

C
205 IF (VX(NY)) 270, 275, 270
275 DO 280 I=1, NVAR
 IF (I=ISIGN) 284, 280, 284
284 IF (I=NY) 285, 280, 285
285 IF (VX(I)) 288, 289, 288
289 NN2 (I) = NN2 (I) + 1
 GO TO 280
288 NJ2 (I) = NJ2 (I) + 1
280 CONTINUE

SEGM 970
SEGM 980
SEGM 990
SEGM1000
SEGM1010
SEGM1020
SEGM1030
SEGM1040
SEGM1050
SEGM1060

IMAS-report

IMAS International Wrocław

Z czym kojarzy się Lublin?

Wrocław, kwiecień 2008

Sprawdziliśmy, z czym Polakom kojarzy się Lublin. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem miasta, przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Lublina a także stanowić pomoc w planowaniu i ukierunkowaniu przyszłych działań związanych z budową obrazu miasta.

Badania IMAS International prowadzone w kwietniu 2008 na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 15 lat i więcej mogą pomóc osobom zajmującym się tworzeniem oraz korzystaniem z wizerunku Lublina. Wyniki pozwalają odpowiedzieć na pytanie – jakie spontaniczne skojarzenia wywołuje Lublin, w jakim stopniu są one zróżnicowane, jakich obszarów tematycznych dotyczą oraz które skojarzenia dominują. Ponieważ odnotowano wszystkie odpowiedzi, jakie udzielili respondenci, suma procentów jest większa od 100%.

Kilka obszarów skojarzeń o zróżnicowanej sile występowania.

W omawianym badaniu sprawdzono jedynie spontaniczne skojarzenia, świadczące zazwyczaj o sile danego obiektu w umysłach badanych osób.

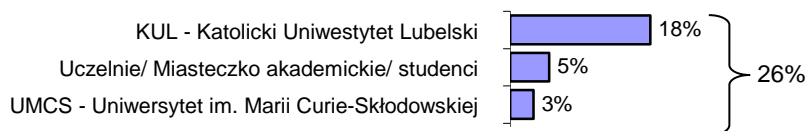
Lublin przywodzi na myśl skojarzenia dotyczące ok. 6 odrębnych tematów. Żaden z nich nie jest wymieniony przez większość Polaków. Trzy dominujące tematy skojarzeń to uczelnie wyższe, samochód marki Lublin oraz duże/ wojewódzkie miasto. Aż 10% skojarzeń jest tak zróżnicowanych, że nie dało się wyodrębnić z nich żadnej większej grupy tematycznej.

Co czwartemu Polakowi (26%) Lublin nie kojarzy się z niczym konkretnym.

Wśród pozostałych – przeważająca większość ma skojarzenia związane z czymś charakterystycznym dla Lublina np. konkretnym miejscem, instytucją, symbolem. Tylko niewielki odsetek odpowiedzi nie jest specyficzny dla tego miasta i mógłby odnosić się również do innych miejsc (np. miasto rodzinne, znajomi itp. – łącznie 5%).

Lublin to przede wszystkim Katolicki Uniwersytet Lubelski oraz miasto studenckie.

Najliczniejsza grupa skojarzeń dotyczy uczelni wyższych oraz studentów. Najsilniejsze skojarzenie z tej grupy, a także wśród wszystkich wymienianych w ogóle, to KUL wymieniany spontanicznie, przez co piątego (18%) Polaka. Kolejne skojarzenie związane uczelniami to uczelnie – ogólnie, miasteczka akademickie, studenci (łącznie 5%) oraz Uniwersytet im. Marii Curie – Skłodowskiej (3%).

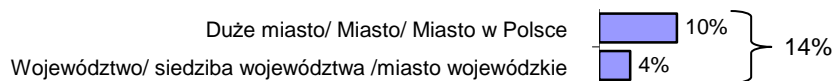


Lublin to także samochód ciężarowy tej marki.

Drugi obszar skojarzeń dotyczy samochodu ciężarowego marki Lubin produkowanego w Lubelskiej Fabryce Samochodów Ciężarowych. Skojarzenia z nim posiada co siódmy (15%) Polak. Jest to również drugie (po KULu) samodzielnie pojawiające się skojarzenie.

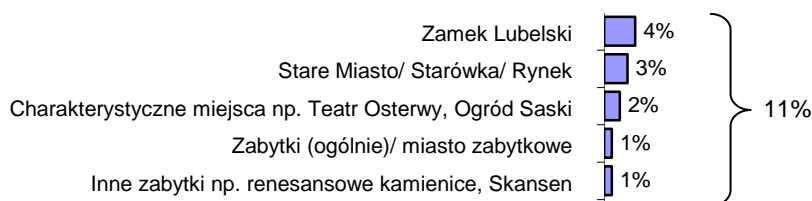
Lublin to dla wielu Polaków po prostu duże, wojewódzkie miasto w Polsce.

Co dziesiąty (10%) badany na pytanie z czym kojarzy mu się Lublin, spontanicznie stwierdził, że z dużym miastem, lub po prostu miastem w Polsce. Inne odpowiedzi w tej kategorii skojarzeń to „miasto wojewódzkie”, „stolica województwa” podana przez 4% badanych. Suma dla skojarzeń dotyczących Lublina jako dużego miasta to 14%.



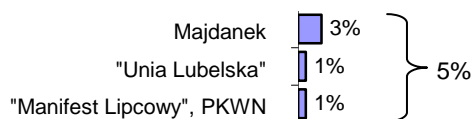
Lublin to również miasto zabytków i atrakcji turystycznych.

Co dziewiąty (11%) Polak kojarzy Lublin z jakimś zabytkiem tego miasta lub innym miejscem związanym z kulturą. W szczególności, Polacy znają Zamek Lubelski (4%), oraz Rynek/ Stare Miasto (3%). Inne wymieniane sporadycznie obiekty tego miasta to m.in. Teatr im. Osterwy, Ogród Saski, Skansen.



Lublin to miasto z przeszłością.

Wśród skojarzeń znalazły się też te dotyczące wydarzeń historycznych. Najlepiej pamiętane z nich to istnienie obozu koncentracyjnego w Majdanku (3%). Polacy pamiętają również o powołaniu w tym mieście Unii Lubelskiej (1%), oraz ustanowieniu oficjalnej siedziby Polskiego Komitetu Wyzwolenia Narodowego (1%).



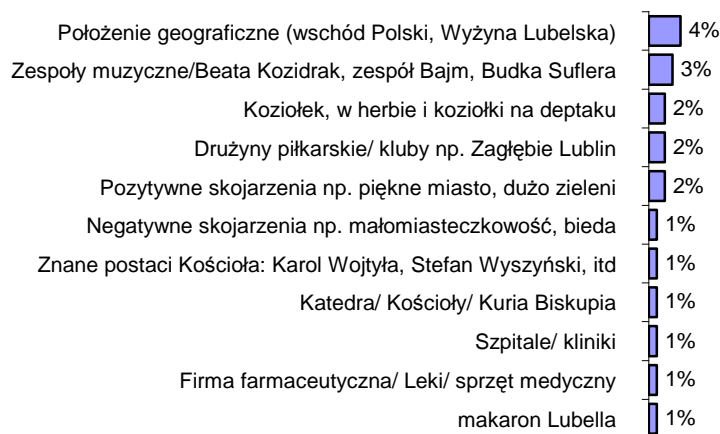
Inne skojarzenia.

Inne skojarzenia, jakie wywołuje Lublin w umysłach Polaków to: położenie geograficzne tego miasta (4%), zespoły muzyczne pochodzące z Lublina (łącznie 3%), drużyny piłkarskie (2%), koziołki w herbie i koziołki na deptaku (łącznie 2%).

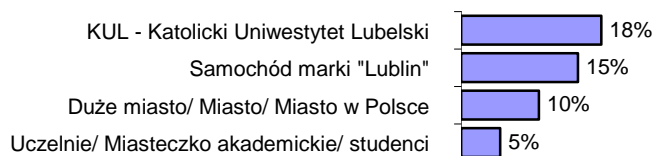
Pozostałe, sporadycznie występujące skojarzenia to: znani Polacy związani z Kościołem – Karol Wojtyła, Stefan Wyszyński (łącznie 1%), kościoły, szpitale (łącznie 1%), skojarzenia związane

z producentem sprzętu i materiałów medycznych Polfa Lublin S.A. (1%) oraz producentem makaronu Lubella (1%).

Lublin wywołuje również skojarzenia wartościujące – oceny pozytywne dotyczące warunków życia w mieście – np. piękne miasto, dużo zieleni (łącznie 2%) oraz oceny negatywne – małomiasteczkowość, bieda (łącznie 1%).



Biorąc pod uwagę jedynie najczęściej wskazywane skojarzenia, można stwierdzić, że Lublin przychodzi na myśl Polakom przede wszystkim:



Wyniki pochodzą z badania przeprowadzonego przez IMAS International jako część ankiety tematycznej. Badania zrealizowano metodą wywiadu kwestionariuszowego in home w kwietniu 2008 na reprezentatywnej kwotowej grupie Polaków w wieku 15 lat i więcej lat (n=1004).

W przypadku cytowania wyników badania, prosimy podać nazwę firmy, wielkość próby oraz metodologię. Istnieje możliwość zakupu pełnych wyników badań wraz z tabelami.

Kontakt: Damian Michalski imas@imas.pl , tel: (071) 339 04 31

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków ze stolicami województw. Kolejne planowane miasta: Bydgoszcz, Olsztyn. Wyniki poprzednich badań w ramach tego projektu oraz więcej informacji można uzyskać na stronie www.imas.pl zakładka Raporty IMAS.

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 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. Więcej informacji można uzyskać na: www.imas.pl

IMAS International sp. z o.o. 4/2008