

Bezpečnostní kampaň Woltu a iniciativy Dám respekt nekončí zimou. Data ukazují, že kurýři bourají méně

Praha, 17. února 2026 – Méně nehod, více respektu. Wolt a iniciativa Dám respekt pokračují v bezpečnostní osvětě. Zimní fáze kampaně zaměřená na viditelnost a pravidla pohybu v náročných podmínkách nese výsledky. Podle dat technologické společnosti Wolt je právě kombinace inovací a průběžného vzdělávání kurýrů, široké veřejnosti o vzájemném respektu klíčem k vyšší bezpečnosti v provozu. Partneři proto ve společných aktivitách plánují pokračovat i v nadcházejících měsících.

Zima je pro městskou logistiku nejnáročnějším obdobím – dřívější stmívání, zhoršená viditelnost a kluzké vozovky kladou na kurýry zvýšené nároky. Wolt proto v kritických měsících zintenzivnil komunikaci bezpečnostních zásad a v aplikaci využívá funkce zohledňující aktuální podmínky. Zároveň poskytuje partnerským kurýrům bezplatné pojištění pro případ nehody. Na základě těchto dat má tedy i přesnou statistiku, která ukazuje, že 99,9% doručení je bez nehody.

„V zimě je klíčová nejen viditelnost, ale především předvídavost, opatrnost a vzájemný respekt. Právě na tyto aspekty se zaměřujeme v naší zimní komunikaci směrem na partnerské kurýry i širokou veřejnost. Naším cílem dlouhodobé spolupráce s Dám respekt je kultivace prostředí městské logistiky a zvyšování bezpečnosti pro všechny účastníky provozu,“ říká Tomáš Kubík, vedoucí komunikace Wolt pro Česko a Slovensko.

Edukací proti napětí v ulicích

Spolupráce se opírá o dlouholeté know-how iniciativy Dám respekt. Ta nepracuje s dojmy, ale s tvrdými daty, která porovnávají chování různých skupin účastníků silničního provozu. Zároveň v rámci letošní Bezpečnostní kampaně sdílel Wolt s partnerskými kurýry tipy a

doporučení, které podpořil i edukativním obsahem kampaně na sociálních sítích. Ta byla cílená nejen na kurýry, ale i na širší veřejnost, získala stovky tisíc zhlédnutí a pozitivní reakce.

Zmíněná kampaň pod názvem „Safety Starts With All of Us“ byla v průběhu ledna spuštěna v České republice a Lucembursku prostřednictvím kanálů Meta Ads, Google Ads a formátů Out of Home (OOH), dosáhla skvělých výsledků:

- více než **9 milionů zobrazení** v každé z obou zemí
- frekvence zobrazení reklamy dosáhla hodnoty 6,8 v ČR a 18 v Lucembursku (běžný průměr je 5)
- míra prokliku (CTR) činila 7 % (3 % a více je považováno za velmi silný výsledek)
- kreativní formáty byly v ČR zobrazeny na 250 obrazovkách v rámci 8 lokalit

„Nezavíráme oči před tím, že hustý městský provoz přináší třecí plochy. Víme, že i kurýři mohou vyvolávat napětí nebo chybovat, a právě proto se snažíme tyto situace aktivně odstraňovat systematickým vzděláváním,“ vysvětluje zakladatel iniciativy Roman Kreuziger a dodává důležitý kontext: „Data nám ale zároveň ukazují, že profesionální řidiči v městském prostředí jsou ve výsledku ohleduplnější než běžná populace. Například v roce 2024 způsobili lidé využívající vozidlo k výdělečné činnosti pouze čtvrtinu z celkového počtu nehod cyklistů a koloběžkářů.“

Co prozradila anketa mezi 2 000 partnerskými kurýry? Wolt do bezpečnostní strategie zapojuje i přímou zpětnou vazbu z terénu. V rozsáhlé anketě, do které se v minulosti zapojily téměř dva tisíce kurýrů, se potvrdilo, že lidé doručující objednávky jsou v otázkách bezpečnosti často uvědomělejší než zbytek populace.

- Nosí ochranné prvky: 87 % kurýrů uvedlo, že při jízdě nosí přilbu.
- Znájí pravidla: Kurýři vykazují výrazně vyšší znalost pravidla 1,5 metru pro předjíždění cyklistů.
- Jsou optimističtí: Zatímco veřejnost vnímá situaci na silnicích skepticky, 56 % kurýrů hodnotí vztah mezi řidiči a cyklisty jako spíše či zcela přátelský.

Na základě těchto zjištění a zpětné vazby vzniklo i Desatero slušného kurýra, které definuje zásady jako bezpečné parkování, nepoužívání telefonu za jízdy či nulovou toleranci alkoholu. K Desateru se přihlásil nejen Wolt a více než tisíc partnerských kurýrů, ale i další doručovací platformy.

Nutnost prevence trvá, a i přes pozitivní výsledky interních dat zůstává vnější prostředí výzvou. Nejnovější data agentury Kantar ukazují, že vztahy na silnicích vnímají zejména mladí lidé jako mnohem nepřátelštější (cca 70 % mladých vs. 52 % běžné populace). Naději na zlepšení přitom nevidí v represích, ale ve výchově k respektu a lepší infrastruktuře.

Virtuální realita a technologie, které pomáhají

Kromě osvěty spoléhá Wolt na systémová opatření přímo ve své aplikaci. Partnerští kurýři mohou například flexibilně měnit typ vozidla (auto, kolo, motorka) podle aktuálního počasí, což přispívá k plynulosti a bezpečnosti doručování.

Wolt v souladu se svou celoevropskou strategií nezůstává jen u teorie, ale sází na špičkové technologie. Ve spolupráci s českým startupem VeloHub a odborníky z ČVUT otestoval v unikátním pilotním projektu výcvik kurýrů ve virtuální realitě (VR). Tento systém dokáže simulovat nejrizikovější momenty městského provozu, od nečekaného otevření dveří zaparkovaného auta až po nebezpečné odbočování kamionů, a učí kurýry správně reagovat dříve, než se do takové situace dostanou „naostro“.

„Virtuální realita umožňuje kurýrům vyzkoušet si krizové situace v simulovaném prostředí bez reálného rizika. Tento nácvik jim dovoluje chybovat a poučit se z vlastních omylů v naprostém bezpečí. Naším cílem je, aby si tyto správné návyky podvědomě přenesli z „headsetu“ přímo do ulic, což prokazatelně zvyšuje jejich bezpečnost i jistotu v provozu,“ **doplňuje Tomáš Kubík.**

O iniciativě Dám respekt

Iniciativa vznikla v roce 2019 s cílem zvyšovat bezpečnost na českých silnicích a podporovat respekt mezi motoristy a cyklisty. Financována je z Fondu zábrany škod České kanceláře pojistitelů. www.damrespekt.cz

About Wolt

Wolt je technologická společnost, která usnadňuje lidem objevovat a zkoušet nové restaurace a obchody v jejich okolí. Aby toho dosáhl, vyvíjí širokou škálu technologií, jako jsou aplikace pro lokální logistiku, software pro retail nebo řešení pro správu financí. Pod značkou Wolt Market provozuje také vlastní síť obchodů s potravinami a spotřebním zbožím.

Od roku 2022 mohou díky produktu Wolt Drive logistickou platformu více než 7 tisíc kurýrů využívat i e-shopy pro distribuci vlastních objednávek. Wolt byl založen v roce 2014 a v roce 2022 se připojil ke společnosti DoorDash a společně se tak stali globálním hráčem působícím v 31 zemích světa. V Česku Wolt působí již ve 40 lokalitách.

Contact details

Tomáš Kubík

Head of Communications Czech Republic & Slovakia

tomas.kubik@wolt.com

Copy link

<https://press.wolt.com/cs-CZ/261857-bezpecnostni-kampan-woltu-a-iniciativy-dam-respekt-nekonci-zimou-data-ukazuji-ze-kuryri-bouraji-mene/>