

Kendskabsanalyse for Visionodenses logo og slogan

At lege er at leve 

Udarbejdet af: Svend-Erik Runge Pedersen, Kommunikation, Odense Kommune

Indhold

1. Kendskabsanalyse af visionens logo og slogan	1
2. Indledende analyse og opstilling af spørgeskema	1
2.1 Besvarelser og respondentgrupper	2
3. Resultater af logotest	2
3.1 Resultat af kendskabstest	2
3.2 Hvor kender respondenterne logoet fra?	3
3.3 Hvad udtrykker logoet?	5
4. Resultat af slogan test	5
4.1 Resultat af slogantest	5
4.2 Sloganets udtryk	6
5. Resultat af farvetest	7
6. Konklusion	8

1. Kendskabsanalyse af visionens logo og slogan

I forbindelse med udviklingen af en ny webportal for vision, har der været et ønske om at få foretaget en kontrol af kendskabet til visionens visuelle identitet herunder eksisterende logo og slogan. Resultatet af kendskabsanalysen skal, foruden flere andre tiltag, bruges til at udvikle den nye visuelle identitet, som skal være gennemgående for den nye portal og dertilhørende subsites. Kendskabsanalyse blev foretaget i perioden ultimo november/primus december 2008 til og med primus januar 2009.

2. Indledende analyse og opstilling af spørgeskema

Kendskabsanalysen består af to typer dataindsamling, nemlig i form af gadeinterview samt dataindsamling internt i Odense Kommune via Kommunikationsnetværket og eksternt via Odense Kommunes Borgerpanel.

Gadeinterviewene bestod i at stoppe i alt ca. 60 personer på gaden spørge disse respondenter om deres kendskab til logo og slogan. Gadeinterviewene blev foretaget primus december 2008 i Vestergade i Odense og på Nørreport Station i København.

For at få uddybet svarene fra gadeinterviewene blev der oprettet en defgo.net-undersøgelse, som blev rundsendt via Kommunikationsnetværket i Odense Kommune samt Odense Kommunes Borgerpanel. Odense Kommunes Borgerpanel består af et repræsentativt udsnit af byens borgere og indeholder ca. 1800 respondenter. Resultaterne fra gadeinterviewene dannede baggrund for at opstille svarkategorier på nogle af spørgsmålene i defgo-undersøgelsen.

Spørgeskemaet består af spørgsmål vedrørende kendskabet til logo og slogan samt respondenternes forhold til den anvendte farve i den eksisterende visuelle identitet. Grundelementerne i spørgeskemaet består af følgende spørgsmål:

1. Kender du dette logo/slogan?
2. (Hvis ja) – Hvor kender du det fra?
3. Hvad udtrykker dette?

Ved spørgsmål 1 er der tale om lukkede svarmuligheder, nemlig ”Ja” og ”Nej”. Spørgsmål 2 giver kun åbne svarmuligheder, da respondenterne ikke skal ”ledes” til nogle bestemte svarkategorier.

Spørgsmål 3 giver anledning til lukkede svarmuligheder, hvor svarkategorierne er dannet på baggrund af besvarelserne fra gadeinterviewene.

2.1 Besvarelser og respondentgrupper

Det samlede antal af potentielle besvarelser er der ikke noget overblik over, da der ikke er kendskab til, hvor mange respondenter, der har modtaget spørgeskemaet fra Kommunikationsnetværket. Via Borgerpanelet er der blevet udsendt spørgeskemaer til ca. 1800 borgere i Odense.

Grundet det manglende kendskab til det samlede antallet af udsendte spørgeskemaer er det ikke muligt at beregne svarprocenten for denne undersøgelse. Undersøgelsen er foretaget digital via rundsending af defgo.net-link i en e-mail.

Ifølge Defgo.net var der pr. 12.01.09 i alt 2.112 deltagere i spørgeskemaundersøgelsen. I løbet af spørgeskemaundersøgelsen sker der et frafald blandt respondenterne, således der ved de sidste spørgsmål er ca. 1581 besvarelser.

Ud over det generelle kendskab til visionens logo og slogan var et af formålene med kendskabsanalysen at opnå viden om, hvor langt ud i den kommunale organisation visionen er kommet, samt hvorvidt byens borgere har opnået kendskab til visionens logo og slogan. Derfor er der i det følgende resultatafsnit fokuseret på segmenteringsvariablen ”Er du ansat i Odense Kommune?”

3. Resultater af logotest

Udover resultatet af kendskabet til logoet undersøges det, hvorfra respondenterne kender logoet, samt hvad logoet udtrykker.

3.1 Resultat af kendskabstest

Nedenstående tabel viser resultatet af kendskabet til visionens loge:

Kender du dette logo?



		Ja	Nej	I alt
Er du ansat i Odense Kommune?	Ja	61%	39%	776
	Nej	21%	79%	794
	Ubesvaret	50%	50%	273
I alt		42%	58%	1843

Her ses det, at 42 % af de i alt 1.843 besvarelse kender logoet mod 58 % af respondenterne, der ikke kender det. Disse tal dækker dog over store forskelle på, hvorvidt respondenterne er ansat i Odense Kommune. For respondenter ansat i Odense Kommune siger 61 % at de kender til logoet, mens det for respondenter udenfor Odense Kommune kun er 21 %.

3.2 Hvor kender respondenterne logoet fra?

Til dette spørgsmål var der åbne svarkategorier, hvorfor det ikke er muligt at foretage en krydstabulering. Der er i stedet foretaget en kategorisering af svarene, hvorefter der er foretaget en simpel optælling og fordelt på hovedvariablen ”Er du ansat i Odense Kommune”, resultaterne ses af nedenstående tabel:

Målgruppe:	Ansæt i Odense Kommune	%
Visionen	376	51
Play-knap	38	5
Andet	11	1
Kan ikke huske	11	1
Ikke besvaret	299	41
I alt	735	100

Af ovenstående tabel se, at der er et markant kendskab til visionens logo blandt respondenter ansat i Odense Kommune, således svare ca. 51 % af respondenterne at de kender logoet fra visionen. 5 % af respondenterne henfører logoet til en "Play-knap". Kategorien "Ikke besvaret" dækker over nogle af de frafaldende respondenter.

Målgruppe:	Ikke ansat i Odense Kommune	%
Visionen	58	7
Play-knap	65	8
Andet	17	2
Kan ikke huske	16	2
Ikke besvaret	619	80
I alt	775	100

Resultatet af undersøgelsen for respondenter, der ikke er ansat i Odense Kommune, ser markant anderledes ud end. Her er koblingen mellem logoet og vision ikke så tydelige, som blandt kommunalt ansatte, da blot 7 % af respondenterne henfører logoet til visionen. 8 % mener at de kender det fra "Play-knappen"

3.3 Hvad udtrykker logoet?

Hvad synes du logoet udtrykker, dvs. hvad falder dig ind, når du ser det?

		Et element fra trafikken	At starte	At gå videre	At sætte gang i leg	Ikke noget særligt	Notér andet:	I alt
Er du ansat i Odense Kommune?	Ja	7%	33%	31%	7%	15%	8%	773
	Nej	7%	41%	29%	5%	13%	5%	794
	Ubesvaret	6%	23%	35%	8%	22%	6%	132
I alt		7%	36%	31%	6%	14%	6%	1699

Det næste skridt i kendskabsanalysen for visionens logo er at finde ud af, respondenter synes logoet udtrykker. De kategorier der får størst opbakning i forhold til, hvad logoet udtrykker, er "At starte" og "At gå videre" med henholdsvis 36 % og 31 % af den samlede respondentgruppe. Det er de samme to kategorier, der score den højeste svarprocent, når man analyserer svarene fra ansatte og ikke ansatte i Odense Kommune. 14 % af respondenterne mener at logoet "ikke udtrykker noget særligt." 7 % mener at logoet udtrykker "Et element fra trafikken" mens 6 % mener at logoet udtrykker "At sætte gang i leg".

4. Resultat af slogan test

Ud over resultatet af kendskabet til slogan undersøges det, hvorfra respondenterne kender det, samt hvad sloganet udtrykker.

4.1 Resultat af slogantest

Kender du dette slogan?

At lege er at leve

		Ja	Nej	I alt
Er du ansat i Odense Kommune?	Ja	93%	7%	775
	Nej	83%	17%	795
	Ubesvaret	95%	5%	122
I alt		88%	12%	1692

Resultatet af kendskabsanalysen for sloganet viser at kendskabet til 'At lege er at leve' er stærkt. Hele 88 % af den samlede respondentgruppe kender logoet. Der var et større kendskab til sloganet blandt de kommunalt ansatte i forhold til de ikke kommunalt ansatte, med henholdsvis 93 % og 83 %.

4.2 Sloganets udtryk

Hvad synes du sloganet udtrykker?

		H.C. Andersen	Motion og bevægelse	En legende tilgang til livet	Det er intetsigende	Notér andet:	I alt
Er du ansat i Odense Kommune?	Ja	10%	17%	54%	10%	9%	774
	Nej	12%	23%	50%	9%	6%	793
	Ubesvaret	13%	22%	47%	19%	0%	32
I alt		11%	20%	52%	10%	7%	1599

I forhold til hvad sloganet udtrykker viser resultatet af undersøgelsen at 52 % af respondenterne mener at det udtrykker "En legende tilgang til livet". For ansatte i kommunen er tallet 54 % og 50 % for respondenter, der ikke er ansat i Odense Kommune.

20 % af det samlede antal respondenter mener at sloganet har med "Motion og bevægelse" at gøre, 11 % mener at det har relation til "H.C. Andersen". 10 % mener at det er "Intetsigende" og 7 % mener "Noget andet".

5. Resultat af farvetest

Som det sidste led i testen af den eksisterende visuelle identitet er respondenterne blevet bedt om at forholde sig til den pink farve, der har præget visionen. Resultatet fremkommer af nedenstående tabel:

Odense Kommune har brugt farven pink til at udtrykke Odenses nye vision 'At lege er at leve'.

Hvad synes du om den pink farve i forbindelse med visionen?



		Den er god og udtrykker Odenses vision	Den er hverken eller	Den er for dominerende/irriterende	Notér andet:	I alt
Er du ansat i Odense Kommune?	Ja	26%	15%	38%	20%	774
	Nej	30%	23%	29%	18%	795
	Ubesvaret	42%	8%	33%	17%	12
I alt		28%	19%	34%	19%	1581

Her mener 34 % af det samlede antal respondenter at farven er for ”dominerende/irriterende”, 28 % mener at farven er ”god og udtrykker Odense vision”, 19 % har ingen holdning til farven (”Den er hverken eller”), mens 19 % mener noget andet.

I forhold til grupperne af kommunalt ansatte og ikke kommunalt ansatte ses det, at der er 38 % af de kommunalt ansatte der synes at farven er for dominerende/irriterende, mens de for de øvrige respondenter er 29 % i samme kategori. I modsætningen hertil synes 30 % af de ikke kommunalt ansatte respondenter at farven er god og udtrykker Odenses vision. Der er med andre ord flere ikke kommunalt ansatte end kommunalt ansatte respondenter, der synes at farven pink er god til at udtrykke vision. Dertil kommer det, at der er flere kommunalt ansatte respondenter, der synes at farven er for dominerende/irriterende, end blandt de ikke kommunalt ansatte respondenter.

6. Konklusion

Af resultatet af testen fremgår det, at 42 % af undersøgelsens deltagere har kendskab til visionens eksisterende logo. På spørgsmålet om hvor respondenterne kender logoet fra viser der sig stor forskel på, om der er tale om kommunalt ansatte eller ikke kommunalt ansatte. Her kan hele 51 % af de kommunalt ansatte at logoet kan henføres til visionen, mens blot 7 % af de ikke kommunalt ansatte kan henfører logoet til visionen. I forhold til, hvad logoet udtrykker, mener blot 6 % af det samlede antal respondenter der mener at logoet udtrykker ”at sætte gang i leg”.

Sloganet står meget stærkt blandt respondenterne hele 88 % af det samlede antal respondenter kender sloganet. Med en opbakning hos de to grupper af respondenter på 93 % og 83 % for henholdsvis kommunalt ansatte og ikke kommunalt ansatte.

52 % af det samlede antal respondenter mener at sloganet udtrykker en ”Legende tilgang til livet”. Kun 11 % mener at sloganet udtrykker noget fra H.C. Andersen.

Resultatet af farvetesten viser at holdningen til farven er meget delt blandt respondenterne. 28 % mener at farven er god og udtrykker Odenses vision, mens 34 % mener at farven er for dominerende/irriterende. I forhold til de undersøgte respondentgrupper er der flere respondenter blandt de kommunalt ansatte, der synes at farven er for dominerende, mens blot 29 % af de ikke kommunalt ansatte forholder sig på samme måde til farven.. Ligeledes er der flere positive svar (farven er god og udtrykker Odenses vision) fra gruppen af ikke kommunalt ansatte, end der har en positiv opfattelse blandt de kommunalt ansatte.