



Tutkimus:

Sponsoroinnin rooli yritysten yhteiskuntavastuun moottorina vahvistui korona-aikana

Sponsoroinnin ja viestinnän tutkimusyritys, Sponsor Insight, tutki touko-elokuussa 2020 korona-ajan vaikutuksia suomalaisten mielipiteisiin sponsoroinnista ja yhteiskuntavastuullisuudesta.

Yhteiskuntavastuun tärkeys sponsoroinnissa korostui tuloksissa selkeästi.

Yli kaksi kolmasosaa mielipiteensä antaneista vastaajista pitää tärkeänä kotimaisten kohteiden sponsorointia kriisistä selviämisessä. 52 % vastaajista tulee jatkossa suosimaan yrityksiä, jotka kriisissä osoittavat yhteiskuntavastuullisuutta ja 62 % vastaajista oli sitä mieltä, että sponsorointi on yrityksiltä yhteiskuntavastuullista toimintaa.

Korona-aika ja poikkeusolot vaikuttivat odotetusti myös ihmisten kulutustottumuksiin.

Täysikäisessä väestössä 11% vastaajista vastasi käyttävänsä rahaa normaalia enemmän ruoanlaittoon kotona, 8% take away-ruokaan, 8% makeisiin, snackseihin tai herkkuihin, 8% alkoholiin ja 6% maksu-tv- tai suoratoistopalveluihin.

Urheilufanien kulutuksen muutoksessa eroja

Urheilufanien osalta eroavaisuudet kulutustottumuksissa olivat merkittäviä. Esimerkiksi jalkapallofaneissa normaalia enemmän rahaa käytettiin take away-ruokaan, kun taas pesäpallofaneissa sijalla yksi oli ruoanlaitto kotona. Maksu-tv:n ja suoratoistopalvelujen kuluttaminen korostui etenkin jalkapallo-, pesäpallo- ja esports-faneissa.

Tutkimuksesta

Tutkimuksessa haastateltiin touko-elokuu 2020 välisenä aikana 2 858 vähintään 18 vuotta täyttäneitä suomalaisia nettipaneelin kautta. Otos vastaa iän, sukupuolen ja asuinalueiden osalta Suomen väestörakennetta. Tutkimus on jatkuva ja seuraavat tulokset ovat luvassa loka-marraskuun vaihteessa.

Kulutuskohteet ennen korona-aikaa TOP 5:

1. Ruoanlaitto kotona
2. Vaatteet
3. Vakuutukset
4. Makeiset, snacksit ja herkut
5. Polttoaineet

Yrityksestä

Sponsor Insight on Pohjoismaiden suurin sponsoroinnin tutkimusyritys. Yrityksen palveluksessa toimii noin 30 työntekijää ja asiakkaita on yli 500. Yhdistämällä eri Pohjoismaiden yritysten tietotaidon sekä panostamalla yhteiseen tutkimustyöhön että tuotekehitykseen Sponsor Insight pystyy tuottamaan niin maakohaista, pohjoismaista kuin myös kansainvälistä tietoa asiakkaiden erilaisiin ja kasvaviin tarpeisiin.

Lisätiedot:

Tutkimusjohtaja

Klaus Virkkunen

klaus.virkkunen@sponsorinsight.fi

+358405841157

www.sponsorinsight.fi