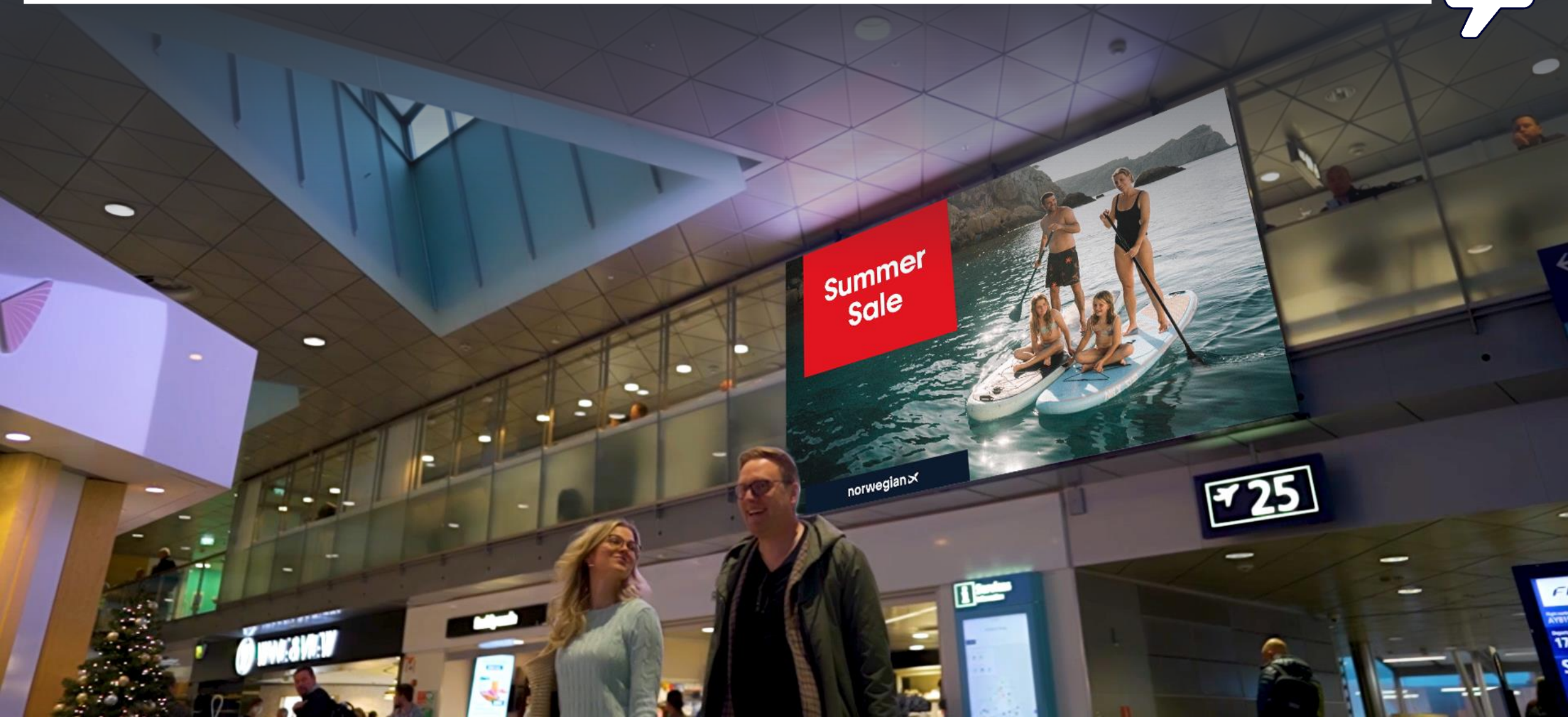


ILMASSA TUNNEKUOHUJA - LENTOASEMAN POSITIIVINEN TUNNELATAUS

Tutkimus suomalaisten tunnetiloista eri ympäristöissä (Kantar Media Finland, elokuu 2024)



MAINOSALUSTALLA/-YMPÄRISTÖLLÄ ON MERKITYSTÄ !



*”Kun ihmiset altistuvat mainonnalle sellaisessa mainosalustassa/-ympäristössä, johon heillä on **positiivinen suhde**, on vaikutus mainostavalle brändille **7-kertainen verrattuna tilanteeseen, jossa mainosalusta/-ympäristö ei ole mielekäs.**”*

Lähde: Kantar Insights, globaali mainonnan datapankki



TUNNETILAT ERI YMPÄRISTÖISSÄ



Tutkimuksen tarkoitus

Kantar Media Finland on toteuttanut tämän tutkimuksen Clear Channelin toimeksiannosta elokuussa 2024. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälaisissa tunnetiloissa kuluttaja liikkuu ulkomainonnan eri ympäristöissä.

Tutkimuksen kohderyhmä

Tutkimuksen kohderyhmä on 18-74-vuotiaat suomalaiset.

Tiedonkeruumenetelmä

Kantar Kanava (online-paneeli). Tähän tutkimukseen vastasi yhteensä 1011 vastaajaa.

Ajankohta

Tutkimushaastattelut tehtiin 16. - 20.8.2024.



TUTKIMUSKYSYMYKSET



Missä seuraavista paikoista olet käynyt tai mitä olet tehnyt viimeisen kuukauden aikana?

- a) Käynyt supermarketissa päivittäistavaraostoksilla
- b) Liikkunut metrolla
- c)
- i) Asioinut kaupungin keskustassa
- j) En missään näistä

Oletko viimeisen vuoden (12 kk) aikana tehnyt joko vapaa-ajanmatkan tai liikematkan matkustaen Helsinki-Vantaan lentoaseman kautta?

- a) Kyllä, vapaa-ajan matkan
- b) Kyllä, liikematkan
- c) En

Oletko viimeisen vuoden (12 kk) aikana tehnyt joko vapaa-ajanmatkan tai liikematkan matkustaen Helsingin satamien kautta?

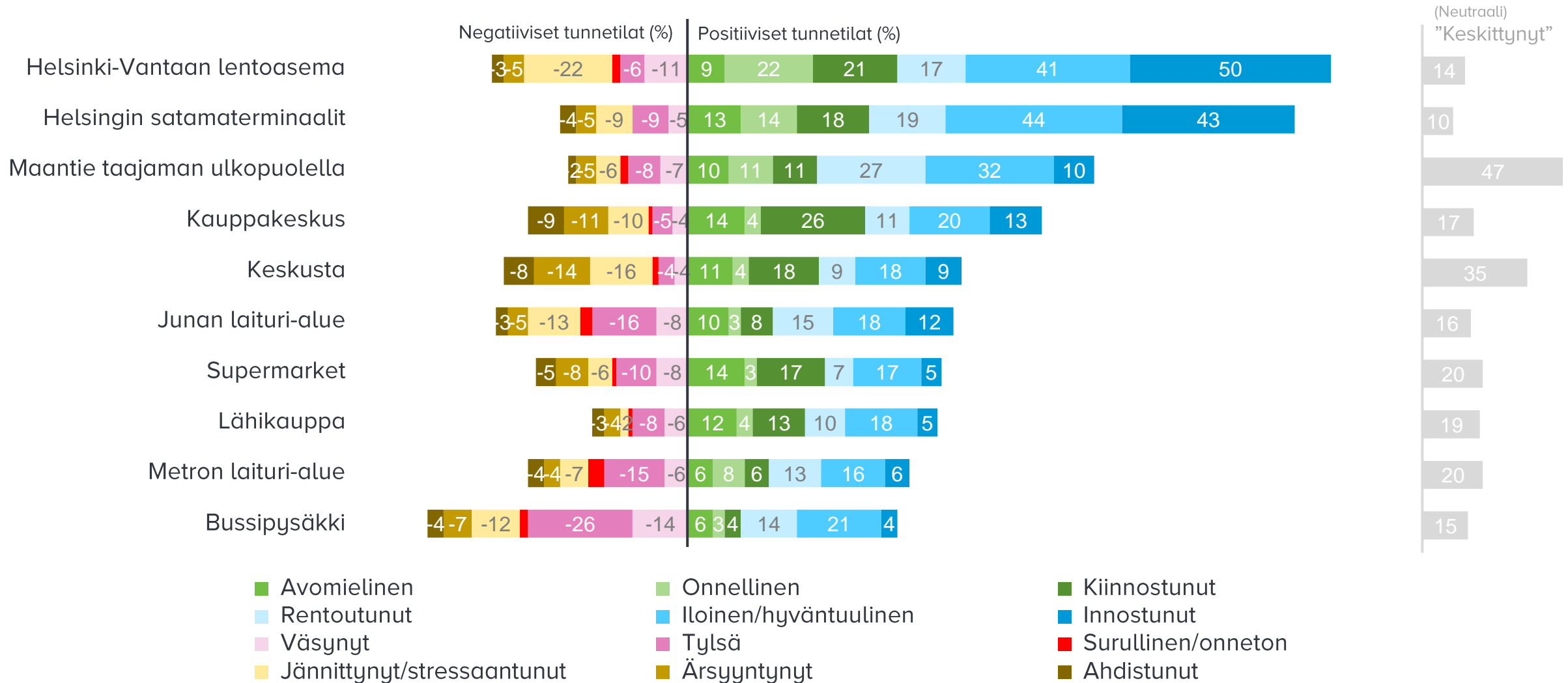
- a) Kyllä, vapaa-ajan matkan
- b) Kyllä, liikematkan
- c) En

Millä seuraavista vaihtoehdoista kuvailisit tunnetilaasi useimmilla kerroilla, kun ...
(kysyttiin jokaisesta ympäristöstä - 11 - erikseen, joissa liikkunut)

- | | |
|--|---|
| a) Odostat linja-autoa pysäkillä | • Keskittynyt |
| ... | • Onnellinen |
| d) Odostat lentosi lähtöä Helsinki-Vantaan lentoasemalla tai palaat asemalla | • Jännittynyt/stressaantunut |
| ... | • Surullinen |
| k) Asioit kaupungin keskustassa (kävellen) | • Tylsä |
| ----- | • Väsynyt |
| • Avomielinen | • Ärsyyntynyt |
| • Iloinen/hyväntuulinen | • Ahdistunut |
| • Innostunut | • Onneton |
| • Rentoutunut | • Neutraali |
| • Kiinnostunut | • Muu negatiivinen tunnetila, mikä? _____ |
| | • Muu positiivinen tunnetila, mikä? _____ |



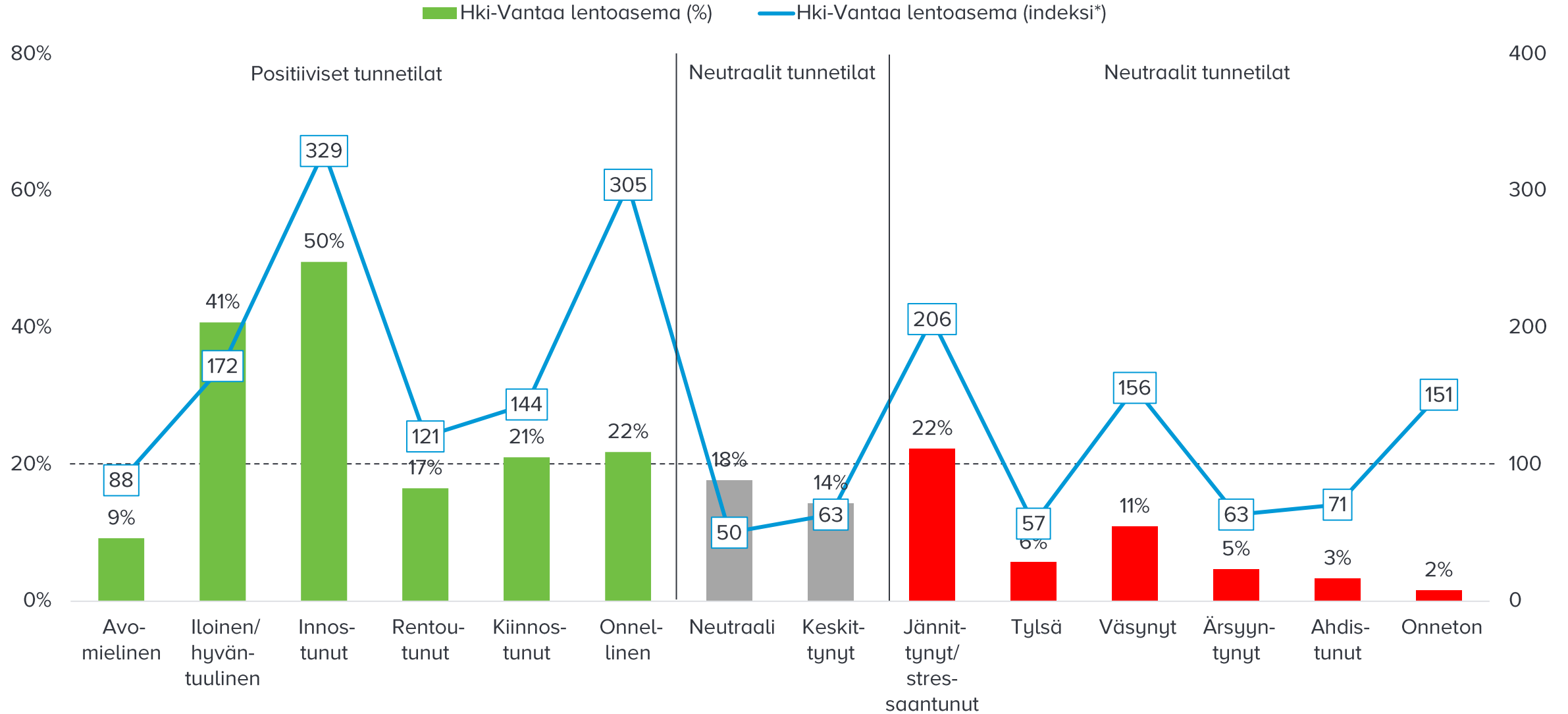
LENTOASEMALLA TUNTEIDEN KIRJOJA – ILOA JA INNOSTUNEISUUTTA ILMASSA!



Lähde: Kantar Media Finland. Ulkomainonnan ympäristöt ja tunnetilat, elokuu 2024 (Kantar Kanava, kohderyhmä 18+ v. suomalaiset, n=1011)

Kysymys: "Millä seuraavista vaihtoehdoista kuvailisit tunnetilaasi useimmilla kerroilla, kun" (useampi vastaus mahdollinen)

LENTOMATKUSTAJA ON ERITYISEN INNOSTUNUT, ONNELLINEN JA ILOINEN

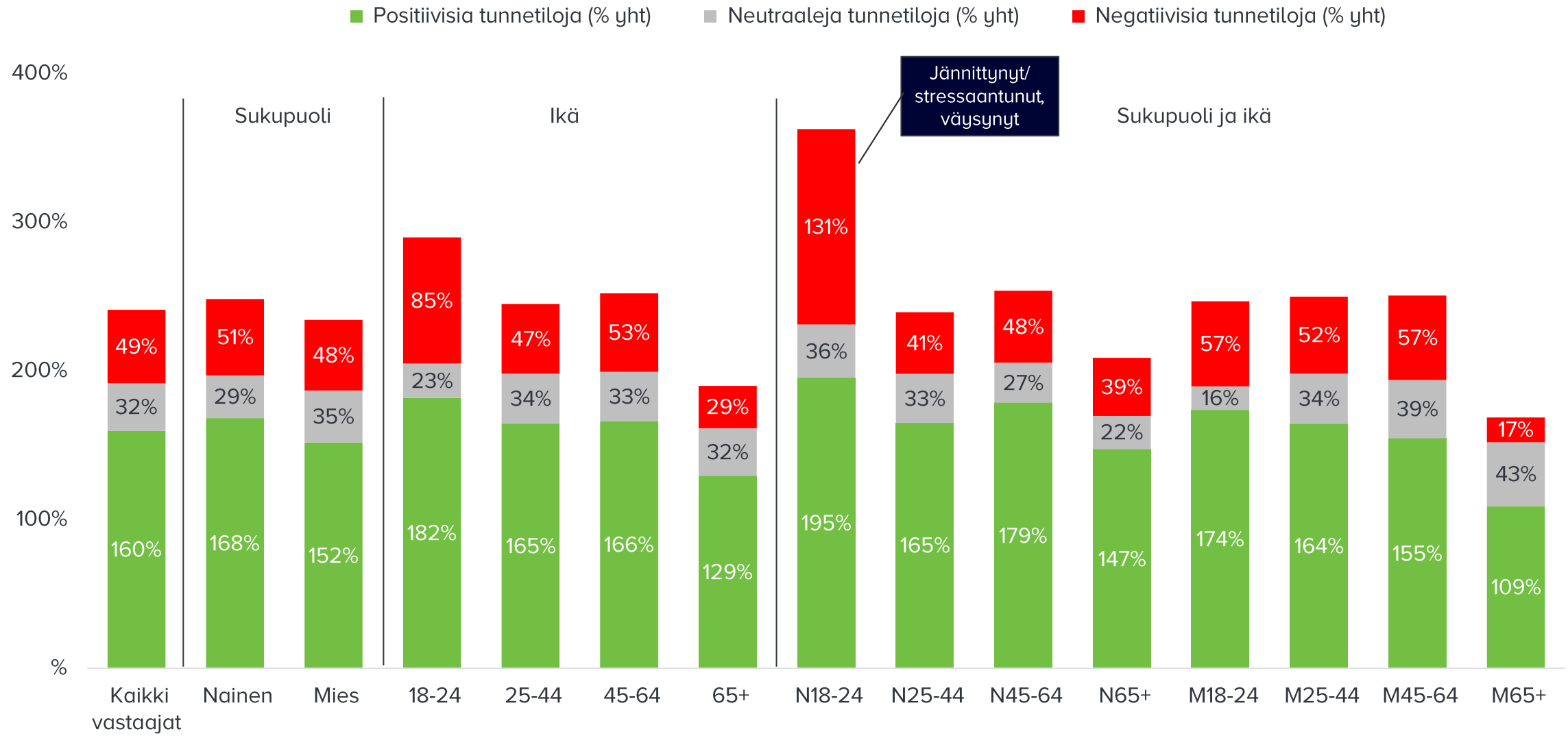


Lähde: Kantar Media Finland. Ulkomainonnan ympäristöt ja tunnetilat, elokuu 2024 (Kantar Kanava, kohderyhmä 18+ v. suomalaiset, n=1011)

Kysymys: "Millä seuraavista vaihtoehtoista kuvailisit tunnetilaasi useimmilla kerroilla, kun" (useampi vastaus mahdollinen)

* Indeksi kuvaa eroa muihin tutkituihin ympäristöihin ja niiden tunnetilojen keskiarvoon.

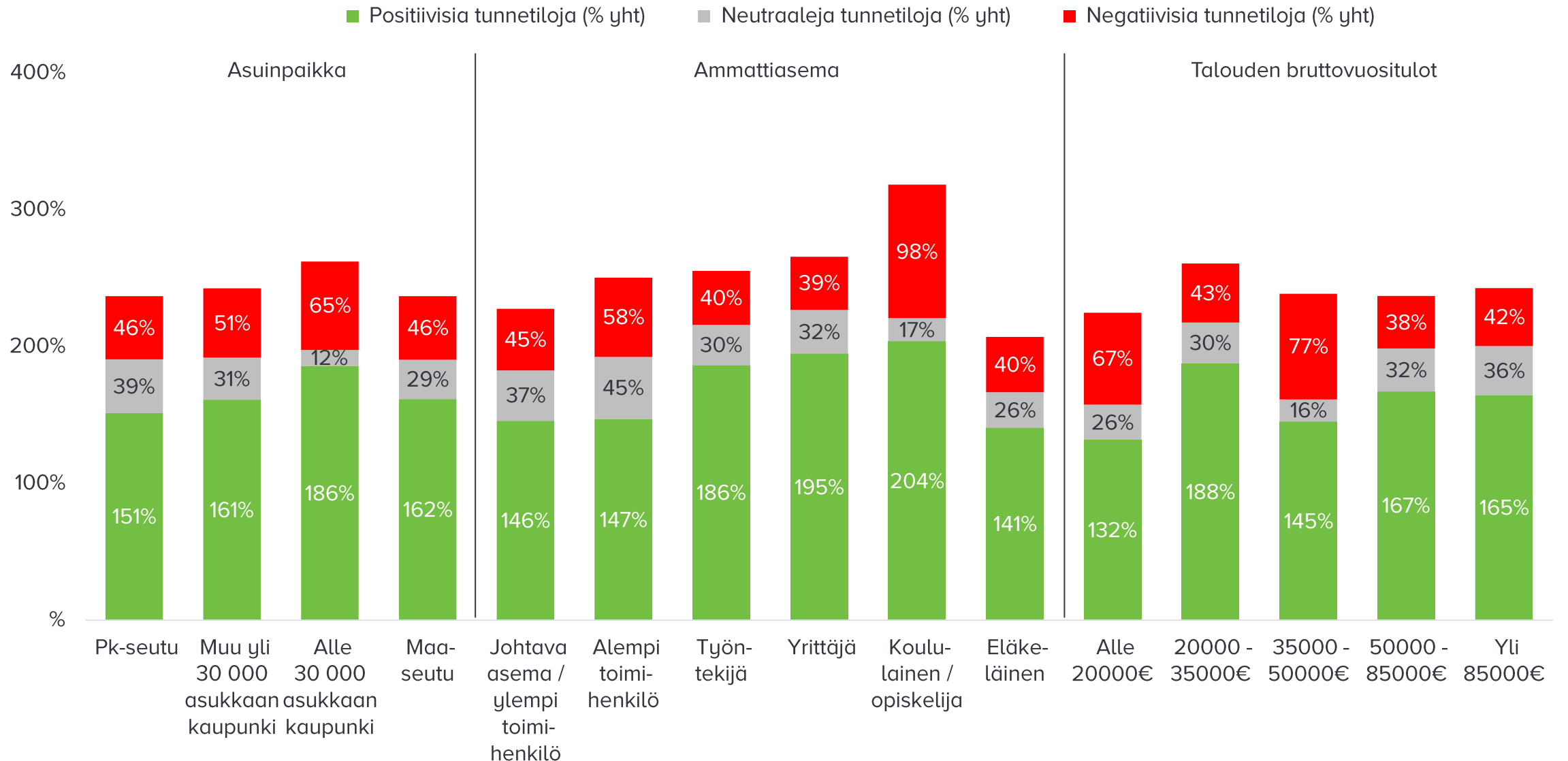
KOHDERYHMÄSTÄ RIIPPUMATTA TUNNETILA ON POSITIIVINEN LENTOASEMALLA 1/2



Lähde: Kantar Media Finland. Ulkomainonnan ympäristöt ja tunnetilat, elokuu 2024 (Kantar Kanava, kohderyhmä 18+ v. suomalaiset, n=1011)

Kysymys: "Millä seuraavista vaihtoehdoista kuvailisit tunnetilaasi useimmilla kerroilla, kun" (useampi vastaus mahdollinen)

KOHDERYHMÄSTÄ RIIPPUMATTA TUNNETILA ON POSITIIVINEN LENTOASEMALLA 2/2



Lähde: Kantar Media Finland. Ulkomainonnan ympäristöt ja tunnetilat, elokuu 2024 (Kantar Kanava, kohderyhmä 18+ v. suomalaiset, n=1011)

Kysymys: "Millä seuraavista vaihtoehdoista kuvailisit tunnetilaasi useimmilla kerroilla, kun" (useampi vastaus mahdollinen)