



**SPONSOR INSIGHT**  
HELSINKI - STOCKHOLM - OSLO

Flow Festival 2018  
Kävijätutkimus

**FLOW  
FEST  
IVAL®**

## SPONSOR INSIGHT - HELSINKI

- Sponsoroinnin, tapahtumien ja kaupunkimarkkinoinnin tutkimukset sekä konsultointi.
- Asiakkaitamme ovat yritykset, sponsorointikohteet, tapahtumajärjestäjät ja kaupungit.
- Teemme kansainvälistä yhteistyötä ja tutkimuskehitystä – Sponsor Insight Nordic.
- Toimimme markkinoilla riippumattomana tahona.
- Perustettu 1996.

*”Yhdistämme viimeisintä  
tutkimustietoa  
kokemukseemme alasta ja  
tarjoamme kokonaisvaltaista  
sponsoroinnin konsultointia  
faktojen pohjalta.”*

[www.sponsorinsight.fi](http://www.sponsorinsight.fi)

# Tutkimuksesta

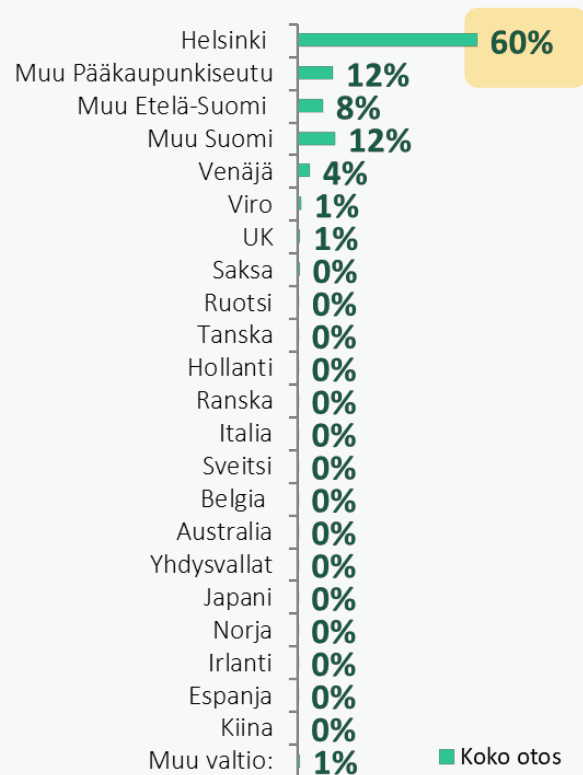
- Kävijätutkimuksen kohderyhmänä olivat Flow Festival 2018 kävijät.
- Kyselylinkki levitettiin kävijöille sähköpostitse ja tapahtuman sosiaalisen median kanavien kautta.
- Lomake oli saatavilla Suomen ja Englannin kielillä.
- Kävijätutkimukseen vastasi kaikkiaan 5 639 tapahtumakävijää.
- Tutkimuksen toteutti Sponsor Insight Finland, joka on tapahtumien ja sponsoroinnin tutkimuksiin keskittynyt riippumaton tutkimusyritys.



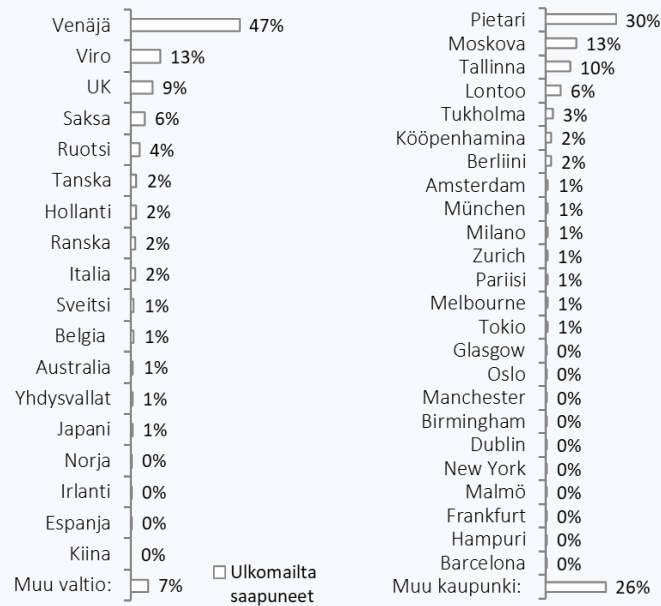
# Raportin sisältö

- Tutkimusotos
- Demografiset tiedot
- Saapumispäätöksen taustat
- Markkinointi & viestintä
- Tyytyväisyys tapahtumaan
- Majoittuminen & rahankäyttö Helsingissä
- Yhteistyökumppanit
- Kohderyhmän rahankäyttötottumukset

# Taustaa otoksesta – Asuinpaikka



## Ulkomailta saapuneiden lähtömaa ja kaupunki



Helsingissä asuvat

N=3362

Muualta Suomesta saapuneet

N=1807

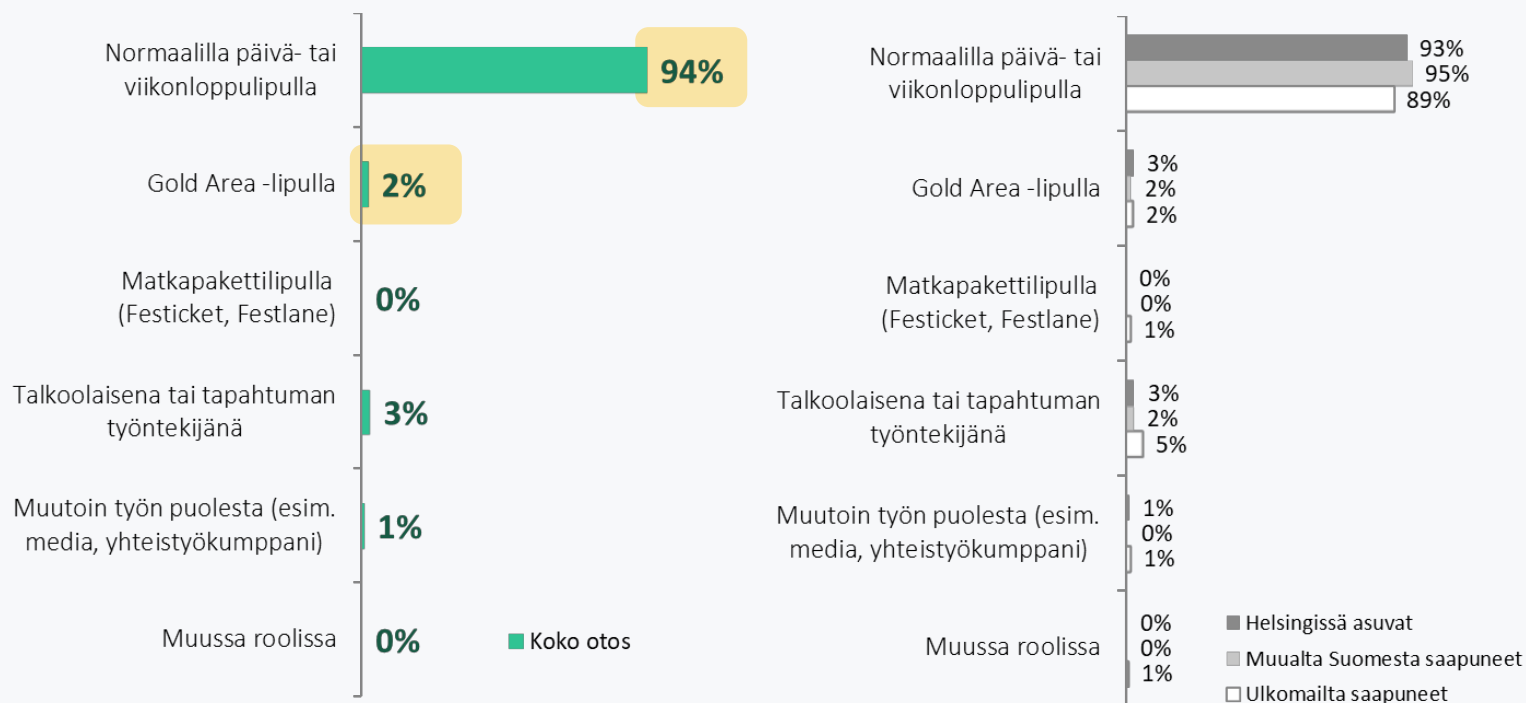
Ulkomailta saapuneet

N=470

Ulkomailta saapuneista  
vastaajista 30 % Pietarista.

# Taustaa otoksesta – Vastaajan osallistuminen tapahtumaan

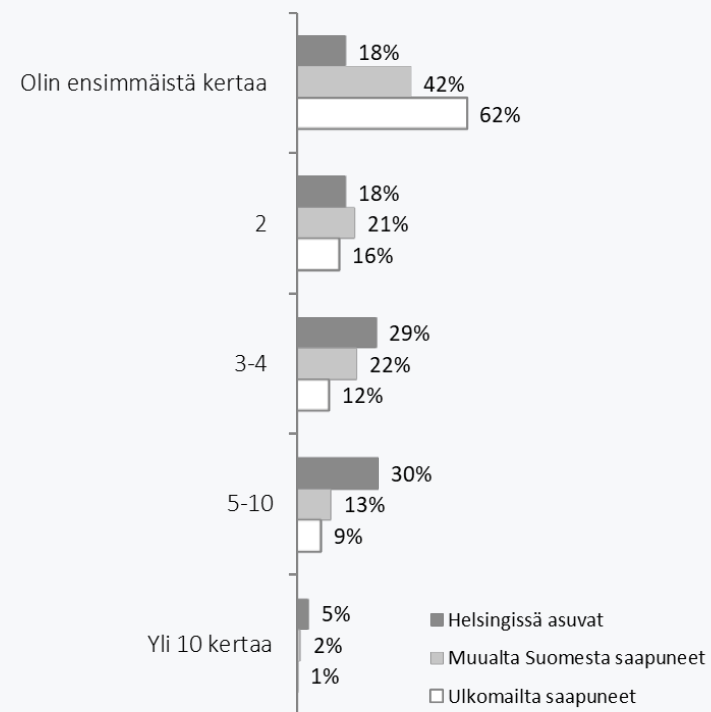
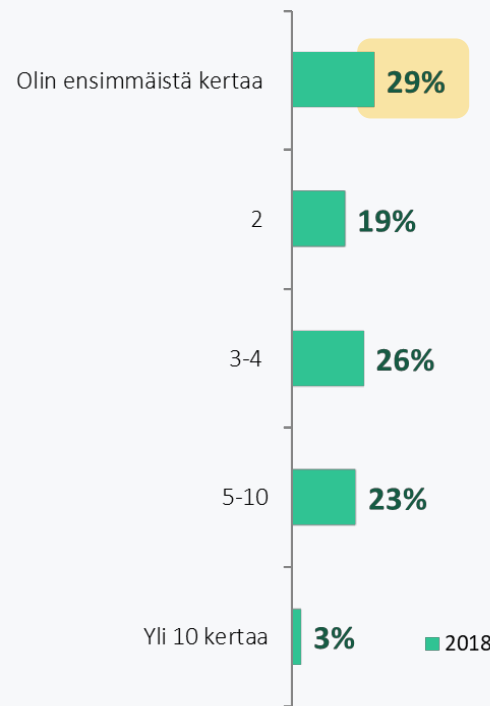
”Olitko tapahtumassa ensisijaisesti...”



96 % vastaajista oli tapahtumassa ensisijaisesti katsojan/asiakkaan roolissa.

# Taustaa otoksesta – Aiempi kokemus

”Kuinka monta kertaa olet ollut Flow'ssa?”

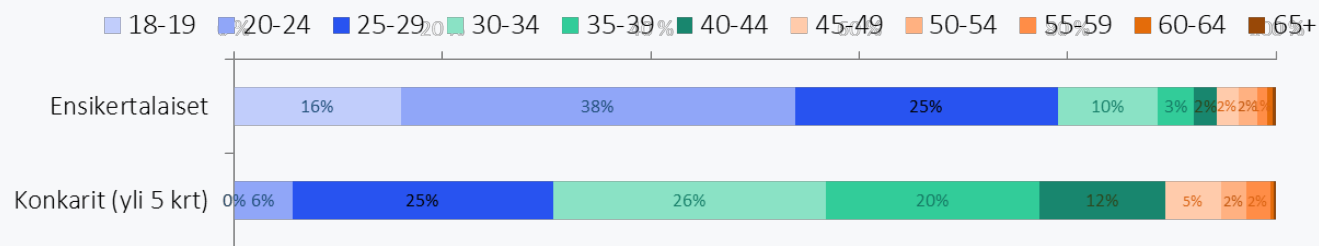
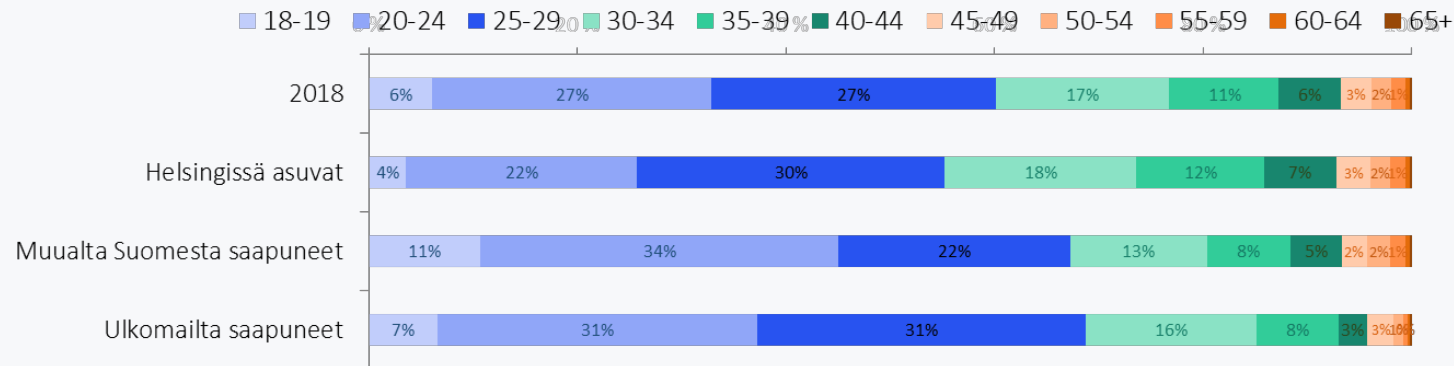


Lähes 30 % vastaajista oli ensimmäistä kertaa Flow Festivalissa.

# Demografiset tiedot



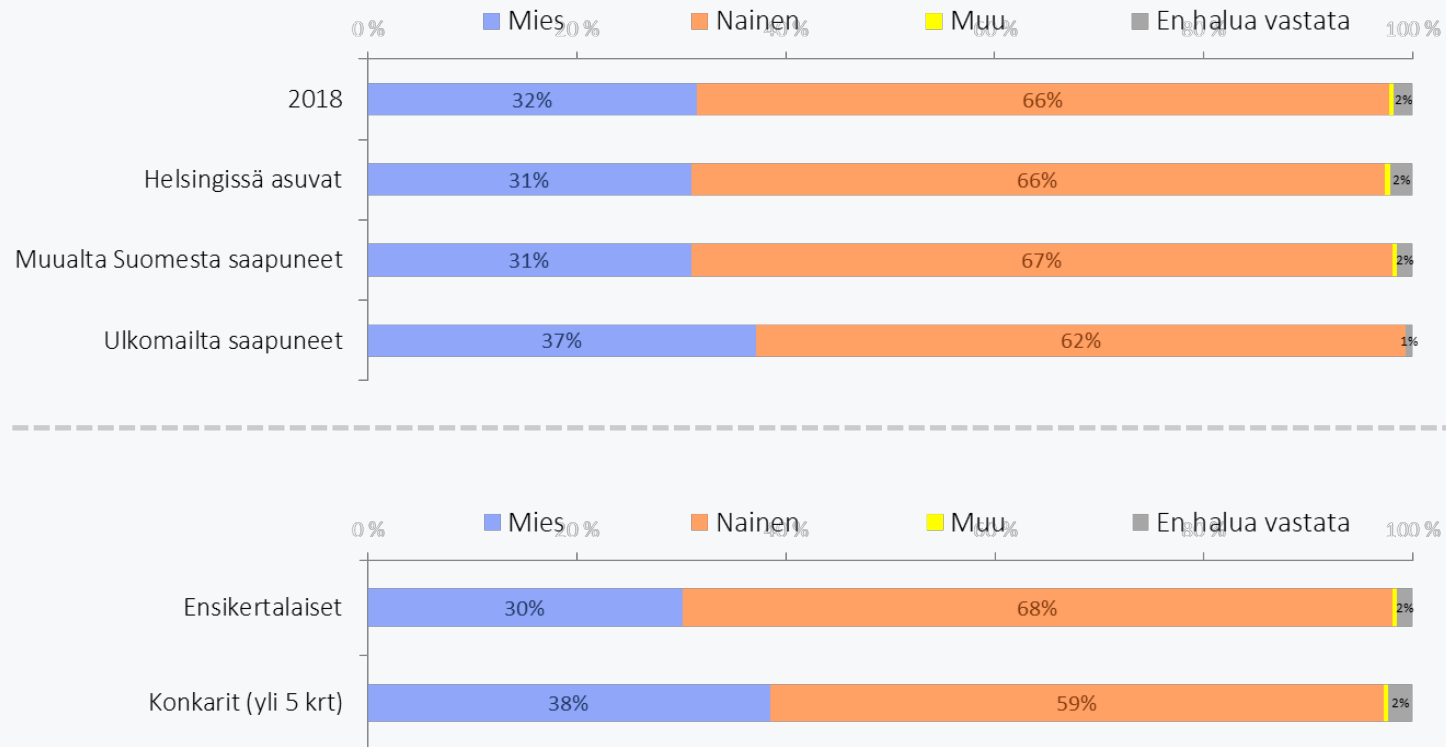
# Ikäjakama



Vastaajista yli puolet  
20-29-vuotiaita.

Muualta Suomesta  
saapuneista 45 %  
alle 25-vuotiaita.

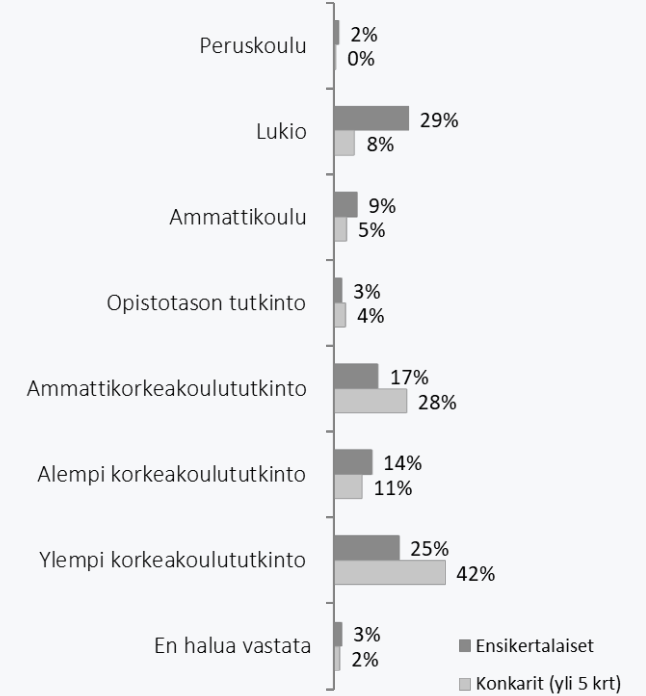
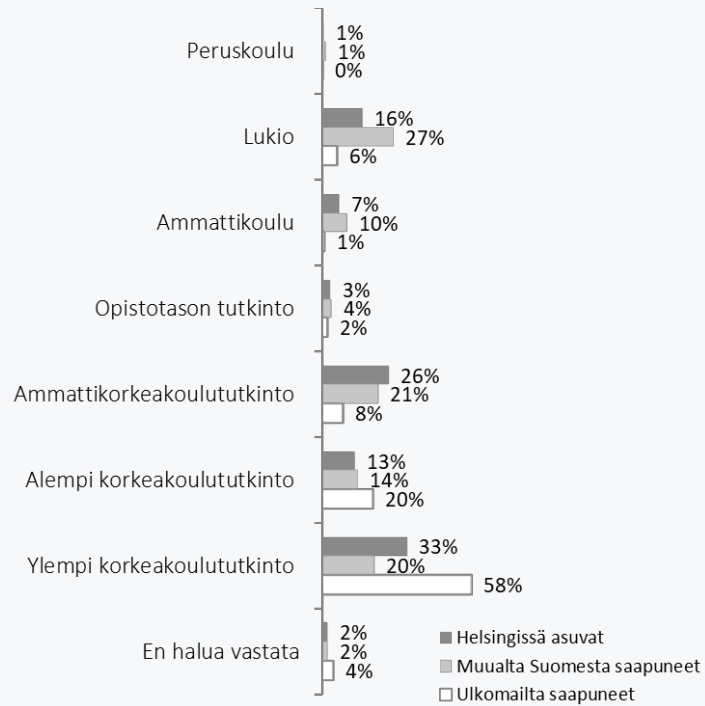
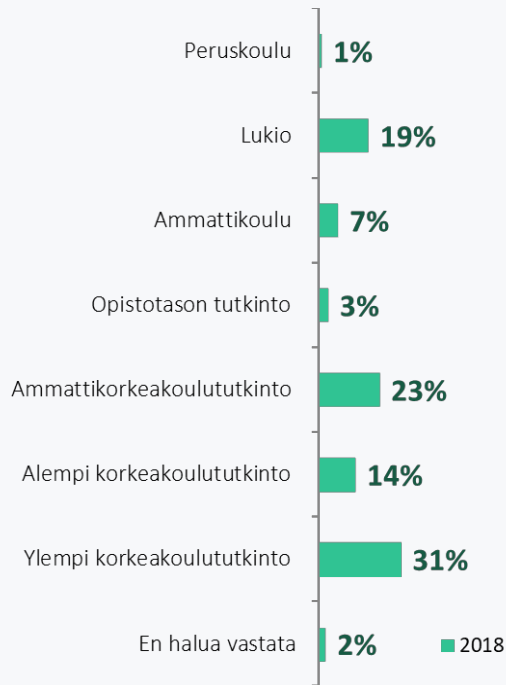
# Sukupuolijakauma



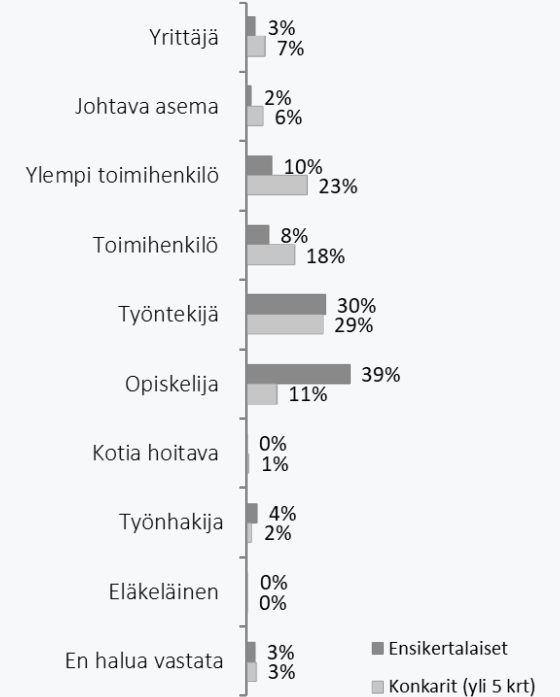
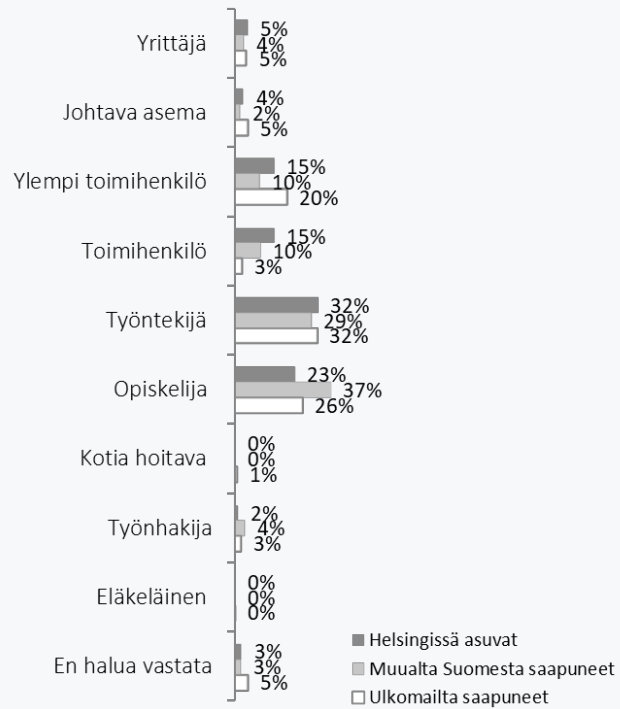
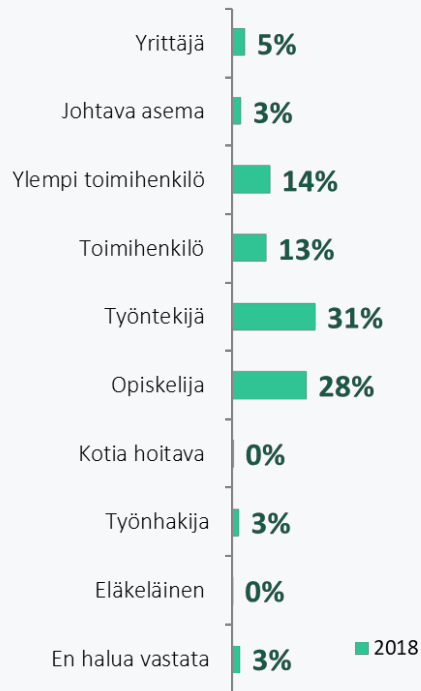
Vastaajista 2/3 naisia.

Ulkomailta saapuneissa  
jakauma hieman  
tasaisempi.

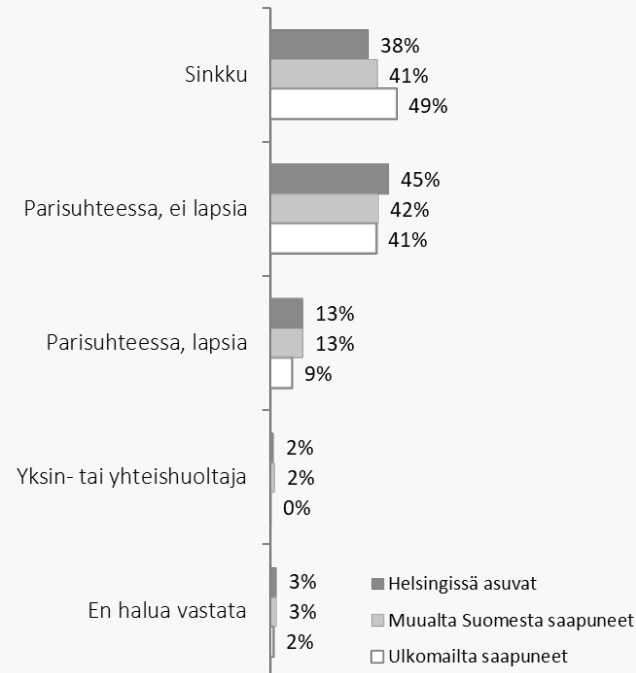
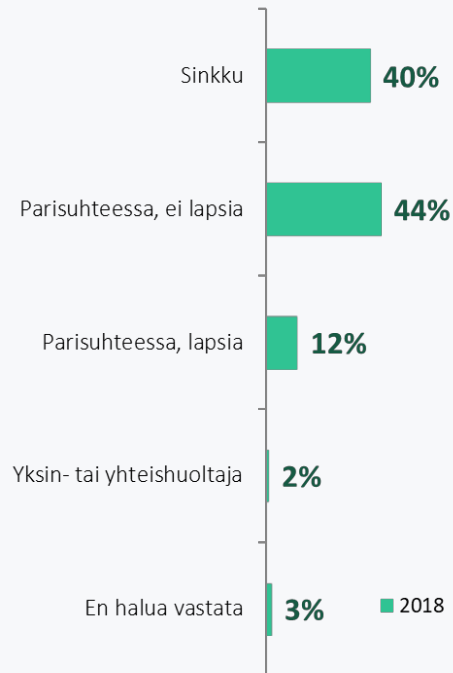
# Koulutustausta



# Ammatillinen tilanne



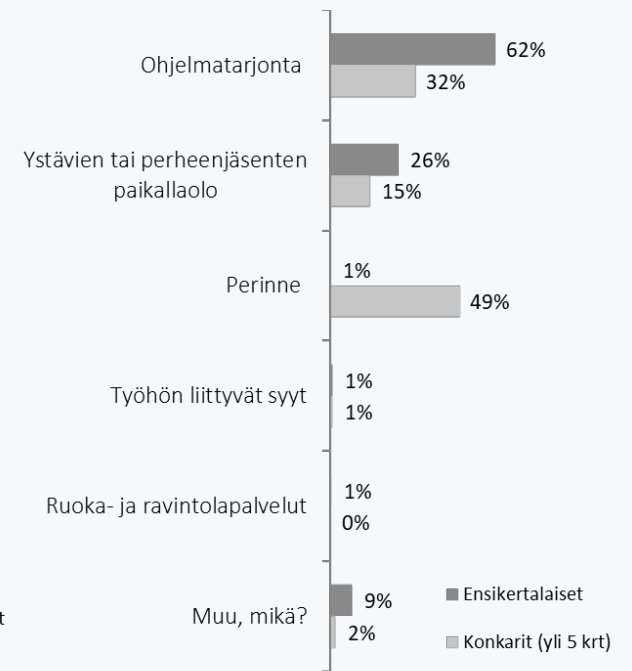
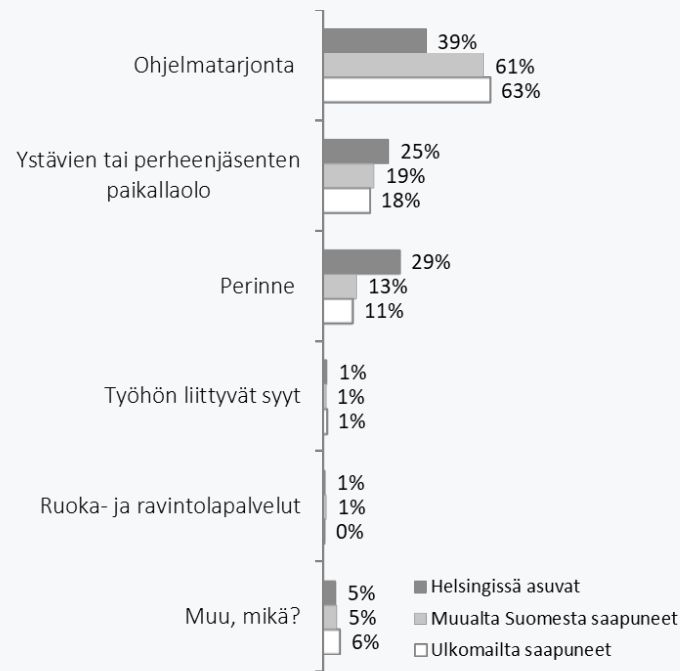
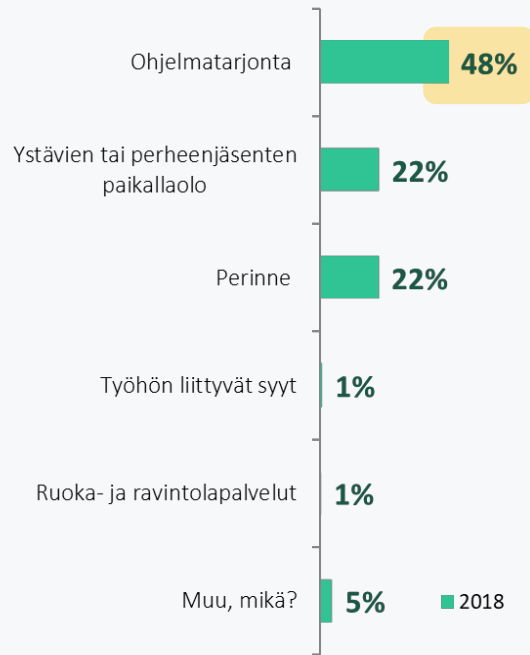
# Siviilisääty



# Saapumispäätöksen taustat

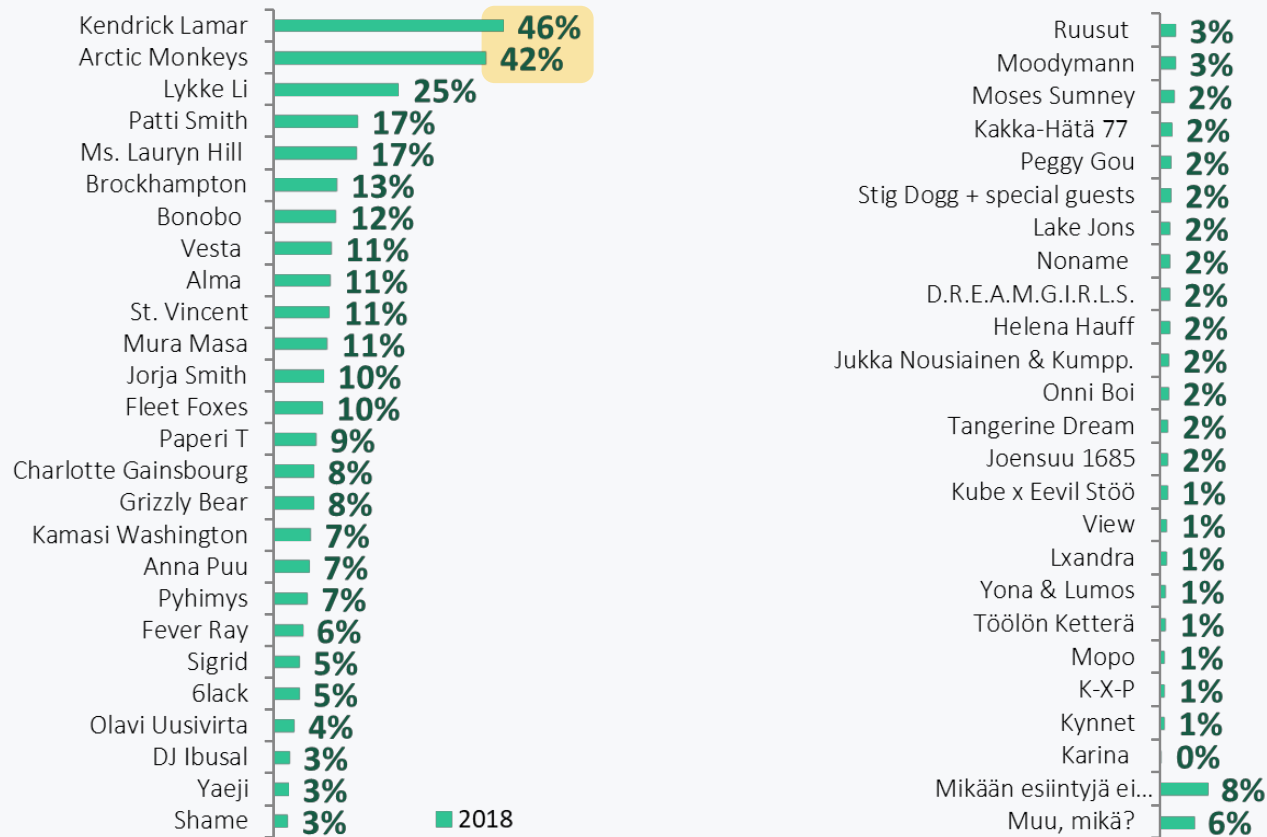
# Tärkein saapumismotiivi

”Mikä sai sinut tulemaan tapahtumaan tänä vuonna? Valitse sopivin”



# Saapumiseen vaikuttaneet esiintyjät

"Mitkä esiintyjät vaikuttivat eniten päätökseesi tulla Flow Festivalille tänä vuonna? - Valitse enintään 5 esiintyjää"





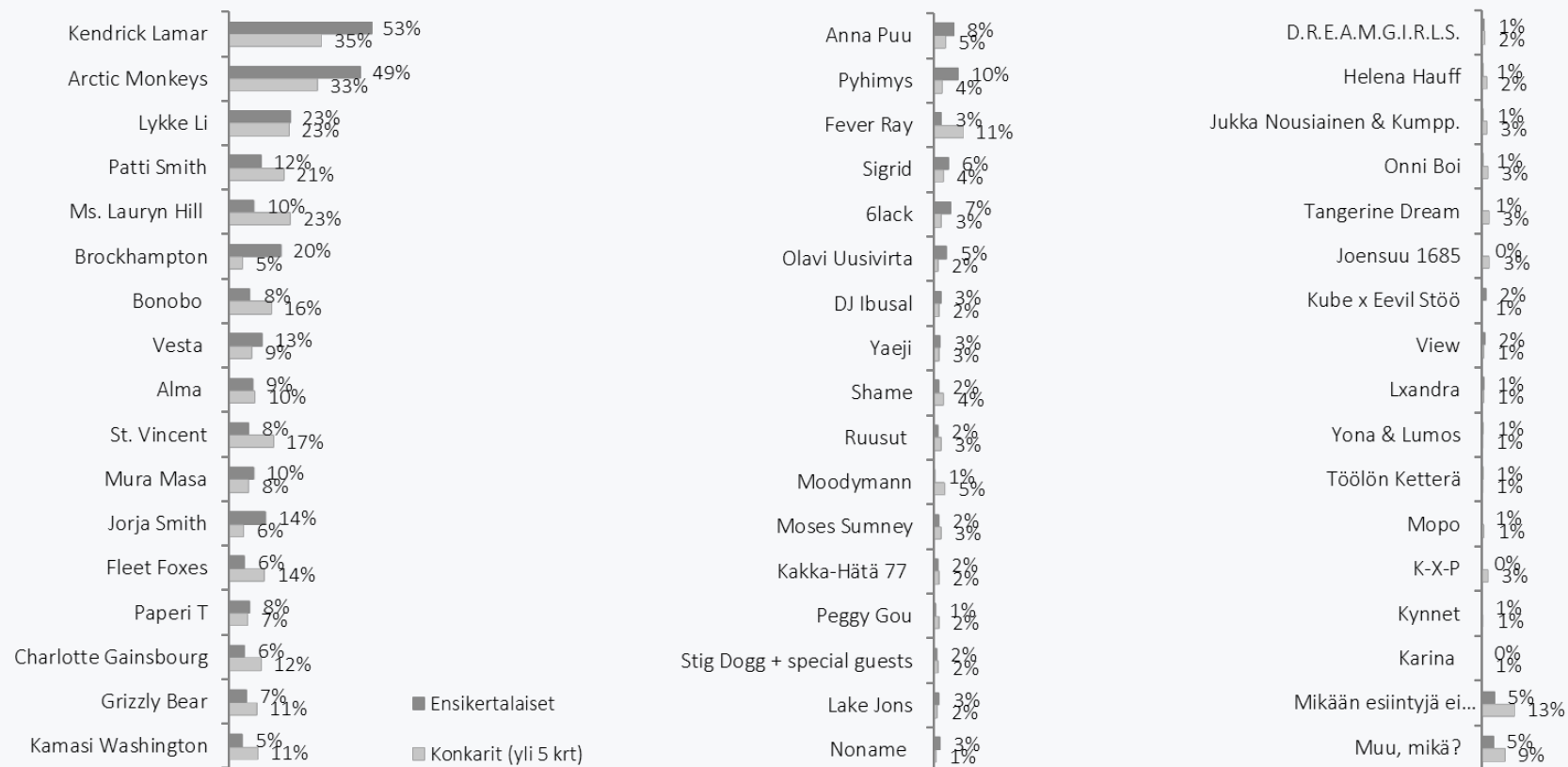
# Saapumiseen vaikuttaneet esiintyjät

”Mitkä esiintyjät vaikuttivat eniten päätökseesi tulla Flow Festivalille tänä vuonna? - Valitse enintään 5 esiintyjää”



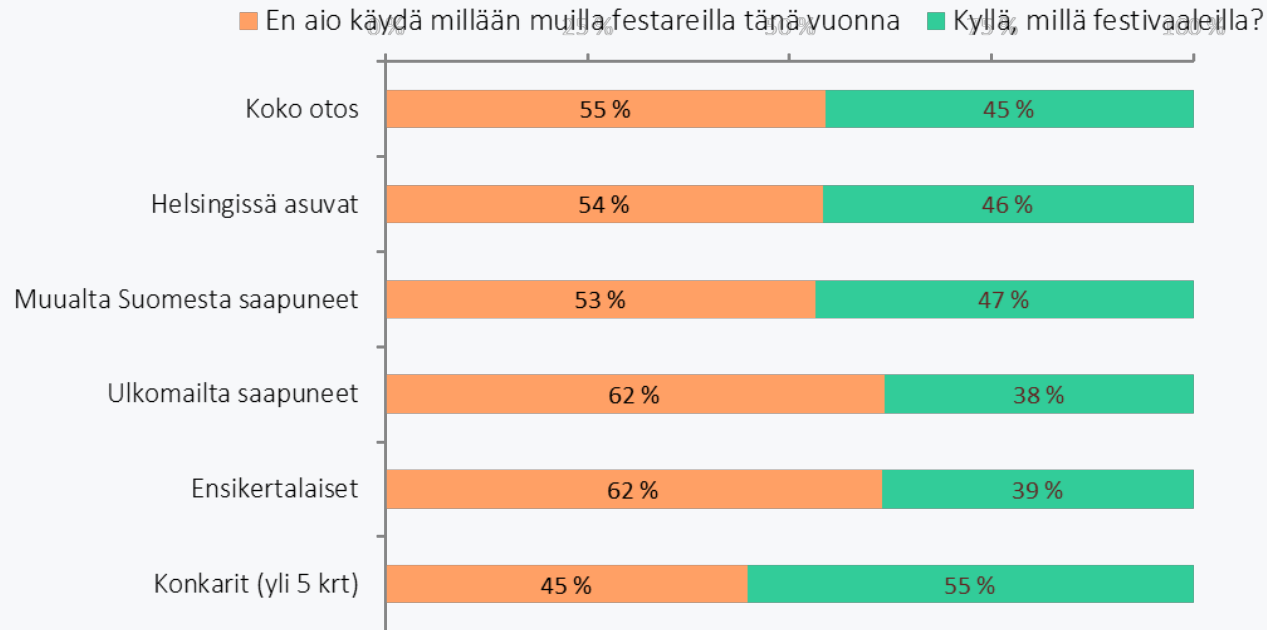
# Saapumiseen vaikuttaneet esiintyjät

”Mitkä esiintyjät vaikuttivat eniten päätökseesi tulla Flow Festivalille tänä vuonna? - Valitse enintään 5 esiintyjää”



# Muut festivaalit

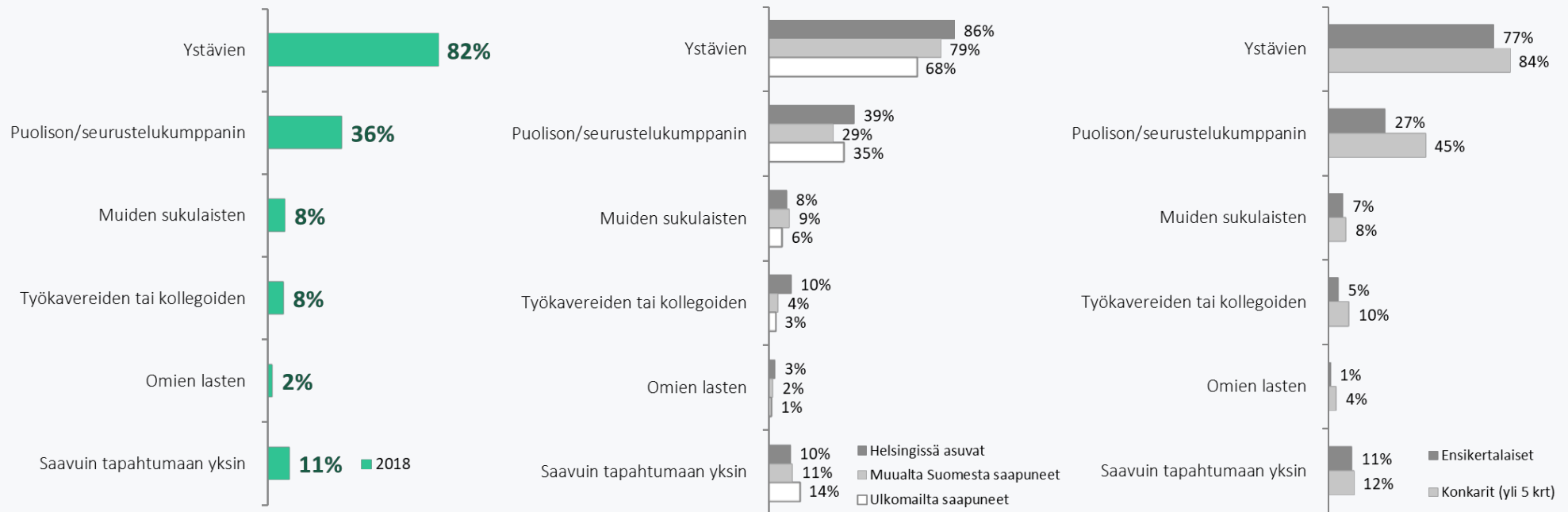
”Oletko vierailut tai aiotko vierailla muilla festivaaleilla vuoden 2018 aikana?”



Mainintoja	% Flow-kävijöistä
665	Sideways 12 %
454	Ruisrock 8 %
222	Pori Jazz 4 %
169	Ilosaari 3 %
139	Blockfest 2 %
112	Provinssi 2 %
87	Weekend
78	Tuska
68	Sweet Spot Festival
62	Ilmiö
60	Tammerfest
55	Helsingin Juhlaviikot
49	Visio Festival
47	Tikkurila Festivaali
44	Bättre Folk
40	Qstock
36	SuomiPop
34	Rockfest
32	Summer Up
30	Uusi Tampere
28	Primavera Sound
22	Superwood
20	Liveblast
20	Naamat
20	Turku Modern
19	Roskilde
18	Lost in Music
17	Kaupungin Äänet
17	Kaustinen Folk Music Festival
16	Kallio Block Party
15	Himos Juhannus
15	Maailma kylässä
15	Park Live
14	Kosmos
14	LPRHC Fest
13	Hori Smoku
13	Preset Perfect Festival
13	Sodan kylän elokujuhlat / Midnight Sun Festival
13	Stereoletto
11	Lollapalooza
10	South Park Festival
9	All Points East

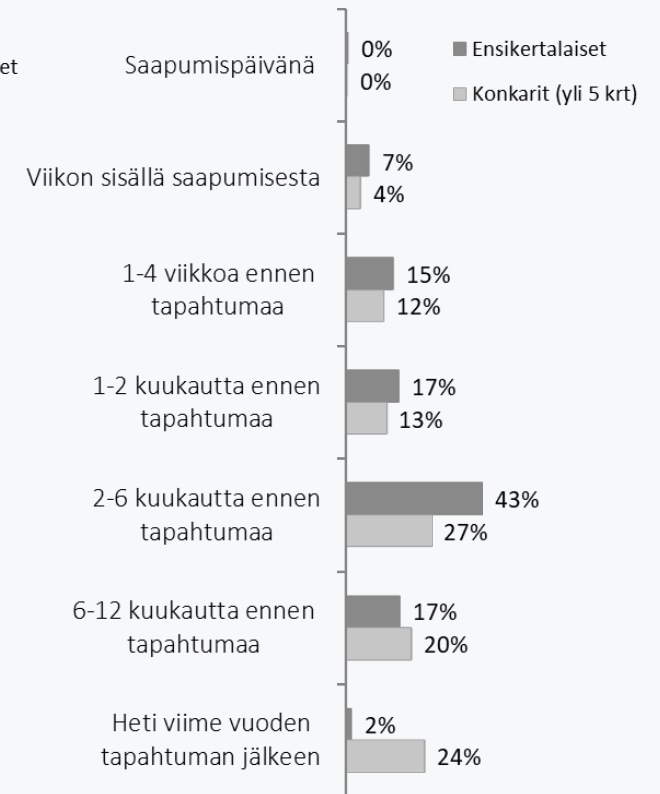
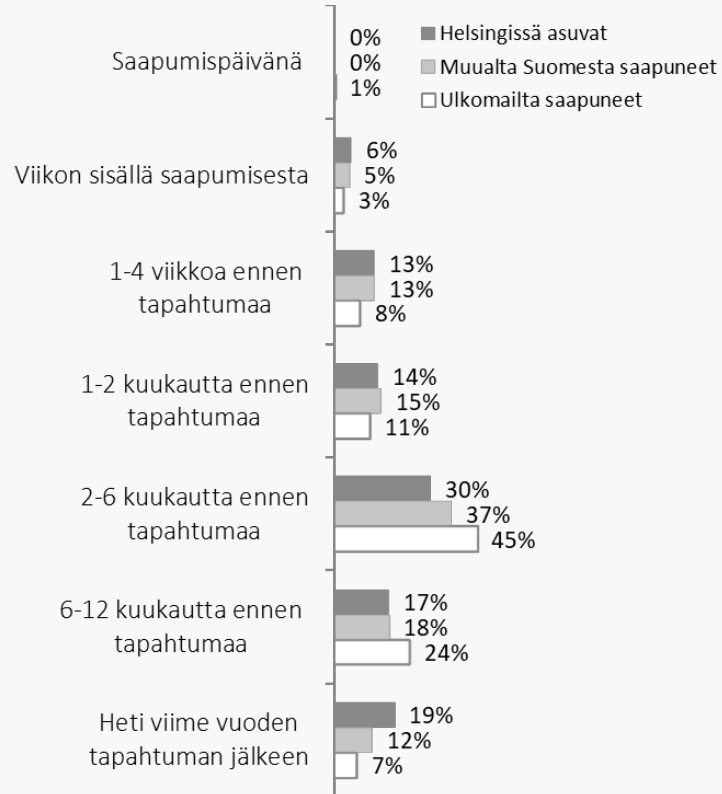
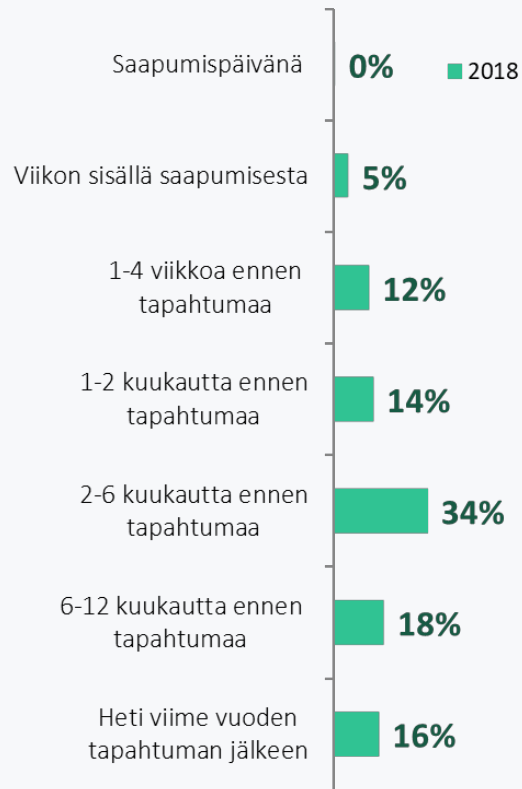
# Seurueen koostumus

”Keiden kanssa saavuit tapahtumaan? Merkitse kaikki, jotka kuuluivat seurueeseen”



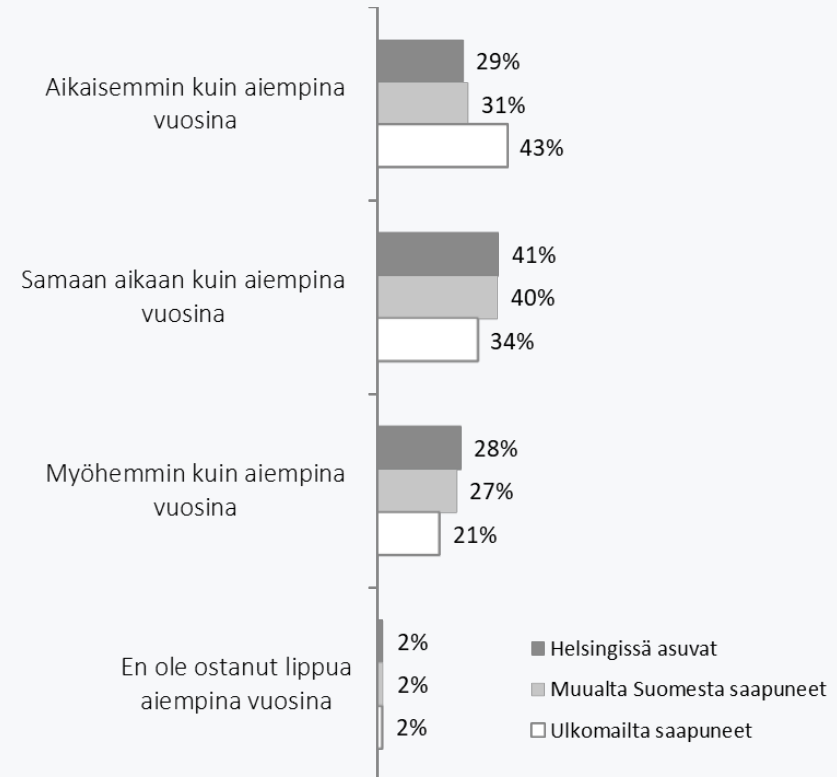
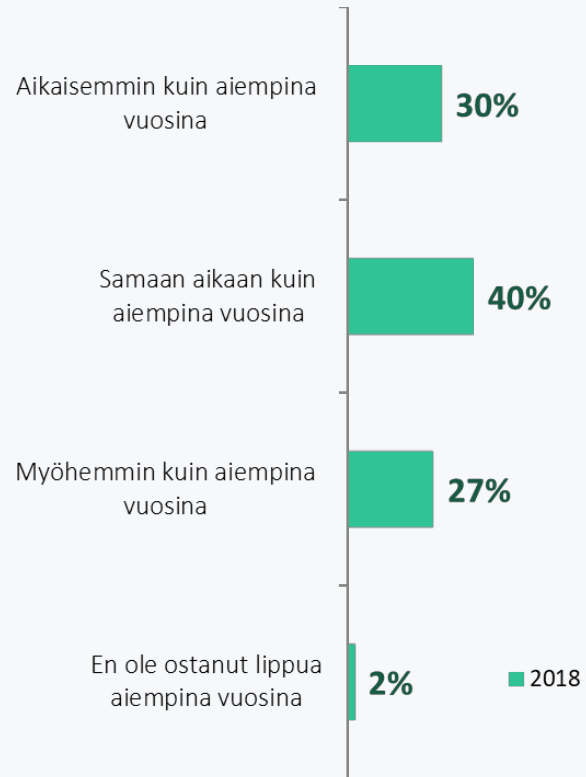
# Saapumispäätöksen ajankohta

”Milloin teit päätöksen saapua tapahtumaan?”



# Lippujen hankinta

"Ostitko lippusi...?" (\*ei kysytty ensikertalaisilta)



# Markkinointi & viestintä

# Markkinoinnin huomioarvot

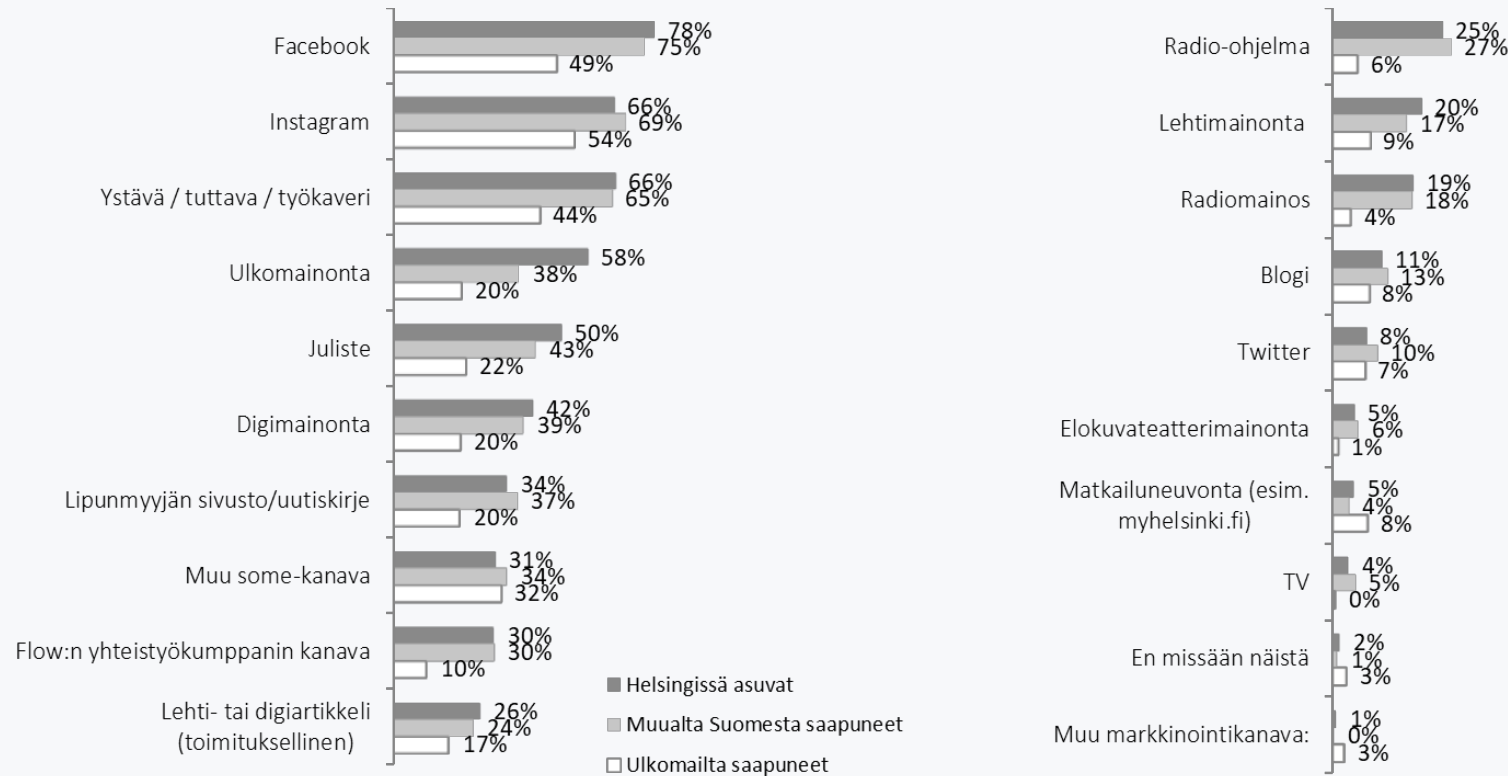
”Missä olet huomannut 2018 Flow Festivalin markkinointia tai tapahtuman saamaa julkisuutta? - Valitse kaikki, jotka ovat tavoittaneet sinut”





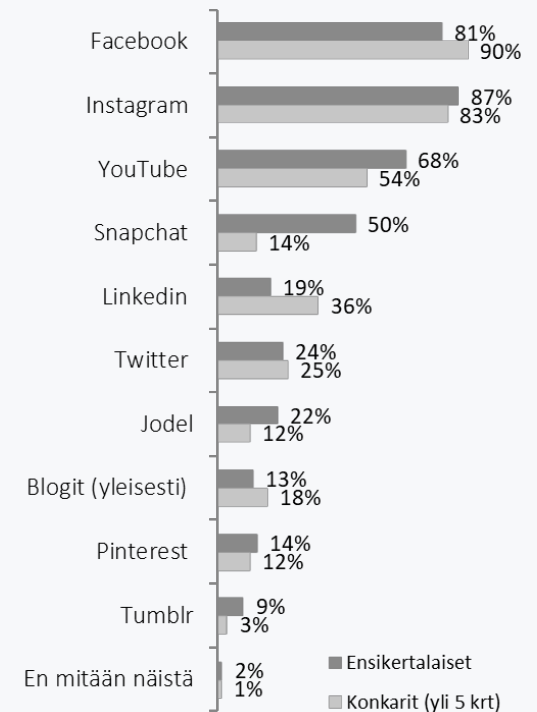
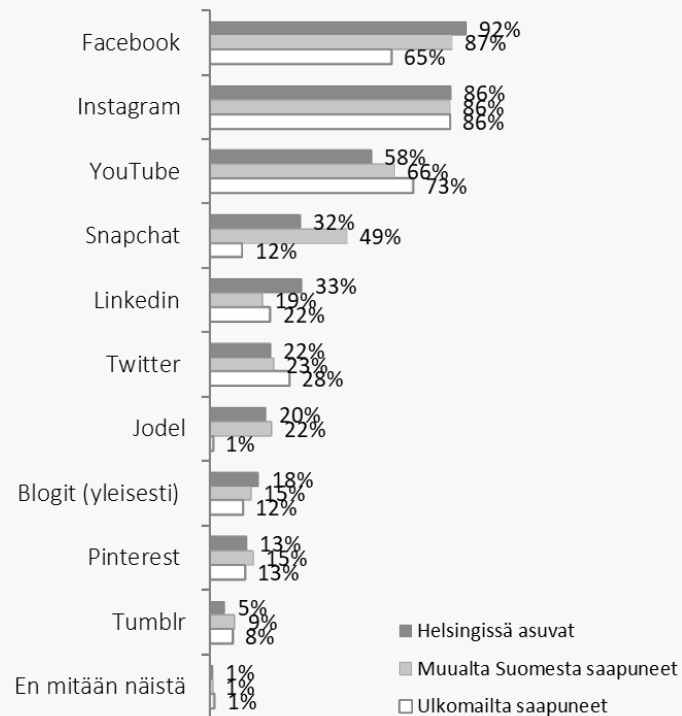
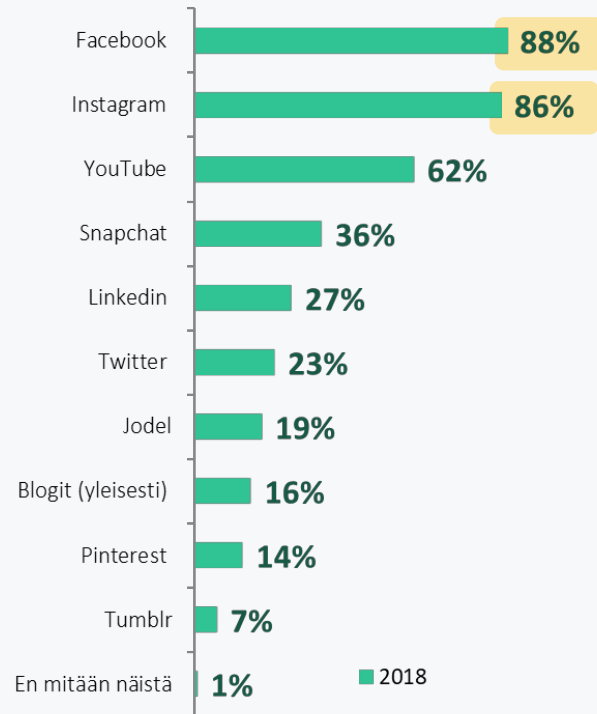
# Markkinoinnin huomioarvot

”Missä olet huomannut 2018 Flow Festivalin markkinointia tai tapahtuman saamaa julkisuutta? - Valitse kaikki, jotka ovat tavoittaneet sinut”



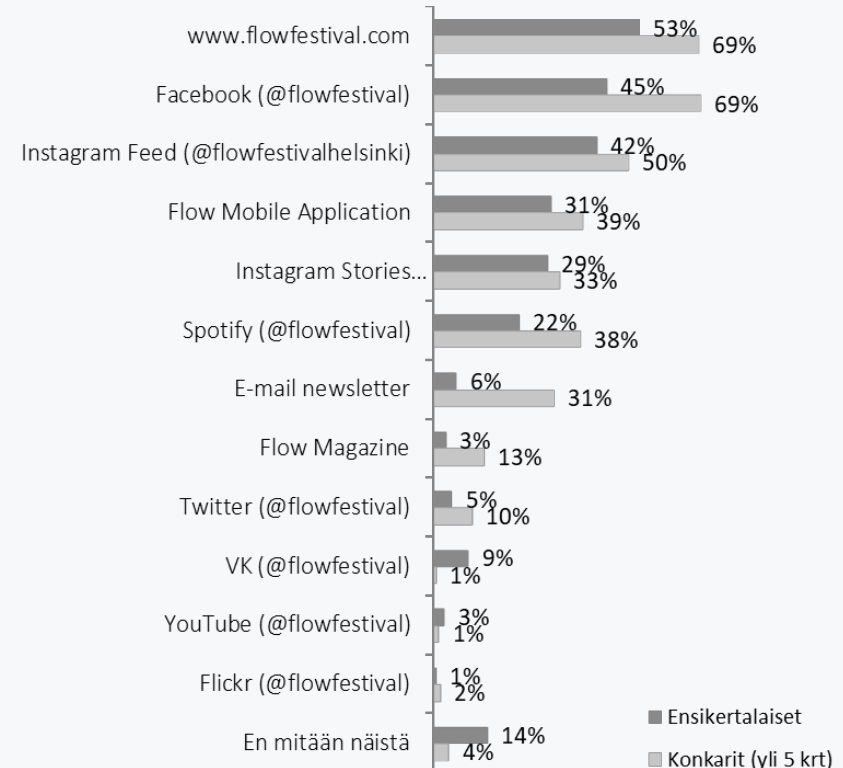
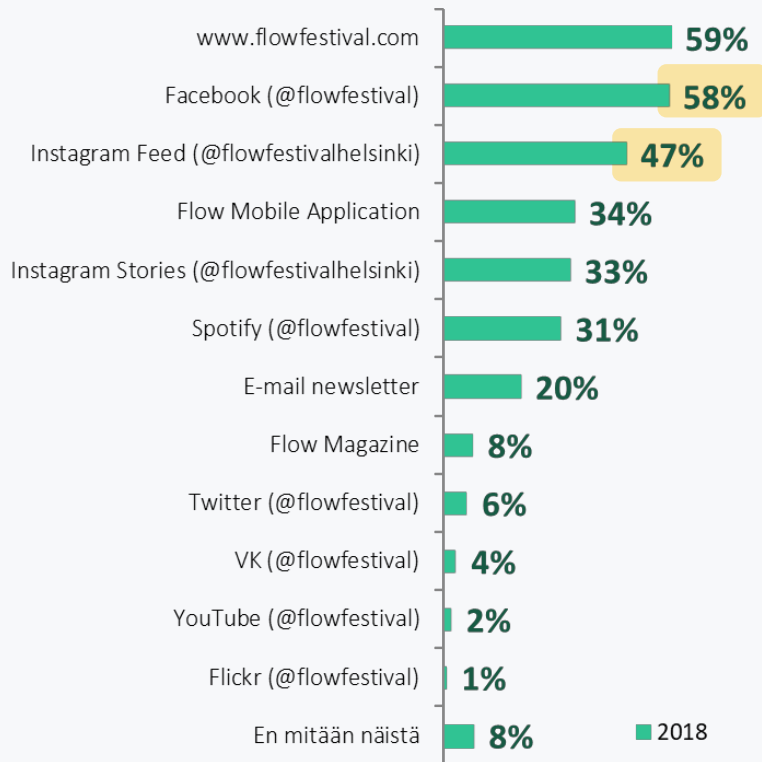
# Sosiaalisen median käyttö

”Mitä sosiaalisen median palveluita käytät/seuraat viikoittain?”



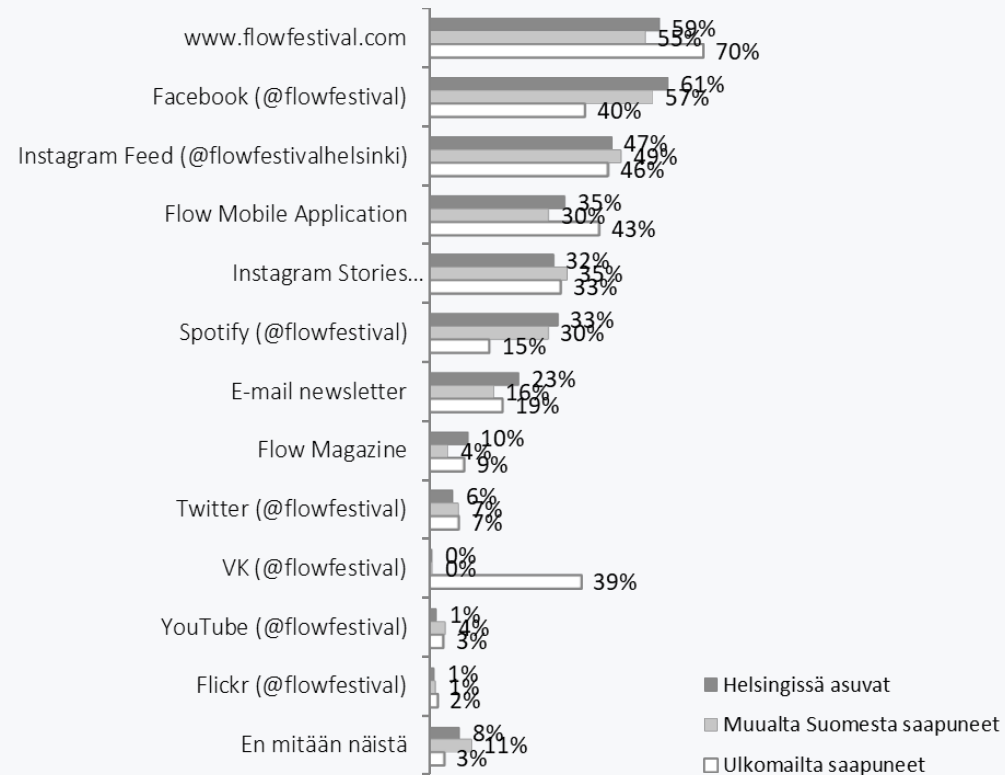
# Flow'n kanavien seuraaminen

"Mitä Flow'n viestintäkanavia seuraat?"



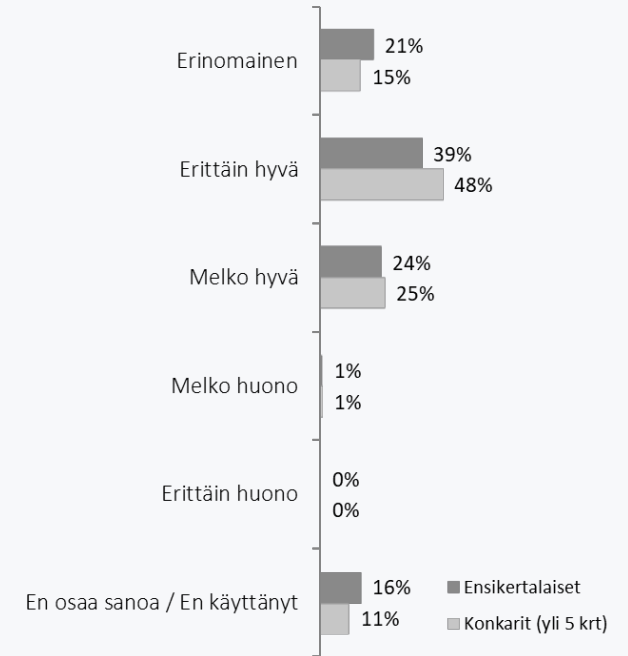
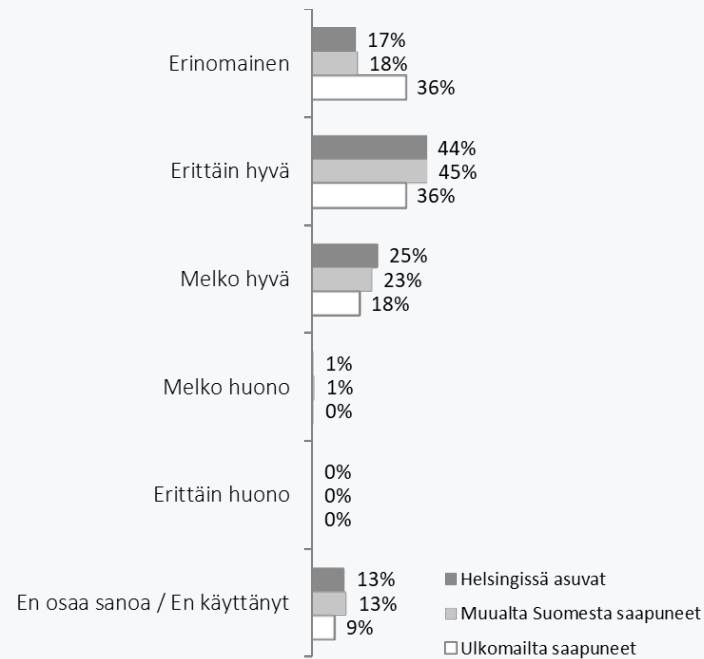
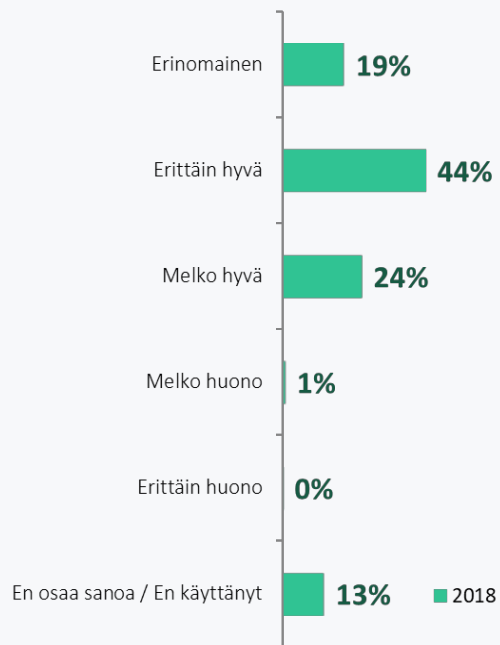
# Flow'n kanavien seuraaminen

"Mitä Flow'n viestintäkanavia seuraat?"



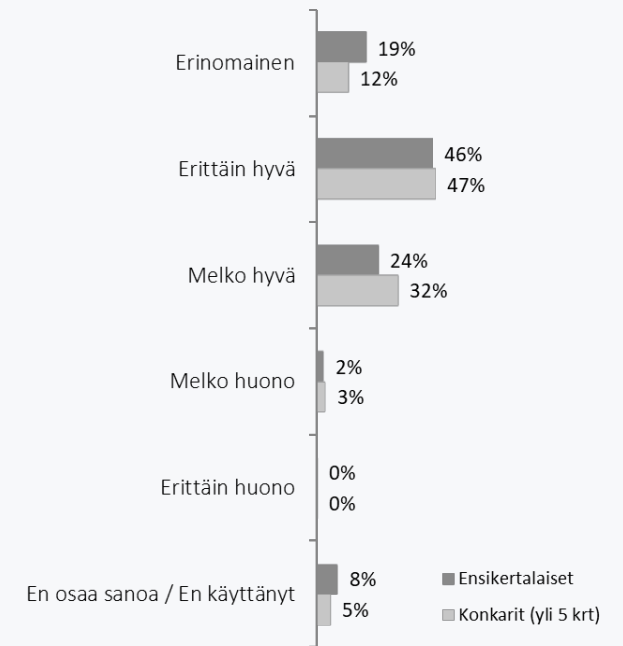
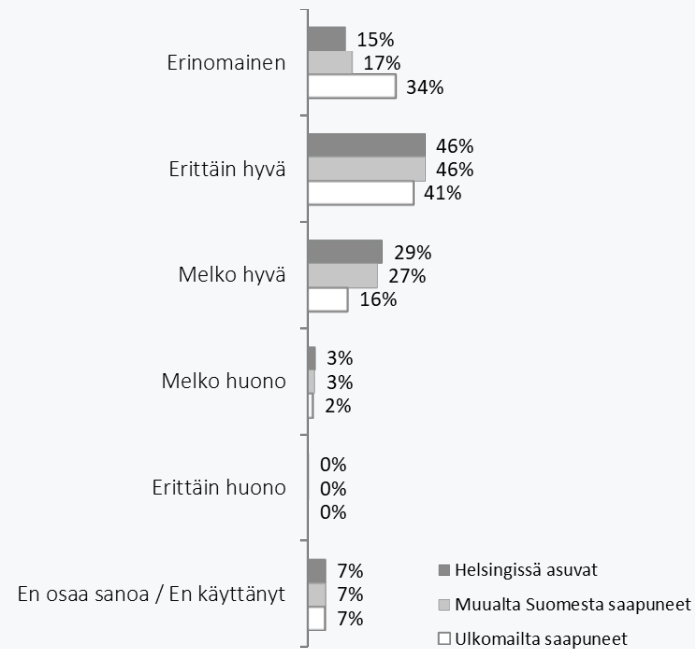
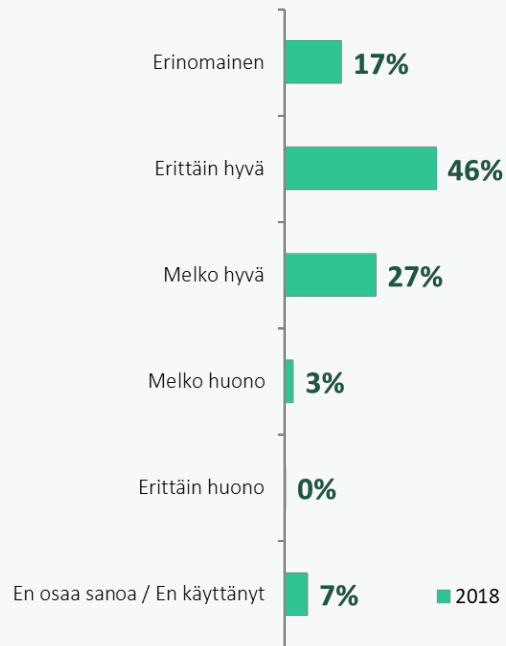
# Flow'n some-viestintä

"Mitä mieltä olet Flow'n viestinnästä sosiaalisessa mediassa?"



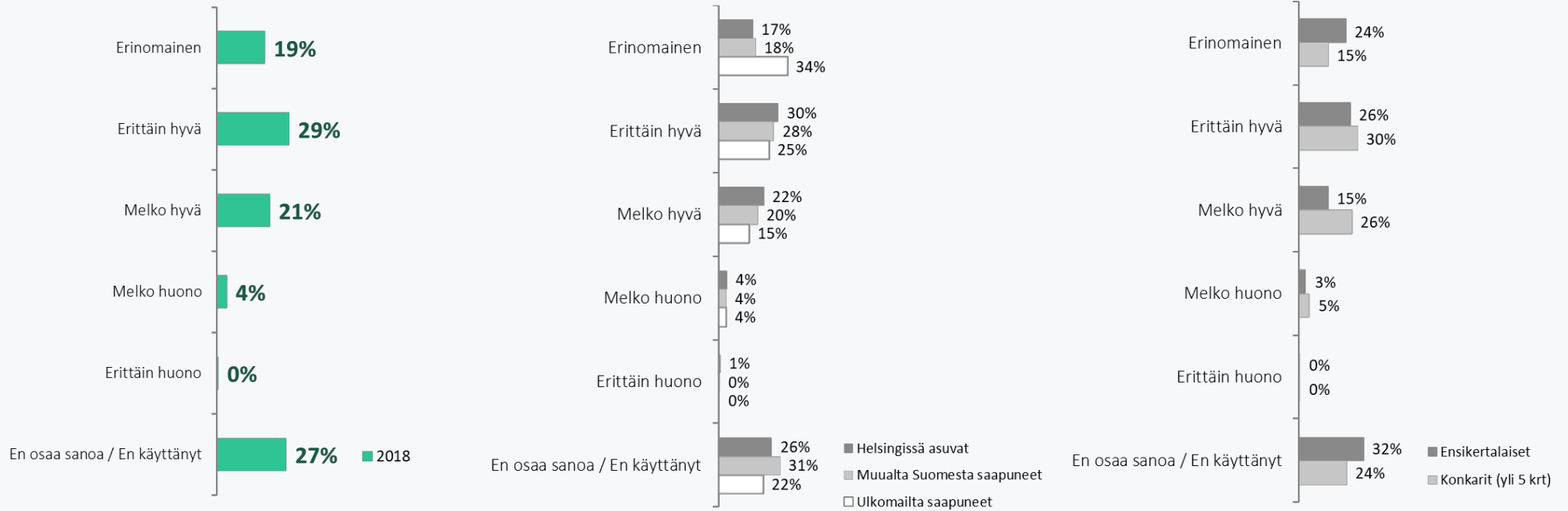
# Flow'n verkkosivut

"Mitä mieltä olit Flow'n verkkosivuista?"



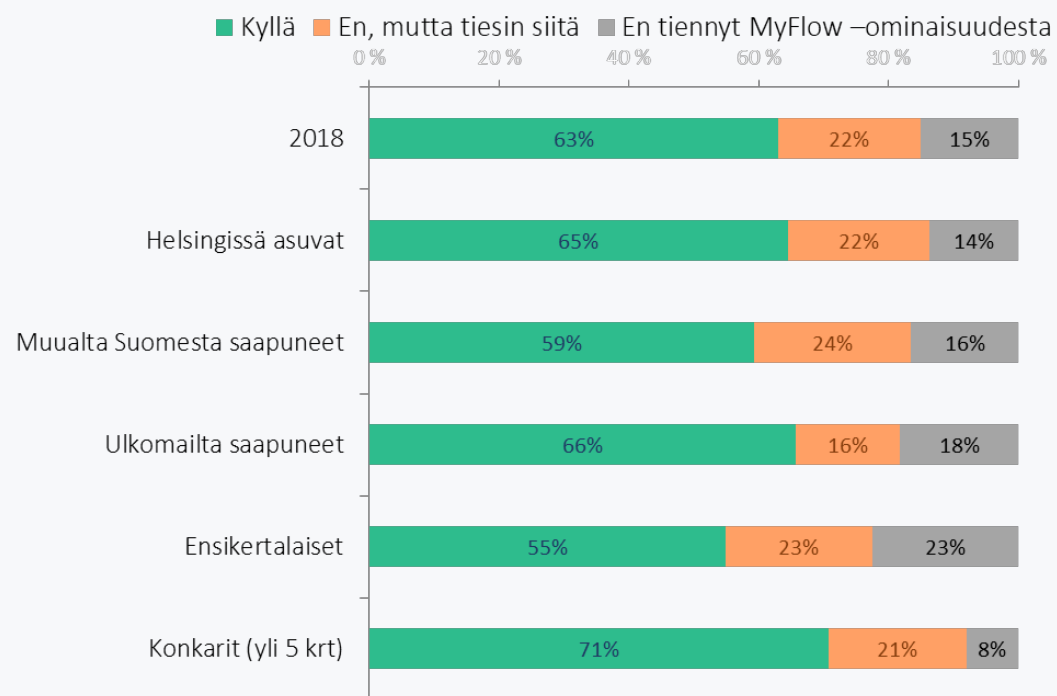
# Flow'n applikaatio

"Mitä mieltä olit tapahtuman mobiiliapplikaatiosta?"



# MyFlow

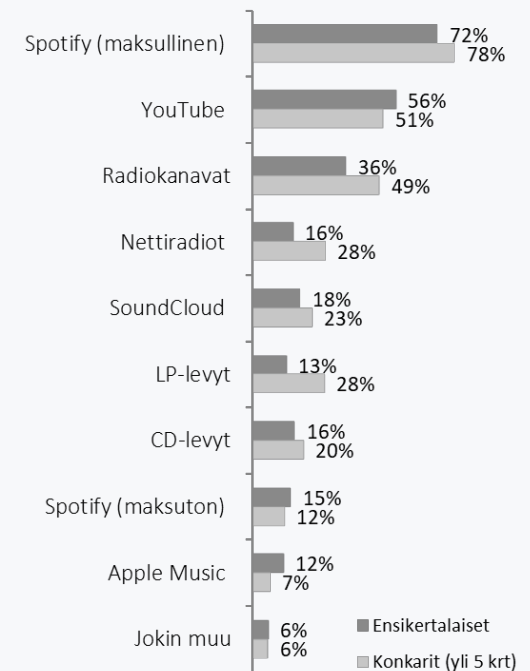
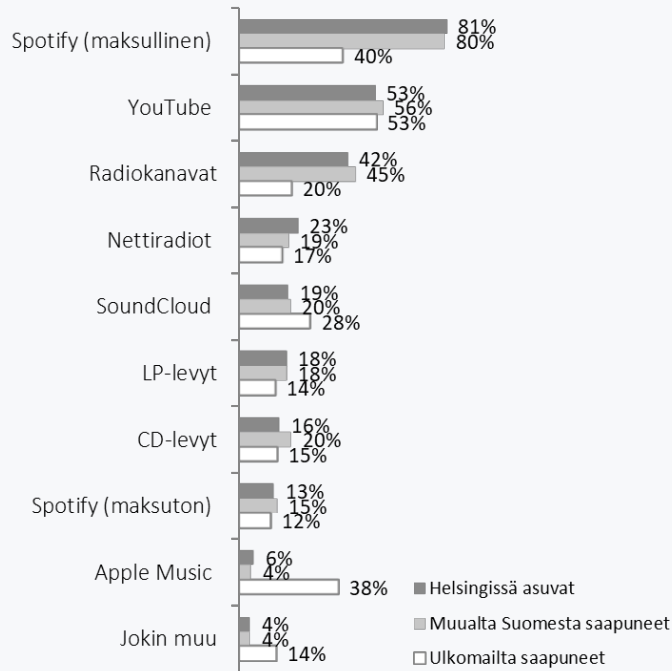
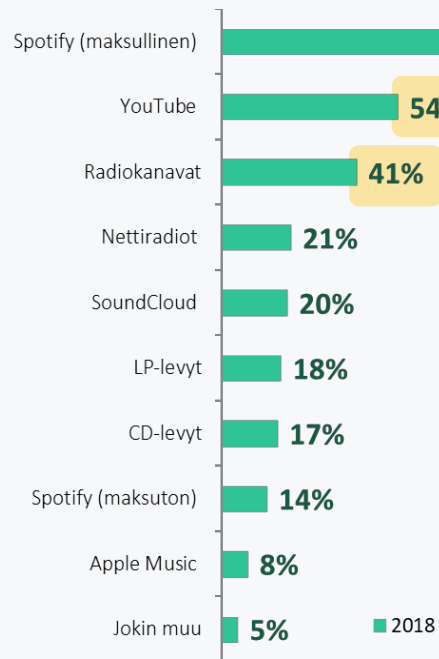
*"Käytitkö MyFlow –ominaisuutta mobiiliapplikaatiossa tai Flow'n verkkosivuilla?"*





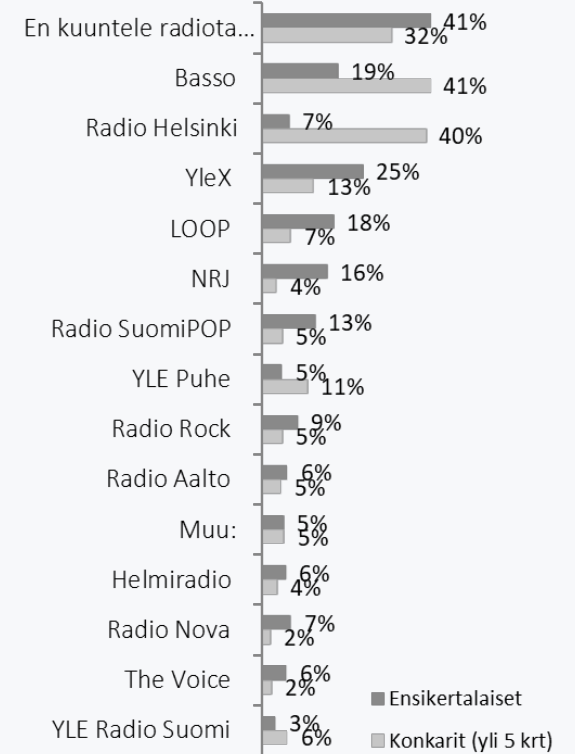
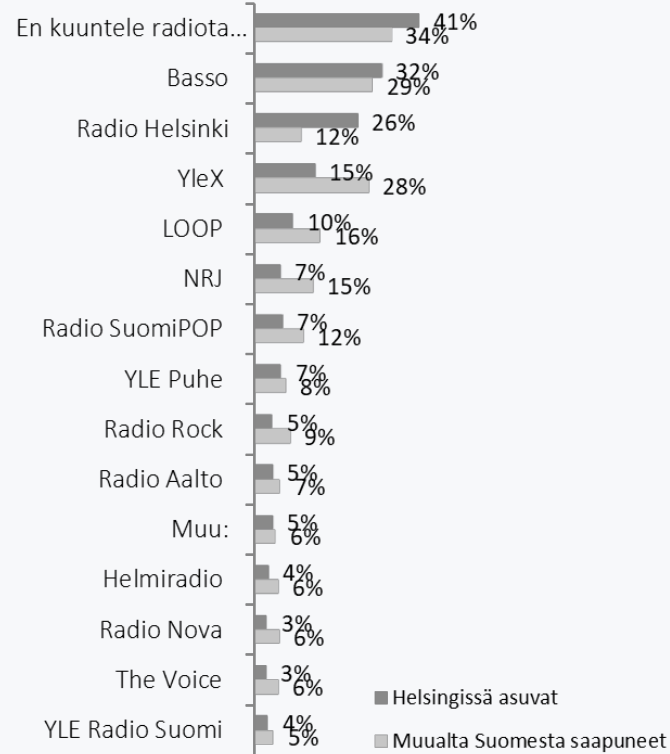
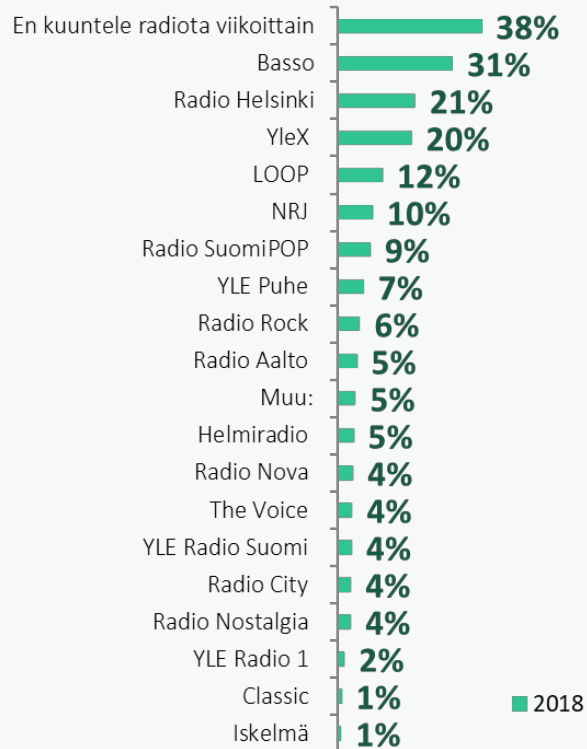
# Musiikin kuuntelu

”Mitä seuraavista käytät säännöllisesti musiikin kuunteluun?”



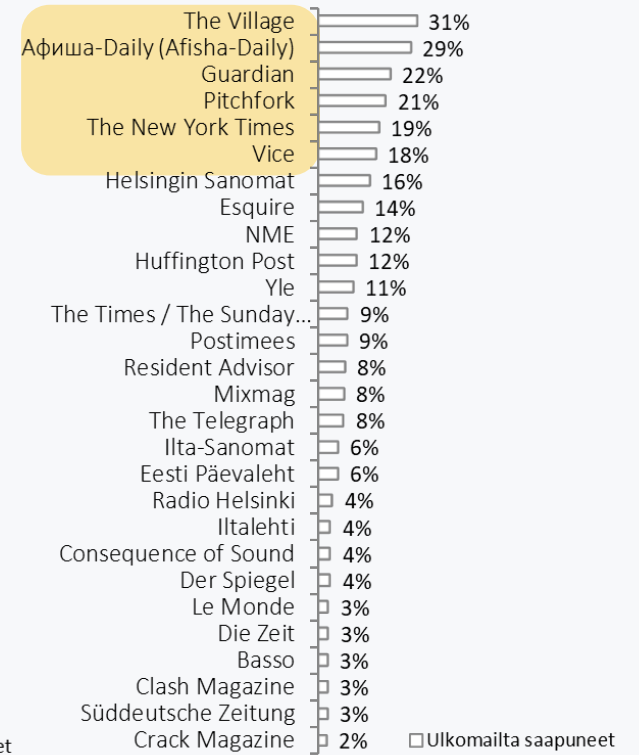
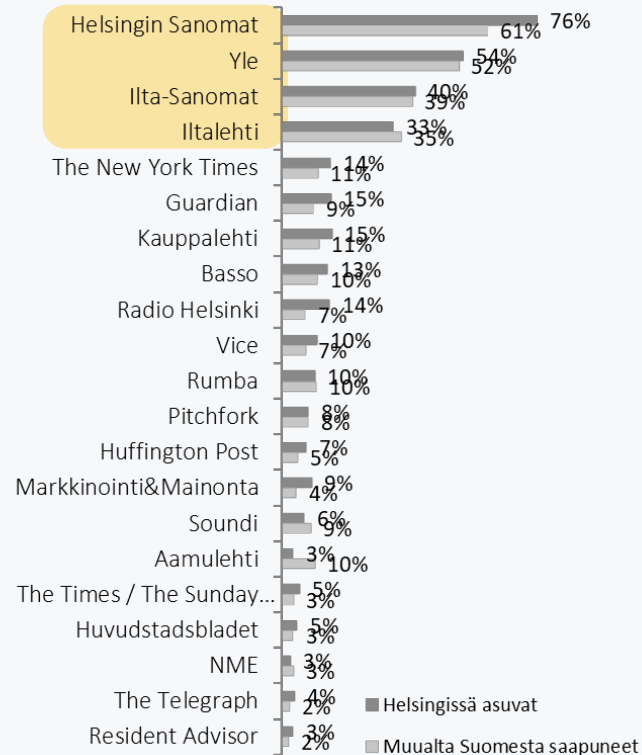
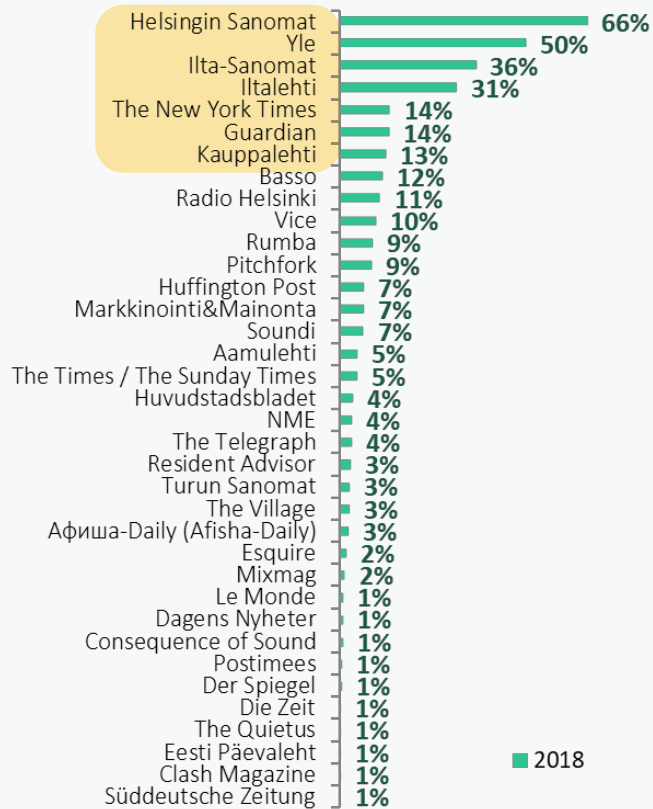
# Radion kuuntelu

”Mitä radiokanavia kuuntelet viikoittain?”



# Verkkomedioiden seuraaminen

”Mitä verkkomediaa seuraat?”



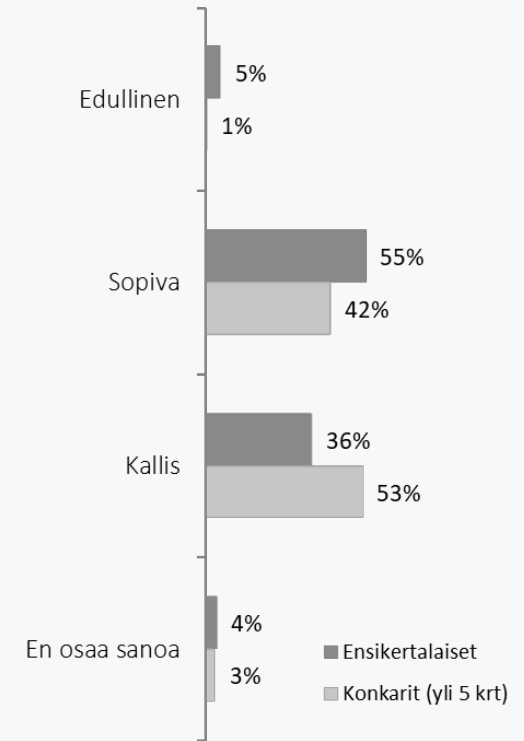
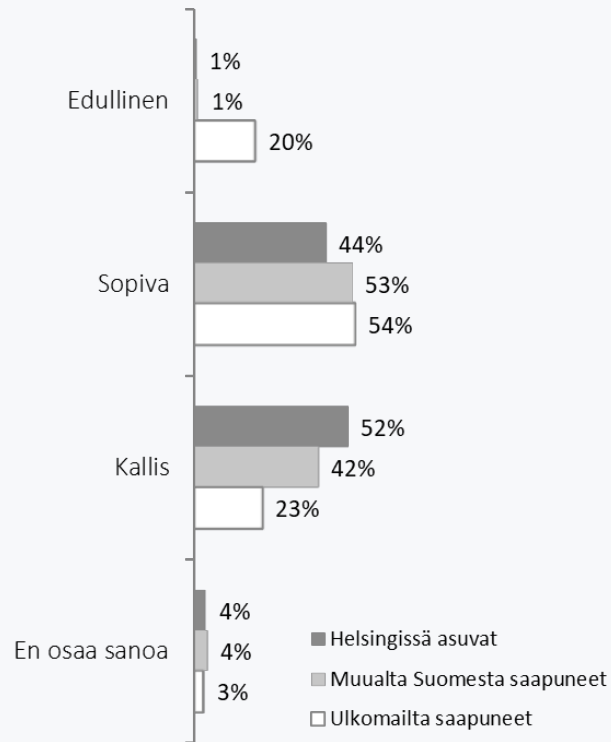
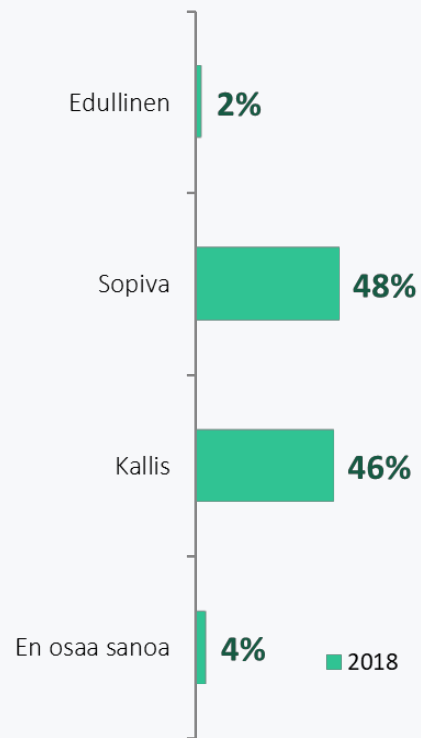
*”Kehitysehdotukset markkinointiin, sosiaaliseen mediaan, verkkosivuihin tai applikaatioon liittyen”*

→ *Ks. Avointen palautteiden erillinen tiedosto*

# Tyytyväisyys tapahtumaan

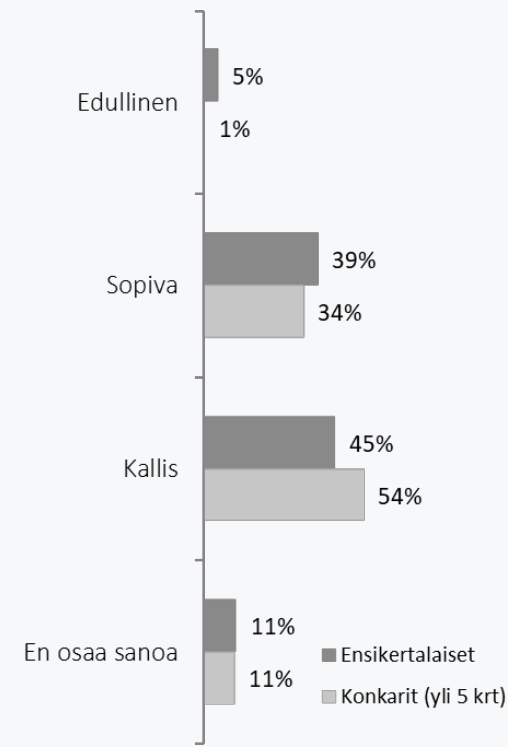
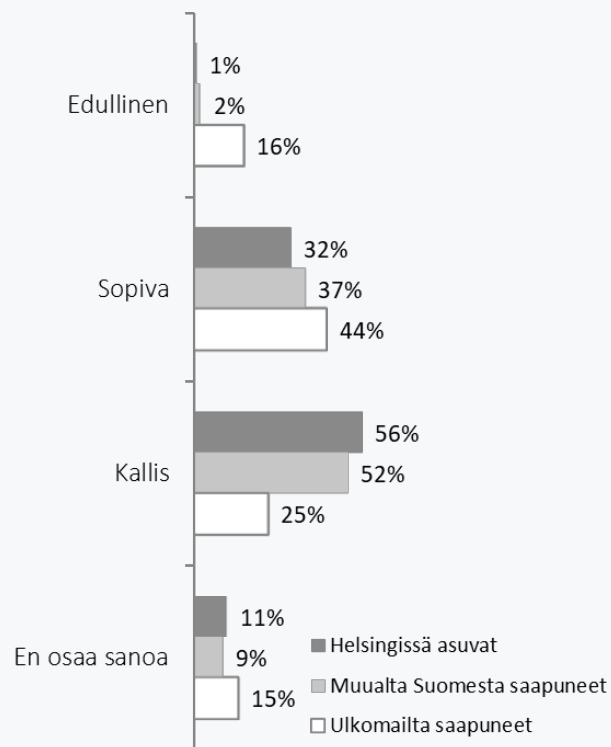
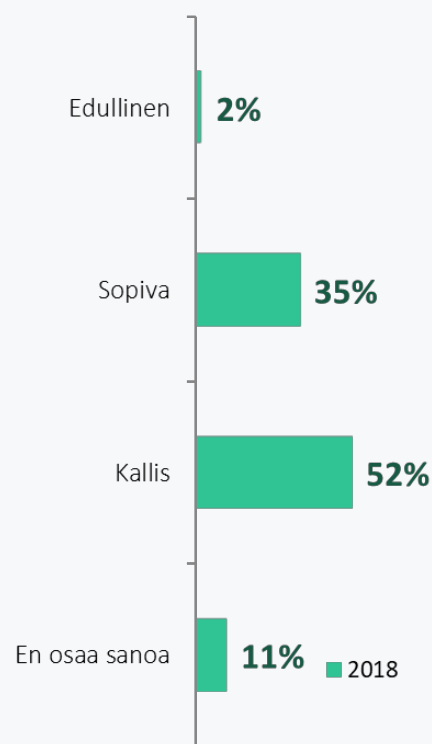
# Hintatyytyväisyys

"Oliko Flow-lipun hinta tapahtuman antiin verrattuna..."



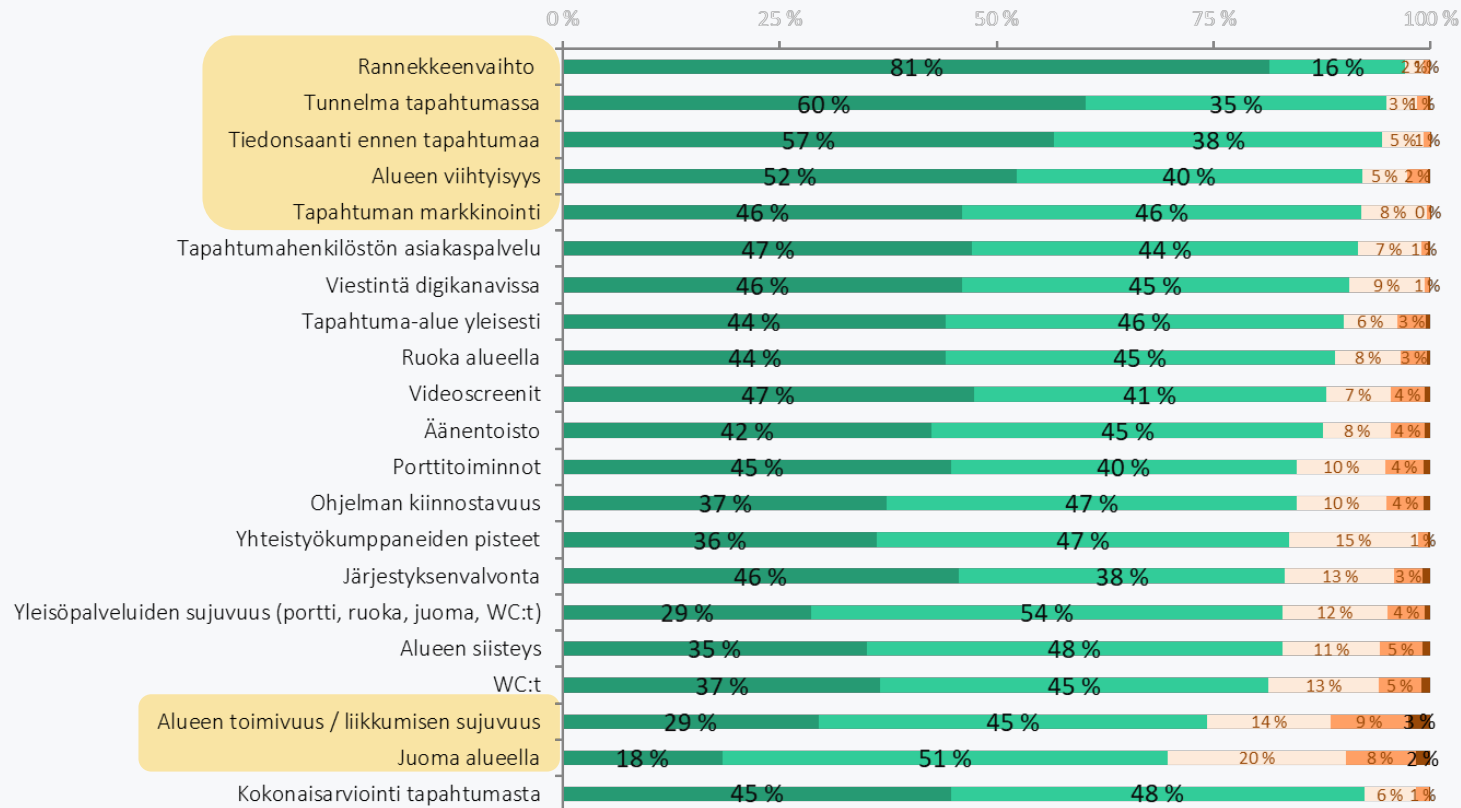
# Hintatyytyväisyys verrattuna muihin tapahtumiin

"Onko Flow-lipun hinta mielestäsi suhteessa muihin monipäiväisiin musiikkifestivaaleihin..."



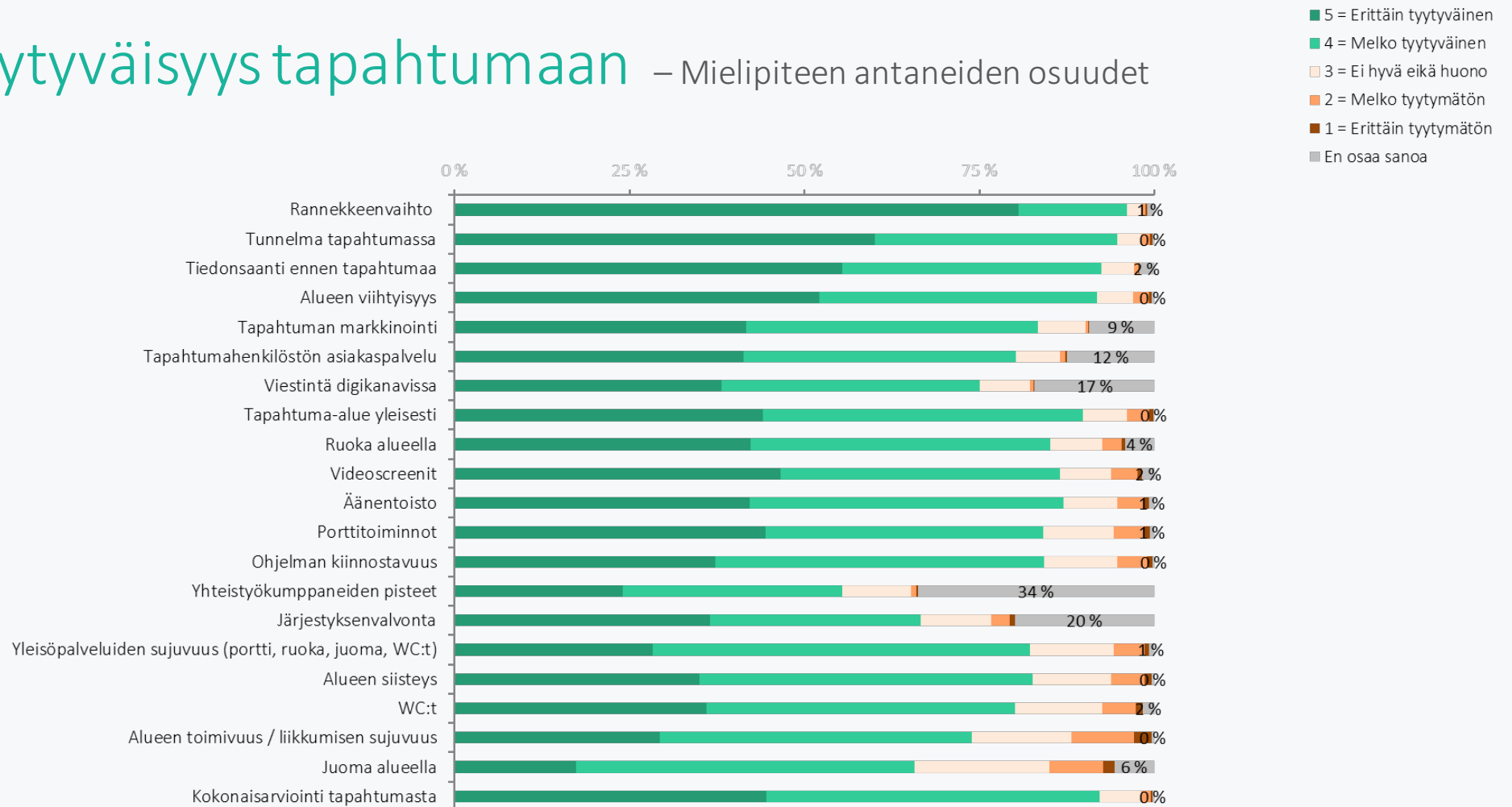
# Tyytyväisyys tapahtumaan

- 5 = Erittäin tyytyväinen
- 4 = Melko tyytyväinen
- 3 = Ei hyvä eikä huono
- 2 = Melko tyytymätön
- 1 = Erittäin tyytymätön

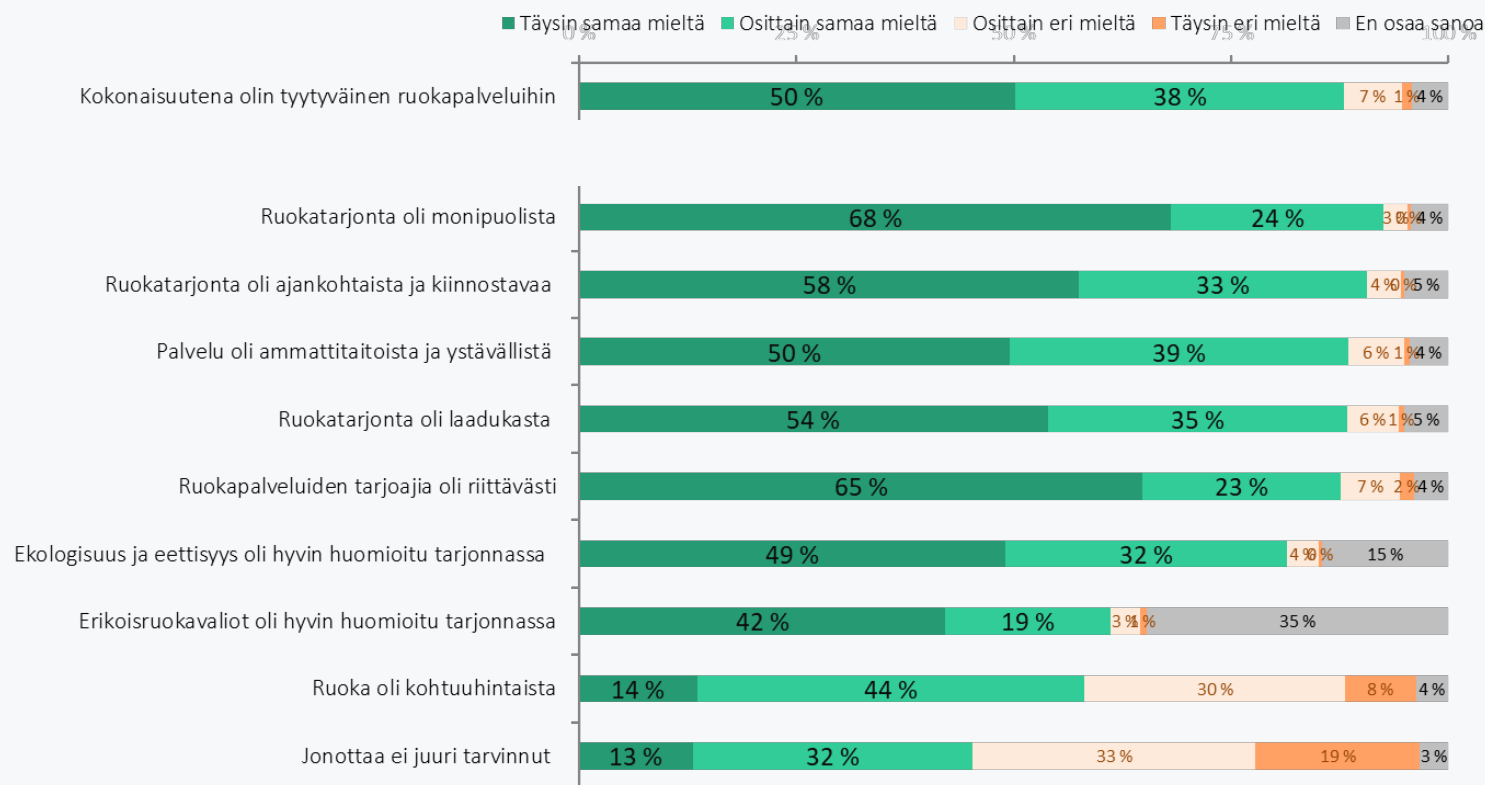




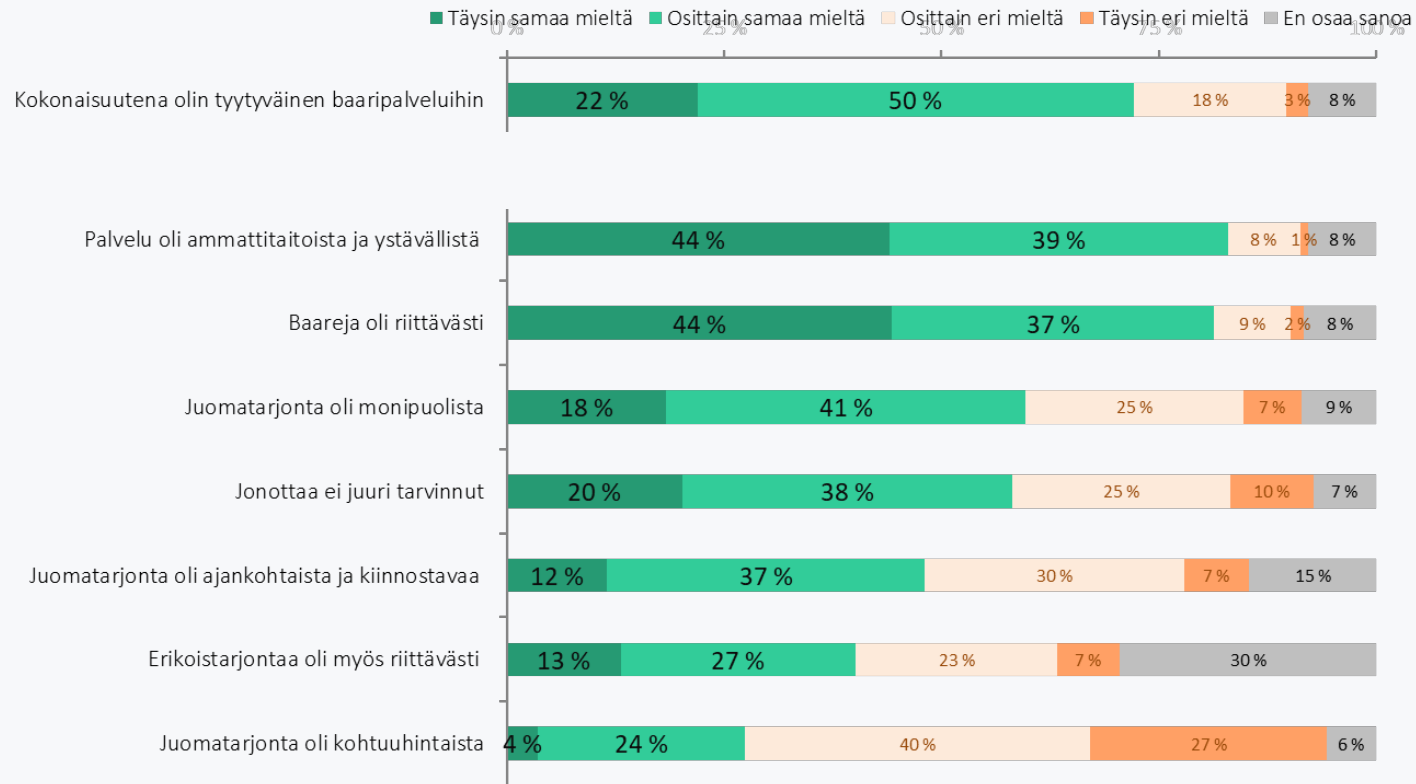
# Tyytyväisyys tapahtumaan – Mielenpiteen antaneiden osuudet



# Ruokapalvelut alueella

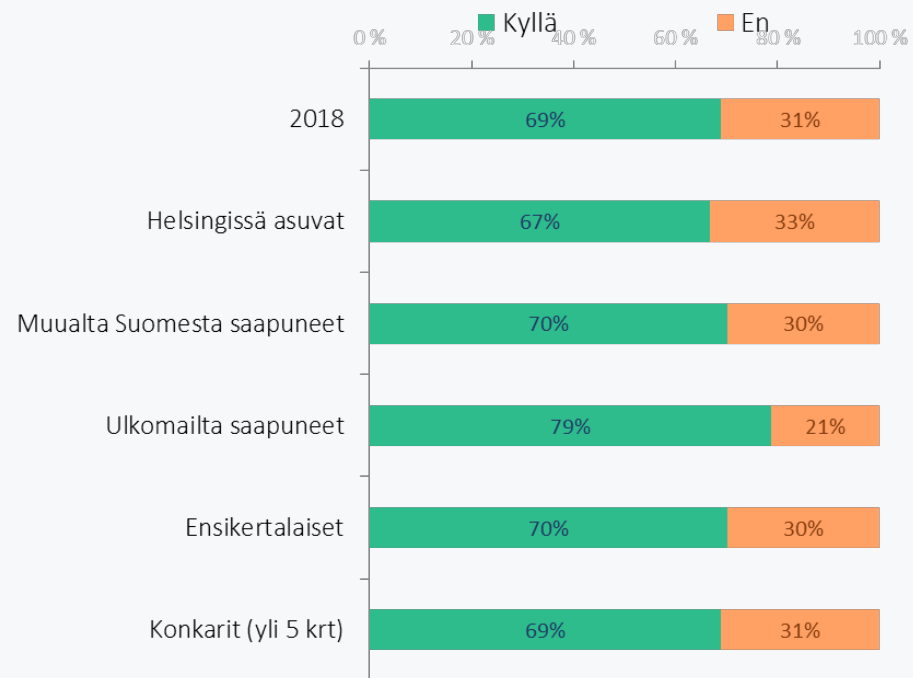


# Baaripalvelut alueella

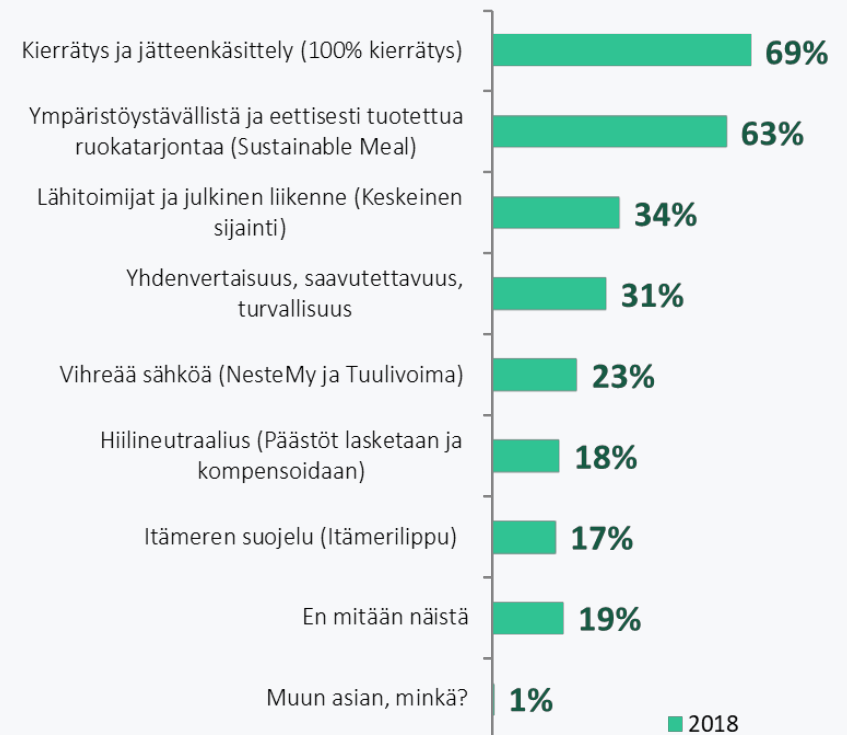


# Sustainable Flow

”Huomasitko Flow Festivalin Sustainable Flow –vastuullisuusohjelman?”

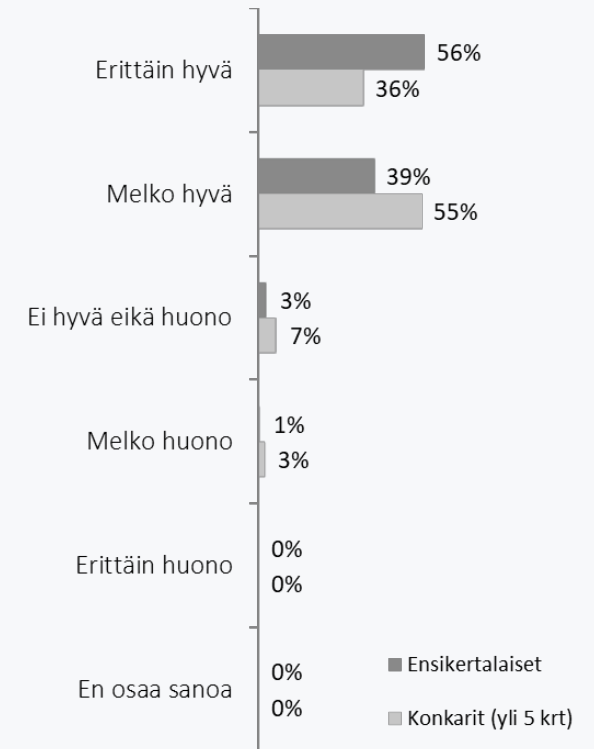
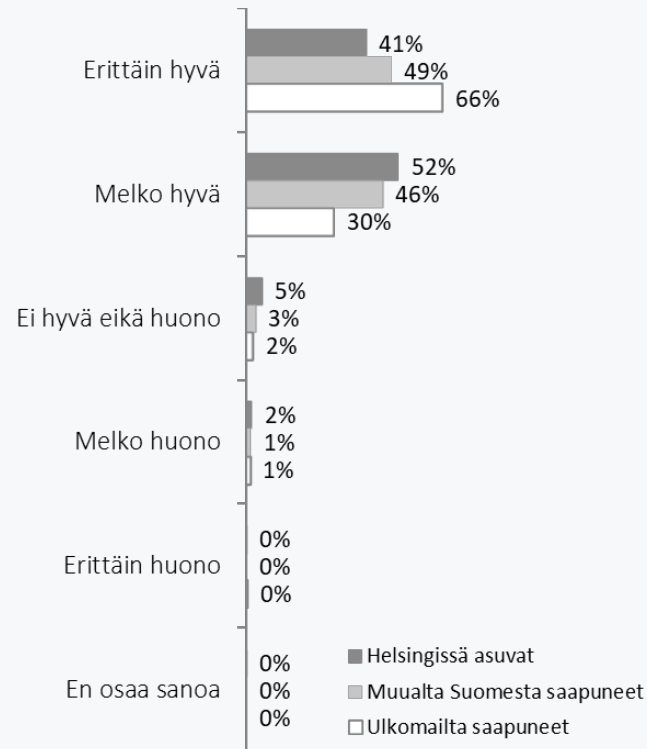
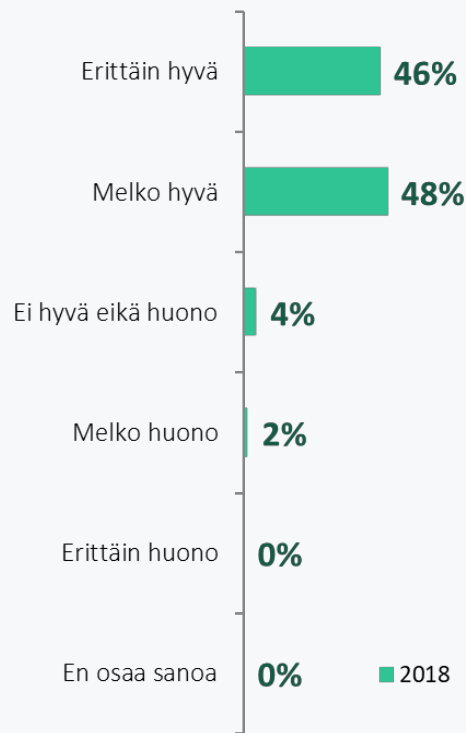


”Mitä huomasit vastuullisuusohjelmasta?” (% ohjelman huomanneista)



# Kokonaisarvio

”Kerro miten hyvin viihdyit tapahtumassa, eli oliko tapahtuma mielestäsi kokonaisuutena...”



*”Mikä oli parasta tämän vuoden Flowssa? - Mainitse lyhyesti 1-3 asiaa”*

*”Ehdotuksesi tapahtumakokemuksen parantamiseen.”*

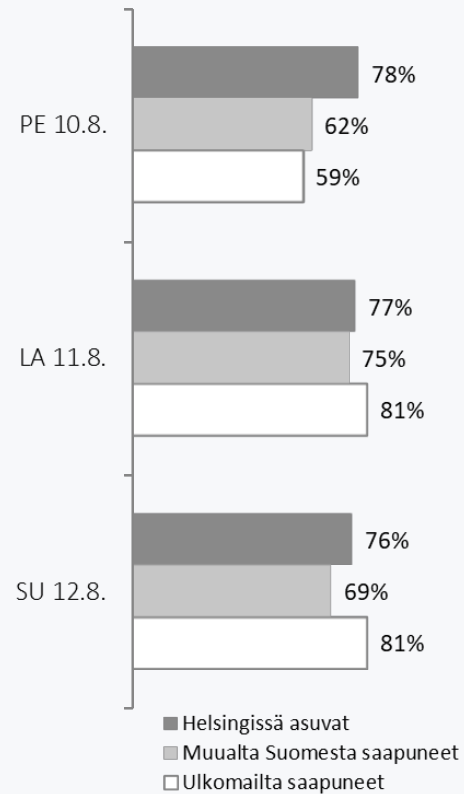
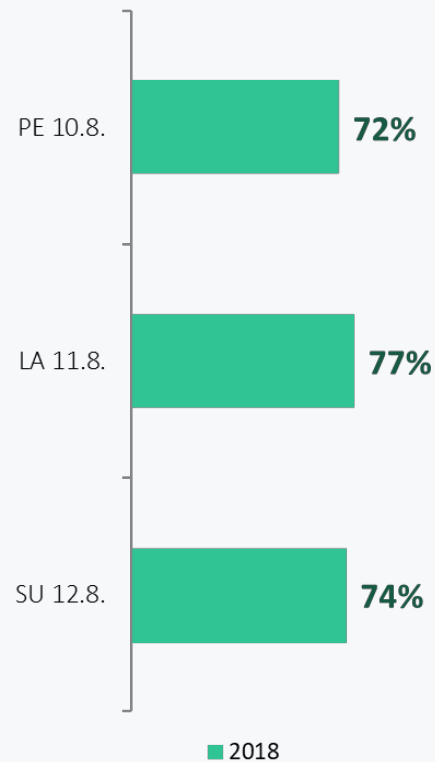
*”Kerro esiintyjätöiveesi vuoden 2019 Flow Festivalille”*

→ *Ks. Avointen palautteiden erillinen tiedosto*

# Majoittuminen & rahankäyttö Helsingissä

# Paikallaolopäivät

"Minä päivinä olit tapahtumassa?"

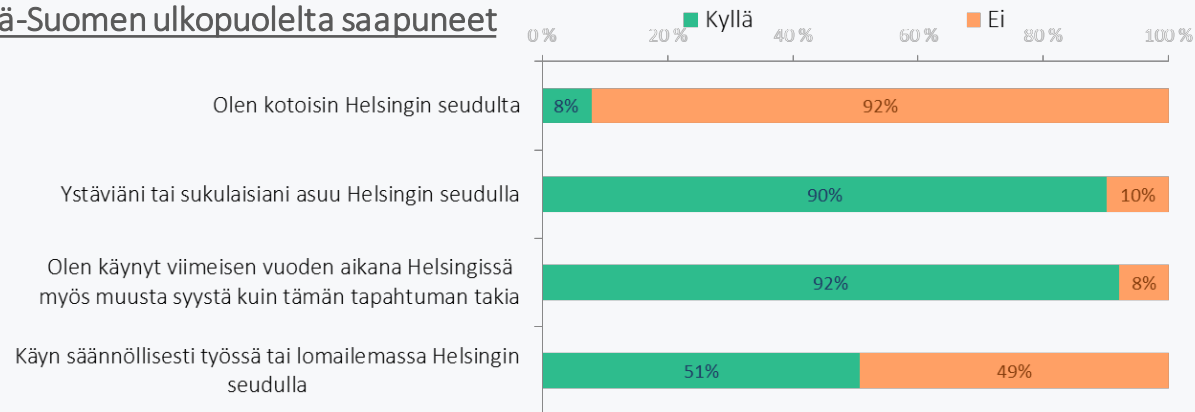


Vastaajaotoksen mukaan  
kävijä oli tapahtumassa  
keskimäärin 2,23 päivänä.

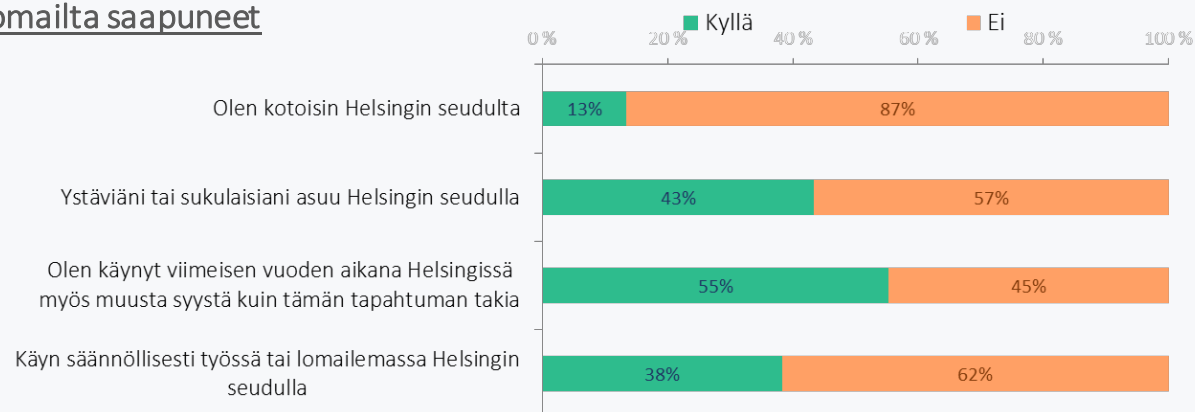


# Suhde Helsinkiin (\*kysytty vain muualta saapuneilta)

## Etelä-Suomen ulkopuolelta saapuneet



## Ulkomailta saapuneet



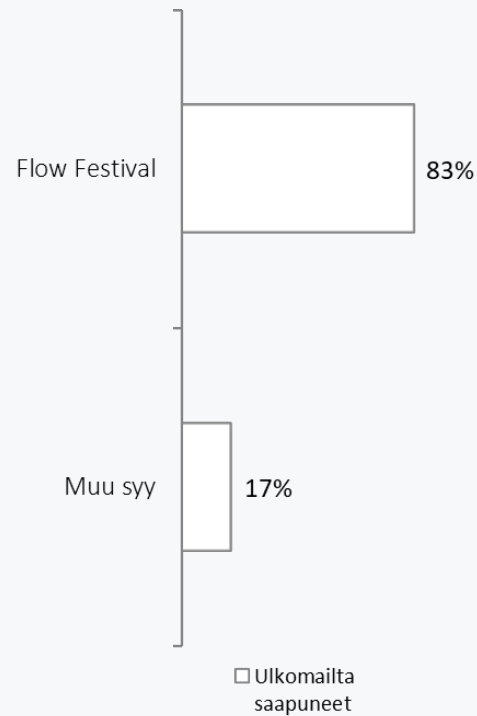
Muualta Suomesta saapuneista  
90 %:lla asuu ystäviä tai sukulaisia  
Helsingin seudulla  
(18 % majoittui hotellissa tai  
vuokralla).

Ulkomailta saapuneista  
43 %:lla asuu ystäviä tai sukulaisia  
Helsingin seudulla  
(64 % majoittui hotellissa tai  
vuokralla).

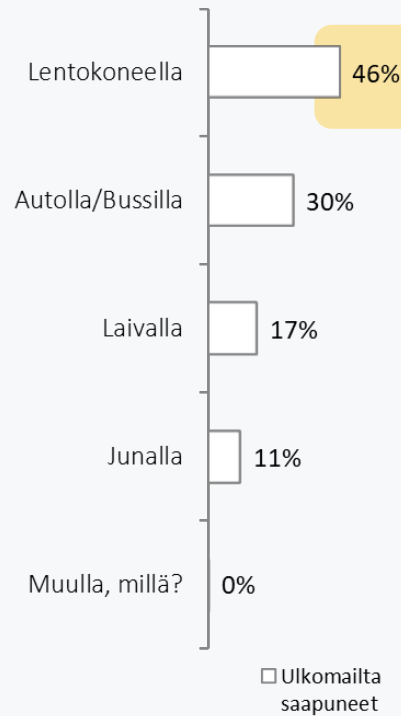
# Taustat saapumisesta

(\*kysytty vain ulkomailta saapuneilta)

”Mikä oli ensisijainen syysi vieraillla Suomessa?”

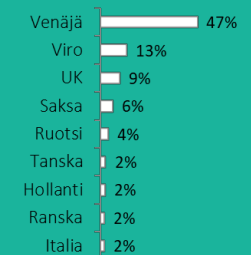


”Matkustitko Suomeen...”



Lähes puolet ulkomailta saapuneista tuli Suomeen lentäen.

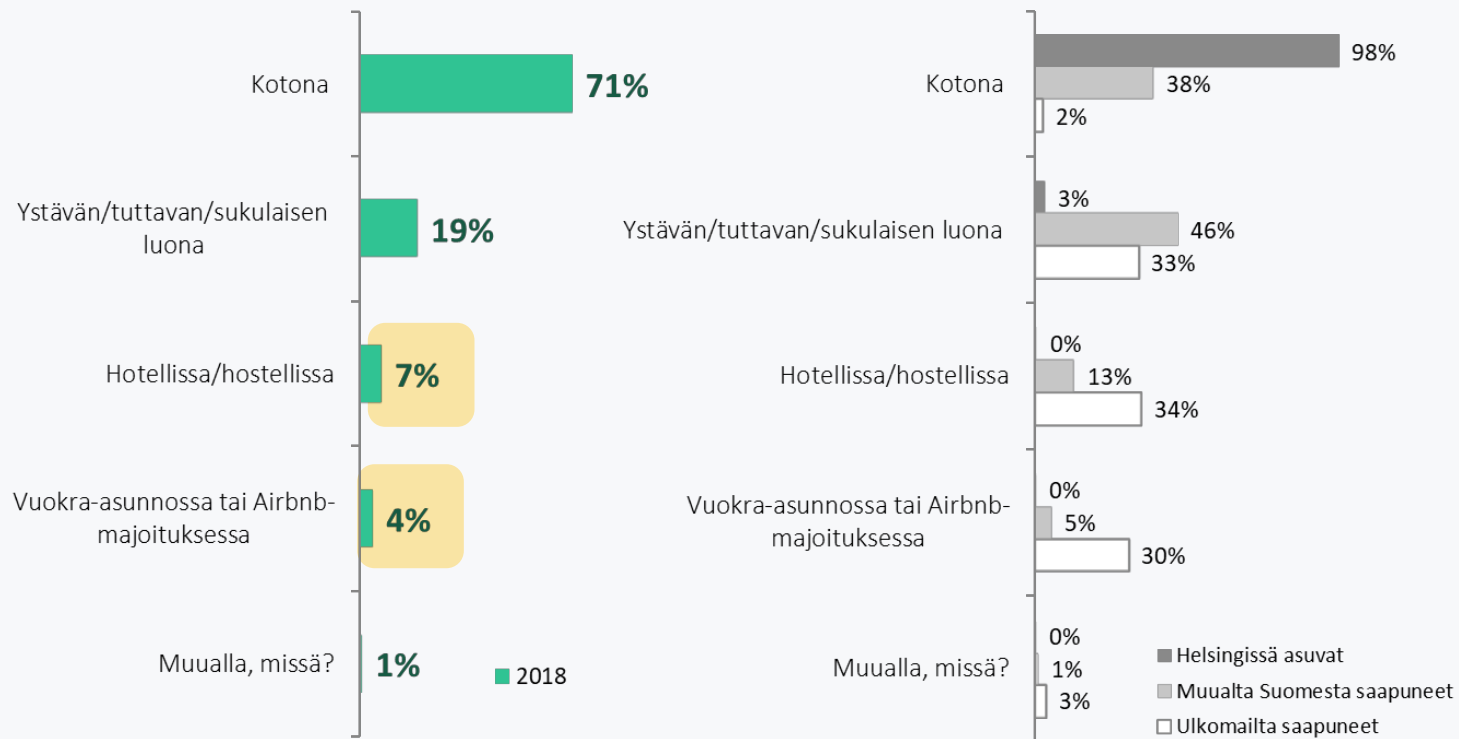
Ulkomailla asuvista vastaajista lähes puolet oli Venäjältä.



Yli puolet ulkomailla asuvista saapui Pietarin, Moskovan tai Tallinnan alueilta.

# Majoittuminen

”Missä majoituit tapahtumavierailun yhteydessä?”



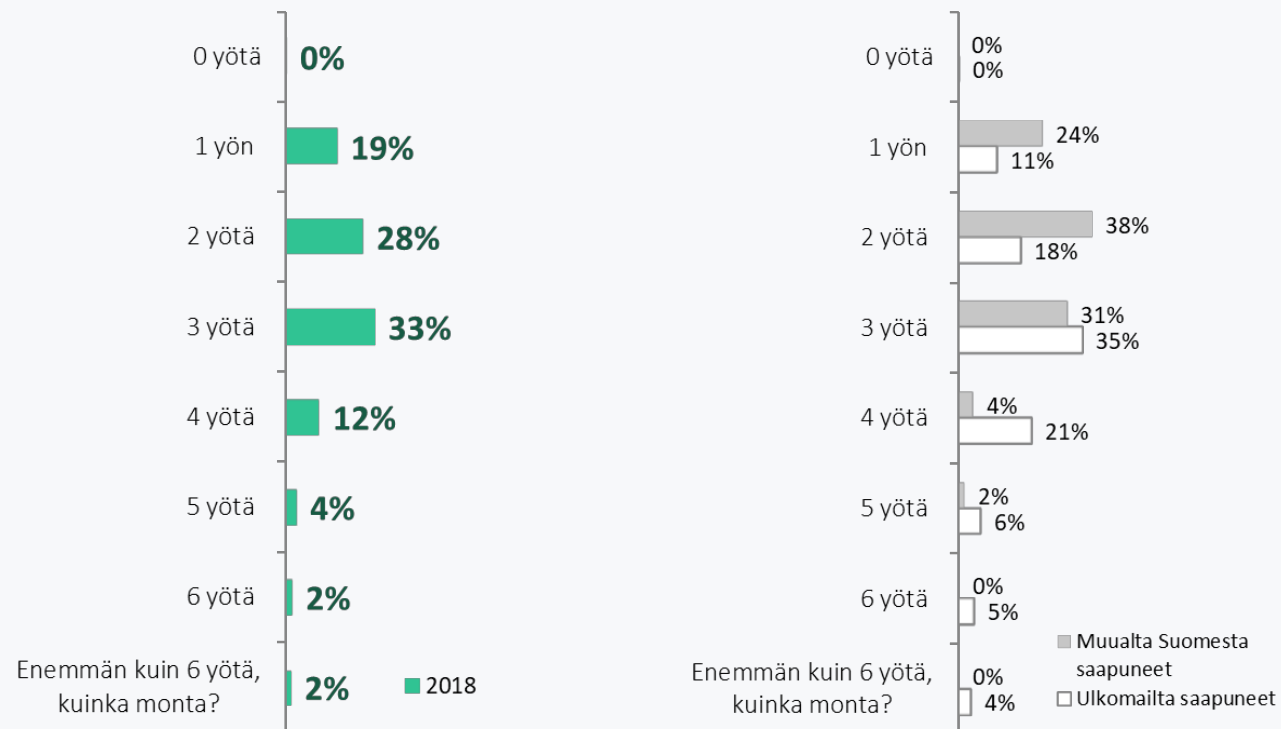
Tapahtuman erillisten kävijöiden määräksi kerrottiin noin 49 000 eri tapahtumakävijää.

Vastajaotoksen mukaan kaikista kävijöistä 11,3 % majoittui hotellissa, hostellissa tai vuokra-asunnossa.

Tällöin laskennallisesti hotellissa, hostellissa tai vuokra-asunnossa yöpyneitä olisi noin 5 500 henkilöä.

## Yöt Helsingissä (\*kysytty vain hotelli-, hostelli- ja vuokramajoittuneilta)

”Kuinka monta yötä majoituit Helsingissä tapahtumavierailun yhteydessä?”



Yli 80 % hotellissa, hostellissa tai vuokralla majoittuneista yöpyy Helsingissä pidempään kuin yhden yön.

## Tapahtumakävijöiden rahankäyttö – Flow Festival 2018

”Arvioi kuinka paljon käytit henkilökohtaisesti rahaa ostoihin ja palveluihin TAPAHTUMA-ALUEELLA.

Kirjaa kenttään euromäärä pelkinä numeroina. Tarvittaessa kirjaa kenttään...'0' (nolla) jos et käyttänyt lainkaan rahaa kysytyyn asiaan; tai 'x' jos et osaa antaa arviota kulutuksesta”

	<b>AVG.</b>	
Ruoka tapahtuma-alueella	36,34	€
Juomat tapahtuma-alueella	76,04	€
Muut ostokset tapahtuma-alueella	5,07	€
Oman lippusi hinta (myös ennakoon ostetun)	149,86	€
<b>Kaikki vastaajat</b>	<b>267,31</b>	€

”Arvioi kuinka paljon käytit henkilökohtaisesti rahaa ostoihin ja palveluihin HELSINGISSÄ tapahtuma-alueen ulkopuolella vierailusi aikana.

Kirjaa kenttään euromäärä pelkinä numeroina. Tarvittaessa kirjaa kenttään...'0' (nolla) jos et käyttänyt lainkaan rahaa kysytyyn asiaan; tai 'x' jos et osaa antaa arviota kulutuksesta”

	<b>AVG.</b>	
Majoittuminen Helsingissä	21,30	€
Kuljetuspalvelut Helsingissä (julkinen liikenne, taksi, tms.)	13,26	€
Ravintolapalvelut (ruoka ja juoma)	22,83	€
Muut ostokset (ruokakaupat, myymälät, tms.)	29,77	€
Muu kulutus (viihde, polttoaineet, tms.)	9,28	€
<b>Kaikki vastaajat</b>	<b>96,44</b>	€

# Tapahtumakävijöiden rahankäyttö – Flow Festival 2018

”Arvioi kuinka paljon käytit henkilökohtaisesti rahaa ostoihin ja palveluihin TAPAHTUMA-ALUEELLA.

Kirjaa kenttään euromäärä pelkinä numeroina. Tarvittaessa kirjaa kenttään...’0’ (nolla) jos et käyttänyt lainkaan rahaa kysytyyn asiaan; tai ’x’ jos et osaa antaa arviota kulutuksesta”

	<u>AVG.</u>	
Ruoka tapahtuma-alueella	37,76	€
Juomat tapahtuma-alueella	84,06	€
Muut ostokset tapahtuma-alueella	3,83	€
Oman lippusi hinta (myös ennakkoon ostetun)	152,47	€
<b>Helsingissä asuvat</b>	<b>278,12</b>	<b>€</b>

	<u>AVG.</u>	
Ruoka tapahtuma-alueella	33,90	€
Juomat tapahtuma-alueella	67,61	€
Muut ostokset tapahtuma-alueella	6,09	€
Oman lippusi hinta (myös ennakkoon ostetun)	145,86	€
<b>Muualta Suomesta saapuneet</b>	<b>253,46</b>	<b>€</b>

	<u>AVG.</u>	
Ruoka tapahtuma-alueella	35,53	€
Juomat tapahtuma-alueella	50,90	€
Muut ostokset tapahtuma-alueella	9,97	€
Oman lippusi hinta (myös ennakkoon ostetun)	149,38	€
<b>Ulkomailta saapuneet</b>	<b>245,78</b>	<b>€</b>

”Arvioi kuinka paljon käytit henkilökohtaisesti rahaa ostoihin ja palveluihin HELSINGISSÄ tapahtuma-alueen ulkopuolella vierailusi aikana.

Kirjaa kenttään euromäärä pelkinä numeroina. Tarvittaessa kirjaa kenttään...’0’ (nolla) jos et käyttänyt lainkaan rahaa kysytyyn asiaan; tai ’x’ jos et osaa antaa arviota kulutuksesta”

	<u>AVG.</u>	
Majoittuminen Helsingissä	1,07	€
Kuljetuspalvelut Helsingissä (julkinen liikenne, taksi, tms.)	8,08	€
Ravintolapalvelut (ruoka ja juoma)	15,93	€
Muut ostokset (ruokakaupat, myymälät, tms.)	25,58	€
Muu kulutus (viihde, polttoaineet, tms.)	6,51	€
<b>Helsingissä asuvat</b>	<b>57,17</b>	<b>€</b>

	<u>AVG.</u>	
Majoittuminen Helsingissä	25,97	€
Kuljetuspalvelut Helsingissä (julkinen liikenne, taksi, tms.)	18,21	€
Ravintolapalvelut (ruoka ja juoma)	23,96	€
Muut ostokset (ruokakaupat, myymälät, tms.)	28,17	€
Muu kulutus (viihde, polttoaineet, tms.)	9,83	€
<b>Muualta Suomesta saapuneet</b>	<b>106,14</b>	<b>€</b>

	<u>AVG.</u>	
Majoittuminen Helsingissä	142,19	€
Kuljetuspalvelut Helsingissä (julkinen liikenne, taksi, tms.)	30,86	€
Ravintolapalvelut (ruoka ja juoma)	68,72	€
Muut ostokset (ruokakaupat, myymälät, tms.)	76,19	€
Muu kulutus (viihde, polttoaineet, tms.)	27,63	€
<b>Ulkomailta saapuneet</b>	<b>345,59</b>	<b>€</b>

## Tapahtumäkävijöiden rahankäyttö – Flow Festival 2018

TAPAHTUMASSA (sis. liput)

13,0 – 13,2 milj. €

HELSINGISSÄ TAPAHTUMAN ULKOPUOLELLA

4,7 – 5,8 milj. €

Muualta Suomesta saapuneet n. 1,5 milj. €

Ulkomailta saapuneet n. 2,7 milj. €

17 – 19 milj. €

...josta Helsingin ulkopuolelta saapuneiden osuus

9,7 – 9,8 milj. €

## *”Mikä yllätti sinut Helsingissä myönteisesti?”*

*“Very green area, the architecture is nice and the fact that you can drink tap water is amazing.”*

*“Finnish gulf shore, proximity to water, suomenlinna fortress, a lot of supermarkets, drinking tap water”*

*“The architecture of the city is very interesting, a walk around the city with no aim is quite a sightseeing itself.”*

*“I really liked street art. it is everywhere: on buildings, asphalt, switchboards And also I liked that you can find a place for separate waste collection!”*

*“Helsinki City Bikes, public transportation in general, bike lanes/paths (bike friendly atmosphere), 24/7 open supermarket, public toilets”*

*“I’ve never been to Kiasma before and was shocked it’s so close to the city center”*

*“Locals were very kind and fun. Loads of second hand stores, which is nice.”*

*“The cleanliness of the city, and how much more vegan foods are available:)”*

*“Very well organized public transport system”*

*“The city overall is beautiful and surprisingly calm for such a large city.”*

*“It’s quiet and calm city for a capital. Well organized and clean. The city has really good bicycle traffic system. It allows you to travel fast across the city. Best coffee was served at Cafe Regata.”*

*“New Amos Rex building.”*

*“Suvilahti area and Suvilahti DIY area, Helsinki downtown.”*

*“The massive variety of ice cream.”*



## *”Mikä yllätti sinut Helsingissä kielteisesti?”*

*People littering on the streets, including festival area, which is for me surprisingly discords with Finnish live style and values.*

*“Hard to buy transport ticket if you dont have internet. Not possible to pay cash in the ticket machine. We had to walk without transport.:)”*

*“A lot of litter everywhere. It was really bad surprise. I always thought that Helsinki is very clear city.”*

*“Seems to be not enough bike lanes or unclear bike lanes.”*

*“Tram tickets were difficult to buy from the machine”*

*“Used sigarets on the streets”*

*“I haven't found any tastycafe in Helsinki, but it's not really a problem, because you have wide choice in groceries”*

*“You can't buy a tram ticket from the driver? What? :)))”*

*“There were many real "Manneken Pis" (guys taking a piss in the street). It was quite dirty near the Central Railway Station.”*

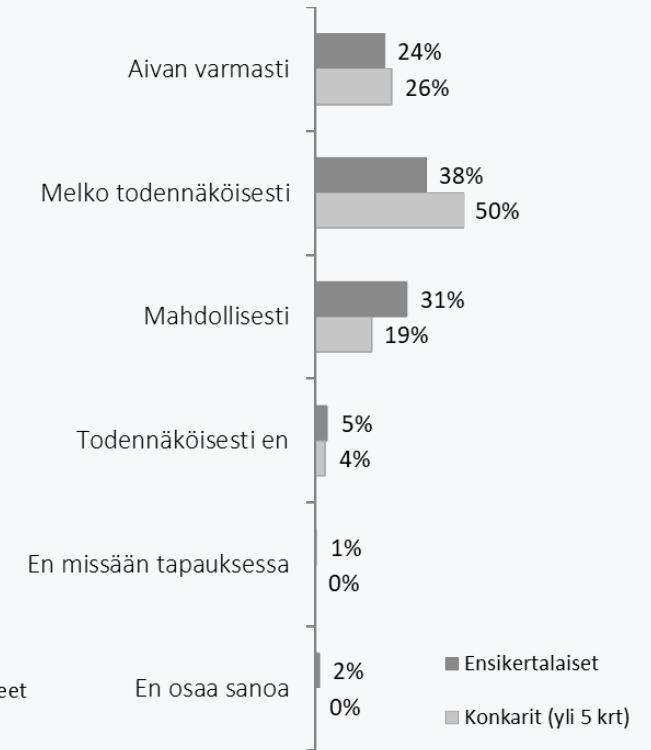
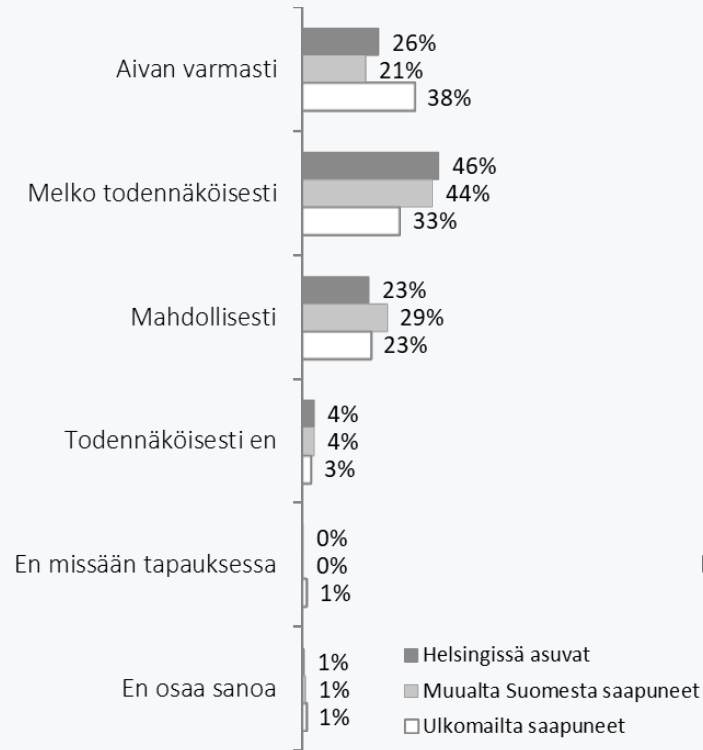
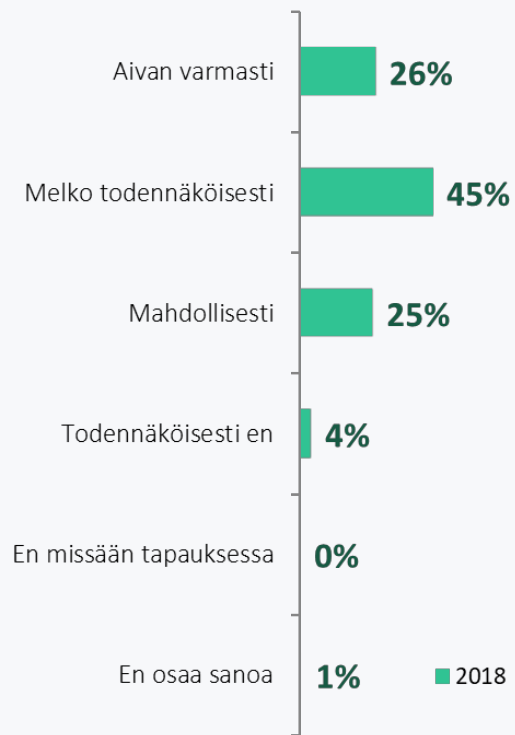
*“About 90% of people we encountered were super friendly and helped us out whenever we needed it. However the other 10% were super drunk people and alcoholics harrassing us.”*

*“Sörnäinen was full of trash. buying tram tickets was a hassel.”*

*“The bad behavior by many of the younger fans at FLOW this year”*

# Tuleva vuosi

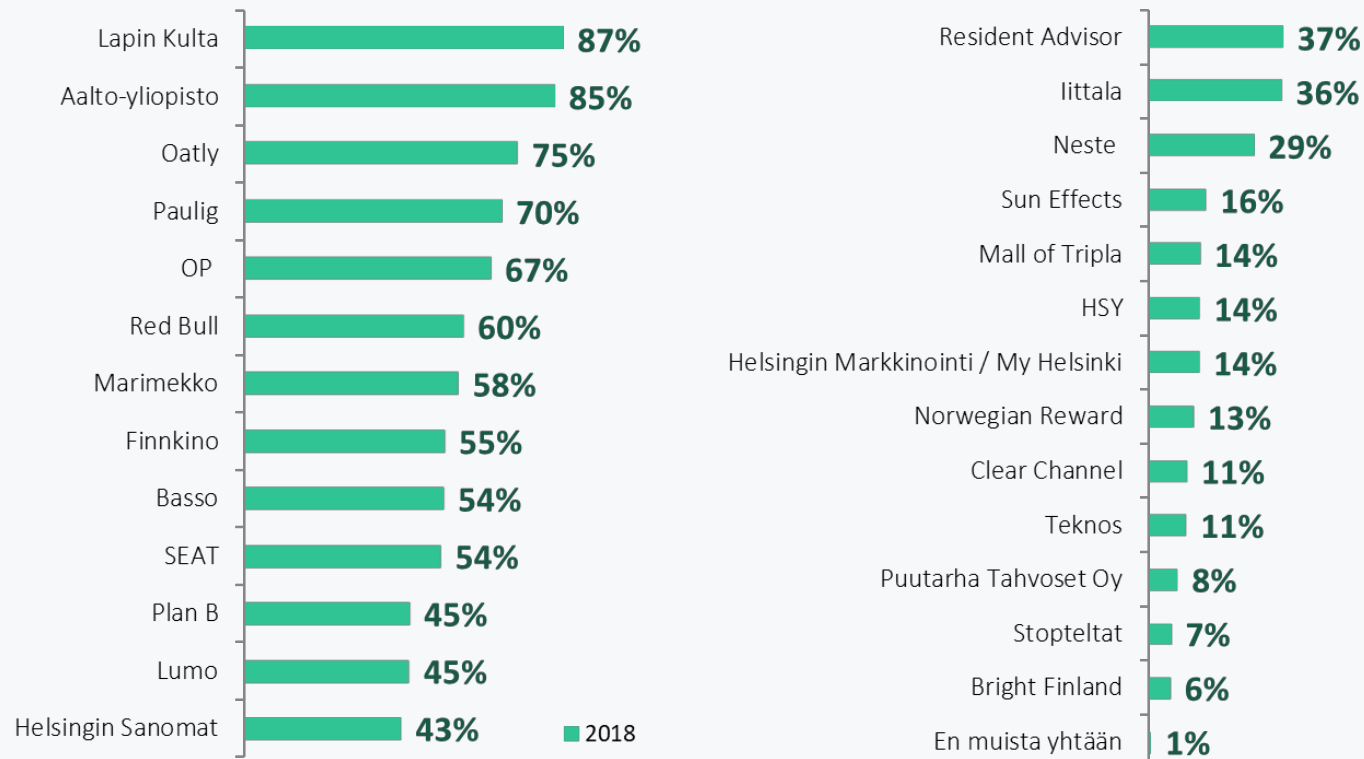
”Kuinka todennäköisesti tulet tapahtumaan ensi vuonna?”



# Yhteistyökumppanit

# Yhteistyökumppaneiden muistaminen

”Valitse alla listatuista yrityksistä kaikki ne, jotka muistat nähneesi festivaalialueella tai Flow’n viestinnässä.”



Top-10 huomatuimpien  
kumppaneiden keskiarvo

Flow 2018: 67 %

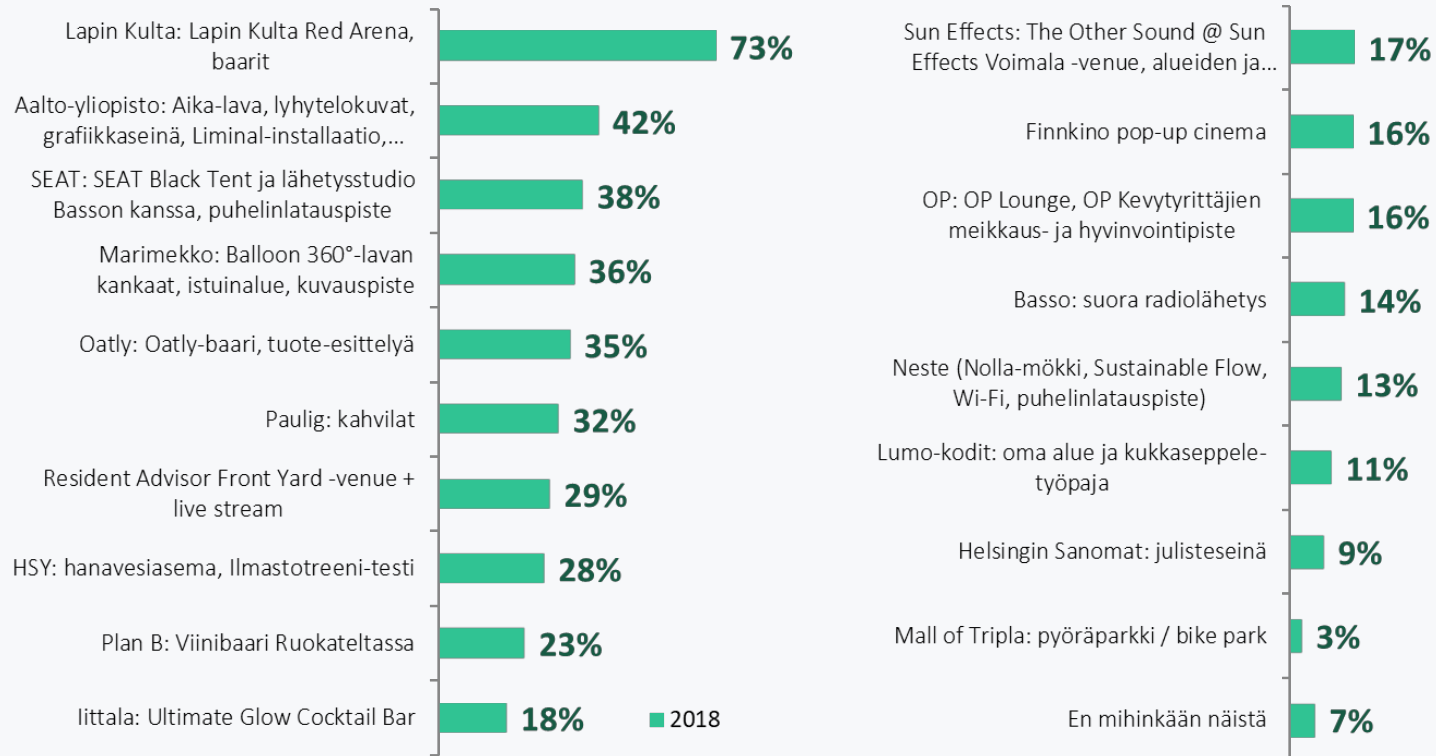
## Benchmark-keskiarvot

Musiikki- ja kulttuuritapahtumat: 33%

Urheilutapahtumat: 53%

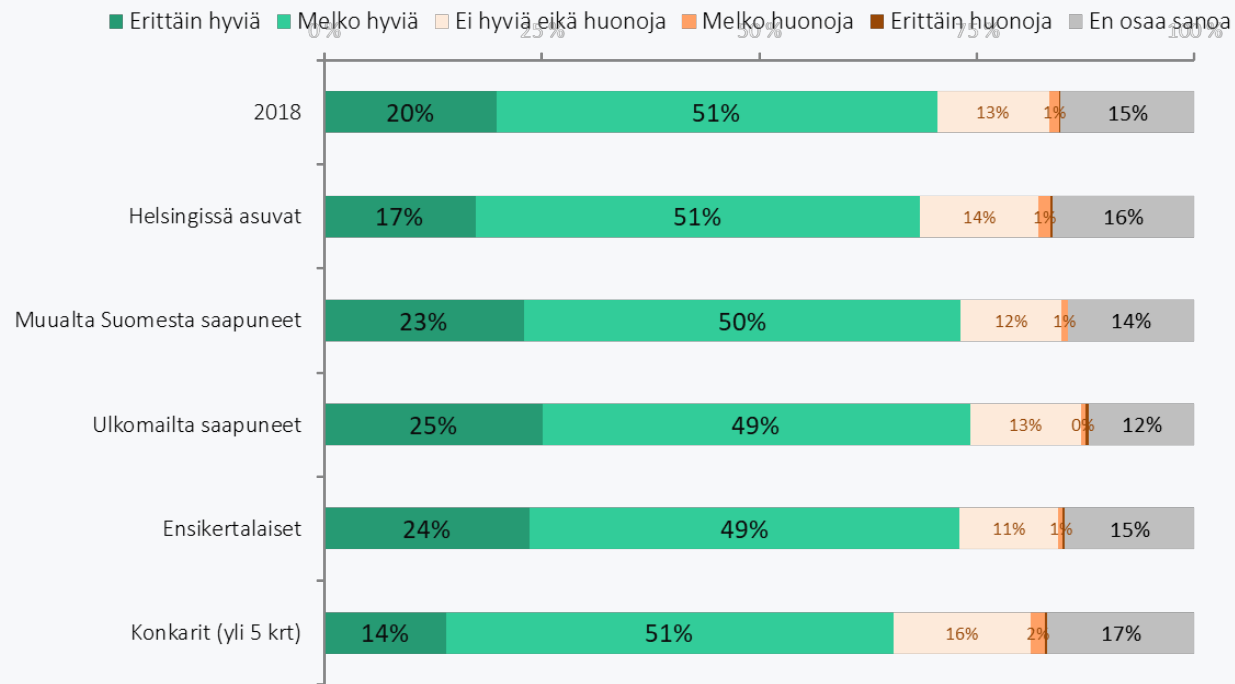
# Kumppaneiden festivaalisällöt

"Mihin seuraavista Flow Festivalin yhteistyökumppaneiden järjestämistä festivaalisällöistä ja palveluista tutustuit Flow'ssa?"



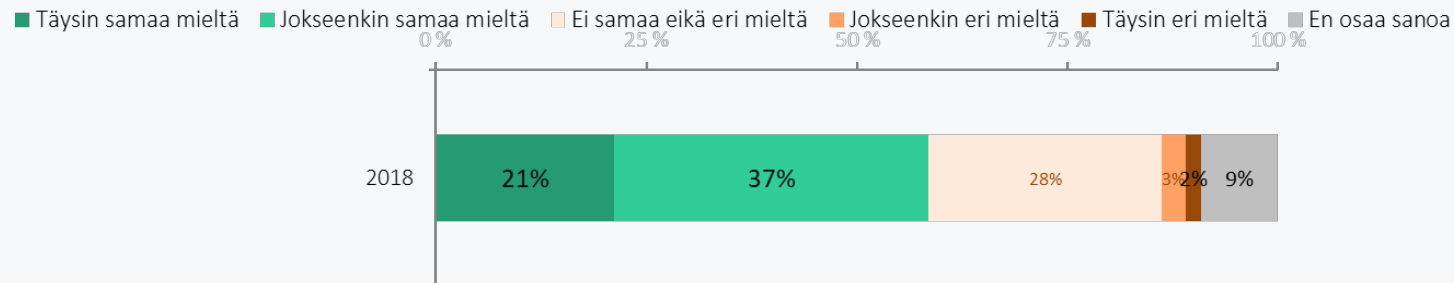
# Kumppaneiden festivaalisällöt

”Mitä mieltä olit yhteistyökumppaneiden järjestämissä festivaalisällöistä ja palveluista?”

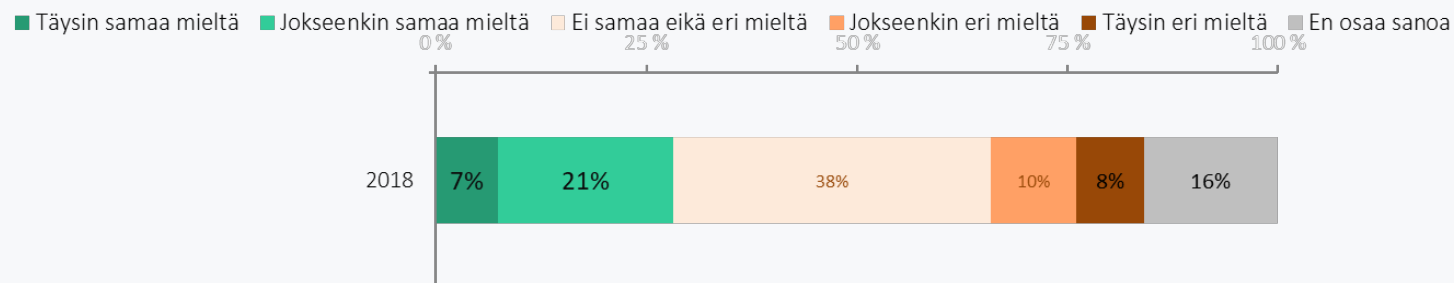


# Sponsoroinnin vaikutus

*"Suhtaudun myönteisemmin yritystä kohtaan, joka sponsoroi Flowta"*



*"On todennäköistä, että suosin ostopäätöstä tehdessä yritystä, joka sponsoroi Flowta"*



Täysin + Jokseenkin samaa mieltä

## Vaikutus suhtautumiseen:

Flow 2018: 59 %

## Benchmark-keskiarvot

Musiikki- ja kultt.tap.: 39 %

Urheilutapahtumat: 46 %

## Vaikutus ostokäyttäytymiseen:

Flow 2018: 28 %

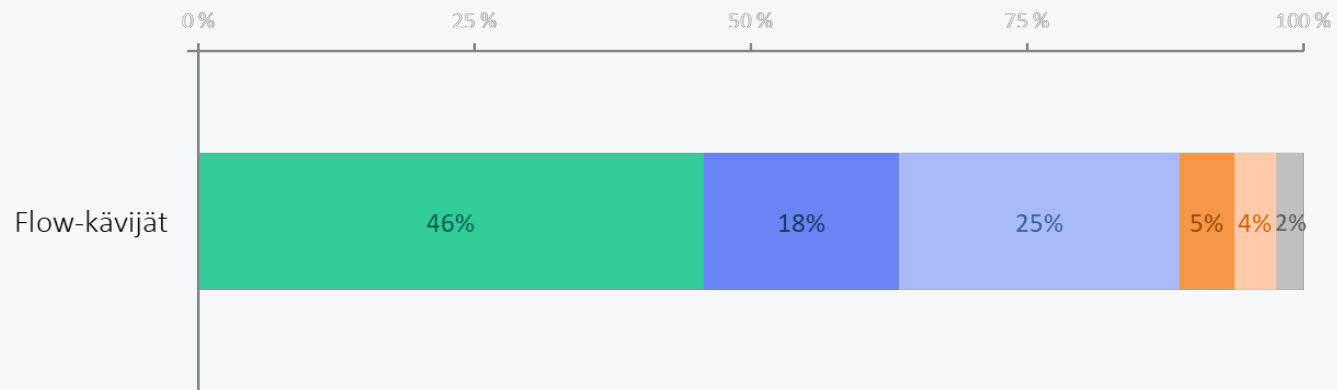
## Benchmark-keskiarvot

Musiikki- ja kultt.tap.: 19 %

Urheilutapahtumat: 29 %

## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Oatly

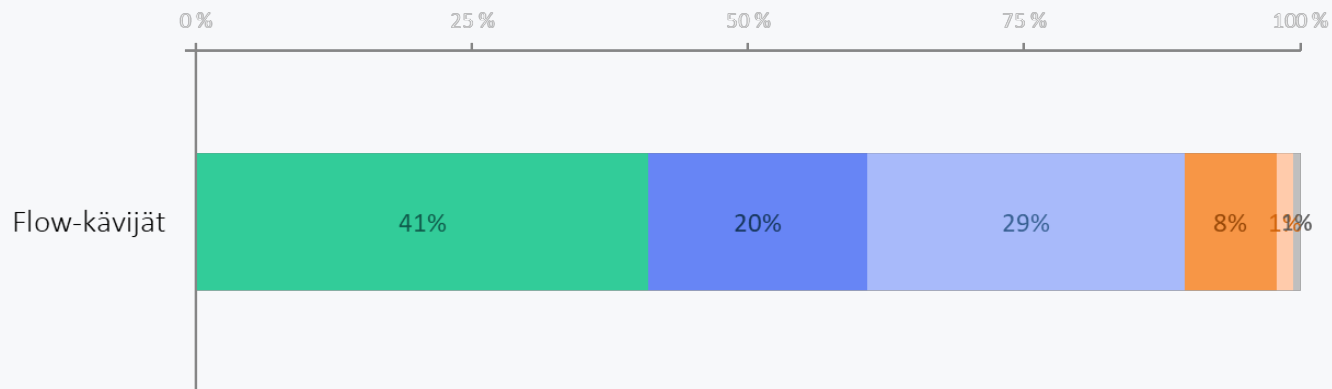
- Suosisin / valitsisin
- On 2-3 kiinnostavimman yrityksen/merkin joukossa
- Voisin harkita
- En valitsisi
- Tunnen yrityksen/merkin vain nimeltä
- En tunne yritystä/merkkiä lainkaan



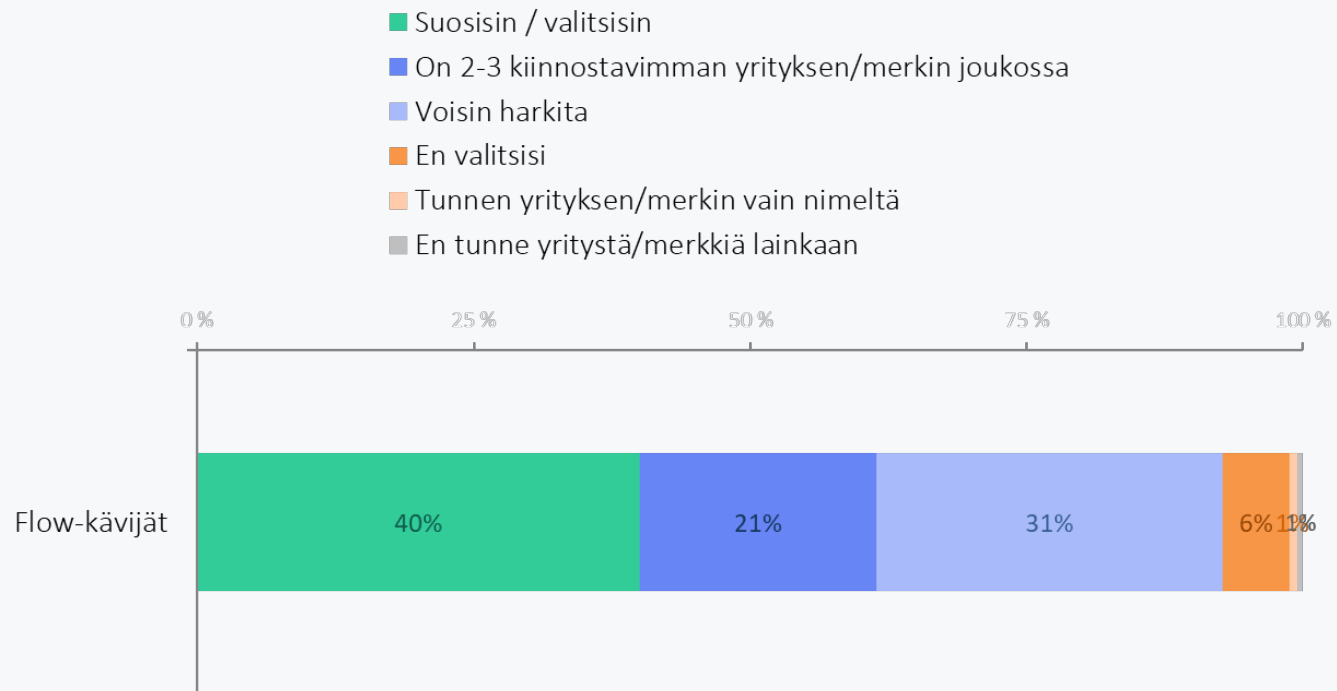


## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Helsingin Sanomat

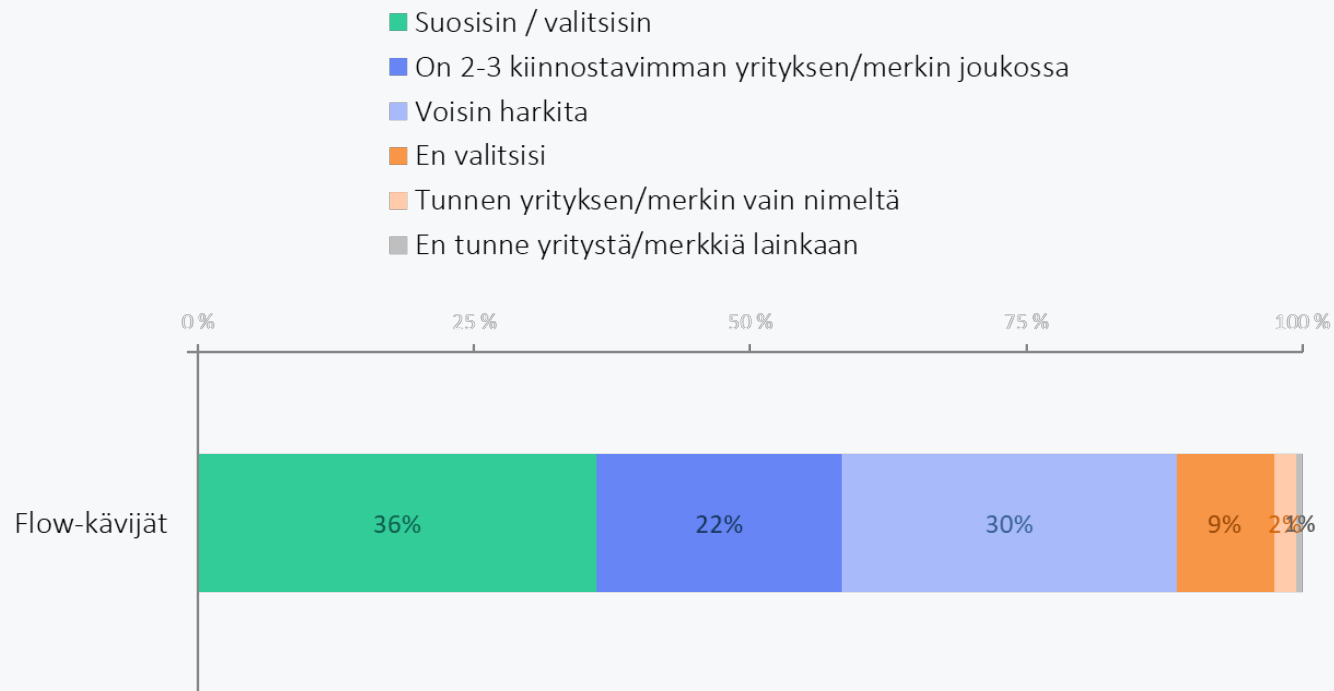
- Suosisin / valitsisin
- On 2-3 kiinnostavimman yrityksen/merkin joukossa
- Voisin harkita
- En valitsisi
- Tunnen yrityksen/merkin vain nimeltä
- En tunne yritystä/merkkiä lainkaan



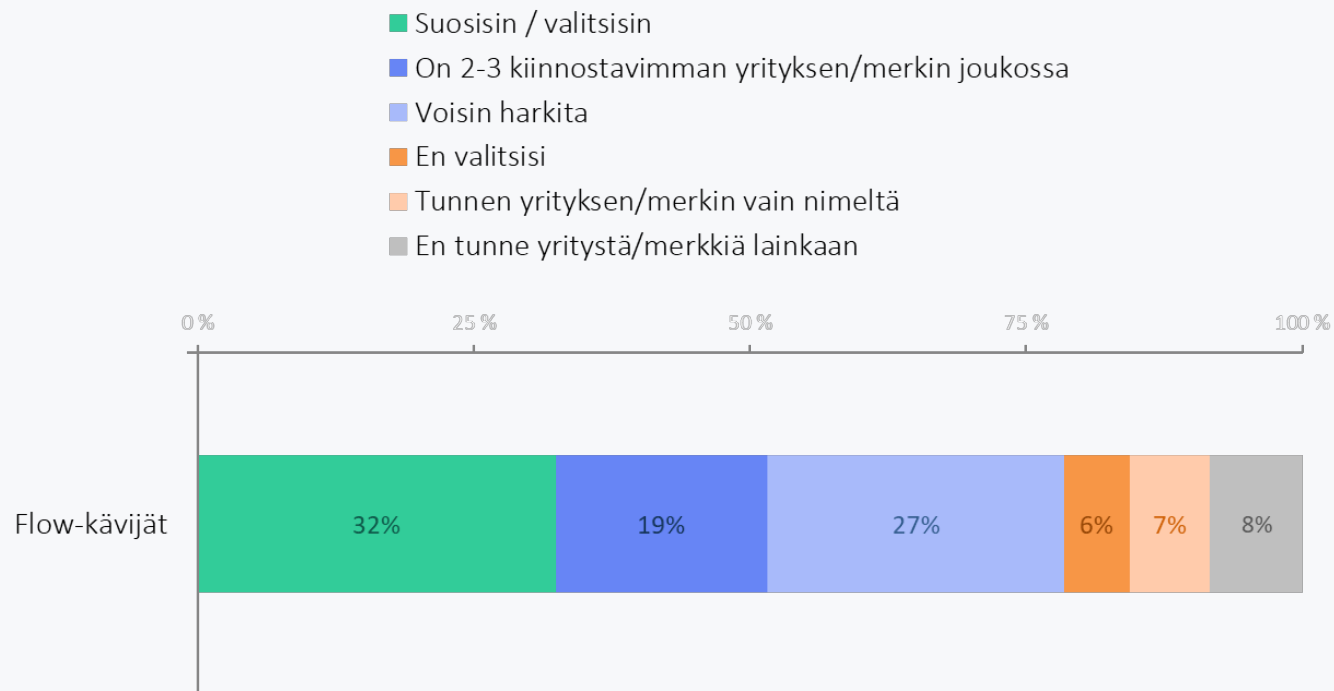
## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Finnkinno



## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Marimekko

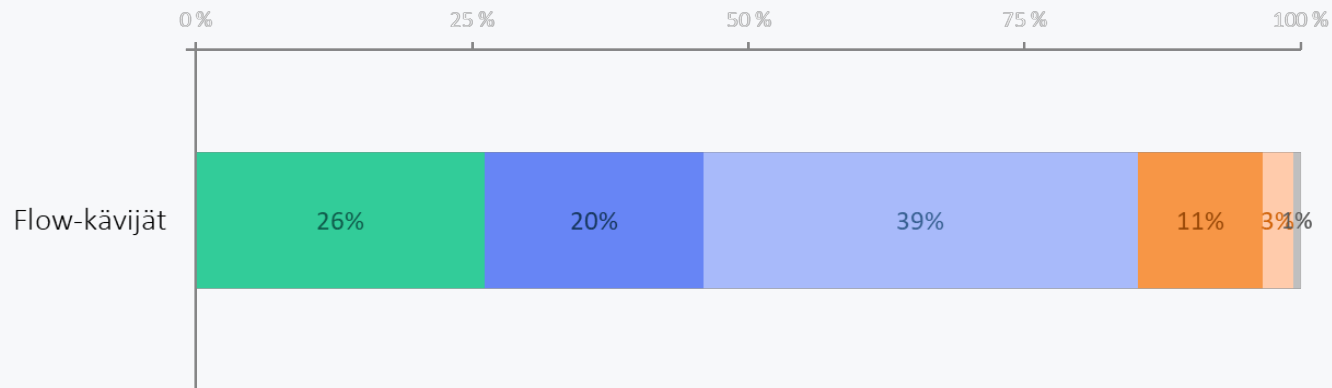


## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Basso



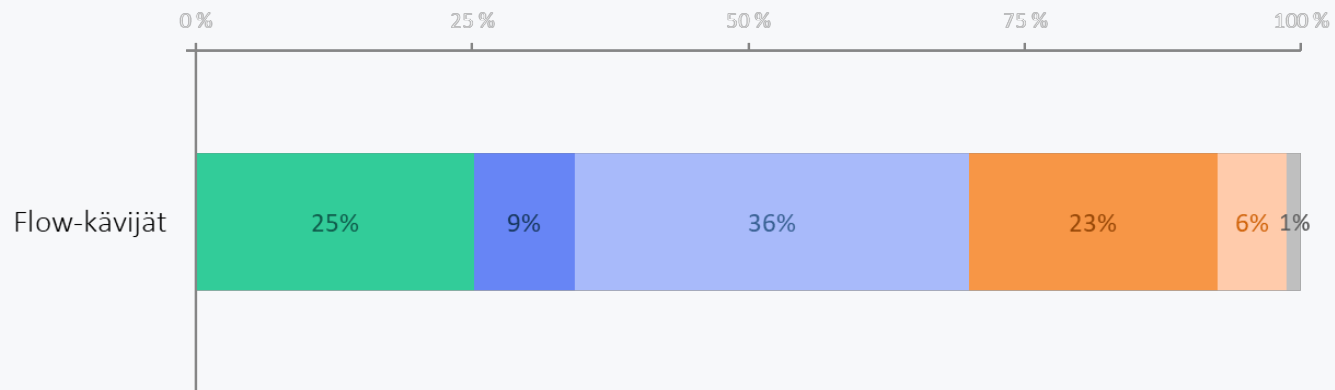
## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Paulig

- Suosisin / valitsisin
- On 2-3 kiinnostavimman yrityksen/merkin joukossa
- Voisin harkita
- En valitsisi
- Tunnen yrityksen/merkin vain nimeltä
- En tunne yritystä/merkkiä lainkaan



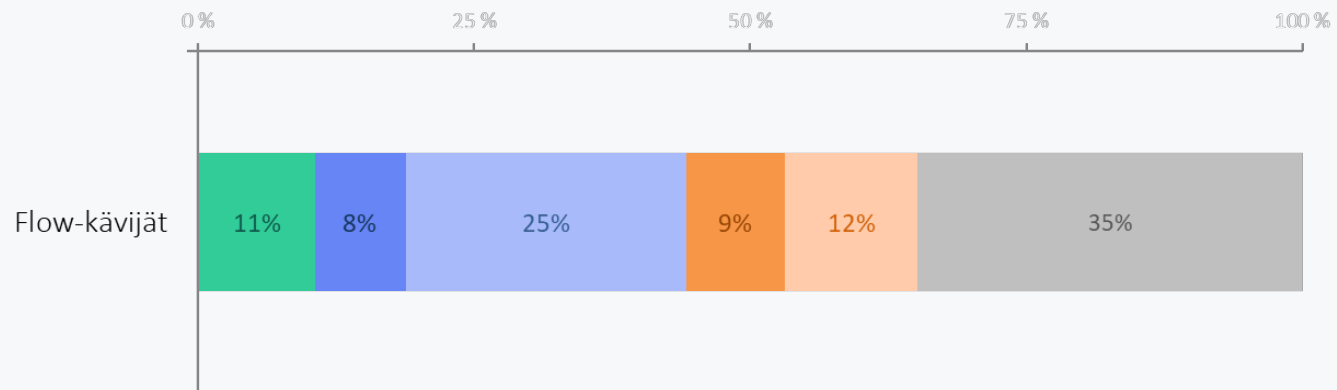
## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – OP

- Suosisin / valitsisin
- On 2-3 kiinnostavimman yrityksen/merkin joukossa
- Voisin harkita
- En valitsisi
- Tunnen yrityksen/merkin vain nimeltä
- En tunne yritystä/merkkiä lainkaan



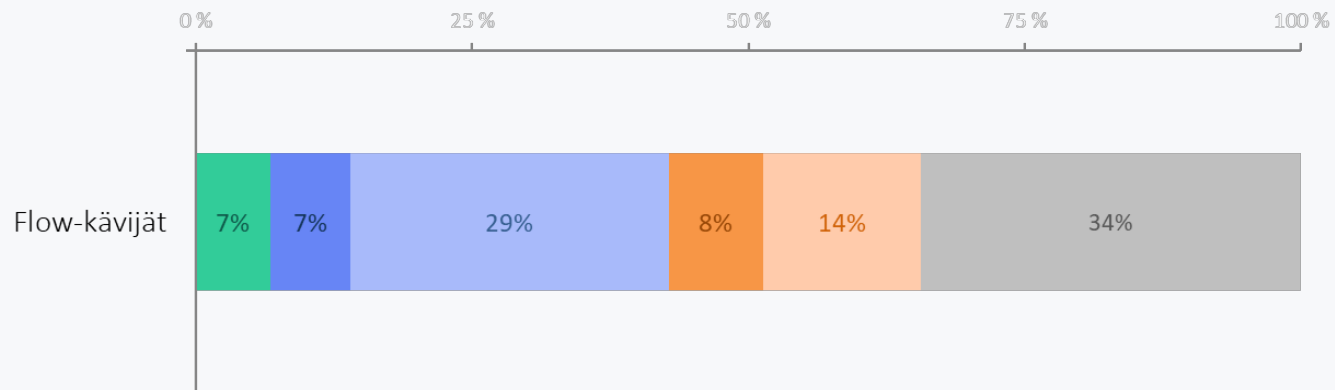
## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Norwegian Reward

- Suosisin / valitsisin
- On 2-3 kiinnostavimman yrityksen/merkin joukossa
- Voisin harkita
- En valitsisi
- Tunnen yrityksen/merkin vain nimeltä
- En tunne yritystä/merkkiä lainkaan



## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Plan B

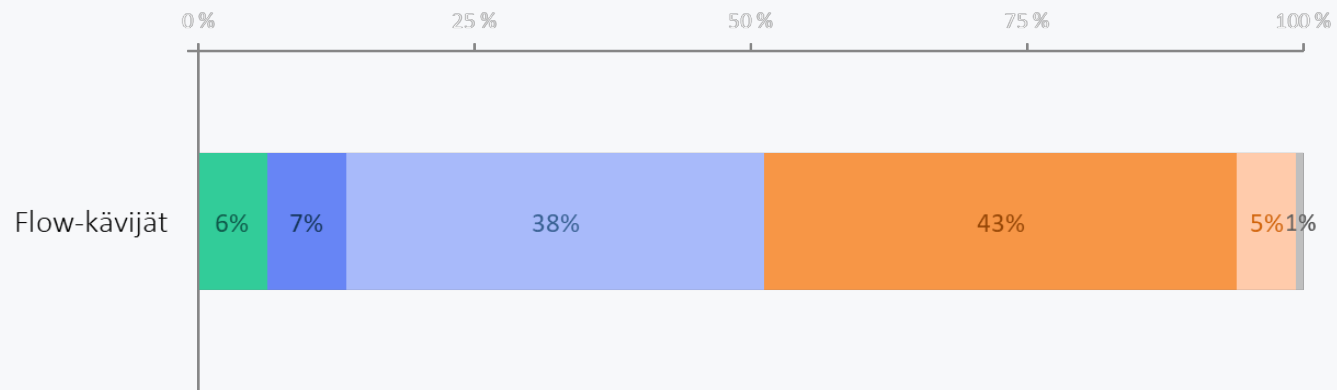
- Suosisin / valitsisin
- On 2-3 kiinnostavimman yrityksen/merkin joukossa
- Voisin harkita
- En valitsisi
- Tunnen yrityksen/merkin vain nimeltä
- En tunne yritystä/merkkiä lainkaan



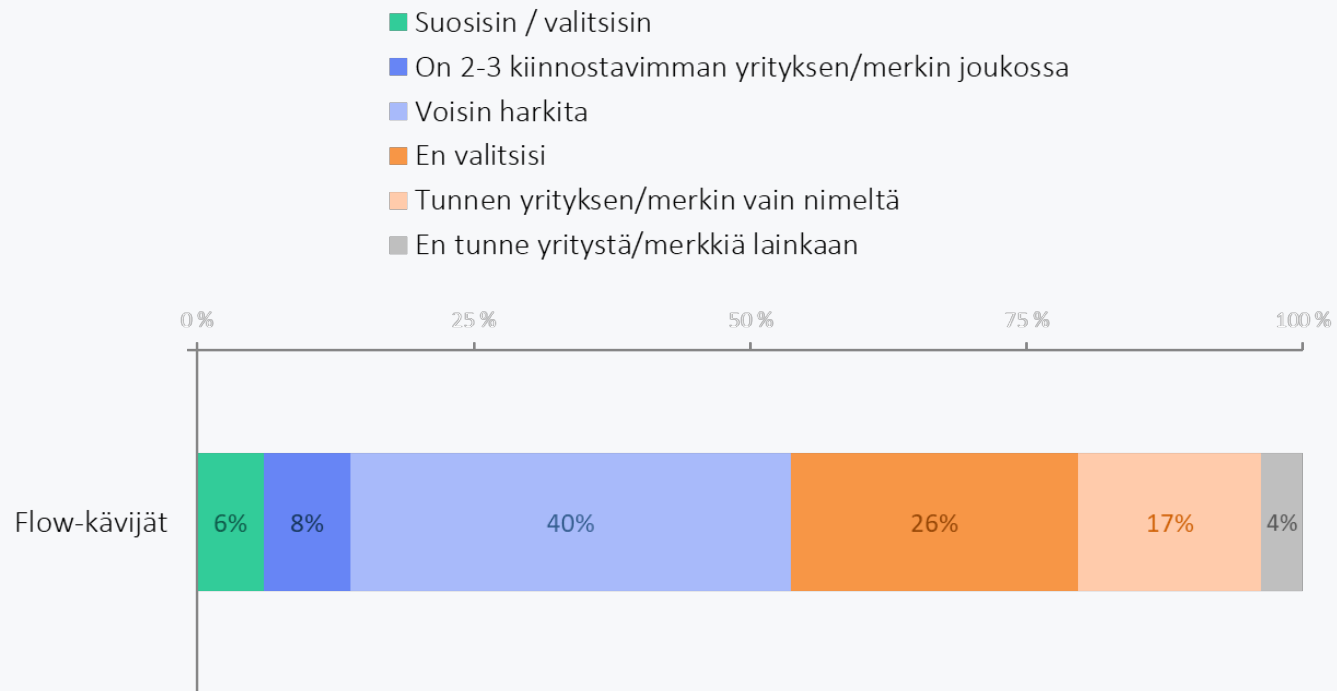


## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Lapin Kulta

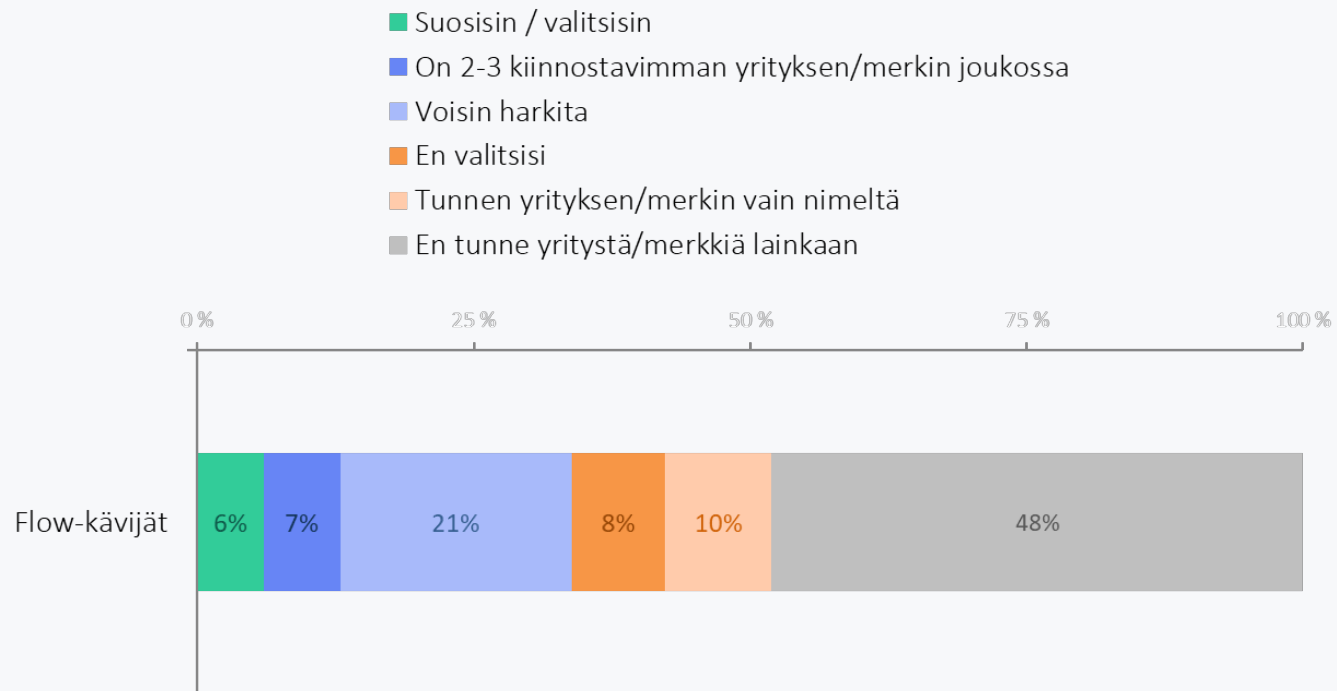
- Suosisin / valitsisin
- On 2-3 kiinnostavimman yrityksen/merkin joukossa
- Voisin harkita
- En valitsisi
- Tunnen yrityksen/merkin vain nimeltä
- En tunne yritystä/merkkiä lainkaan



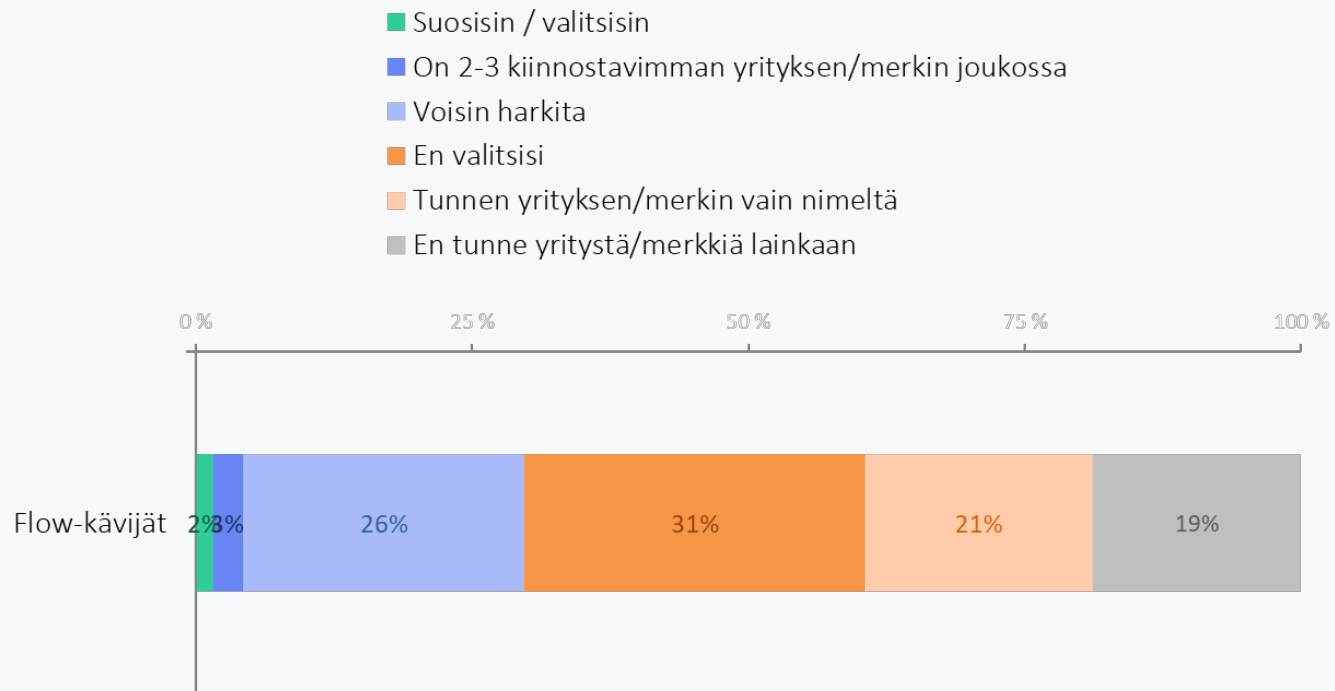
## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Neste / NesteMY



## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Lanson



## Suhde yrityksiin/tuotemerkkeihin – Seat



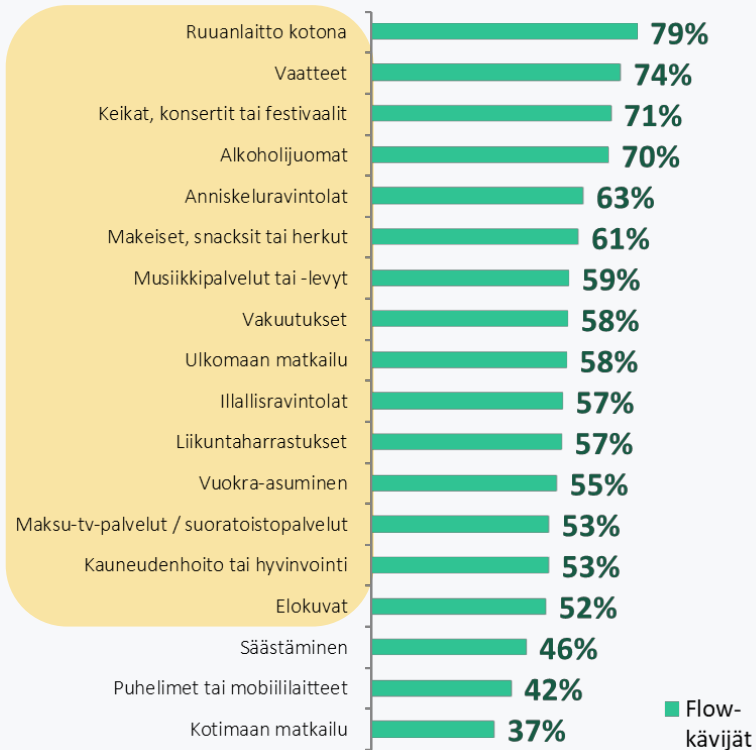
*”Mahdolliset kiitokset tai kehitysehdotukset Flow’n ruokatarjontaan, baaritarjontaan tai yhteistyökumppaneihin liittyen.”*

→ *Ks. Avointen palautteiden erillinen tiedosto*

# Kohderyhmän rahankäyttötottumukset

# Rahankäyttötottumukset

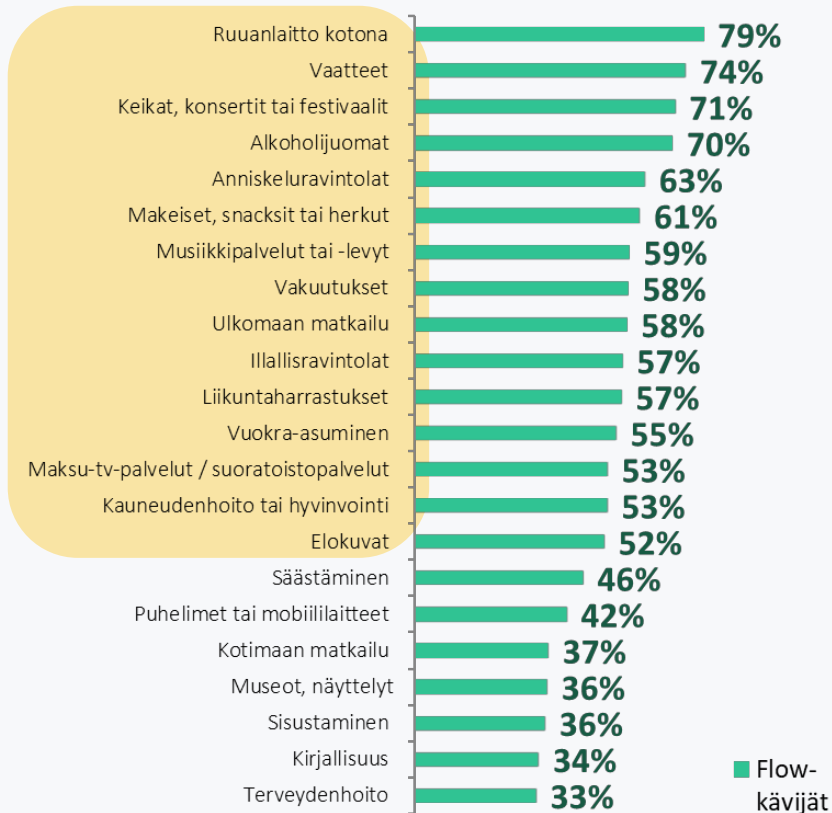
”Valitse alla esitetystä listasta kaikki asiat, joihin käytät säännöllisesti rahaa.”



”Valtaosa Flow-kävijöistä käyttää säännöllisesti rahaa vakuutuksiin, vuokra-asumiseen, maksu-tv-palveluihin, ravintoloihin ja ulkomaan matkailuun.”

# Rahankäyttötottumukset – Ero väestöön

”Valitse alla esitetystä listasta kaikki asiat, joihin käytät säännöllisesti rahaa.”



Ero väestöön (%-yks.)

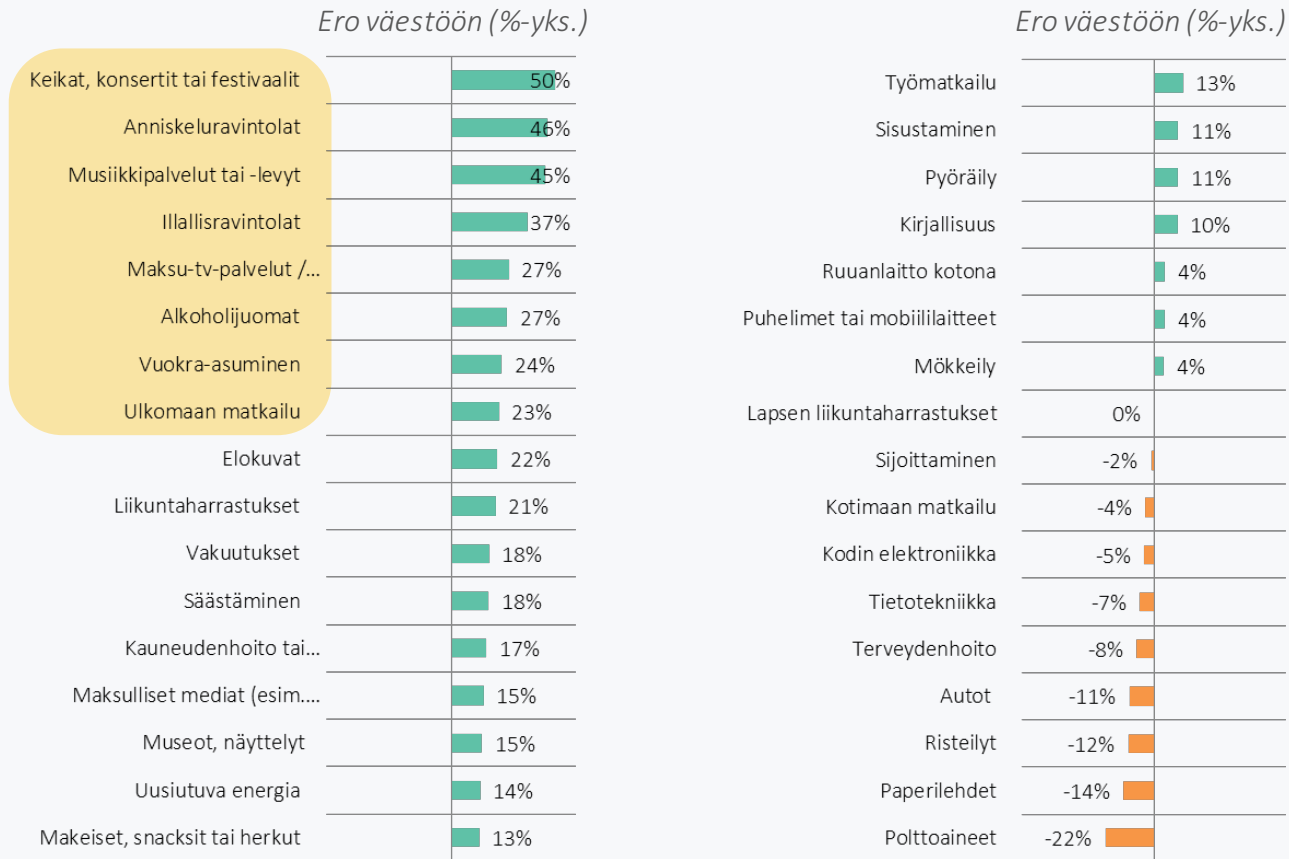


”Valtaosa Flow-kävijöistä käyttää säännöllisesti rahaa vakuutuksiin, vuokra-asumiseen, maksu-tv-palveluihin, ravintoloihin ja ulkomaan matkailuun.”



# Rahankäyttötottumukset – Suurimmat poikkeamat

”Valitse alla esitetystä listasta kaikki asiat, joihin käytät säännöllisesti rahaa.”



”Flow-kävijät käyttävät todennäköisemmin rahaa maksu-tv-palveluihin, musiikkiin, vuokra-asumiseen, ravintoloihin ja ulkomaan matkailuun.”

*”Yhdistämme viimeisintä  
tutkimustietoa  
kokemukseemme alasta ja  
tarjoamme kokonaisvaltaista  
sponsoroinnin konsultointia  
faktojen pohjalta.”*

[www.sponsorinsight.fi](http://www.sponsorinsight.fi)

**Teemu Ratilainen**

[teemu.ratilainen@sponsorinsight.fi](mailto:teemu.ratilainen@sponsorinsight.fi)

+358 40 1388 505

**SPONSOR INSIGHT**

Hitsaajankatu 4 A

00810 Helsinki