

## Raport

# Z czym kojarzy się Zielona Góra?

IMAS International w sierpniowym badaniu Omnibus-Online zapytał Internautów z czym Polakom kojarzy się Zielona Góra. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem miasta oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Zielonej Góry, 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: 10-19 sierpień 2009 r.



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

### Zielona Góra kojarzy się z głównie z winem i winobraniami, przyrodą i byłym festiwalem. Jeden na sześciu internatów nie ma żadnych skojarzeń z tym miastem.

Zielona Góra przychodzi na myśli skojarzenia z ok. 10 grup tematycznych. Dominujące obszary związane są z uprawą winorośli, walorami przyrodniczymi i byłym festiwalem piosenki. Pięciu na sześciu (84%) internatów ma jakiegokolwiek skojarzenia z Zieloną Górą. Pozostali (16%) nie mieli żadnych skojarzeń. Wśród osób, którym Zielona Góra 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. „spędziłem tam dzieciństwo”, „moja żona stamtąd pochodzi”) wynosi łącznie 8%.

### Zielona Góra to przede wszystkim miasto Bachusa – tu uprawia się winorośli i świętuje winobranie.

Zielona Góra kojarzona jest przede wszystkim z winobraniami, świętem winobrania, z Bachusem. Łącznie 14% internatów ma powyższe skojarzenia z Zieloną Górą. Sporadycznie internauci na hasło „Zielona Góra” wymieniali również wino, winogrono, winnice (łącznie 10%).

### Zielona Góra to przyroda.

Internauci kojarzą Zieloną Górę ze środowiskiem naturalnym, co można tłumaczyć jej położeniem oraz samą nazwą miasta. Główne skojarzenie w tej grupie to „góra”, przez część internatów określana dodatkowo jako „porośnięta na zielono” (7%). Inne skojarzenia to lasy, parki, zieleń w mieście (łącznie 6%). Zwierzę, które kojarzy się na hasło „Zielona Góra” to jeleni, wymieniany sporadycznie przez 2% internatów. Inne skojarzenia to grzyby, grzybobranie (1%).

### W Zielonej Górze odbywał się festiwal piosenki. Prawdopodobnie radzieckiej.

Równie często jak skojarzenia z przyrodą, internauci kojarzą miasto z festiwalem piosenki – ogólnie (7%), Festiwalem Piosenki Radzieckiej (część internatów zaznacza, że odbywał się on dawniej) (6%) oraz, sporadycznie, z Festiwalem Piosenki... Żołnierskiej (1%). Łącznie co siódmy (14%) internauta ma skojarzenia odnoszące się do festiwalu.

### Zielona Góra wywołuje wspomnienia znajomych, prywatnych doświadczeń.

Zielona Góra kojarzona jest również z osobistymi wizytami, wspomnieniami, z osobami, które znamy, które poznaliśmy w tym mieście itp. (łącznie 8%).

**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)).

## W Zielonej Górze, popijając lokalne wino, wypoczywa się oglądając wyścigi żużlowe i występy kabaretów.

Zielona Góra to nie tylko wino, lasy i były festiwal. To też miasto, w którym można kibicować klubowi żużlowemu Falubaz (4%) lub pójść na występ kabaretów (4%) czy do Palmiarni (1%). To ładne, piękne miasto (1%), w którym można wypocząć (3%). Aby do niego dotrzeć, należy jechać na południowy - zachód Polski, w stronę granicy z Niemcami (3%).

### Inne skojarzenia

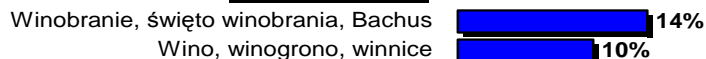
Inne, słabsze skojarzenia to była stolica województwa lubuskiego (2%), po prostu „miasto” (1%), miasto akademickie (2%).

Sporadycznie odnotowano również inne, często pojedyncze skojarzenia, np. „ogórki kiszone”, „Ania z Zielonego Wzgórza” „kłótnia z Gorzowem Wielkopolskim” Są one bardzo rozdrobnione i nie tworzą kategorii, która obejmowałaby przynajmniej 1% respondentów. Łącznie 19% internatów ma takie unikalne, trudne do skategoryzowania skojarzenia.

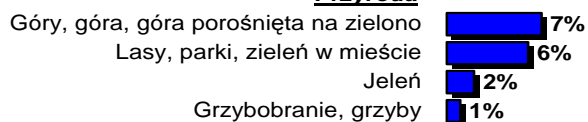
Biorąc pod uwagę jedynie najczęściej wskazywane skojarzenia można powiedzieć, że Zielona Góra przywodzi internautom na myśl przede wszystkim: winobranie, wino, górę (zieloną) oraz dawny Festiwal Piosenki Radzieckiej.

### Z czym kojarzy się Zielona Góra

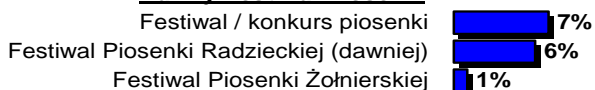
#### Winobranie/ wino



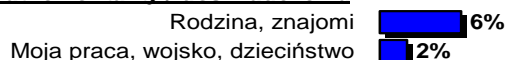
#### Przyroda



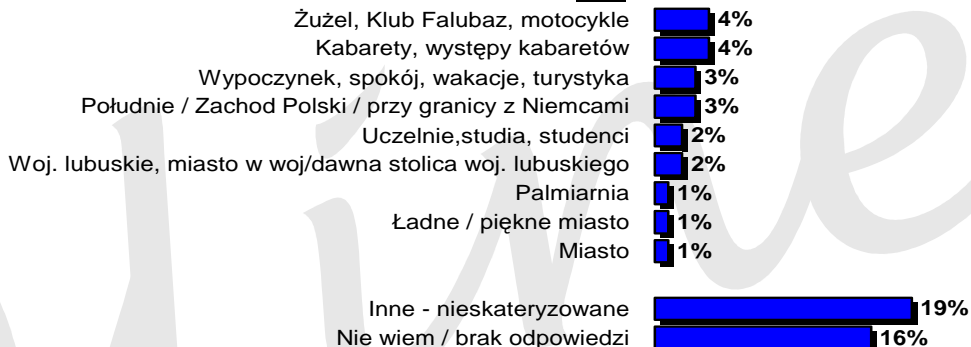
#### Dawny Festiwal Piosenki



#### Prywatne kontakty / doświadczenia



#### Inne



**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)).

## Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online ([www.omnibus-online.pl](http://www.omnibus-online.pl)) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 10-19 sierpień 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)