

DPMB spouští novou kampaň, s reálnými cestujícími v hlavní roli

20.1.2025 - Hana Tomašíková | Dopravní podnik města Brna

„Jsme víc než MHD“, to je název nové letákové kampaně, kterou spouští Dopravní podnik města Brna. Skládá se ze tří částí, které bude dopravce postupně představovat v průběhu roku. Cestující mohou kampaň vidět především ve vozech veřejné dopravy.

Téměř tři a půl tisíce letáků zaplavilo fabiony vozů brněnského dopravního podniku. Na sedmnácti různých vizuálech je k vidění první fáze nové kampaně s názvem „Jsme víc než MHD“. Ta volně navazuje na úspěšnou „náborovku“, s kterou podnik přišel v druhé polovině roku 2023. *„Opět jsme vsadili na lehkou nadsázku, vtip a jednoduchost. Naším cílem je poukázat na to, že brněnská MHD – potažmo DPMB – nejsou jen a pouze vozy, jimiž lidé cestují a tráví v nich svůj čas. Na tento fakt nahlížíme z různých aspektů, a tak vznikly jednotlivé části této letákové kampaně,“* přiblížil **Miloš Havránek, generální ředitel DPMB**.

V první části se kampaň zaměřuje na to, co všechno lze v šalinách, trolejbusech a autobusech dělat a čím vším pro cestující Dopravní podnik města Brna a jeho služby jsou. Na letácích se tak objevují například následující hesla: **„Jsme místo, kde se můžete odvázat“, „Jsme místo, kde o chůvy není nouze“, „Jsme váš kosmetický salon“** a další.

„V naší nové kampani vystupují lidé, které můžete potkávat při svých cestách MHD. Oslovili jsme reálné cestující, kteří naše služby každodenně využívají,“ **prozradil Havránek**. Na vizuálech k první části kampaně se tak vystřídaly na dvě desítky aktérů z řad běžných cestujících. Ti se mohli přihlásit přes výzvu, kterou DPMB v loňském roce uveřejnil na sociálních sítích a na svém webu.

„Tváří kampaně jsem se chtěla stát, protože Brno zbožňuju a hlavně brněnskou MHD využívám od šesti let. První věc, kterou jsem udělala, když jsem se sem přistěhovala byla, že jsem si šla jako správná Brňáčka koupit čtvrtletní šalinkartu a cítila se jako velká frajerka,“ uvedla **Šárka Toužínová, jedna z tváří kampaně**. *„Jsem srdcař, MHD jezdím hlavně do práce, Brno miluji a nedám na něj dopustit. Po vícero cestách po světě považuji brněnskou MHD za nejlepší na světě, a proto jsem se na kampani chtěl podílet,“* dodal **Ondřej Makeš, další z aktérů**.

S jednotlivými vizuály kampaně se mohou lidé seznámit především v tramvajích, trolejbusech, autobusech a také na sociálních sítích podniku. Dohromady má tři části. Zbylé dvě podnik představí v průběhu roku 2025.

Kontakt:

Mgr. Hana Tomašíková

tisková mluvčí DPMB, a.s.

media@dpmb.cz

603 587 015