

## Raport

# Z czym kojarzą się Katowice?

IMAS International w lipcowym badaniu Omnibus-Online zapytał Internautów z czym Polakom kojarzą się Katowice. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem miasta oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Katowic, 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: wrzesień 2009 r.  
Data przeprowadzenia badania: 13-22 lipiec 2009 r.



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

### **Katowice kojarzą się z kopalniami, Spodkiem, brudnym powietrzem, Śląskiem.**

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

Katowice przywodzą na myśli skojarzenia głównie z pięciu grup tematycznych. Te dominujące obszary skojarzeń to przemysł ciężki, atrakcje turystyczne, negatywne opinie dot. życia w mieście, położenie miasta na mapie Polski oraz konkretne miejsca, obiekty miasta. Pozostałe skojarzenia występują z mniejszą siłą.

Praktycznie wszyscy internauci (98%) mają jakieś skojarzenia z Katowicami. Zdecydowana większość kojarzy z Katowicami coś specyficznego dla tego miasta (np. konkretne miejsca, obiekty). Odsetek odpowiedzi, które mogłyby dotyczyć również innych miejsc w Polsce (np. rodzina, znajomi, „moje miejsce urodzenia”) jest bardzo niski - łącznie tylko 3%.

### **Katowice to przemysł ciężki a przede wszystkim górnictwo.**

Najliczniejsza grupa skojarzeń dotyczy przemysłu ciężkiego. Suma skojarzeń w tej kategorii wynosi 47%. Najsilniejsze skojarzenie z tej grupy to górnictwo, kopalnie, węgiel, itp., zaklasyfikowane łącznie - wymieniane spontanicznie przez co trzeciego (35%) internautę. Inne skojarzenia dot. przemysłu występują z dużo mniejszą siłą. Są to: Huta Katowice (7%), Przemysł, GOP (łącznie 5%).

### **Symbol miasta – „Spodek”.**

Katowice kojarzone są silnie z halą widowiskowo-sportową „Spodek” oraz chorzowskim Parkiem Kultury. Spodek wymienia spontanicznie dwóch na pięciu (43%) internautów i jest to najsilniejsze skojarzenie spośród wszystkich. Jest to bez wątpienia mocny symbol miasta.

### **W Katowicach oddycha się trudno.**

Internauci na hasło „Katowice” myślą o brudnym powietrzu, szarości (10%). Podobne skojarzenia odnoszące się do uciążliwości życia w mieście wymieniano sporadycznie – brudne ulice (2%), korki (1%), oraz tłok (1%).

### **Katowice to stolica Śląska.**

Internauci kojarzą Katowice ze Śląskiem (9%) oraz – rzadziej – z Aglomeracją Śląską (1%), autostradzie A4 (1%).

### **Internauci kojarzą inne konkretne obiekty.**

Inne, poza Spodkiem i Parkiem Rozrywki obiekty kojarzone z miastem to (brudny) Dworzec PKP (5%), CH Silesia, Lotnisko, Rondo, kamienice (1-2%).

**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](http://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](http://www.imasonline.pl)).

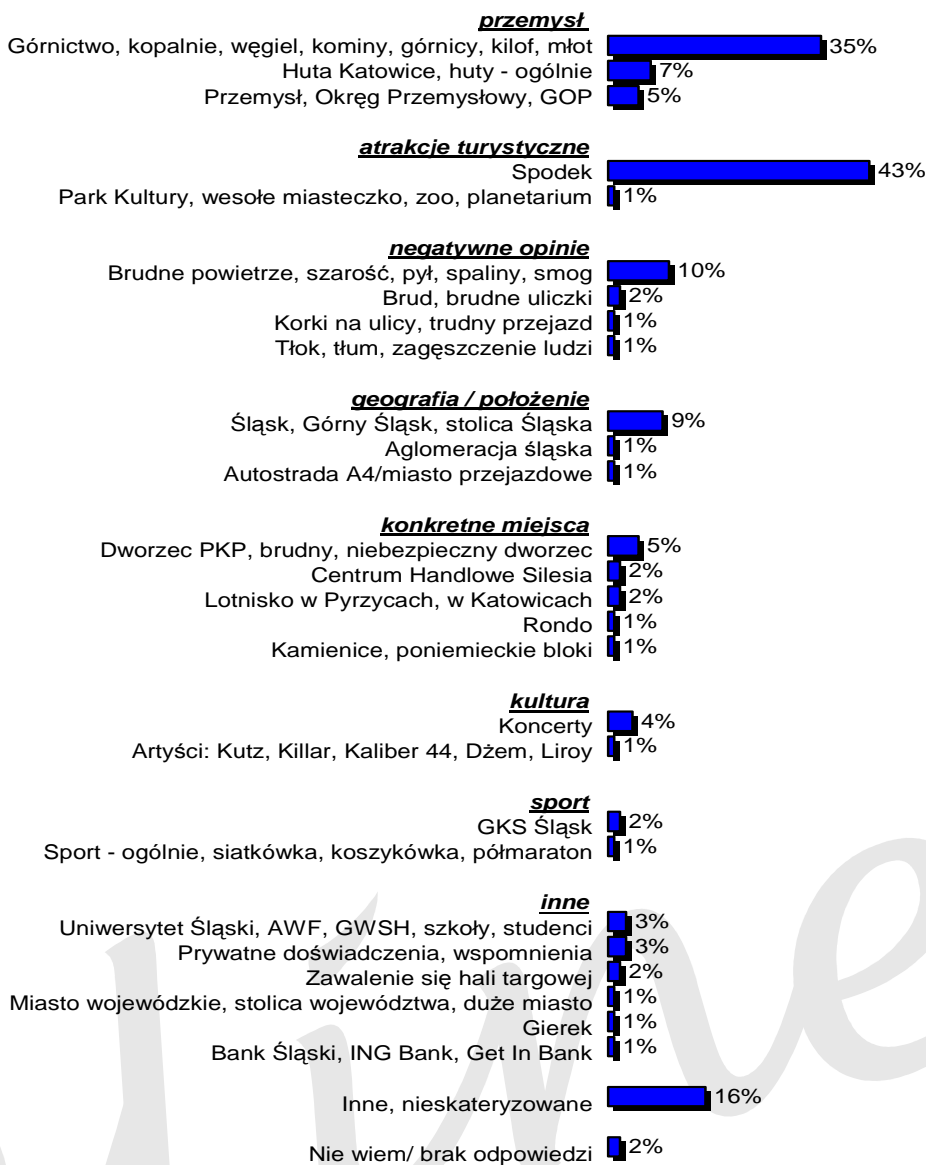
## Inne skojarzenia

Inne skojarzenia to koncerty i konkretni artyści (łącznie 5%), GKS Śląsk i sport (łącznie 3%), uczelnie, studenci (łącznie 3%), prywatne odniesienia (3%), zawalenie się hali targowej (2%), miasto wojewódzkie, duże (1%), Edward Gierek (1%), banki (1%).

Sporadycznie odnotowano również inne, często pojedyncze skojarzenia, np. „II Wojna Światowa”, „seks”, „TV”, „weseli mieszkańcy”. Są one bardzo rozdrobnione i nie tworzą kategorii, która obejmowałaby przynajmniej 1% respondentów.

Biorąc pod uwagę jedynie najczęściej wskazywane skojarzenia można powiedzieć, że Katowice przywodzą internautom na myśl przede wszystkim Spodek, górnictwo, brudne powietrze.

## Z czym kojarzą się Katowice



### O IMAS International

IMAS International ([www.imas.pl](http://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](http://www.imasonline.pl)).

## Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online ([www.omnibus-online.pl](http://www.omnibus-online.pl)) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 13-22 lipiec 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, instytucje 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](http://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](http://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](mailto:omnibus-online@imas.pl)

### IMAS International Sp. z o.o.

([www.imas.pl](http://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, instytucje 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](mailto:marcin.piwowarczyk@imas.pl)  
+48 71 339 04 31

→ Więcej o Omnibusie-Online znaleźć można na stronie: [www.omnibus-online.pl](http://www.omnibus-online.pl)