Tisztelt Polgármester Asszony!

Ezúton szeretném megköszönni a bizalmat és a lehetőséget, hogy részt vehetek a „Három városrész egy otthon” szlogenhez kapcsolódó kerületi kommunikációs kampány előkészítésében. Mellékelten csatolom az általam készített vázlatos kampánytervet, amely a három városrész – Rákospalota, Pestújhely és Újpalota – lakosságának bevonását, az identitástudat erősítését és az egység megteremtését célozza.

Az elkészített dokumentum egy szakmai alapú vázlat, amely javaslatokat tartalmaz az online és offline kommunikációs csatornák használatára, eseményekre, közösségi bevonási lehetőségekre, valamint az intézmények és vállalkozások aktivizálására. A Kabinettel történő egyeztetést követően természetesen minden javaslatához kapcsolódóan rendszeresen, határidőre elkészítem a végleges tartalmakat, szövegeket, illetve kampányelemeket is.

Szeretném továbbá megosztani az alábbi észrevételemet a kerületi közéleti jelenléttel és a lakossági kapcsolattartással kapcsolatban. Tudomásom van arról, hogy több önkormányzati képviselő rendszeresen próbál lakossági fórumokat és rendezvényeket szervezni, azonban ezek gyakran nem megfelelő kommunikációs csatornákon kerülnek meghirdetésre, illetve olyan időpontban zajlanak, amely nem kedvez a szélesebb részvételnek.

Konkrét esetről is tudok, ahol egy ilyen fórumon mindössze négy fő vett részt, illetve olyan rendezvényről is, amely nem lett sem dokumentálva, sem utólag kommunikálva. Meglátásom szerint ezek az esetek – bár a szándék valóban nemes, hogy napi kapcsolat jöjjön létre a lakossággal – ha nem megfelelően valósulnak meg, sajnos nemcsak az önkormányzat, hanem Polgármester Asszony személyes megítélésére is kedvezőtlen hatást gyakorolhatnak, különösen abban az esetben, ha ezen eseményekről Ön utólag, tájékoztatás nélkül szerez tudomást.

Bízom benne, hogy a most induló kommunikációs kampány – megfelelő koordináció és egységes kerületi kommunikáció mellett – lehetőséget teremthet arra, hogy a képviselők és a lakosság között erősebb kapcsolat alakuljon ki.

Tisztelettel és együttműködésben


Bihal Dávid

Budapest, 2025. 04. 04.



Kampányterv a „Három városrész egy otthon” szlogen népszerűsítésére

1. Bevezetés – A kampány célja

A kampány célja, hogy a „Három városrész egy otthon” szlogen ne csak egy új kommunikációs eszköz legyen, hanem valóban elérje a XV. kerület – Rákospalota, Pestújhely és Újpalota – lakóit, intézményeit, vállalkozásait. A cél a közösségi identitás erősítése, a lakók érzelmi bevonása és a szlogen gyakorlati megjelenítése. A szlogen egységesíti a három különböző karakterű városrészt, és segít kialakítani egy pozitív közös önképet. A három városrész különböző történelmi és társadalmi karaktere ellenére egy közös jövőkép mentén kapcsolódhat össze.

2. Vizuális arculat alkalmazása

A kampányhoz elkészült egy egységes logó, amely vizuálisan megjeleníti a három városrész összetartozását. Ezt minden kampányhoz kapcsolódó anyagon alkalmazni kell.

Konkrét példák:

- Logó megjelenítése a kerületi weboldalon és közösségi médiás borítóképeken.
- E-mail aláírás sablon az önkormányzati dolgozók részére.
- Hirdetőablakon, eseményeken molinók és roll-upok formájában.
- Letölthető arculati kézikönyv a logó, betűtípusok és színek helyes használatáról.

3. Közösségi média jelenlét

Az online kampány egyik fő tere a közösségi média, amely a legszélesebb lakossági elérést teszi lehetővé.

Konkrét eszközök:

- Facebook sorozat: „Kerületi történetek” címmel heti lakossági interjúk.
- Instagram: „#otthonXV” hashtag alatt képek a kerület legszebb helyeiről.
- TikTok kihívás: fiatalok mutassák be rövid videóban a kedvenc városrészüket.
- Instagram Story sablonok, pl. „Újpalotán szeretek...” kiegészítő template.
- Havi nyereményjáték a legnépszerűbb #otthonXV bejegyzésekért.
- Helyi influenszerek, bloggerek bevonása a kampányba.

4. XV TV szpot és kerületi újság cikksorozat

A XV TV-ben 30 másodperces, hangulati szpot kerül adásba, amelyben a három városrész mindennapjai elevenednek meg.

Szpot javasolt tartalma:

- Piaci jelenetek, idősek beszélgetése padon, gyerekek játszanak a téren.
- Helyi zenész dalának háttérzenéje.
- Képaláírások: “Rákospalota. Pestújhely. Újpalota.” végül: “Együtt az otthonunk.”

Kerületi újság cikksorozat javasolt témái:

- Lakossági interjúk (pl. idős klubtag, fiatal pár, vállalkozó).
- Városrészek története, ikonikus helyei (pl. MÁV-telep, Pestújhelyi templom, Újpalotai lakótelep).
- Helyi rendezvények bemutatása, képes összefoglalók a kampány eseményeiről.
- „A hónap arca” rovat: inspiráló helyi lakos portréja.

5. Közterületi megjelenések – költséghatékonyan

A szűkös költségvetés miatt a fókusz a molinók és kültéri táblák elhelyezésén van.

Konkrét helyszínek:

- Csokonai Művelődési Ház homlokzata.
- Újpalotai lakótelep központi parkja.
- Oktatási és egészségügyi intézmények kerítése vagy falai.

További eszközök:

- Padmatricák, ablakposzterek helyi üzletek számára.
- Játszóterei padok, iskolai udvarok festése szlogennel.
- QR-kódos matricák, amelyek a kampány weboldalára vagy TikTok csatornájára vezetnek.

6. Közösségi aktivitások és bevonás

A kampány sikerének kulcsa a lakosság bevonása. Ezt szolgálják a pályázatok és a közösségi nap.

Fotó- és videópályázat:

- Téma: „Az én kerüлетem, az én otthonom.”
- Benyújtás: online űrlap vagy kerületi intézményeken papíralapon.
- Nyeremény: könyvutalvány, helyi szolgáltatás kupon (pl. fodrász, étterem).

Otthon a kerületben nap:

- Programok: családi kincskereső játék, kerületi lecsófőző verseny, fellépések.
- Közösségi alkotás: lakosok közösen festenek egy szlogenes faliképet.
- Mobil fotókiállítás, amely körbejárja a városrészeket.

7. Oktatási intézmények bevonása

A jövő generációját is be kell vonni a kampányba, korosztályhoz igazított feladatokkal.

Példák:

- Óvodák: „Az én házam” papírmakett vagy rajz.
- Általános iskola: osztályplakát a városrészeiről.
- Középiskola: interjúsorozat készítése idősekkel, videóvágás tanórai projektként.
- „Kerületi mesék” meseíró pályázat.
- Online tudáspróba a városrészekről.
- Díjazás: tanári oklevél, kiállítás a munkákból.
- Eredmények bemutatása: kerületi galéria, múzeumi installáció vagy online kiállítás.

8. Vállalkozások és intézmények bevonása

A kampány hitelességét növeli, ha a helyi vállalkozások is részt vesznek benne.

Konkrét javaslatok:

- Matricák üzletajtókra: „Együtt vagyunk otthon”.
- Hírlevél vagy poszt sablon a partnereknek.
- Kerületi partner regisztráció a kampányoldalon, digitális arculati csomaggal.
- Belső kommunikáció: plakát és kampányinfó minden intézményben.
- „A hónap partnere” cím és online térkép a résztvevő üzletekről.

9. Ütemezés és kampányfázisok

Március: teaser kampány (plakátok logó színeivel, szlogen nélkül). Április: logó- és kampányanyagok véglegesítése. Május: szlogen bevezetése, első megjelenések. Június: pályázatok, Otthon a kerületben fesztivál. Ősz: tartalomgyűjtés, visszacsatolás, kiállítás. December: összegző anyag, videó, lakossági kérdőív, kampányzárás.

10. Eredmények mérése és fenntarthatóság

Eredmények mérése:

- Közösségi média analitikák: megosztások, elérések.
- Kérdőíves visszajelzések a lakosoktól.
- Intézményi részvételi arány.
- Vállalkozói partnerek száma.

Fenntarthatóság:

- A szlogen integrálása az önkormányzati kommunikációba.
- Éves közösségi esemény a kampány folytatásaként.

- Digitális archívum: kampányanyagok, történetek, videók elérhetők maradnak.
- Önkéntes hálózat létrehozása – „OtthonNagykövetek” a városrészekben.
- Záró kisfilm a lakosok véleménye és élményei alapján.

Tisztelettel:



Bihal Dávid

Budapest, 2025. 04. 04.

