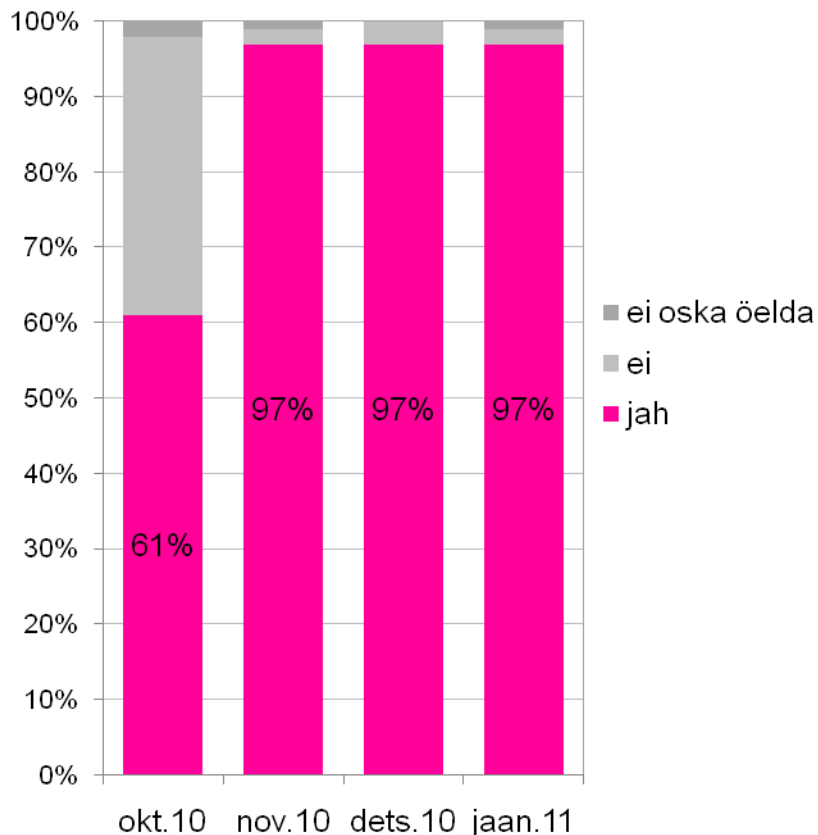




Eurole ülemineku teavituskampaania märkamine

oktoober 2010-jaanuar 2011

Kas Te olete märganud teavitusmaterjale eurole ülemineku kohta? *Kõik vastajad antud perioodil, n=500*



- Eurole ülemineku laiem avalikkuse süstemaatiline teavituse alguskuuks väitis iga kuues inimene kümnest, et on juba erinevaid infomaterjale märganud (alates suvest, 2010 peeti erineva fookusega infoüritusi ja viidi läbi üritusi kitsamatele sihtrühmadele nagu ettevõtted, noored jt).
 - Mõnevõrra enam olid teavituskampaania stardisirgel euro infomaterjale tähele pannud mehed, noored, suurte linnade elanikud väljaspool Tallinna, Põhja- ja Lääne-Eesti elanikud, kõrgharidusega ning nii madalama kui kõrgema sissetulekuga inimesed.
- Juba pooleteise kuu pärast olid infomaterjale märganud praktiliselt kõik ning teavituskampaania lõppedes võib öelda, et infoga on jõutud võrdselt kõikidesse sihtrühmadesse (nii rahvuse, vanuse, sissetuleku kui elukoha osas).
 - Kindlasti on positiivne, et eurole ülemineku teavituses on eestlastega võrdväärselt kaasas olnud ka venelased – Eestis on pahatihti üsna tavapärane, et erinevad kommunikatsiooni- ja turunduskampaaniad ei jõua venelasteni samamoodi kui eestlasteni. Mõnevõrra vähem on venelased märganud AUSA hinnastamise kampaania materjale.
 - Ka maa- ja linnainimeste võrdne teadlikkus on tähelepanuväärne.

Kas Te olete märganud teavitusmaterjale eurole ülemineku kohta?

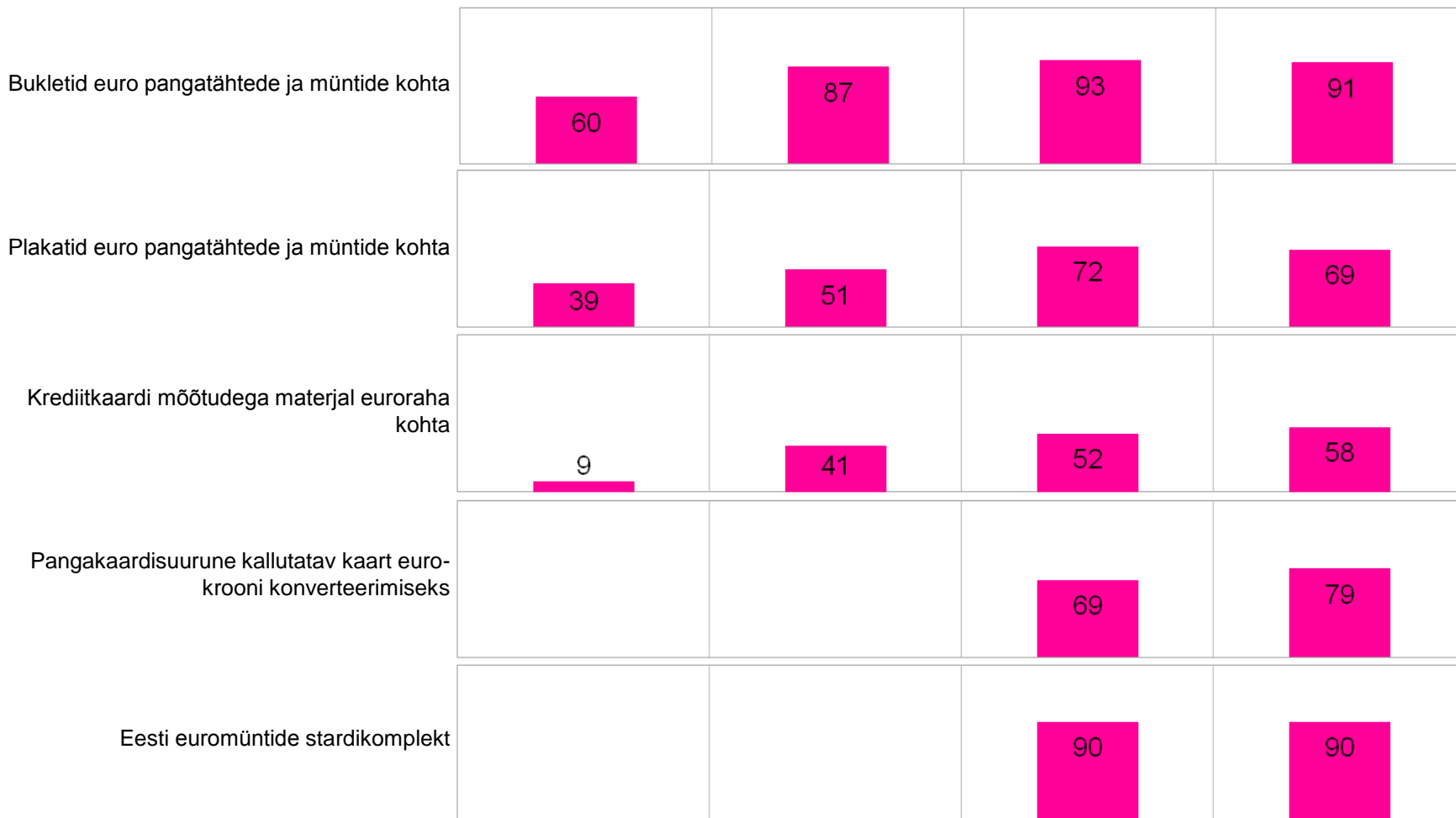
% vastava sihtrühma esindajatest, kes on eurole ülemineku teavitusmaterjale märganud



Erinevate eurole ülemineku infomaterjalide märkamine I

% nendest, kes on eurole ülemineku teavitustmaterjale märganud, "jah" vastuste osakaal

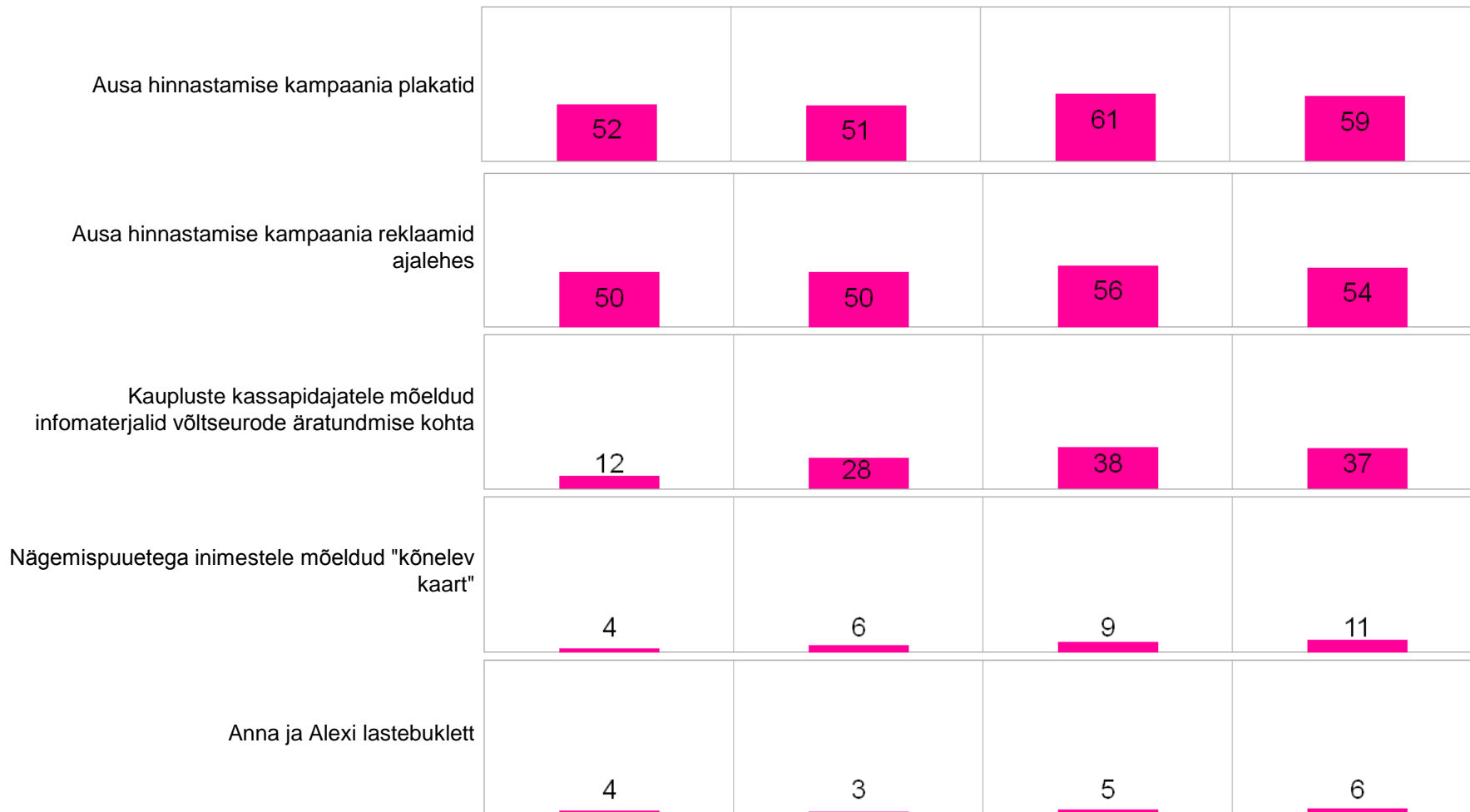
Oktoober 2010, n=304 November 2010, n=483 Detsember 2010, n=485 Jaanuar 2011, n=485



Erinevate eurole ülemineku infomaterjalide märkamine II

% nendest, kes on eurole ülemineku teavitusematerjale märganud, "jah" vastuste osakaal

Oktoober 2010, n=304 November 2010, n=483 Detsember 2010, n=485 Jaanuar 2011, n=485



Erinevate eurole ülemineku infomaterjalide märkamine

sihtrühmades | % sihtrühma esindajatest, kes on eurole ülemineku teavitusmaterjale märganud, jaanuar 2011

	Bukletid euro pangatähtede ja müntide kohta	Eesti euromüntide stardikomplekt	Pangakaardisuurune kallutatav kaart euro-krooni konverteerimiseks	Plakatid euro pangatähtede ja müntide kohta	Ausa hinnastamise kampaania plakatid
KÕIK	91%	90%	79%	69%	59%
VASTAJA SUGU					
mees	92%	89%	78%	67%	63%
naine	91%	90%	80%	71%	55%
RAHVUS					
eestlane	89%	93%	79%	66%	65%
muu	96%	83%	80%	77%	47%
VANUS					
15 kuni 24	88%	93%	85%	74%	62%
25 kuni 34	87%	87%	80%	70%	62%
35 kuni 49	93%	91%	85%	70%	57%
50 kuni 64	93%	86%	72%	70%	60%
65 kuni 74	96%	91%	72%	57%	50%
HARIDUS					
alg- ja põhiharidus	81%	93%	74%	71%	60%
kesk- ja keskeriharidus	92%	89%	80%	69%	56%
kõrgharidus	95%	90%	80%	71%	67%
Sissetulek pereliikme kohta					
kuni 250 eurot	91%	88%	82%	75%	50%
250,01 kuni 450 eurot	94%	89%	85%	63%	59%
üle 450 euro	93%	95%	79%	73%	70%
ei oska öelda, keeldus	86%	88%	68%	68%	59%
Kas Te elate...					
Tallinnas	91%	89%	79%	73%	58%
Tartus, Pärnus, Narvas, Kohtla-Järvel	94%	90%	86%	69%	60%
muus linnas, alevis	93%	87%	74%	72%	55%
maa-asulas (alevik, küla)	88%	92%	79%	64%	61%
REGIOON					
Tallinn	91%	89%	79%	73%	58%
Põhja-Eesti	90%	92%	78%	69%	63%
Lääne-Eesti	88%	94%	74%	64%	61%
Tartu piirkond	87%	83%	80%	60%	65%
Lõuna-Eesti	94%	92%	81%	64%	60%
Virumaa	96%	91%	84%	77%	50%

Erinevate eurole ülemineku infomaterjalide märkamine

sihtrühmades II % sihtrühma esindajatest, kes on eurole ülemineku teavitustmaterjale märganud, jaanuar 2011

Kaupluste kassapidajatele

mõeldud infomaterjalid võltseurode äratundmise kohta

Nägemispuuetega inimestele mõeldud "kõnelev kaart"

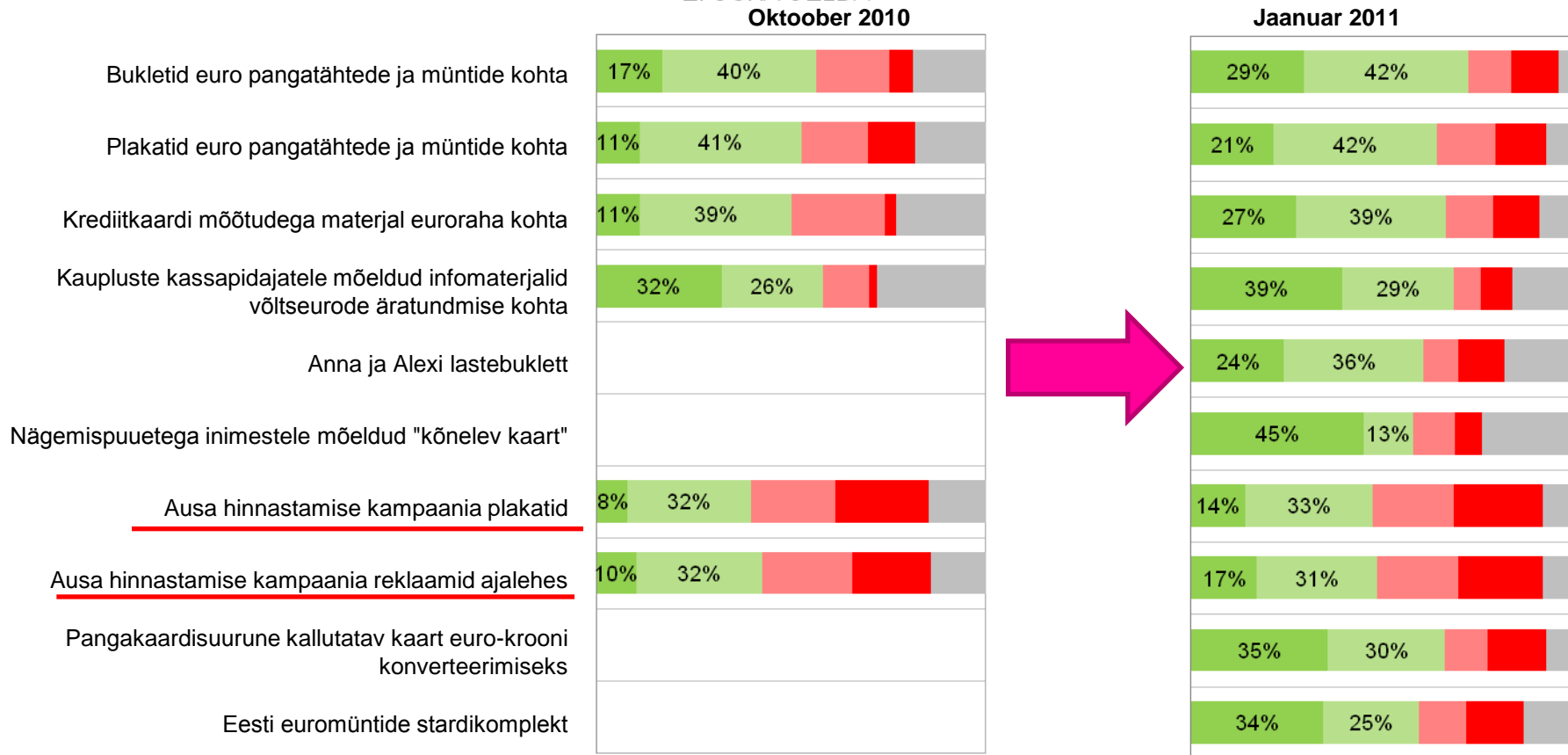
Anna ja Alexi lastebuklett

	Krediitkaardi mõõtudega materjal euroraha kohta	Ausa hinnastamise kampaania reklaamid ajalehes	Kaupluste kassapidajatele mõeldud infomaterjalid võltseurode äratundmise kohta	Nägemispuuetega inimestele mõeldud "kõnelev kaart"	Anna ja Alexi lastebuklett
KÕIK	58%	54%	37%	11%	6%
VASTAJA SUGU					
mees	51%	53%	37%	9%	10%
naine	64%	56%	37%	12%	3%
RAHVUS					
eestlane	59%	58%	35%	13%	4%
muu	56%	46%	40%	5%	11%
VANUS					
15 kuni 24	59%	51%	40%	8%	4%
25 kuni 34	61%	45%	42%	6%	7%
35 kuni 49	58%	58%	31%	8%	5%
50 kuni 64	57%	61%	44%	15%	11%
65 kuni 74	54%	55%	23%	18%	1%
HARIDUS					
alg- ja põhiharidus	57%	44%	44%	13%	4%
kesk- ja keskeriharidus	56%	51%	35%	10%	6%
kõrgharidus	63%	71%	38%	10%	8%
Sissetulek pereliikme kohta					
kuni 250 eurot	61%	48%	45%	14%	10%
250,01 kuni 450 eurot	59%	59%	27%	10%	3%
üle 450 euro	64%	72%	38%	8%	6%
ei oska öelda, keeldus	47%	41%	39%	11%	7%
Kas Te elate...					
Tallinnas	51%	53%	37%	6%	4%
Tartus, Pärnus, Narvas, Kohtla-Järvel	63%	56%	36%	10%	9%
muus linnas, alevis	57%	57%	42%	14%	6%
maa-asulas (alevik, küla)	63%	53%	33%	13%	8%
REGION					
Tallinn	51%	53%	37%	6%	4%
Põhja-Eesti	59%	56%	36%	13%	9%
Lääne-Eesti	50%	50%	42%	17%	4%
Tartu piirkond	59%	57%	27%	9%	1%
Lõuna-Eesti	67%	57%	38%	12%	4%
Virumaa	69%	56%	40%	11%	15%

Kas infomaterjalidest on olnud abi?

% nendest, kes on vastavat infomaterjali märganud

- kindlasti on olnud abi
- pigem on olnud abi
- pigem ei ole olnud abi
- ei ole üldse olnud abi
- EI OSKA ÕELDA



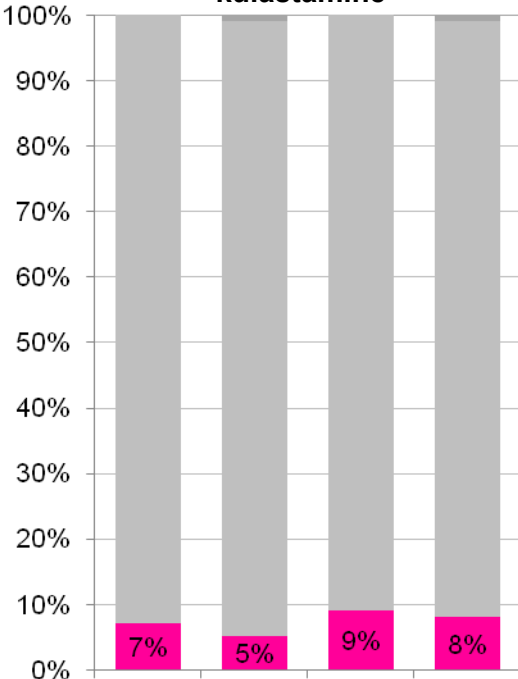
- Teavitusmaterjale peetakse pigem vajalikeks, mõnevõrra pessimistlikumat suhtumist on näha Ausa hinnastamise kampaania materjalide osas.
- Tõenäoliselt on inimestes üsna tugevalt juurdunud veendumus, et euro tõstab hinda, seega ei usuta kampaania siirusesse.

Muu eurole ülemineku teemalise info jälgimine

% kõikidest vastajatest erinevatel perioodidel

■ jah ■ ei ■ ei oska öelda

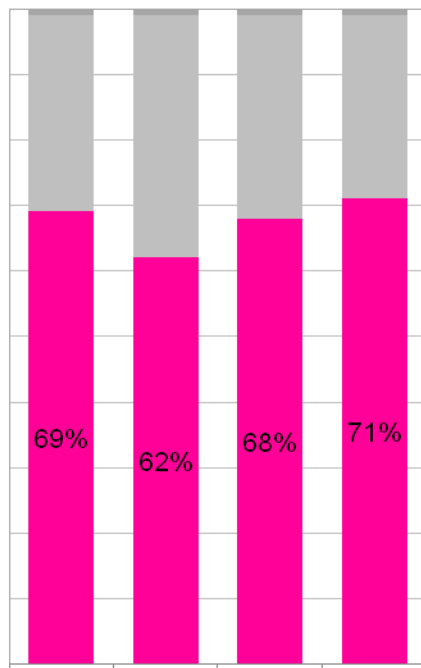
Veebilehe euro.eesti.ee külastamine



okt.10 nov.10 dets.10 jaan.10

- Veebilehe euro.eesti.ee külastatavus on väga väike, arvestades üldist internetikasutajate määra Eestis (74%).

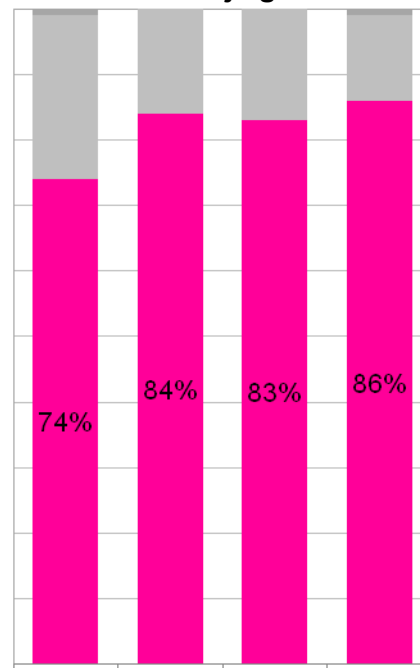
Euroteemaliste ajaleheartiklite lugemine



okt.10 nov.10 dets.10 jaan.10

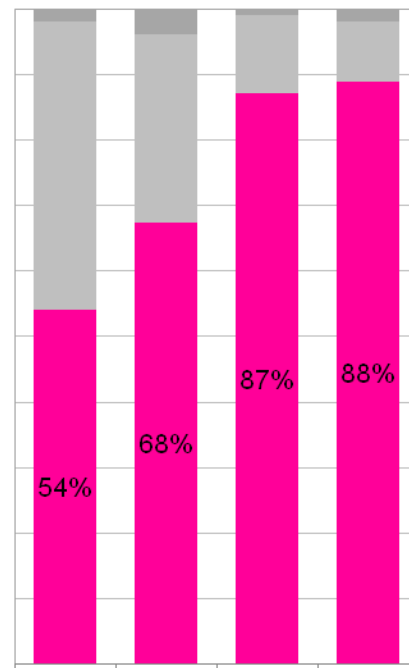
- Novembri lõpuks jõudsid inimesteni põnevad ja käegakatsutavad teavituselemendid (eurokalkulaator, hologramm-kaart). EP ametlik kampaaniamaterjal "varjutas" veidi huvi ajakirjanduse vastu.
- Ajaleheartiklite lugemine kasvas taas detsembris, kuivõrd eurole üleminek muutus väga käegakatsutavaks ning taas pöörduti enam ajakirjanduse poole (lihtsas keeles vastused igapäeva elu küsimustele, a la mis piim maksma hakkab?)

Euroteemaliste teleuudiste jälgimine



okt.10 nov.10 dets.10 jaan.10

Euro pangatähti ja münte tutvustavate telereklaamide või videote märkamine



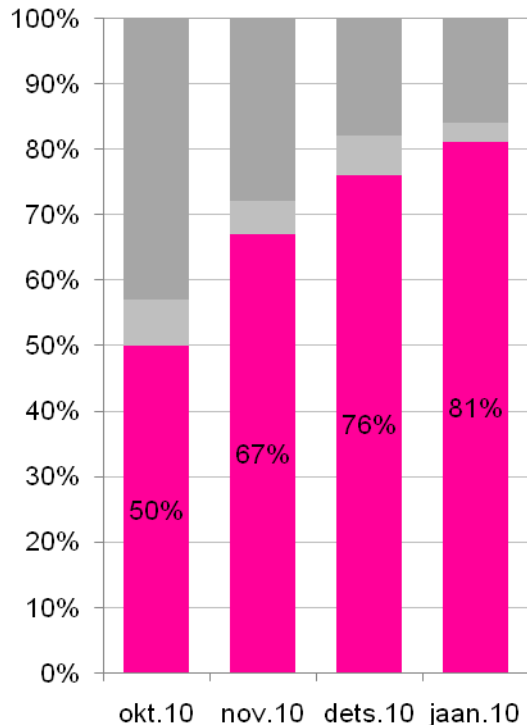
okt.10 nov.10 dets.10 jaan.10

Teadlikus euro rahatähe turvamärgistest

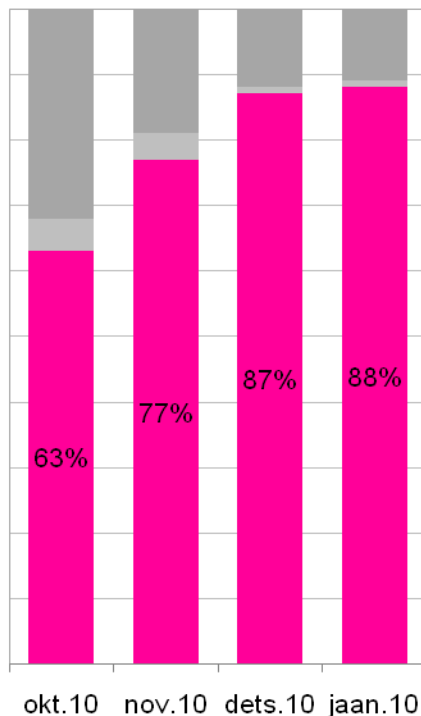
% kõikidest vastajatest erinevatel perioodidel

■ jah ■ ei ■ ei oska öelda

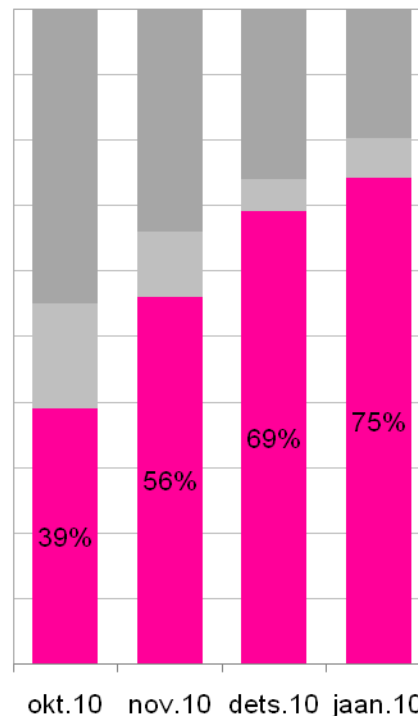
Eurol on vesimärk



Eurol on hologramm



Euro pangatäht on krobeline, st rahatähe katsumisel on tunda krobelisi elemente



- Kuigi võiks arvata, et jaanuariks on inimesed vähemalt korra euro paberraha käes hoidnud, siis ikka on ka neid, kes ei ole paberraha olulisemates turvamärgistes veendunud või ütlevad lausa, et neid euro rahatähel pole.
- Huvitav on täheldada läbi kuude seda, et teadlikkus turvamärgistest ei erine oluliselt euro paberraha tutvustavaid telereklaame näinute ja mittedäinute osas. Küll aga on mittedäinute seas 2-3 korda enam neid (sõltuvalt turvamärgistusest, 1-5% reklaame näinutest võrreldes 6-19% reklaame mittedäinutega), kes väidavad kindlalt, et nimetatud turvamärgiseid eurol ei ole. Seega reklaamide mittedäinamine on justkui soodustanud "valeteadlikkust".

Uuringu läbiviimisest

Eurole ülemineku teavituskampaania märkamise uuring

- Intervjuud viidi läbi CATI (*computer assisted telephone interviewing*) intervjuudena TNS Emori telefoniküsitluskeskuses regulaarsete CATI-busside raames (Omnibuss-tüüpi uuring telefoni teel)
- Valim on esinduslik Eesti 15-74 aastaste inimeste suhtes
- Igal küsitlusperioodil vastas 500 inimest, mis tähendab tulemuste täpsust $\pm 4,4\%$
- Küsitlused toimusid perioodidel 5.-7.2010, 23.-25.11.2010, 28.-30.12.2010 ja 11.-13.01.2011

Uuringu eri etappides osalesid ja olid vastutavad:

Tellijapoolne kontaktisik: Kaja Kell, Eesti Pank
Uuringu projektijuht: Katrin Karma, TNS Emor
Graafilised tööd: Maire Nõmmik

Kontaktandmed:

AS Emor

Telefon: 626 8520
Telefon (üld): 626 8500
Faks: 626 8501
E-mail: katrin.karma@emor.ee
E-mail (üld): emor@emor.ee
Aadress: A. H. Tammsaare tee 47
11316 Tallinn

