

PIACKUTATÓK PARADICSOMA A szociológusok és piackutatók számára korábbi évekhez hasonlóan idén is népszerű célcsoport volt a Sziget Fesztivál közönsége.

PIACKUTATÓK PARADICSOMA A szociológusok és piackutatók számára korábbi évekhez hasonlóan idén is népszerű célcsoport volt a Sziget Fesztivál közönsége. A Sziget Szervezőiroda által megrendelt kutatás eredményeit hétfőn sajtótájékoztatón ismertették. A szigetlátogatók döntő többsége a fiatal korosztályhoz tartozik. Ebben az életkorban van a legnagyobb szerepe az azonos korcsoport normáinak, véleményének az egyéni normák és vélemények kialakításában. Ez a korosztály alakítja ki a következő generáció társadalmi karakterét, így a Sziget látogatói közege igen fontos terepe a különböző aspektusokból közelítő, ifjúsági kutatásoknak - derül ki a fesztivált látogatók körében végzett felmérésekből. Több nő, kevesebb budapesti A Sziget Szervezőiroda megbízásából, a Free Association által végzett kutatásában a magyar válaszadók közt a nő/férfi százalékos arány 52,9 / 47,1. A hazai látogatók 44,4%-a budapesti, 55,6% vidéki. A vidékiek 15%-a Pest megyéből, 10%-a Észak-Dunántúlról (Komárom, Veszprém, Fejér m.), 5%-a Nyugat-Dunántúlról (Vas, Győr-M-S., Zala), 5,8%-a Dél-Dunántúlról (Somogy, Baranya, Tolna), 5,2%-a Észak-Dunántúlról (Nógrád, Heves, BAZ) érkeztek. Az alföldi régió északi megyéiből (Szabolcs, Hajdú-B., Jász) 6,6% és a déli megyékből (Bács, Csongrád, Békés) 8,1% érkezett. A szigetlátogatók többsége, 65,5%-a 14-24 éves közötti fiatal, 25-29 év közötti a magyar látogatók 19,6%-a. A kutatás szerint a szigetlátogatók 14,8 százaléka 30 év feletti. A diplomások vannak túlsúlyban, de mindenkinek van mobilja A kutatók az iskolai végzettségre is rákérdeztek. Eszerint – a magyar - látogatók 43%-ának legmagasabb iskolai végzettsége főiskola vagy egyetem, gimnáziumi végzettsége van, de többnyire felsőoktatási intézménybe jár 33,5%, technikumi és szakközépiskolai végzettsége van 13,1%-nak, szakmunkás végzettséggel bír 3%. A kutatás kiterjedt a szigetlátogatók idegen nyelvi ismeretére. A szigetlátogatók 82,8%-a beszél valamilyen szinten angolul, 54,8% közép vagy annál magasabb szinten. Németül 51,7% beszél, ezek több mint fele közép vagy annál magasabb szinten. A szigetlátogatók 98,4%-ának van mobiltelefonja, 89,7%-nak CD lejátszója, 87,6%-nak számítógépe. 24,9% saját lakással, 19,1% saját autóval bír. A vidékiek túlnyomó többsége, 76,8%-a busszal vagy vonattal jött a 2005-ös Szigetre, 21,5% autóval, a fennmaradó 1,7% egyéb közlekedési eszközt jelölt meg (motor, kerékpár).

VONZÓ PROGRAMOK, MEGKAPÓAN JÓ HANGULAT A Szigetről alkotott véleményüket 1-10-ig terjedő skálán (1-kifejezetten negatív, 10-kifejezetten pozitív) kellett megjelölnie a megkérdezetteknek. A kérdezettek 89,3%-a pozitív tartományban adta meg az értékelést és ezek 63%-a is 8-as, 9-es, vagy 10-es osztályzatot adott. „Mi az, amiért úgy gondolod, hogy kifejezetten szerethető a Sziget?”- tették fel a kérdést a látogatóknak. A válaszadók 78,9%-a a programokat és a hangulatot jelölte meg legfontosabbnak. A 2005-ös Sziget színvonala a látogatók 32%-a szerint jobb volt a korábbiakénál 44% nem észlelt különösebb változást és mindössze a kérdezettek 1/5-e érzett valamilyen romlást a színvonalban. A Szigeten megkérdezettek 61,7%-a a nyaralás tervezésekor figyelembe veszi a Sziget időpontját. A Sziget jegyárakra kérdezve 1-5-ig kellett pontozni az „egyáltalán nem éri meg” és a „teljesen megéri” között. Mindössze 5,5% válaszolt úgy, hogy egyáltalán nem éri meg, középeztől felfele 80.3% adott „osztályzatot”. A jövő évi Szigettel kapcsolatban 96,2% valamilyen szinten tervezi, hogy eljön, és mindössze 2,6% válaszolta azt, hogy nem valószínű illetve 1,2% mondta, hogy biztosan nem jön ki a 2006-os rendezvényre. Tömött sorokban érkeznek a német és francia férfiak A külföldi látogatókat célzó kutatás szerint megkérdezettek közti férfi/nő százalékos aránya 63,2 / 36,8. A külföldi látogatók 30,9%-a Németországból, 20,5%-a Franciaországból, 9,4%-a Ausztriából érkezett a 2005-ös Szigetre. Hollandiából 6,8%-a, az Egyesült Királyságból

6,7%-a, Olaszországból 6,2%-a, Szlovákiából 3,1% -a jött a megkérdezetteknek. Meglepő, de a szomszédos országokból az osztrákok egymaguk nagyobb százalékot értek el, mint a többiek együttvéve (6,7%). Sőt a skandinávok együttesen alig maradnak el szomszédainktól (6,3%). Az összes megkérdezett 43 különböző országot jelölt meg lakhelyeként. A külföldi látogatók átlagéletkora 24,5 év. 21,5%-uk 20 év alatti, 38,1%-uk 21-24 éves, 25,9%-uk 25-29 éves, és 30 vagy annál idősebb 14,5%. A külhoniak 49,2%-a tanuló, 9%-uk a termelésben dolgozik, 25,5% a szolgáltatóiparban tevékenykedik és 9,5% közalkalmazotti státuszú. A megkérdezett külföldiek 6,7%-a munkanélküli. A külföldi szigetlátogatók 33,3%-a repülőgéppel jött Budapestre, 19,1% vonattal, 14,2% busszal és 32,2% autóval. 2,6% egyéb közlekedési eszközt jelölt meg. Már döntöttek: újra eljönnek A Szigeten megkérdezett külföldiek elsősorban a Sziget rendezvény miatt érkeztek Magyarországra, 86,5%-uk a rendezvényt nevezte meg ideutazásának fő céljaként. Közel 40%-uk a Sziget előtt is már pár napot Magyarországon tartózkodott, és 45,4% úgy tervezte, hogy a Sziget után tölt pár napot Magyarországon. A Szigetre érkezett külföldiek 67,2%-a budapesti városnézést tervezett a szigeti tartózkodáson túl, 15,8% mondta, hogy még a Balatonra is le akar utazni és 11%-uk egyéb magyarországi úti célt jelölt meg a Szigeten kívül. „Miért döntöttél úgy, hogy eljössz a Szigetre?” – hangzott a kérdés, amire a külföldiek a legnagyobb arányban a Sziget programját emelték ki, majd sorrendben az itt lévő emberekkel való találkozást. Sokan az országot és a lakóit tartották vonzerőnek, de a Szigeten lévő árak is nyomtak a latban és végül voltak, akik egy-egy fellépő miatt utaztak Budapestre. A külföldi megkérdezettek 93%-a a kérdezés idejében már fontolgatta, vagy biztosra mondta, hogy jön a jövő évi rendezvényre, 3,9% valószínűleg nem és mindössze 2,6% mondta, hogy biztosan nem jön el a 2006-os Szigetre. Kérdőívezők A Sziget Szervezőiroda idén a Free Association Research Kft-t bízta meg azzal, hogy kutassa a Sziget látogatóinak demográfiai és szociális háttérét és nem utolsósorban a rendezvénnyel kapcsolatos attitűdjét. Az ifjúsági és gyermekügyi kormány megbízott a Szigetre járó fiatalok munkához való viszonya, családtervezése, lakáselképzelései, vagyis saját jövőjük felépítésével kapcsolatos tervei vizsgálatát kezdeményezte, melyet a Szigeten már évek óta rendszeresen kutatásokat végző, Gábor Kálmán nevével fémjelzett kutatói csoport végzett. A KPMG turisztikai tanács-adással foglalkozó csoportja által, a Sziget gazdasági hatásaival kapcsolatosan elkészítendő tanulmány célja a 2005. évi rendezvény makrogazdasági hatásainak azonosítása, számszerűsítése és elemzése. A tanulmány vizsgálja, hogy mekkorák a rendezvénnyel kapcsolatos közvetlen gazdasági és turisztikai hatások, és ezek milyen mértékű közvetett gazdasági hatásokat eredményeznek gazdasági szinten, valamint melyek a rendezvény tágabban értelmezett, nem számszerűsíthető gazdasági és társadalmi hatásai. A Viselkedéskutató Kft Paksi Borbála által vezetett kutatásának célja a fiatalok aktuális drogérzékenységének, fogyasztási szokásainak, rizikótényezőinek vizsgálata, az ezekben bekövetkezett változások becslése volt. Kutatást végeztek továbbá a Sziget „Civil Szigetén” belül működő „Civil Falu” látogatói körében, azzal a céllal, hogy képet kapjunk a falu látogatottságáról, valamint látogatóinak összetételéről, arról, hogy a Civil Falu a szigetlátogatók közül kiket, mely – társadalmi, demográfiai - csoportokat tud leginkább megszólítani, magához vonzani. A Pázmány Péter Katolikus Egyetem Szociológiai tanszékének másod- és harmadéves hallgatóit – kötelező szakmai gyakorlatuk során – egyebek mellett a társadalmi rétegek zenei ízlése, a Szigeten és Szigeten túli életminőség, és a rendezvényen fellelhető szubkultúrák témakörei érdekelték.