

Kurikka

**Kurikka-Lehti
Paikallislehtien vahvuudet –tutkimus
2016**

Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Kurikka-lehden tavoittavuutta, asemaa paikallisena tietolähteenä sekä lehden imagoprofiilia lehden pääasiallisella levikkialueella (ns. Kanta-Kurikka). Tutkimushaastattelut tehtiin seuraaville postinumeroalueille: 61220 Myllysalu, 61230 Luopa, 61300 Kurikka, 61310 Panttila, 61360 Mieta, 61370 Lohiluoma ja 61380 Polvenkylä. Tutkimuksen kohderyhmänä on alueen 15 –vuotta täyttänyt väestö.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin henkilökohtaista haastattelua. Haastattelut tehtiin puhelimitse tietokoneohjattua puhelinhaastattelujärjestelmää hyväksi käyttäen. Haastattelutyön suorittivat Tietoykkönen Oy:n erityisesti tehtävänsä koulutetut tutkimushaastattelijat. Suunniteltu otoskoko toteutui eli haastatteluja tehtiin yhteensä 200 kpl 22.11.- 24.11.2016 välisenä aikana. Otanta tehtiin kiintiöidyllä satunnaisotannalla Fonecta Finder –yhteys-tietohakemistosta. Otos kiintiöitiin ja painotettiin vastaamaan alueen väestöä sukupuolen ja iän suhteen.

Tutkimuksen eri vaiheiden (suunnittelu/tiedonkeruu/analysointi) laadunhallinta noudattaa SFS-ISO 20252:2013 laatustandardia.

Aineiston rakenne

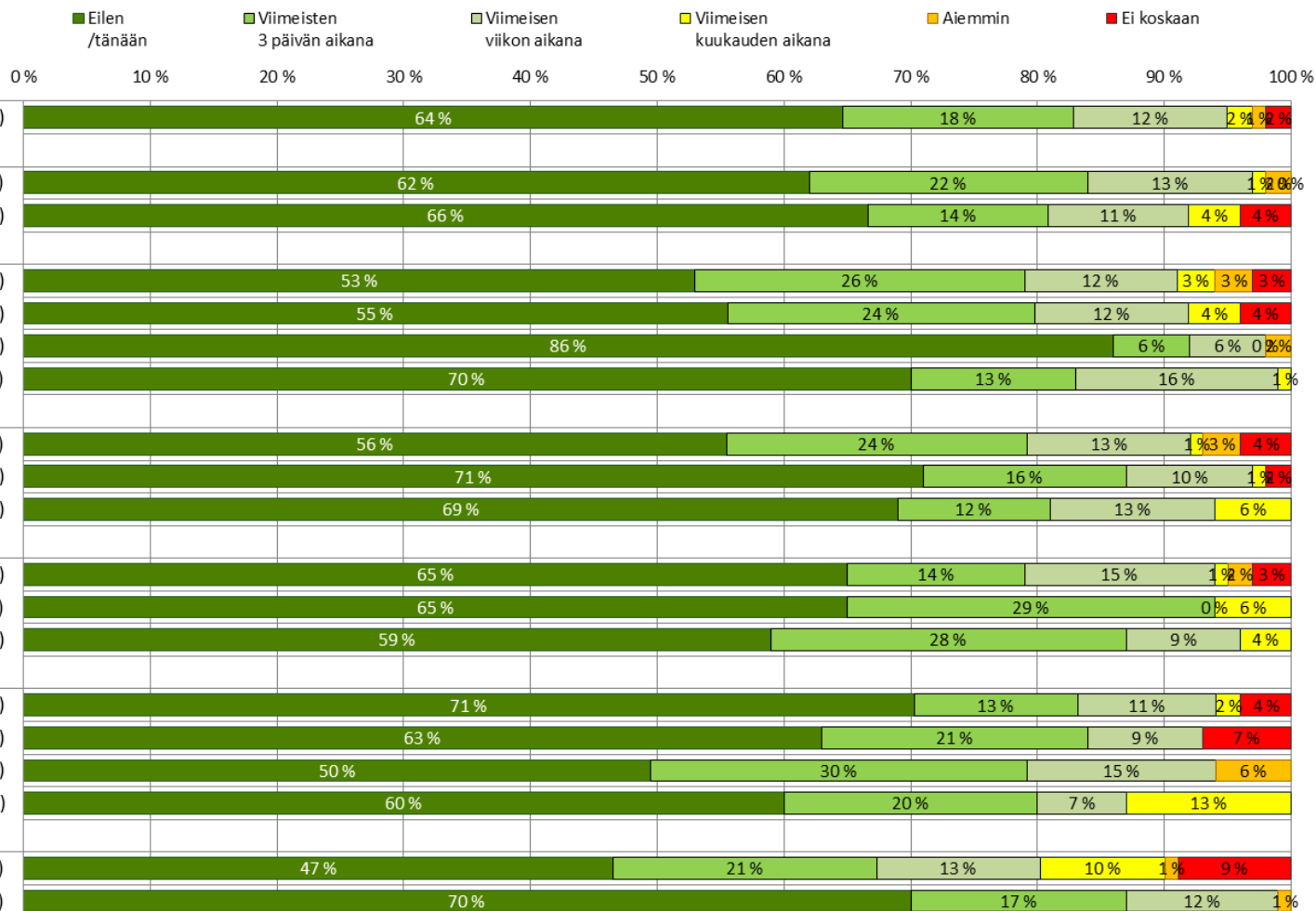
AINEISTON RAKENNE
Kurikka-lehti, Paikallislehtien vahvuudet -tutkimus, marraskuu 2016

		%	n(w)=
SUKUPUOLI	Mies	50%	100
	Nainen	50%	100
IKÄRYHMÄ	Alle 35 vuotta	27%	53
	35-54 vuotta	28%	57
	55-64 vuotta	20%	40
	65+ vuotta	25%	50
AMMATTIRYHMÄ	Työntekijä	40%	81
	Eläkeläinen	35%	70
	Muu	24%	49
ONKO TALOUDESSA ALLE 18 V. LAPSIA	Ei ole	69%	138
	On, nuorin alle 7 vuotta	16%	31
	On, nuorin 7-17 vuotta	15%	30
TALouden BRUTTOTULOT	20 000 € tai vähemmän	17%	34
	20 001 - 40 000 €	23%	46
	40 001 - 60 000 €	18%	36
	Yli 60 000 €	11%	22
	Ei osaa sanoa/ei vastausta	31%	61
TULEEKO KURIKKA-LEHTI TILATTUNA	Ei	25%	50
	Kyllä	75%	150
KUINKA MONI LUKEE TALOUTEEN TULEVAA KURIKKA-LEHTEÄ	1 henkilö	11%	16
	2 henkilöä	57%	86
	3 henkilöä	12%	18
	4+ henkilöä	20%	30
TALouden PT-OSTOJEN TEKIJÄ	Vastaaja itse	49%	98
	Vastaaja ja muut kuin vastaaja yhdessä	35%	70
	Muut kuin vastaaja	16%	32
KAIKKI		100%	200

KURIKKA-LEHDEN LUKEMINEN

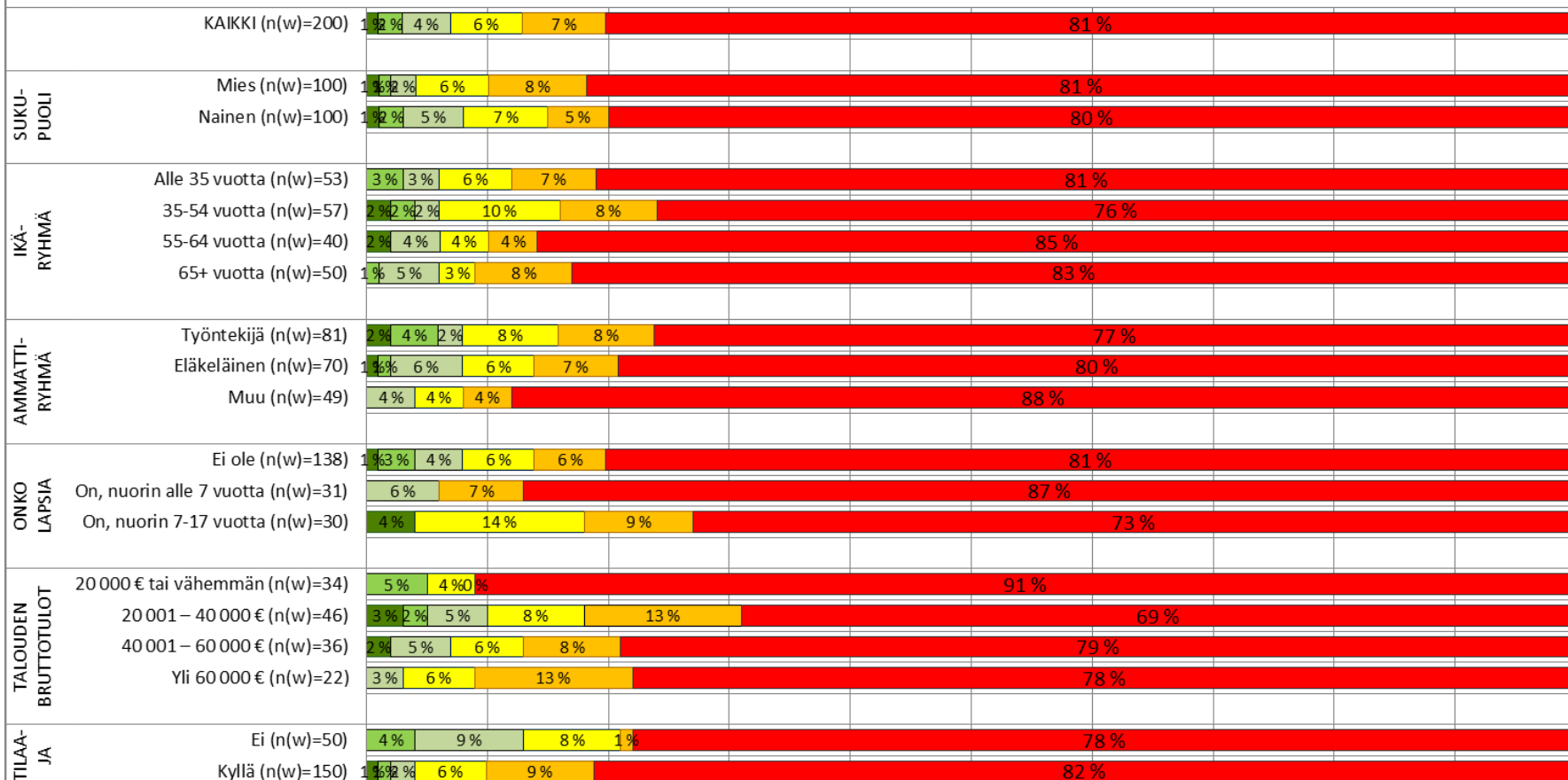
- Milloin olet lukenut viimeksi Kurikka-lehden painettua eli printtilehteä, numeron tuoreudella tai lukupaikalla ei ole väliä?
 - Entä milloin olet lukenut viimeksi internetissä Kurikka-lehden verkko- tai näköislehteä?
- Kysytään, jos on lukenut Kurikka-lehteä ainakin joskus: Kuinka monta kertaa luet yleensä yhtä Kurikka-lehden numeroa?
 - Kysytään, jos on lukenut Kurikka-lehteä ainakin joskus: Kuinka tarkasti luet yleensä Kurikka-lehden?
 - Kuinka montaa Kurikka-lehden neljästä viimeksi ilmestyneestä numerosta olet lukenut tai selaillut?

KURIKKA-LEHDEN PAINETUN LEHDEN LUKEMINEN



**Vastaajista 94 prosenttia on lukenut Kurikka-lehden painettua lehteä viimeisen viikon ja 96 prosenttia viimeisen kuukauden aikana **Lehden lukeminen on ollut aktiivista kaikissa ikäryhmissä **Tilajista lehteä on viimeisen viikon aikana lukenut lähes jokainen (99%) ja ei-tilajista 81 prosenttia.

KURIKKA-LEHDEN VERKKO- TAI NÄKÖISLEHDEN LUKEMINEN



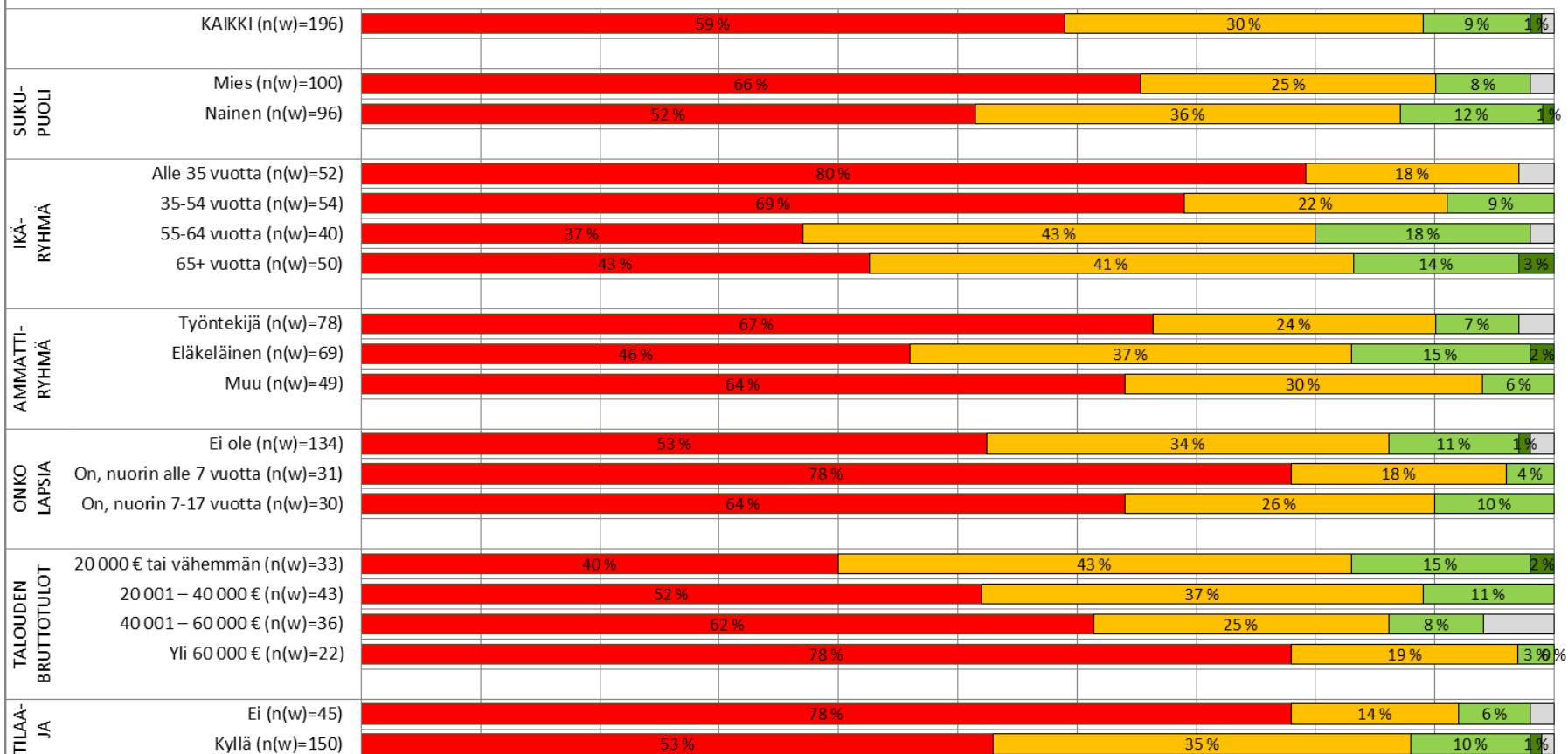
**Noin joka viides vastaaja (19 %) on lukenut Kurikka-lehden verkko- tai näköislehteä ainakin joskus. Viimeisen viikon aikana verkko- tai näköislehteä on lukenut 7 prosenttia ja viimeisen kuukauden aikana 13 prosenttia vastanneista.

KURIKKA-LEHDEN YHDEN NUMERON LUKEMISKERRAT

Kysyttiin vastaajilta, jotka ovat lukeneet Kurikka-lehteä ainakin joskus

■ 1 kerran
 ■ 2 kertaa
 ■ 3 kertaa
 ■ 4 kertaa
 □ Ei osaa sanoa/ei vastausta

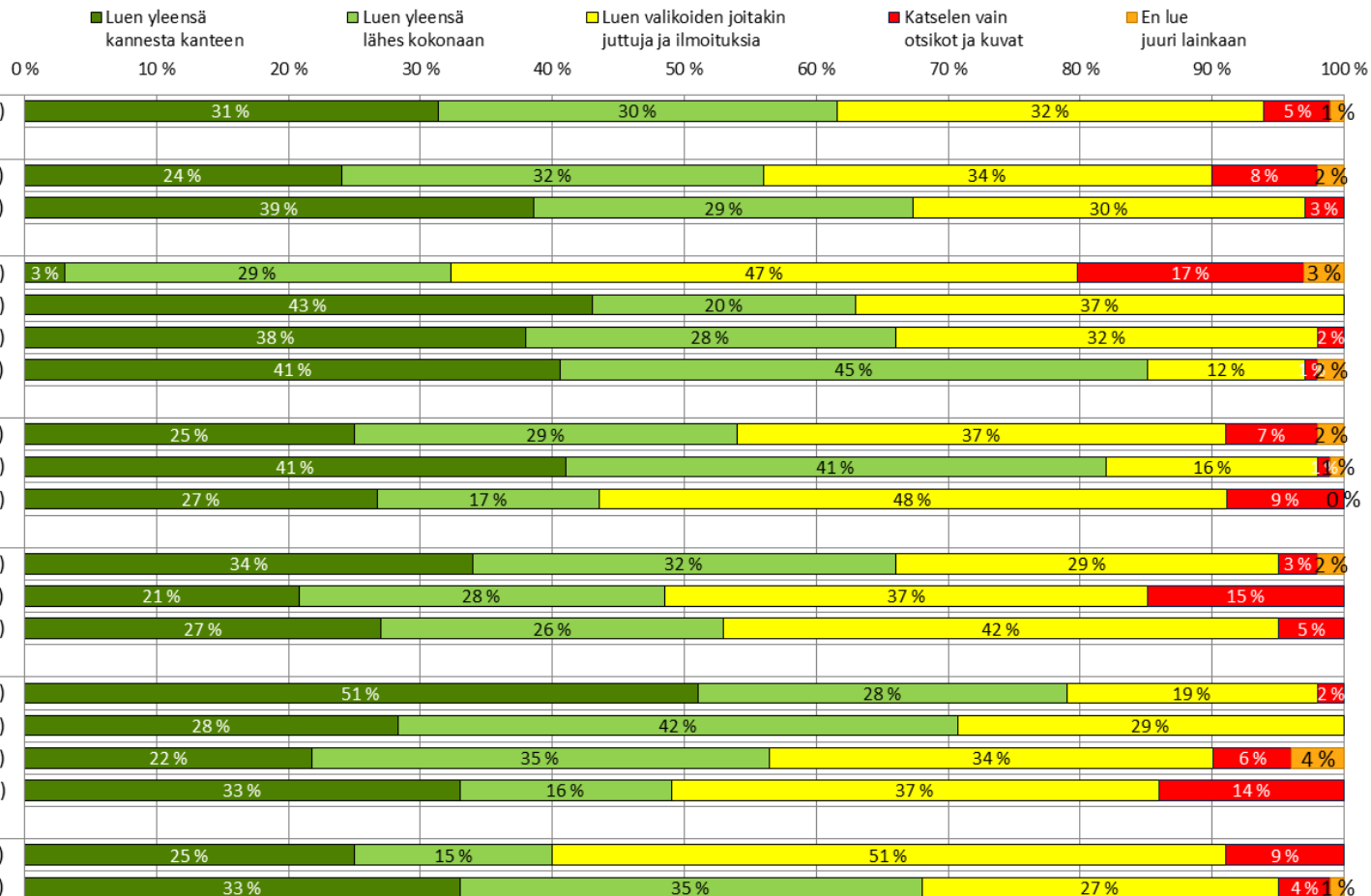
0 % 10 % 20 % 30 % 40 % 50 % 60 % 70 % 80 % 90 % 100 %



**Yleisimmin yhtä Kurikka-lehden numeroa luetaan kerran (59%). Noin joka kolmas vastaaja (30%) lukee lehden numeroa yleensä kaksi kertaa ja 9 prosenttia kolme kertaa. Lehden lukemiskerrat kasvavat vanhemmissa ikäryhmissä (55+ vuotiaat). **Mitä pienemmät tulot, sitä enemmän lehden numeroa keräsi lukukertoja. **Keskimäärin yhtä Kurikka-lehden numeroa luetaan 1,5 kertaa.

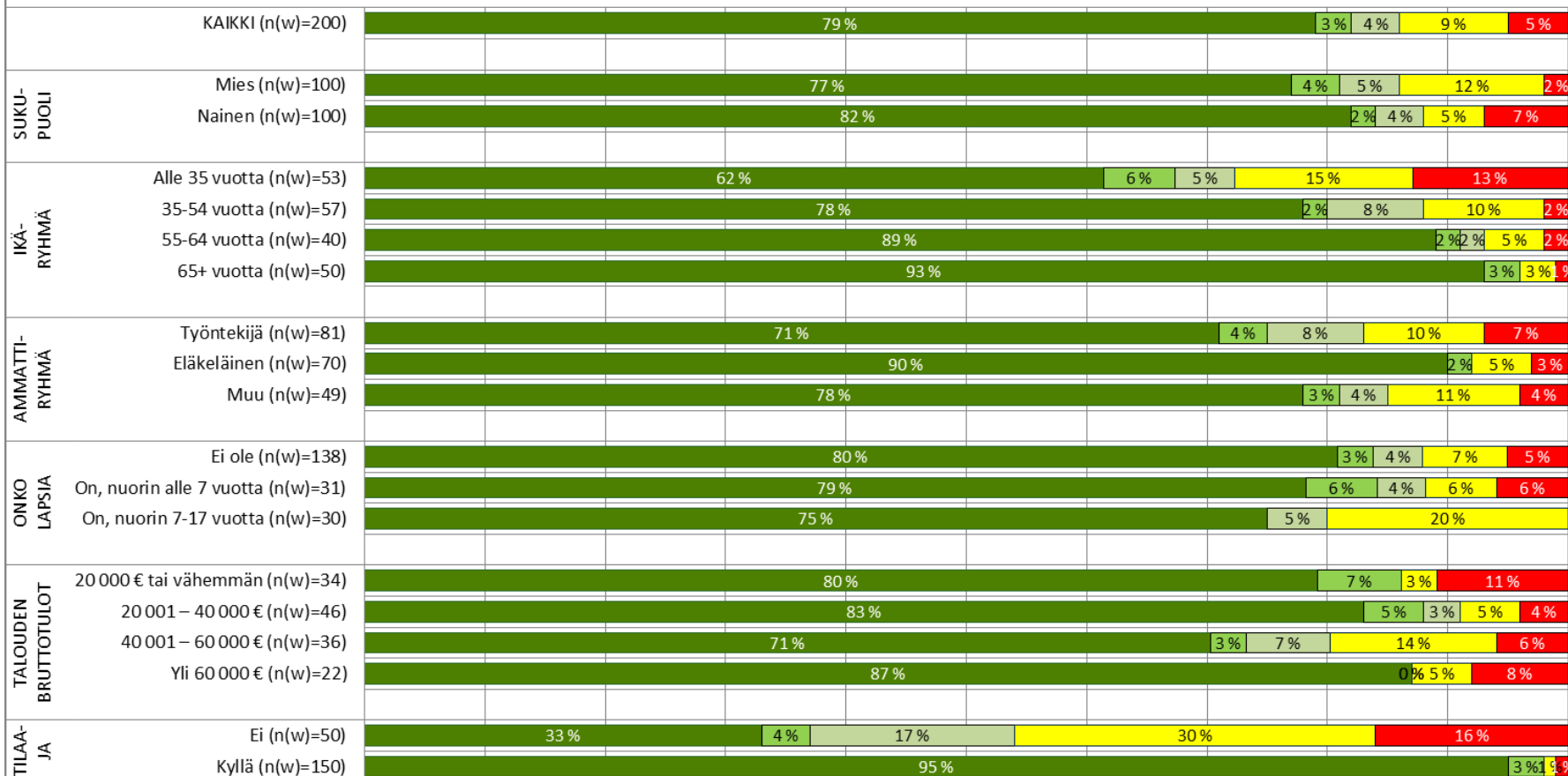
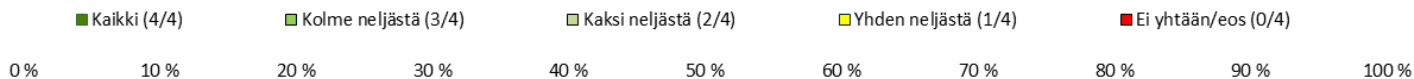
KURIKKA-LEHDEN LUKEMISTARKKUUS

Kysyttiin vastaajilta, jotka ovat lukeneet Kurikka-lehteä ainakin joskus



Kurikka-lehden lukijoista joka kolmas (31 %) lukee lehden yleensä kannesta kanteen ja lähes yhtä moni (30 %) lukee lehden lähes kokonaan. Lehteä lukeneista 32 prosenttia lukee valikoiden joitakin juttuja ja ilmoituksia ja 5 prosenttia katselee vain otsikot ja kuvat. **Tarkimmin lehti luetaan vanhimpien vastaajien keskuudessa (65+ vuotiaat). **Naiset lukevat lehteä hieman tarkemmin kuin miehet. *Mitä pienemmät talouden tulot, sitä tarkemmin lehti luetaan.

KURIKKA-LEHDEN NELJÄN VIIMEKSI ILMESTYNEEN NUMERON LUKEMINEN



**Neljä vastaajaa viidestä (79 %) on lukenut jokaisen Kurikka-lehden neljästä viimeksi ilmestyneestä numerosta.

KURIKKA-LEHDEN LUKIJAPEITTO

- Lukijapeitto on muodostettu kysymyksestä: ”Kuinka monta Kurikka-lehden neljästä viimeksi ilmestyneestä numerosta olet lukenut tai selaillut?”

Painotettu lukijapeitto saa arvoja väliltä 0-100.

- Mikäli vastaaja on lukenut Kurikka-lehden neljästä viimeksi ilmestyneestä numerosta jokaisen (4/4), painotettu lukijapeitto saa arvon 100.
- Mikäli luettuja numeroita on kolme neljästä (3/4), painotettu lukijapeitto saa arvon 75.
- Mikäli luettuja numeroita on kaksi neljästä (2/4), painotettu lukijapeitto saa arvon 50.
- Mikäli luettuja numeroita on yksi neljästä (1/4), painotettu lukijapeitto saa arvon 25.
- Mikäli luettuja numeroita ei ole yhtään (0/4), painotettu lukijapeitto saa arvon 0.

KURIKKA-LEHDEN PAINOTETTU LUKIJAPEITTO

■ Painotettu lukijapeitto (minimi 0....maksmi 100)



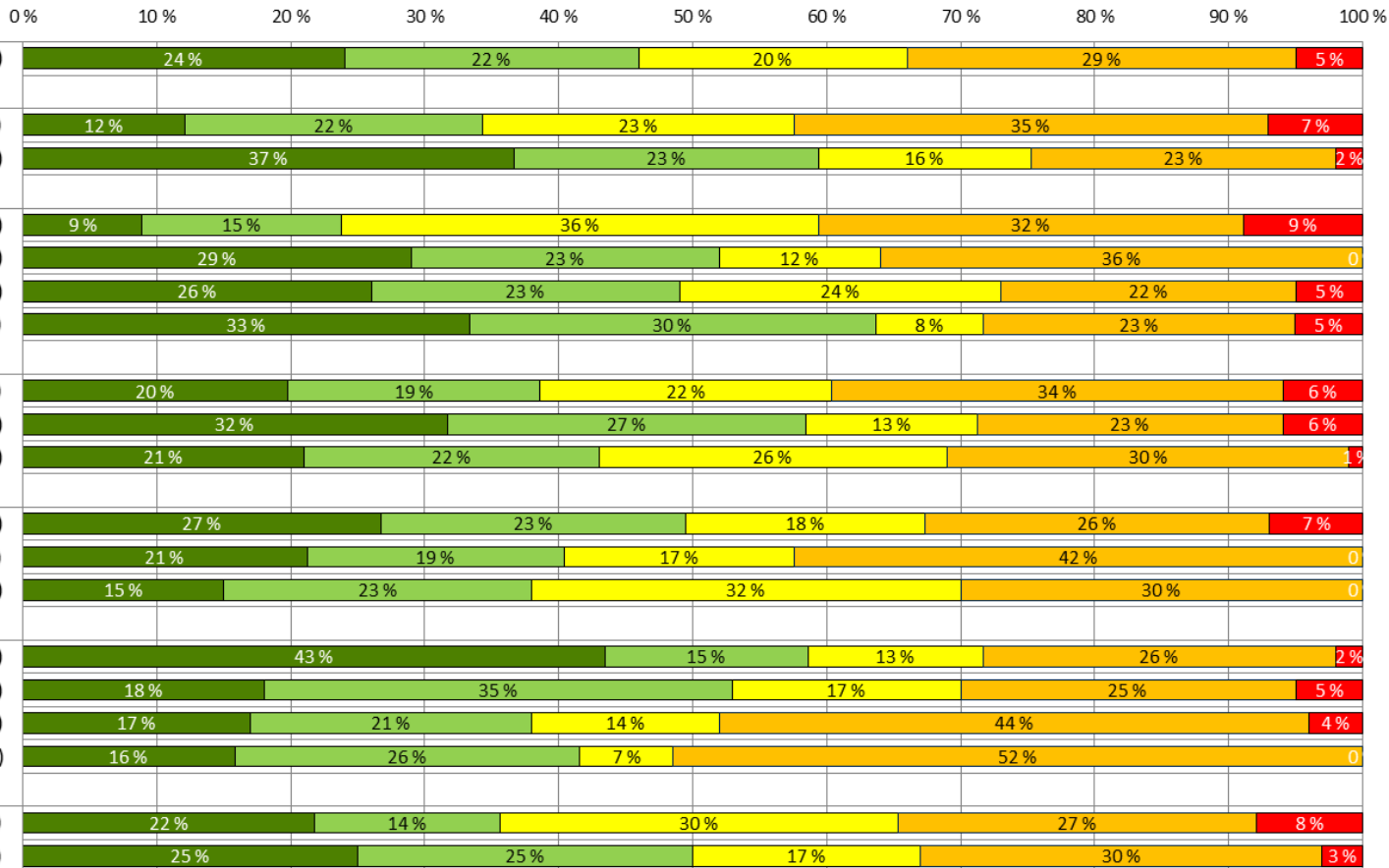
**Mitä vanhempi vastaaja, sitä useampaa Kurikka-lehden neljästä viimeisestä numerosta on luettu.

KURIKKA-LEHDEN MAINONNAN JA ILMOITTELUN SEURAAMINEN

- Kuinka tarkasti yleensä luet Kurikka-lehdessä olevat mainokset ja ilmoitukset?

KURIKKA-LEHDEN MAINOSTEN JA ILMOITUSTEN LUKEMINEN

■ Luen kaikki ilmoitukset
■ Luen tai silmäilen suurimman osan ilmoituksista
■ Silmäilen noin puolet tai vähemmän ilmoituksista
■ Luen vain ne ilmoitukset, jotka minua kiinnostavat
■ En juuri lue ilmoituksia

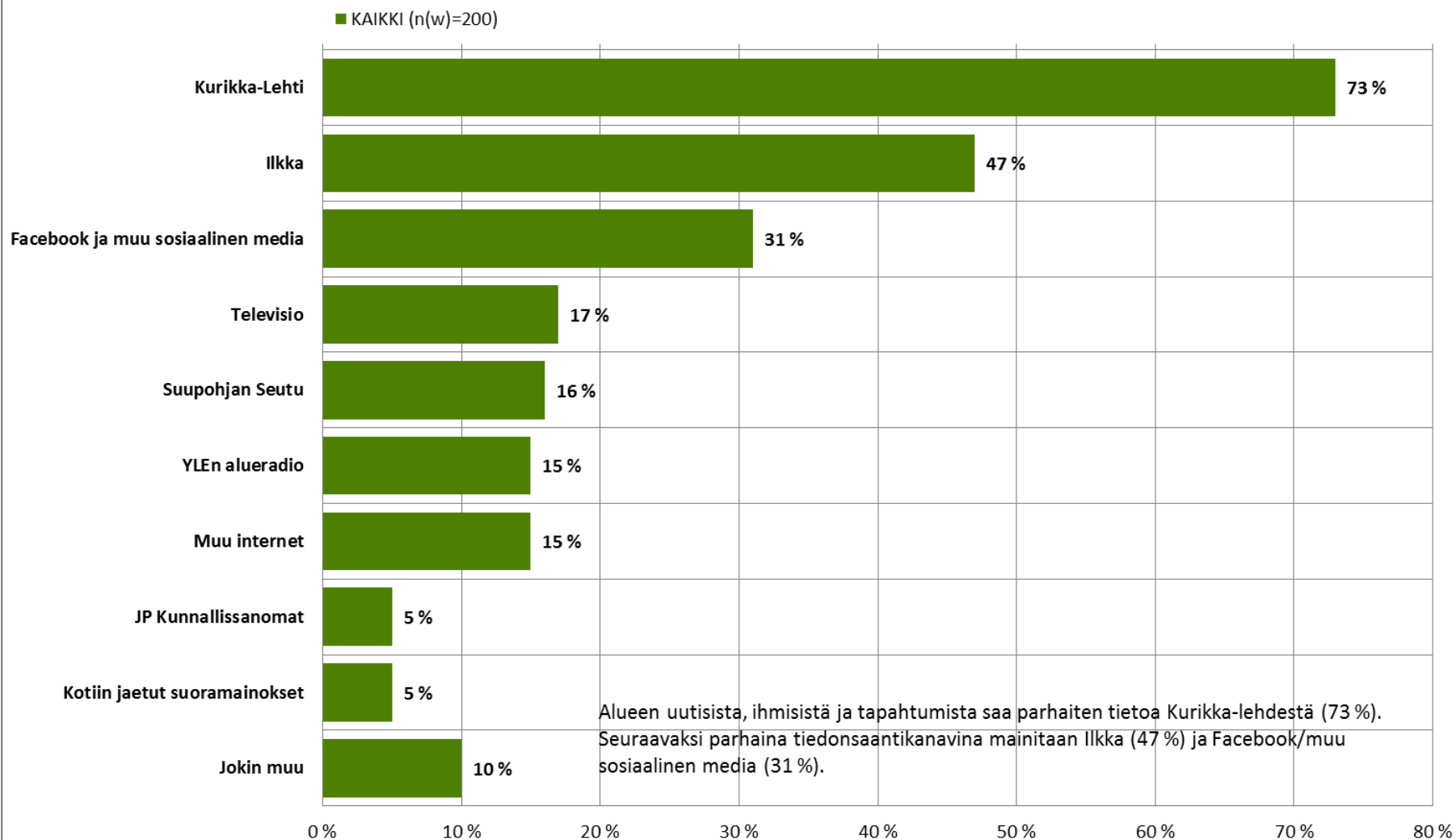


******Vastaajista joka neljäs (24 %) lukee Kurikka-lehden mainoksista ja ilmoituksista kaikki ja joka viides (22 %) lukee tai silmäilee ilmoituksista suurimman osan. Joka viides vastaaja (20 %) silmäilee ilmoituksista noin puolet tai tätä vähemmän ja reilu neljännes (29 %) lukee ainoastaan ne ilmoitukset, jotka kiinnostavat. Vastaajista 5 prosenttia ei lue Kurikka-lehden mainoksia ja ilmoituksia lainkaan. ******Naiset lukevat mainoksia ja ilmoituksia miehiä tarkemmin. ******Pienituloiset vastaajat lukevat mainoksia ja ilmoituksia muita vastaajia aktiivisemmin.

TIEDONSAANTI ALUEEN ASIOISTA

- Mistä saat yleensä parhaiten tiedon alueen uutisista, ihmisistä ja tapahtumista? Voit valita useammankin vaihtoehdon. Huomioi myös eri medioiden omat digitaaliset palvelut ja sosiaalisen median kanavat.
- Entä mistä tiedotusvälineestä saat parhaiten tietoa seuraavista asioista? Voit valita kussakin kohdassa yhden tai useammankin vaihtoehdon. Lehdissä huomioi sekä painettu lehti että niiden verkkopalvelut.

Mistä saat yleensä parhaiten tiedon alueen uutisista, ihmisistä ja tapahtumista? Voit valita useammankin vaihtoehdon. Huomioi myös eri medioiden omat digitaaliset palvelut ja sosiaalisen median kanavat.



Mistä saat yleensä parhaiten tiedon alueen uutisista, ihmisistä ja tapahtumista? Voit valita useammankin vaihtoehdon. Huomioi myös eri medioiden omat digitaaliset palvelut ja sosiaalisen median kanavat.		Kurikka-Lehti	JP Kunnallissanomat	Ilkka	Suupohjan Seutu	Televisio	YLEn alueradio	Kotiin jaetut suoromainokset	Facebook ja muu sosiaalinen media	Muu internet	Jokin muu	Ei osaa sanoa/ei vastausta
VOI MAINITA USEITA												
	KAIKKI (n(w)=200)	73 %	5 %	47 %	16 %	17 %	15 %	5 %	31 %	15 %	10 %	0 %
SUKUPUOLI	Mies (n(w)=100)	70 %	4 %	45 %	7 %	14 %	13 %	2 %	27 %	17 %	9 %	1 %
	Nainen (n(w)=100)	76 %	7 %	49 %	25 %	19 %	16 %	8 %	34 %	12 %	11 %	0 %
IKÄRYHMÄ	Alle 35 vuotta (n(w)=53)	67 %	3 %	21 %	3 %	3 %	9 %	3 %	68 %	13 %	3 %	0 %
	35-54 vuotta (n(w)=57)	72 %	2 %	35 %	17 %	17 %	10 %	4 %	33 %	17 %	14 %	0 %
	55-64 vuotta (n(w)=40)	76 %	4 %	72 %	31 %	23 %	19 %	5 %	13 %	18 %	13 %	2 %
	65+ vuotta (n(w)=50)	78 %	12 %	68 %	16 %	25 %	21 %	8 %	3 %	12 %	10 %	0 %
AMMATTIRYHMÄ	Työntekijä (n(w)=81)	68 %	2 %	35 %	14 %	10 %	8 %	4 %	47 %	11 %	12 %	0 %
	Eläkeläinen (n(w)=70)	78 %	11 %	62 %	17 %	26 %	19 %	6 %	7 %	16 %	10 %	0 %
	Muu (n(w)=49)	73 %	3 %	45 %	16 %	14 %	19 %	7 %	37 %	19 %	6 %	1 %
ONKO LAPSIA	Ei ole (n(w)=138)	75 %	6 %	55 %	20 %	21 %	18 %	4 %	22 %	15 %	12 %	1 %
	On, nuorin alle 7 vuotta (n(w)=31)	67 %	4 %	23 %	10 %	6 %	6 %	9 %	51 %	12 %	7 %	0 %
	On, nuorin 7-17 vuotta (n(w)=30)	72 %	4 %	34 %	4 %	8 %	8 %	4 %	48 %	15 %	6 %	0 %
TALOUDEEN BRUTTOTULOT	20 000 € tai vähemmän (n(w)=34)	79 %	6 %	52 %	17 %	22 %	21 %	6 %	24 %	10 %	8 %	0 %
	20 001 – 40 000 € (n(w)=46)	78 %	5 %	46 %	10 %	16 %	14 %	3 %	31 %	7 %	5 %	0 %
	40 001 – 60 000 € (n(w)=36)	59 %	0 %	45 %	14 %	9 %	8 %	8 %	35 %	19 %	16 %	0 %
	Yli 60 000 € (n(w)=22)	69 %	12 %	25 %	9 %	14 %	10 %	6 %	32 %	25 %	15 %	0 %
TILAAJA	Ei (n(w)=50)	50 %	0 %	32 %	17 %	17 %	11 %	5 %	46 %	11 %	16 %	1 %
	Kyllä (n(w)=150)	81 %	7 %	52 %	15 %	16 %	16 %	5 %	26 %	16 %	8 %	0 %

Mistä saa parhaiten tietoa alueen uutisista, ihmisistä ja tapahtumista

Kohdassa ”muu, mikä” mainitut vastaukset:

- Ykköset (7 mainintaa)
- Epari (6 mainintaa)
- Kauhajoki (3 mainintaa)
- Pohjalainen (2 mainintaa)
- HS
- Paikalliset ihmiset
- Seinäjoen sanomat
- Seinäjokilehti
- Seinäjokinen
- Suupohjan sanomat
- Työkaverit
- WhatsApp-ryhmät

Mistä tiedotusvälineestä katsot saavasi parhaiten tietoa seuraavista asioista? Voit valita kussakin kohdassa yhden tai useammankin vaihtoehdon.	Kurikka-Lehti	JP Kunnallissanomat	Ilkka	Suupohjan Seutu	TV	YLEn alueradio	Kotiin jaetut suoromainokset	Facebook ja muu some	Muu internet	Jokin muu	Ei osaa sanoa/ei vastausta
VOI MAINITA USEITA											
Asuinkuntaa koskevat uutiset ja tapahtumat	84 %	2 %	23 %	3 %	3 %	4 %	0 %	14 %	7 %	2 %	3 %
Asuinkunnan kunnalliset asiat ja päätökset	82 %	1 %	9 %	1 %	1 %	1 %	0 %	2 %	12 %	2 %	9 %
Seurakunnan asiat ja päätökset	77 %	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	6 %	1 %	19 %
Asuinkunnan pt-kauppojen tarjoukset	42 %	0 %	9 %	1 %	1 %	0 %	48 %	2 %	2 %	4 %	22 %
Asuinkunnan alueella tarjottavat yksityiset palvelut	67 %	0 %	3 %	1 %	0 %	0 %	4 %	4 %	29 %	2 %	12 %
Lukijoiden omat ilmoitukset	53 %	1 %	12 %	4 %	0 %	0 %	1 %	10 %	14 %	8 %	23 %

Kurikka-lehti on kokonaisuudessaan alueen paras tiedotusväline tutkituissa asioissa. Erityisen hyvin Kurikka-lehdestä saadaan tietoa asuinkunnan uutisista ja tapahtumista (84 %), asuinkunnan kunnallisista asioista ja päätöksistä (82 %) sekä seurakunnan asioista ja päätöksistä (77 %).

Parhaat tiedotusvälineet alueen asioista

Asuinkuntaa koskevat uutiset, asiat ja ilmoitukset (kohdassa ”muu, mikä” mainitut vastaukset):

- Jurvan sanomat
- Kauhajoen lehti
- Kurikka.fi
- Pohjalainen

Asuinkunnan kunnalliset asiat ja päätökset (kohdassa ”muu, mikä” mainitut vastaukset):

- Jurvan sanomat (**2 mainintaa**)
- Kurikka.fi
- Pohjalainen

Parhaat tiedotusvälineet alueen asioista

Seurakunnan asiat ja päätökset (kohdassa ”muu, mikä” mainitut vastaukset):

- Jurvan Sanomat
- srk:n sisäinen tiedotus
- Ykköset

Asuinkunnan pt-kauppojen tarjoukset (kohdassa ”muu, mikä” mainitut vastaukset):

- sähköposti/sähköpostimainos (**6 mainintaa**)
- Jurvan Sanomat
- Pohjalainen

Parhaat tiedotusvälineet alueen asioista

Asuinkunnassa tarjottavat yksityiset palvelut (kohdassa ”muu, mikä” mainitut vastaukset):

- kaupan ilmoitustaulu
- Kurikka palvelee -hakuluettelo
- paikkakunnan puhelinluettelo
- puhelinluettelo

Lukijoiden omat ilmoitukset (kohdassa ”muu, mikä” mainitut vastaukset):

- Ykköset (**15 mainintaa**)
- Epari (**3 mainintaa**)
- kaupan ilmoitustaulu
- Seinäjoen sanomat

KURIKKA-LEHDEN IMAGOPROFIILI

- Mille asuinseutunne tiedotusvälineelle sopivat seuraavat ominaisuudet parhaiten? Voit valita kussakin kohdassa yhden tai useammankin vaihtoehdon.

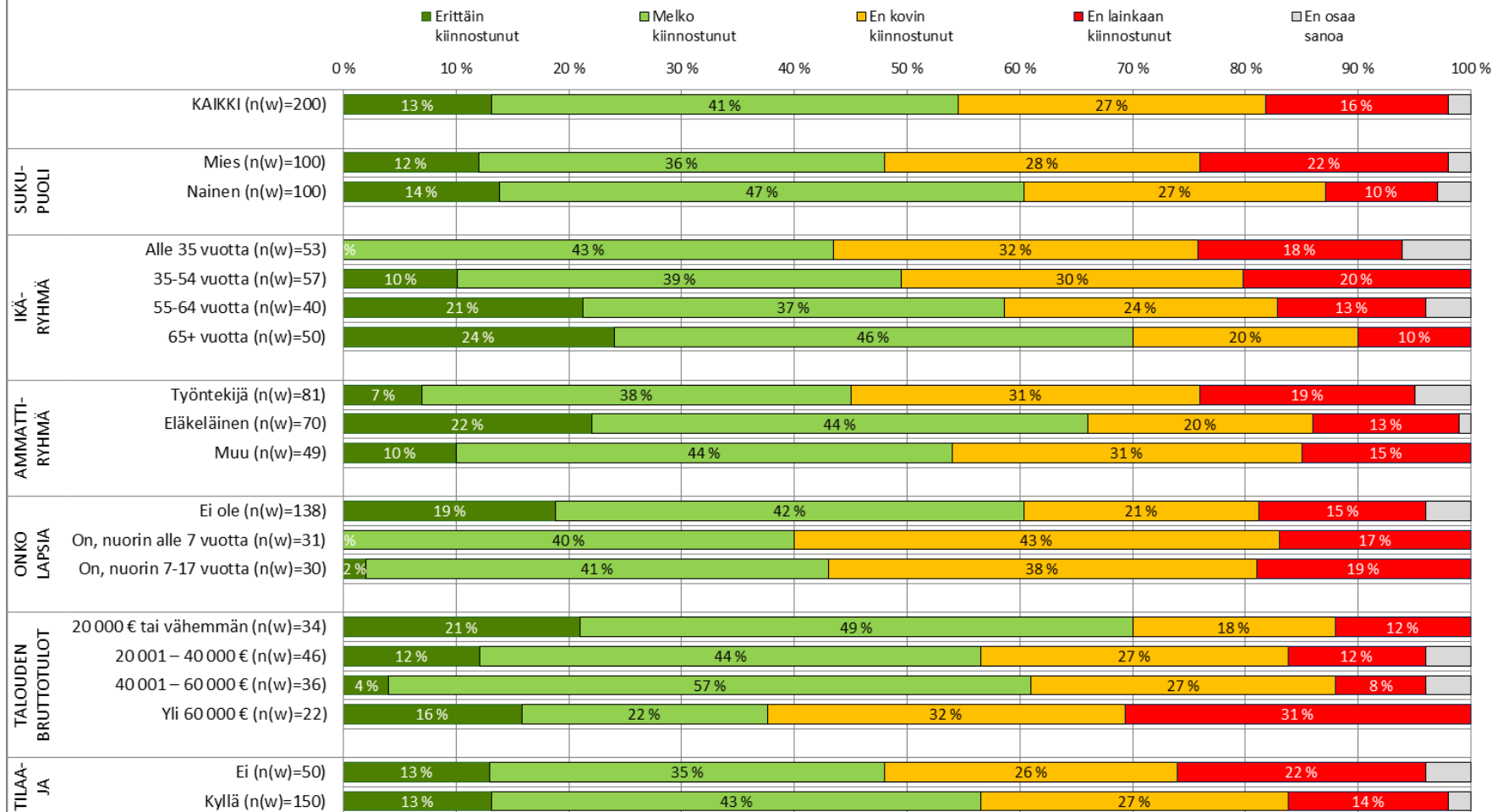
Mille asuinseutunne tiedotusvälineelle sopivat seuraavat ominaisuudet parhaiten? Voit valita kussakin kohdassa yhden tai useamman vaihtoehdon.	Kurikka-Lehti	JP Kunnallissanomat	Ilkka	Suupohjan Seutu	TV	YLEn alueradio	Kotiin jaetut suoramainokset	Facebook ja muu some	Muu internet	Jokin muu	Ei osaa sanoa/ei vastausta
VOI MAINITA USEITA											
Hyödyllinen	79 %	6 %	39 %	11 %	13 %	10 %	5 %	12 %	20 %	4 %	5 %
Läheinen	51 %	2 %	17 %	6 %	5 %	6 %	3 %	10 %	12 %	4 %	20 %
Kiinnostava	55 %	3 %	25 %	5 %	10 %	7 %	3 %	12 %	13 %	4 %	14 %
Paikkakunnan puolestapuhuja	67 %	2 %	3 %	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	2 %	2 %	28 %
Tärkeä ilmoitusväline	66 %	1 %	17 %	5 %	1 %	0 %	5 %	10 %	14 %	4 %	13 %
Tärkeä paikkakunnan hengen luoja	58 %	1 %	3 %	1 %	0 %	0 %	0 %	6 %	2 %	0 %	36 %

Alueen tiedotusvälineistä Kurikka-lehdellä on paras imagoprofiili kaikissa tutkituissa asioissa. Parhaiten lehteä kuvaavat adjektiivit; hyödyllinen (79 %), paikkakunnan puolestapuhuja (67 %) ja tärkeä ilmoitusväline (66 %).

KIINNOSTUS SAADA LISÄTIETOA JALASJÄRVEN ASIOISTA KURIKKA-LEHDESTÄ

- Kuinka kiinnostunut olet saamaan lisää tietoa Jalasjärven asioista Kurikka-lehdestä?

KUINKA KIINNOSTUNUT ON SAAMAAN LISÄÄ TIETOA JALASJÄRVEN ASIOISTA KURIKKA-LEHDESTÄ



**Hieman yli puolet vastanneista (54 %) on kiinnostunut saamaan lisää tietoa Jalasjärven asioista Kurikka-lehdestä. **Mitä vanhempi vastaaja, sitä enemmän on kiinnostusta.
 **Naiset ovat hieman miehiä kiinnostuneempia.

Tutkimuksen liitteet

Saat avattua tutkimuksen liitteet klikkaamalla alla olevia kuvakkeita.



Taulukkoliite



Kysymyslomake

Tutkimusraportti on tarkoitettu yksinomaan toimeksiantajan käyttöön. Tutkimuksen tuloksia voi esitellä ja kertoa omille asiakasyrityksille. Raporttia tai osia siitä ei saa kuitenkaan edelleen luovuttaa, kopioida tai julkaista ilman Tietoykkönen Oy:n lupaa. Markkinoinnissa ja mainonnassa voidaan mainita toimeksiantajan luvut ja sijoitus vertailussa. Muiden yritysten lukuja tai sijoituksia ei ole lupa julkaista nimeltä mainittuna.

Muutoin toimeksiantaja voi käyttää tutkimustuloksia soveltuvin osin omassa toiminnassaan ja markkinointiviestinnässään siltä osin kuin se ei ole ristiriidassa markkinointi- ja yhteiskuntatutkimuksen kansainvälisten perussääntöjen* kanssa.

*) ICC/ESOMAR, International Code of Marketing and Social Research Practice 1994



ISO 20252