

Raport

Z czym kojarzą się Warmia i Mazury?

IMAS International zapytał Internautów w badaniu Omnibus-Online, z czym kojarzy im się Warmia (badanie w grudniu 2010) oraz Mazury (luty 2011). Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem regionów oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Warmii i Mazur, 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: marzec 2010 r.
Data przeprowadzenia badania: 16-20 grudnia 2010 r. (Warmia), 17-20 lutego 2011 r. (Mazury).

Prawie wszyscy internauci mają skojarzenia z Warmią i Mazurami.

Zdecydowanej większości internautów (95%) Warmia z czymś się kojarzy. Region przychodzi na myśl przede wszystkim walory przyrodnicze, położenie geograficzne a także... sery. Co dziesiąty ankietowany (10%) na myśl o Warmii przywoływał pojedyncze, trudne do skategoryzowania skojarzenia, wymieniane przez mniej niż 1% ogółu badanych.

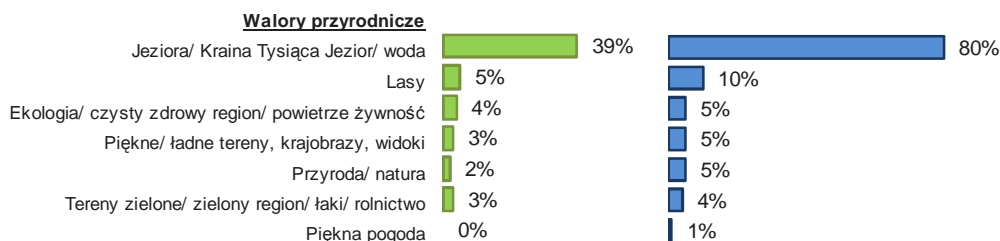
Jakiegolwiek skojarzenia z Mazurami, podobnie jak z Warmią, mają praktycznie wszyscy internauci (98%). Region kojarzy się głównie z walorami przyrodniczymi oraz wypoczynkiem. Pojedyncze, trudne do skategoryzowania skojarzenia, wymieniane przez mniej niż 1% ogółu badanych ma co piąty internauta (19%) (prawie dwa razy więcej niż w przypadku Warmii).

Warmia i Mazury to piękna przyroda. Przede wszystkim jeziora, szczególnie na Mazurach.

Silny obszar tematyczny, z którym kojarzy się Warmia to walory przyrodnicze. Łącznie internauci wymienili sześć skojarzeń odnoszących się do tej kategorii. Internauci wskazują przede wszystkim na jeziora / wodę (39%). Warmia to dla ankietowanych także lasy (5%), czysty/ekologiczny region (4%), piękne widoki, zielone tereny (po 3%), przyroda – ogólnie (2%).

Mazury wywołują podobną liczbę skojarzeń odnoszących się do walorów przyrodniczych. Mocnym liderem skojarzeń w tej kategorii i wszystkich skojarzeń w ogóle są jeziora /woda – wymieniana przez czterech na pięciu internautów (80%) czyli znacznie więcej niż dla Warmii (39%). Pozostałe, dużo słabsze skojarzenia przyrodnicze na hasło „Mazury” to lasy (10%), czysty/ekologiczny region, piękne tereny, przyroda (po 5%), tereny zielone (4%) oraz piękna pogoda (1%).

Dane przedstawione na wykresach: skojarzenia z Warmią – kolor zielony, z Mazurami – kolor niebieski.



Na Warmii i Mazurach wypoczywamy. Na Mazurach uprawiamy sporty wodne.

Kolejna grupa skojarzeń dotyczy wypoczynku i różnych form spędzania czasu na łonie natury.

W przypadku Warmii, spontaniczne skojarzenia z relaksem, wypoczynkiem, spokojem ma co dziesiąty internauta (10%). Inne skojarzenia pojawiają się spontanicznie – urlop, wczasy, wakacje (2%), sporty wodne i obozy żeglarskie, turystyka (po 1%).

Mazury bardziej niż sąsiednia Warmia kojarzą się z wypoczynkiem - 22% vs. 10%. Również co piąty badany (19%) wymienia na hasło „Mazury” sporty wodne i obozy żeglarskie (w przypadku Warmii skojarzenia takie praktycznie nie występują), co czternasty (7%) ma skojarzenia z urlopem, wczasami, wakacjami (dla Warmii odsetek ten wynosi tylko 2%). Sporadycznie (od 1% do 3%) wymieniane są inne formy wypoczynku – wędkowanie, turystyka, wyjazdy pod namiot, opalanie się, grzybobranie.

Wypoczynek, wakacje

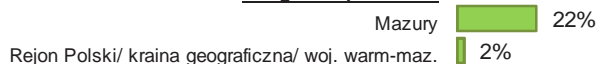


Warmia? Znam, to tam gdzie Mazury.

Warmia budzi skojarzenia z sąsiednimi Mazurami (22%), zapewne z powodu nazwy województwa warmińsko-mazurskiego, natomiast sama nazwa województwa oraz region kojarzy się sporadycznie (2% badanych).

Przeciwnie – Mazury nie wywołują skojarzeń z Warmią ani województwem.

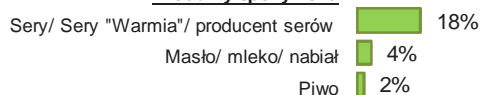
Geografia/ położenie



Na Warmii posmakujesz serów.

Co piąty (18%) internauta kojarzy Warmię w serami. Sporadycznie pojawiają się również skojarzenia z masłem, mlekiem czy ogólnie – nabiałem (łącznie 4%) oraz piwem (2%).

Produkty spożywcze



Inne skojarzenia

Inne, sporadyczne skojarzenia dotyczą wielu tematów. Warmia kojarzy się z Olsztynem (4%), Mazury – z komarami (5%). Pozostałe słabe skojarzenia to zamki krzyżackie, stroje ludowe, festiwal muzyki country czy inne (po 1-2%).

<u>Miasto</u>		
Olsztyn	■ 4%	0%
Malbork/ Frombork/ Lidzbark Warm/ inne miejscowości	■ 2%	0%
Mragowo, Elk, Olsztyn, inne miejscowości	0%	■ 2%
<u>Zamki, Krzyżacy</u>		
Zamki (krzyżackie), zabytki	■ 2%	■ 1%
Krzyżacy	■ 1%	0%
<u>Inne</u>		
Komary	0%	■ 5%
Osobiste odniesienia/ rodzinne strony/ rodzina/ znajomi/ pobyt	0%	■ 2%
Festiwal muzyki country	0%	■ 2%
Stroje ludowe/ folklor	■ 1%	0%
Architektura/ drewniane domy/ poniemieckie domy	■ 1%	0%
Mikołaj Kopernik	■ 1%	0%

Top3 – najczęstsze skojarzenia z Warmią

Top3
Jeziora
Sery
Mazury

Top3 – najczęstsze skojarzenia z Mazurami

Top3
Jeziora
Wypoczynek
Sporty wodne

O badaniu skojarzeń

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków z polskimi regionami. Warmia i Mazury to jedenasty i dwunasty przebadany w ramach tego projektu region. Kolejnym będzie Wielkopolska.

Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online (www.omnibus-online.pl) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 16-20 grudnia 2010r. (skojarzenia z Warmią) oraz 17-20 lutego 2011 r. (skojarzenia z Mazurami) techniką ankiety internetowej CAWI, na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu, ważonej próbach odpowiednio n=502 i n= 506 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

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

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