

Raport

Z czym kojarzy się Gorzów Wielkopolski?

IMAS International we wrześniowym badaniu Omnibus-Online zapytał Internautów, z czym kojarzy im się Gorzów Wielkopolski. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem miasta oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Gorzowa, a także stanowić pomoc w planowaniu i ukierunkowaniu przyszłych działań związanych z budową obrazu miasta.

IMAS International Sp. z o.o.
Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej

Data przygotowania raportu: październik 2009 r.
Data przeprowadzenia badania: 20-23 września 2009 r.



Badania IMAS International prowadzone we wrześniu 2009 na reprezentatywnej próbie 502 użytkowników Internetu w wieku od 18 do 54 lat mogą pomóc osobom zajmującym się tworzeniem oraz korzystaniem z wizerunku Gorzowa. Wyniki pozwalają odpowiedzieć na pytania - jakie spontaniczne skojarzenia wywołuje nazwa „Gorzów Wlkp”, w jakim stopniu są one zróżnicowane, jakich obszarów tematycznych dotyczą oraz które skojarzenia dominują.

Gorzów kojarzy się głównie ze sportem, położeniem na mapie Polski oraz byłym premierem Kazimierzem Marcinkiewiczem. Dwóch na pięciu internautów nie ma żadnych skojarzeń.

Gorzów przychodzi na myśl wiele zróżnicowanych skojarzeń (aż 13% wypowiedzi była zbyt zróżnicowana, by dało się je skategoryzować w większe grupy). W ogólnopolskim wizerunku Gorzowa brak jednoznacznego symbolu / skojarzenia. Dominujące obszary związane są ze sportem, położeniem miasta na mapie Polski oraz osobą Kazimierza Marcinkiewicza. Zaledwie trzech na pięciu (60%) internautów ma jakiegokolwiek skojarzenia z Gorzowem. Wśród osób, którym Gorzów z czymś się kojarzy, zdecydowana większość kojarzy z miastem coś specyficznego (np. położenie miasta, konkretne miejsca, wydarzenia). Odsetek odpowiedzi, które mogłyby dotyczyć również innych miejsc w Polsce (np. „miejsce zamieszkania znajomych”, „z koleżanką z lat dzieciństwa”) wynosi łącznie 4%.

Gorzów to przede wszystkim miasto sportu, w szczególności żużla.

Najsilniejsza grupa skojarzeń to sport, wymieniany, przez co piątego (22%) internautę. Liderem w tej grupie oraz wśród wszystkich skojarzeń jest żużel. Skojarzenia z tej kategorii ma 13% internautów. Inne skojarzenia z tej grupy przychodzą na myśl znacznie rzadziej, np. piłka nożna, klub piłkarski (3%), klub Stilon Gorzów, klub koszykarski, siatkarski (3%), sport – ogólnie (2%) czy konkretni sportowcy (1%).

Gorzów kojarzy się z położeniem miasta na mapie Polski.

Internauci kojarzą Gorzów z jego geografiją. Na tę grupę składa się wiele rozdrobnionych skojarzeń: rzeka Warta (3%), województwo lubuskie, Ziemia Lubuska (łącznie 3%), Wielkopolska (3%), zachód Polski (2%), miasto tranzytowe (2%), miasto na siedmiu wzgórzach (1%) inne dot. położenia (1%).

Najbardziej znany gorzowianin – Kazimierz Marcinkiewicz.

6% internautów na hasło Gorzów Wlkp. wymienia spontanicznie byłego premiera Kazimierza Marcinkiewicza. Jest to najczęściej wymieniana osoba związana z miastem. Inne osoby to sportowcy i artyści, jednak wymieniani są oni sporadycznie.

Gorzów to również – choć bardzo słabo kojarzone – zabytki i atrakcje turystyczne miasta oraz wydarzenia kulturalne i artyści.

Pozostałe skojarzenia to: konkretne atrakcje turystyczne np. „schody donikąd” i inne (łącznie 2%), gorzowska katedra (1%), zabytki – ogólnie (1%), wypoczynek, wakacje – ogólnie (łącznie 1%). To również różne teatry, muzea (3%), artystyczne imprezy (3%), oraz Michał Kwiatkowski i Krystyna Prońko (łącznie 1%).

Inne skojarzenia

Inne, słabsze skojarzenia to (polskie, małe) miasto (3%), ładne, piękne miasto (1%), kasety magnetofonowe Stilon, różne fabryki (łącznie 2%), lasy, parki, zieleń (łącznie 2%), Reggae na Wartą (1%), szpital, zakład psychiatryczny (łącznie 1%).

Omnibus-Online
to regularne,
comiesięczne badanie
wielotematyczne,
prowadzone na
reprezentatywnej dla
użytkowników Internetu
próbie n=500 osób w
wieku 18 - 54 lat.



O IMAS International

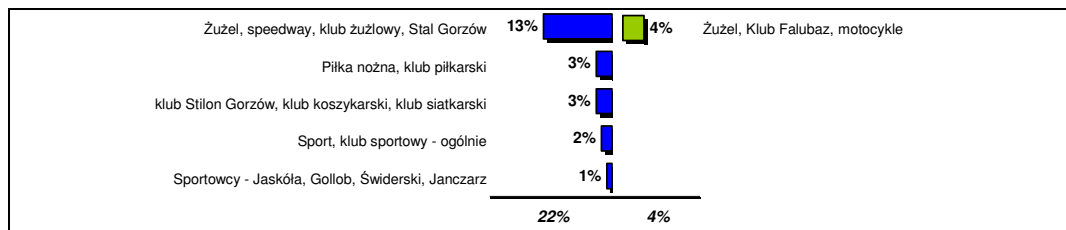
IMAS International (www.imas.pl) od 1994 roku zajmuje się profesjonalnymi badaniami rynku i opinii społecznej w Polsce. Od 2005 roku realizuje badania przez Internet, m.in. wśród uczestników internetowego panelu badawczego IMAS OnLine (www.imasonline.pl).

Sporadycznie odnotowano również inne, pojedyncze skojarzenia, np. „woda mineralna”, „wypadek spadochroniarza”, „spalarnia odpadów”. Są one bardzo rozdrobnione i nie tworzą kategorii, która obejmowałaby przynajmniej 1% respondentów. Łącznie 13% internatów ma takie unikalne, trudne do skategoryzowania skojarzenia.

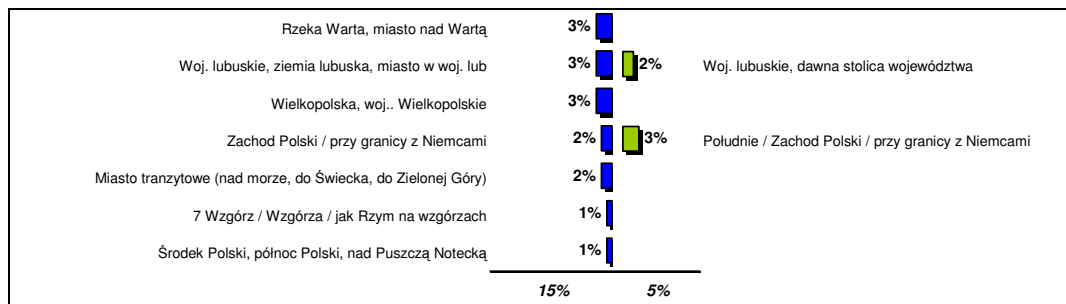
Omnibus-Online to regularne, comiesięczne badanie wielotematyczne, prowadzone na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu próbie n=500 osób w wieku 18 - 54 lat.

Z czym kojarzy się Gorzów Wlkp. i Zielona Góra*

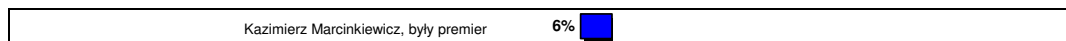
SPORT



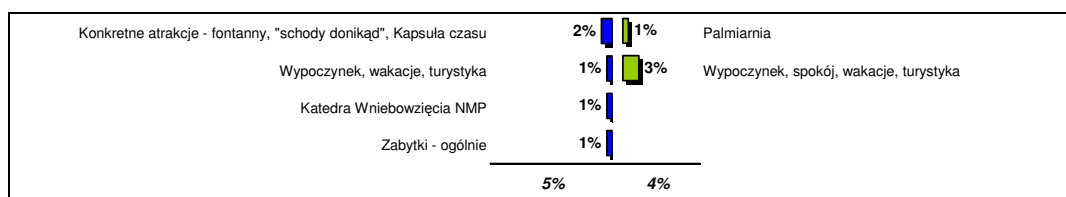
GEOGRAFIA / POŁOŻENIE



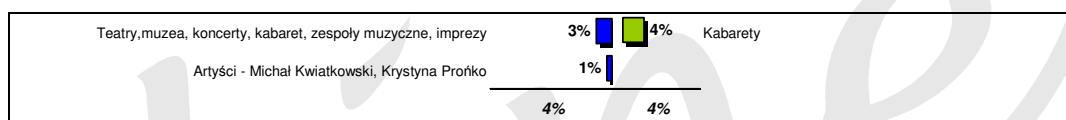
POLITYKA



TURYSTYKA/ATRAKcje TURYSTYCZNE/ZABYTKI



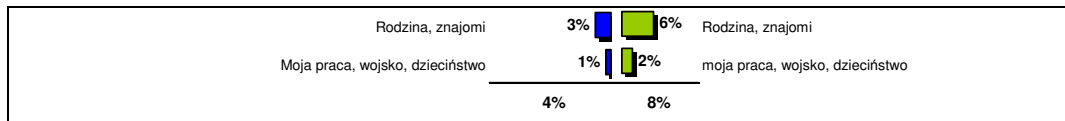
KULTURA



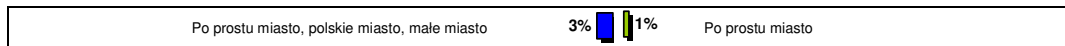
O IMAS International

IMAS International (www.imas.pl) od 1994 roku zajmuje się profesjonalnymi badaniami rynku i opinii społecznej w Polsce. Od 2005 roku realizuje badania przez Internet, m.in. wśród uczestników internetowego panelu badawczego IMAS OnLine (www.imasonline.pl).

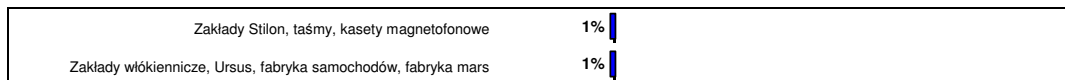
PRYWATNE DOŚWIADCZENIA



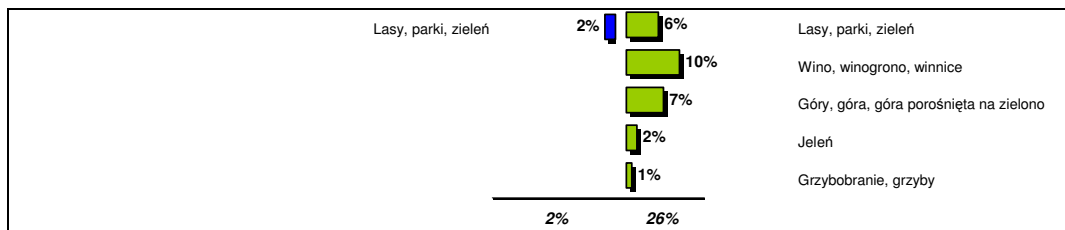
MIASTO



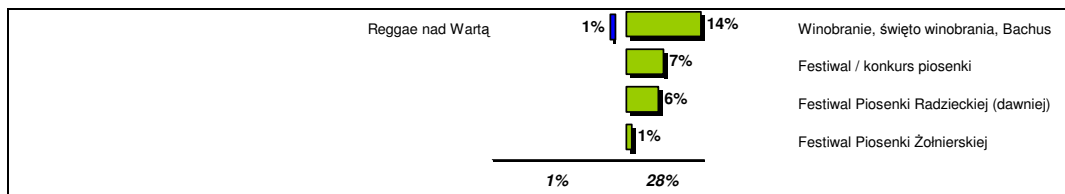
GOSPODARKA



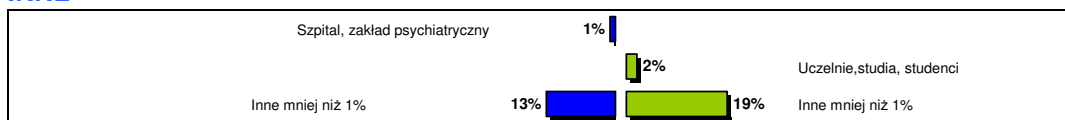
PRZYRODA



WYDARZENIA



INNE



BRAK SKOJARZEŃ



* - skojarzenia z Zieloną Górą - badanie Omnibus-Online, n=502, sierpień 2009.

O badaniu skojarzeń

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków ze stolicami województw. Dotychczas zbadano skojarzenia z miastami: Poznań, Łódź, Kraków, Warszawa, Gdańsk, Kielce, Szczecin, Lublin, Bydgoszcz, Wrocław, Opole, Rzeszów, Katowice, Zielona Góra. Kolejne planowane miasto: Białystok. Wyniki poprzednich badań w ramach tego projektu oraz więcej informacji można uzyskać na stronie www.imas.pl.

Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online (www.omnibus-online.pl) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 20-23 września 2009 roku techniką ankiety internetowej CAWI, na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu, ważonej próbie n= 502 osób w wieku 18 - 54 lat. Dobór do próby losowo-kwotowy.

O IMAS International

Nasza firma działa na rynku polskim od 1994 roku, w pierwszej 20 firm badawczych w kraju. Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce, jak te za granicą – w Europie, Azji, Ameryce, Afryce. Nasi klienci – producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb. Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe. Więcej informacji można uzyskać na: www.imas.pl

O badaniu Omnibus-Online

IMAS International prowadzi badania wśród użytkowników Internetu w Polsce. Zachęcamy Państwa do zamieszczenia swoich pytań w wielotematycznym badaniu Omnibus-Online.

Czym jest Omnibus-Online?

Omnibus to zwyczajowa nazwa na wielotematyczne badanie, w którym respondentom zadawane są pytania przygotowane przez różnych klientów. Omnibus-Online realizowany jest przez Internet, wśród zarejestrowanych uczestników panelu IMAS OnLine (→ www.imasonline.pl). Badanie prowadzone jest każdorazowo na reprezentatywnej próbie 500 użytkowników Internetu w wieku od 18 do 54 lat.

Dlaczego Omnibus-Online?

- minimalne koszty - a jednocześnie bez rezygnacji z jakości, które daje badanie na dużych, reprezentatywnych próbach,
- szybkość - dane są gotowe już po tygodniu od uruchomienia badania,
- możliwość załączania elementów audio i video,
- realizowany co miesiąc pozwala na obserwowanie zmian zachodzących w czasie.

Przykładowe zastosowania

- sprawdzenie stopnia zainteresowania produktem,
- pozyskanie opinii na temat własnych produktów i porównanie ich do konkurencji,
- szybki test pomysłu na produkt we wczesnej fazie projektowania, a potem sprawdzanie w kolejnych etapach przygotowania.

Badanie Omnibus-Online pozwala na szybki wgląd w problem, natomiast do pogłębionej analizy wymagane jest przygotowanie kompleksowego projektu pod potrzeby klienta.

Badanie realizowane jest raz w miesiącu. Szczegółowy harmonogram znajduje się poniżej.

Styczeń - grudzień 2009	
Zamknięcie kwestionariusza (ostateczny termin przesyłania pytań *)	Drugi poniedziałek miesiąca do godz.12:00
Programowanie kwestionariusza i przygotowanie próby respondentów	wtorek-środa
Realizacja badania	czwartek-poniedziałek
Wyniki (dane)	środa do końca dnia

*) pytania przesyłane na adres omnibus-online@imas.pl

→ Więcej o Omnibusie-Online znaleźć można na stronie: www.omnibus-online.pl

IMAS International Sp. z o.o.

(www.imas.pl) - działa na rynku polskim od 1994 roku, w pierwszej 20 firm badawczych w kraju.

Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce, jak też za granicą – w Europie, Azji, Ameryce, Afryce.

Nasi klienci – producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb.

Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe.

Potrzebujesz więcej informacji?

Aby otrzymać pomoc w ustaleniu warunków badania, terminów i kosztów skontaktuj się z Marcinem Piwowarczykiem:

marcin.piwowarczyk@imas.pl
+48 71 339 04 31