

Raport

Z czym kojarzy się Ziemia Lubuska?

IMAS International we wrześniu 2011 w badaniu Omnibus-Online zapytał Internautów, z czym kojarzy im się Ziemia Lubuska. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem regionu oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Ziemi Lubuskiej, a także stanowić pomoc w planowaniu i ukierunkowaniu przyszłych działań związanych z budową obrazu województwa.

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

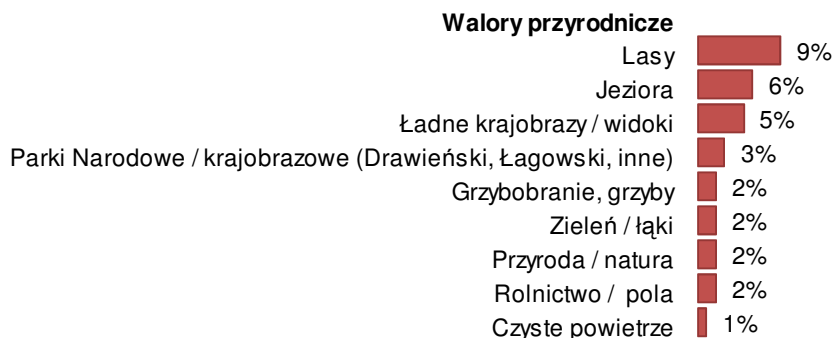
Data przygotowania raportu: listopad 2011 r.
Data przeprowadzenia badania: 15-19 września 2011 r.

Co trzeci internauta nie kojarzy Ziemi Lubuskiej z niczym konkretnym. Wśród konkretnych skojarzeń brakuje zdecydowanego symbolu regionu.

Zaledwie dwie trzecie internautów (69%) ma określone skojarzenia z Ziemią Lubuską. Wśród osób, którym region z czymś się kojarzy, prawie wszyscy wymieniają coś specyficznego dla danego regionu (np. konkretne miejsca, obiekty). Odpowiedzi, które mogłyby dotyczyć również innych miejsc w Polsce (np. „moja rodzina tam mieszka”) pojawiały się sporadycznie, łącznie tylko 1% internautów ma takie skojarzenia. Ziemia Lubuska przychodzi na myśl ponad 30 różnych tematów, wśród nich najwięcej dotyczy walorów przyrodniczych. Jednak żaden z nich nie jest wymieniany przez większość ankietowanych. Co siódmy badany (14%) na myśl o regionie przywoływał pojedyncze, trudne do skategoryzowania skojarzenia, wymieniane przez mniej niż 1% ogółu badanych.

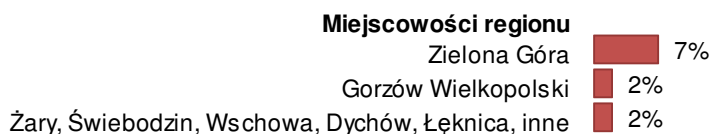
Ziemia Lubuska to lasy i jeziora.

Główny obszar tematyczny, z którym kojarzy się Ziemia Lubuska to walory przyrodnicze. Wśród skojarzeń z tej kategorii, podobnie jak wśród wszystkich skojarzeń, nie ma zdecydowanego lidera. Internauci wskazują na wiele tematów, przede wszystkim na lasy (9%), jeziora (6%), ładne widoki (5%). Ziemia Lubuska to dla ankietowanych także parki narodowe i krajobrazowe, grzyby, zieleń, przyroda, rolnictwo, czyste powietrze (1% - 3%).



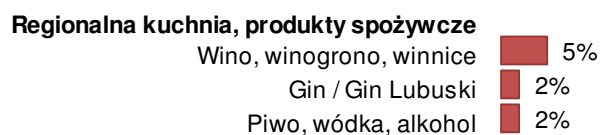
Ziemia Lubuska to również miasta i miasteczka.

Ziemia Lubuska budzi słabe skojarzenia z miastami regionu. Przede wszystkim z największymi miastami - Zieloną Górą (7%) i Gorzowem Wielkopolskim (2%). Inne miejscowości wymieniane są sporadycznie.



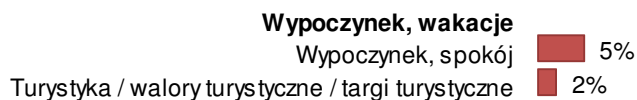
Tutaj można raczyć się miejscowymi trunkami, przede wszystkim winem z lokalnych winnic.

Ziemia Lubuska wywołuje skojarzenia z winem, winogronem, winnicami (łącznie 5%), Ginem Lubuskim (2%) oraz ogólnie z piwem, wódką, alkoholem (łącznie 2%).



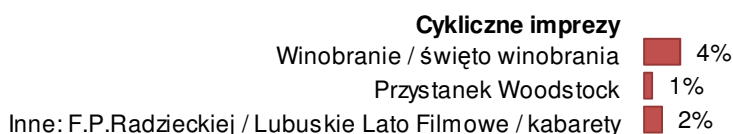
Na Ziemi Lubuskiej można wypocząć...

Niewielki odsetek odpowiedzi dotyczy wypoczynku, spokoju (łącznie 5%) oraz walorów turystycznych – ogólnie (2%).



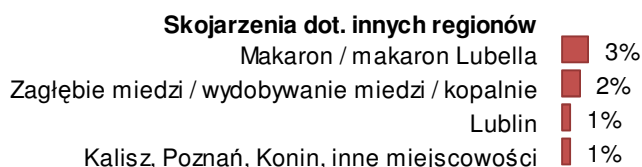
... uczestniczyć w lokalnych imprezach – np. święcie winobrania.

Spontanicznie wymieniane imprezy to odbywające się w Zielonej Górze winobranie (4%), oraz Festiwal Piosenki Radzieckiej a także Lubuskie Lato Filmowe – festiwal filmowy w Łagowie (łącznie prawie 2%) oraz Przystanek Woodstock w Kostrzynie nad Odrą (1%).



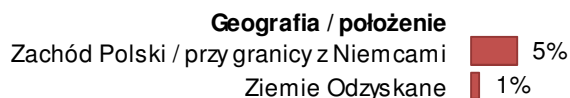
Ziemia Lubuska? To tam gdzie Lublin czy może Lubin?

Niewielki odsetek internautów (1%) mylnie kojarzy Ziemię Lubuską z Lublinem (co prawdopodobnie wynika z podobieństwa fonetycznego tych dwóch nazw geograficznych), a nawet bardziej konkretnie - z produkowanym w Lublinie makaronem Lubella (3%). Innym skojarzeniem wynikającym z podobieństwa brzmieniowego Ziemi Lubuskiej i Lubina jest miedź (oraz skojarzenia pochodne - łącznie 2%) wydobywana w Lubińsko-Głogowskim Zagłębiu Miedziowym. Sporadycznie wymieniane są również miasta leżące poza granicami regionu (łącznie 1%).



Ziemia Lubuska leży na zachodzie Polski.

Występują również poprawne skojarzenia z położeniem regionu; co dwudziesty internauta spontanicznie kojarzy, że Ziemia Lubuska leży na zachodzie Polski, przy granicy z Niemcami (łącznie 5%) lub – rzadziej - że są to Ziemie Odzyskane (1%).



Inne, nietworzące szerszej kategorii, sporadyczne skojarzenia (1-2%) dotyczą: „zabytków”, „miejsc historycznych” (łącznie 2%), żużla (2%), Międzyrzeckiego Rejonu Umocnionego, własnej rodziny ankieterów (1%).

Inne	
Zabytki, miejsca historyczne	2%
Żużel, Klub Falubaz, motocykle, Stal Gorzów	2%
Międzyrzecki Rejon Umocniony / bunkry / wojna	1%
Rodzina, znajomi	1%

Top3 – najczęstsze skojarzenia z Ziemią Lubuską.

Top3
Lasy
Zielona Góra
Jeziora

O badaniu skojarzeń

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków z polskimi regionami. Ziemia Lubuska to piętnasty region przebadany w ramach tego projektu. Kolejnym będzie Ziemia Łódzka. Skojarzenia przedstawione w raporcie są wynikiem analiz spontanicznych odpowiedzi, jakie respondenci udzielili na pytanie „Różne regiony Polski mogą nam się kojarzyć z jakimiś symbolami, np. z różnymi osobami, miejscami, zdarzeniami itp. Z czym kojarzy Ci się Ziemia Lubuska?”

Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online (www.omnibus-online.pl) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 15-19 września 2011 roku techniką ankiety internetowej CAWI, na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu, ważonej próbie n= 510 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 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

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 2011	
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 77 10 814