



Stolta Stad

Visioner och reportage från Mölndals Kommun (nr 1, 2000)

Marknadsundersökning Stolta Stad

Mölndals Kommun-tidning Stolta Stad distribuerades som en bilaga i hela Göteborgs-Postens upplaga (285.000 exemplar) torsdagen den 24 februari 2000.

K Ahlkvist Grafisk Konsult AB, som producerat tidningen, gjorde en marknadsundersökning för att mäta responsen på bilagan. Man lät fyra personer under två dagar (fredagen den 25/2

och måndagen den 28/2) göra telefonintervjuer med slumpmässigt utvalda intervjuobjekt från de Rosa sidorna i Göteborgsdelens telefonkatalog.

Ett företag/organisation

per sida i telefonkatalogen valdes slumpmässigt.

Undersökningen omfattade 195 intervjuer, av företädesvis personer i ledande ställning, inom företag och organisationer. Totalt gjor-

des 318 intervjuer, 195 personer svarade att de läst GP:s torsdagsnummer den 24 februari.

Över 200.000 läste Stolta Stad

"GP når över 600.000 läsare varje dag". Vid vår undersökning intervjuades personer vid företag, myndigheter och organisationer, slumpvis valda från "Rosa sidorna" i telefonkatalogen (Göteborgsdelens).

Förutsatt att hela kategorin av GP:s läsare läser tidningen på samma sätt som vår målgrupp gjorde, gäller följande:

Kommer du ihåg om det fanns en kommunbilaga i tidningen?

61 procent av de som läste GP svarade att de noterat bilagan Stolta Stad, vilket innebär att av GP:s 600.000 läsare har **366.000 sett och noterat bilagan Stolta Stad.**

Läste Du bilagan?

35 procent av de som läste GP svarade att de även läst bilagan Stolta Stad, vilket innebär att av GP:s 600.000 läsare har **210.000 läst bilagan Stolta Stad.**

Har du sparat bilagan?

22 procent av de som läste GP svarade att de sparat bilagan "Stolta Stad", vilket innebär att av GP:s 600.000 läsare har **132.000 sparat bilagan Stolta Stad.**

Informationstidning med profil

54 procent (113.000) av de som läste bilagan ansåg att tidningen Stolta Stad framför allt innehöll mer information snarare än mer reklam. Endast nio (9) procent

(19.000) ansåg att Stolta Stad innehöll mer reklam än information (trots att den tydligt beskrevs som annons från Mölndals kommun). "Faktatät" är en återkom-

mande beskrivning av innehållet.

74 procent (155.000) av de som läste bilagan tyckte att den tydligt skilde sig från

andra bilagor i Göteborgs-Posten.

43 procent (90.000) av de som läste bilagan ansåg att bilagan berörde dem.

33 procent (69.000) av de som läste bilagan ansåg att de har mer kunskap om Mölndals kommun och dess näringsliv efter att ha läst tidningen.

- Bara positiva erfarenheter



Patrik Karlsson
Ordförande i Mölndals Kommuns Näringslivsutskott:

"Jag har bara positiva erfarenheter av bilagan. Många inom näringslivet är stolta över bilagan. Den frågan jag oftast får är: Varför fick inte jag vara med?"

- Bra respons på annonsen



Ingrid Sjöberg
Marknadsansvarig HSB Mölndal:

"Det har varit bra respons på annonsen, rätt mycket folk som har ringt. Folk upplever annonserna inte som vanliga annonser, de uttrycker sig istället som att 'jag har läst om Er i tidningen' istället för 'jag såg Er annons'."

- Bilagan var väldigt bra



Lennart Oliv
VD MölndalsBostäder:

"Bilagan var väldigt bra, jag är väldigt nöjd. Vi har fått mycket reaktioner av personer som vill ställa sig i kö. Folk boende utanför Göteborg som jag har haft kontakt med har uttryckt: 'Vilken trevlig kommun ni har'."

- Den var fin och bra



Lennart Frank
Platschef ABB Business Center:

"Den var fin och bra – det tyckte vi alla. Vi hade tur då invigningen sammanföll med utgivningen. För vår del har annonsen varit profilskapande i Mölndal. Dessutom är tidningen positiv som helhet."

- Vi har fått mycket respons



Stephan Woodbridge
Chef Skanska Bostäder – Väst:

"Tidningen är jättebra – över förväntan! Den är som en bilaga skall vara – lättläst och lätt att ta till sig. Vi har fått mycket respons från hela Västsverige. Min uppfattning är att tidningen slagit mycket bra."