

Fundacja „Dzieło Nowego Tysiąclecia” Post-test, listopad 2006

Raport z badania MillwardBrown SMG/KRC

Badanie zostało wykonane bezpłatnie przez instytut badawczy MillwardBrown SMG/KRC we współpracy z Fundacją Świętego Mikołaja.

Składamy serdeczne podziękowania Jakubowi Antoszewskiemu i Oldze Wagner z MillwardBrown SMG/KRC.

Metodologia

Podsumowanie

Znajomość Fundacji Dzieło Nowego Tysiąclecia

Stosunek do wiary

Metodologia

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

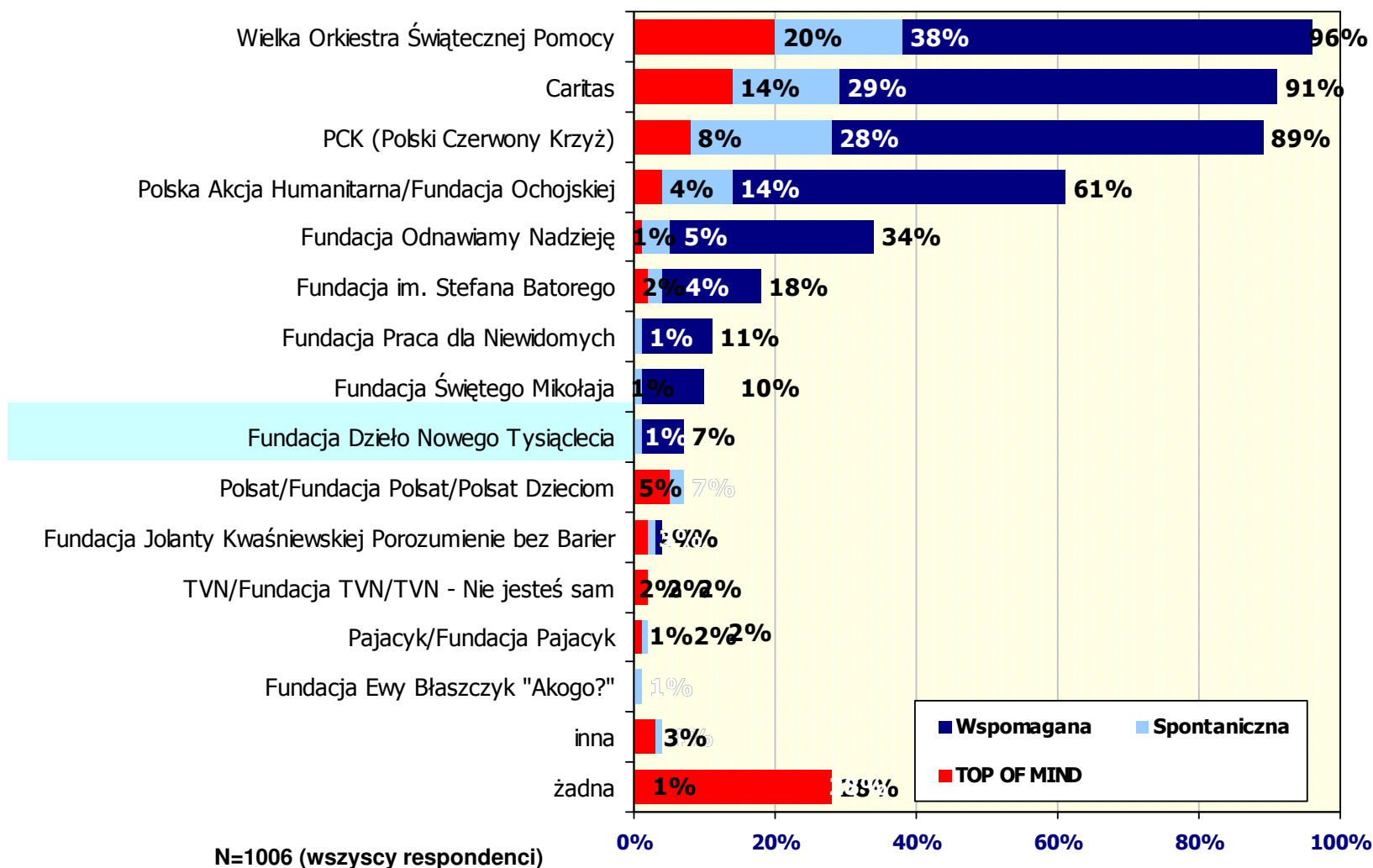
Instytut badawczy	MillwardBrown SMG/KRC
Czas	wrzesień 2006 pre-test, listopad 2006 post-test
Metoda	omnibus
Próba	ogólnopolska, reprezentatywna
Liczba	1006 pre-test, 1002 post-test

- **Znajomość wspomagana Fundacji Dzieło Nowego Tysiąclecia wzrosła po kampanii z 7% do 16%. Znajomość spontaniczna pozostała na tym samym poziomie.**
- **Po kampanii większy odsetek badanych poprawnie wskazywał czym fundacja się zajmuje.**
- **Także większość respondentów wyrażała gotowość wsparcia fundacji, po kampanii (64% vs. 41%). Spadł odsetek tych osób, które nie chciały jej wesprzeć (36% vs. 59%).**
- **Wysyłanie SMS-ów oraz wrzucanie pieniędzy do puszek osób kwestujących są preferowanymi formami wspierania fundacji.**
- **Po kampanii spadła nieznajomość Dnia Papieskiego z 34% do 9%. Głównymi źródłami wiedzy o Dniu Papieskim są telewizja oraz plakatów kościołach.**
- **Spontanicznie plakaty namieście są wspomniane rzadko jako źródło wiedzy o Dniu Papieskim (3% i 6%), ale znajomość samego plakatu jest wysoka 65% po kampanii vs. 38% przed.**
- **Kampania zdecydowanie wpłynęła na znajomość daty Dnia Papieskiego. Po kampanii datę znało 71% respondentów (z czego 24% dokładną) vs. 17% przed kampanią.**

Znajomość Fundacji Dzieło Nowego Tysiąclecia Pre-test i Post-test

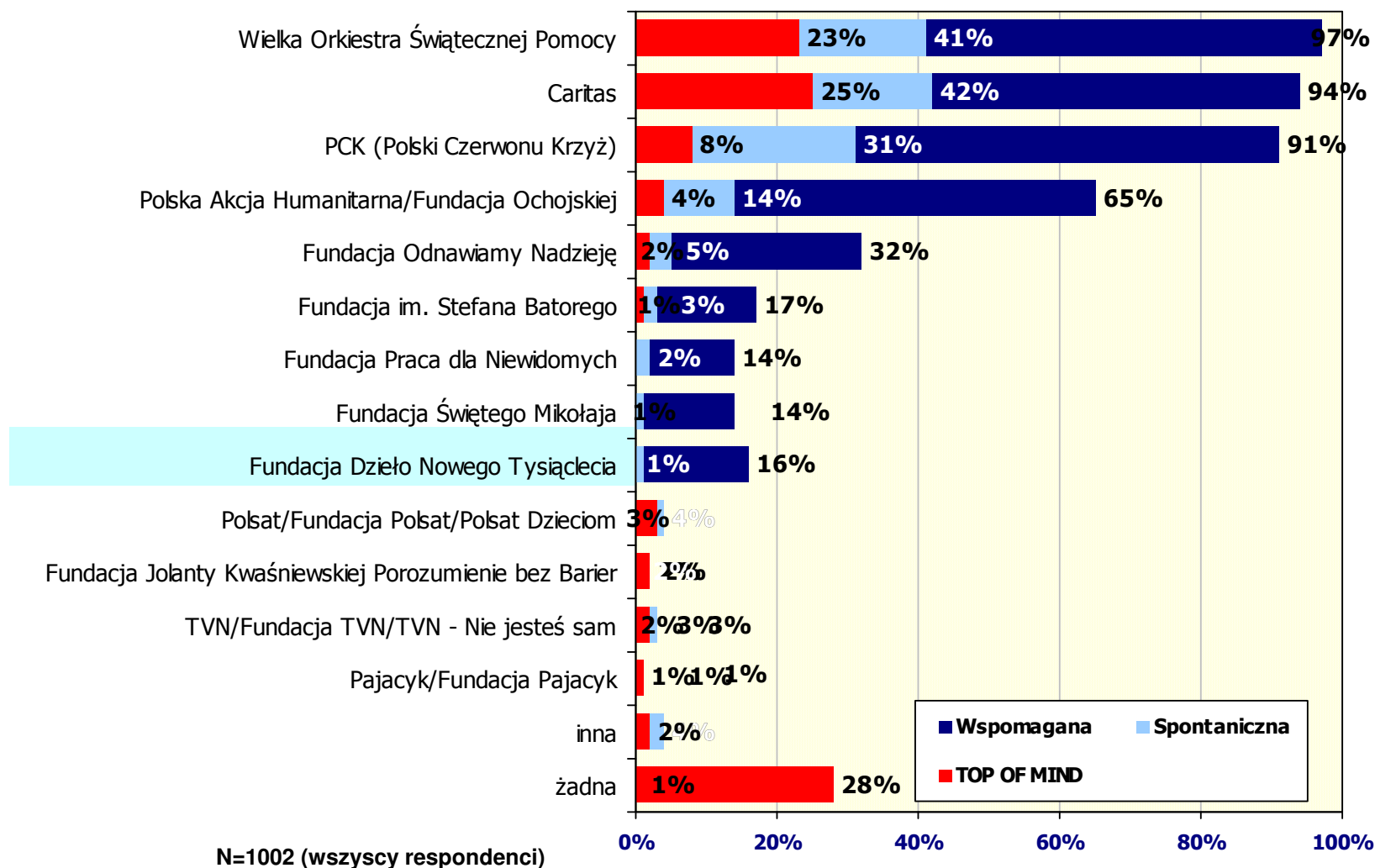
Znajomość organizacji charytatywnych w Polsce (Pre-test, wrzesień 2006)

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

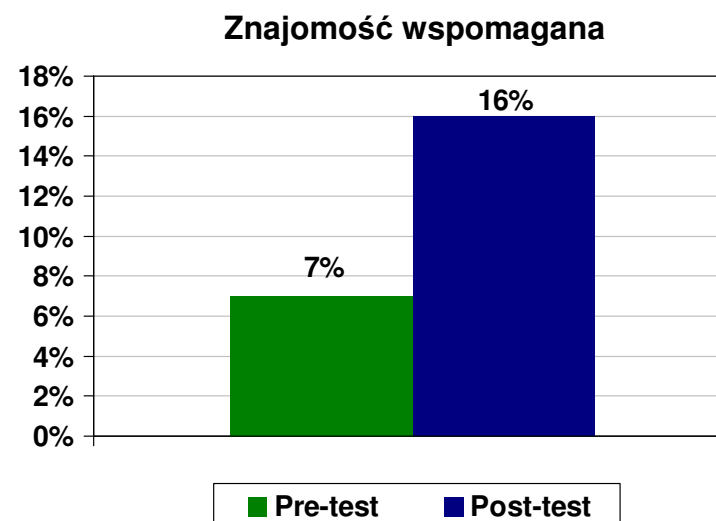
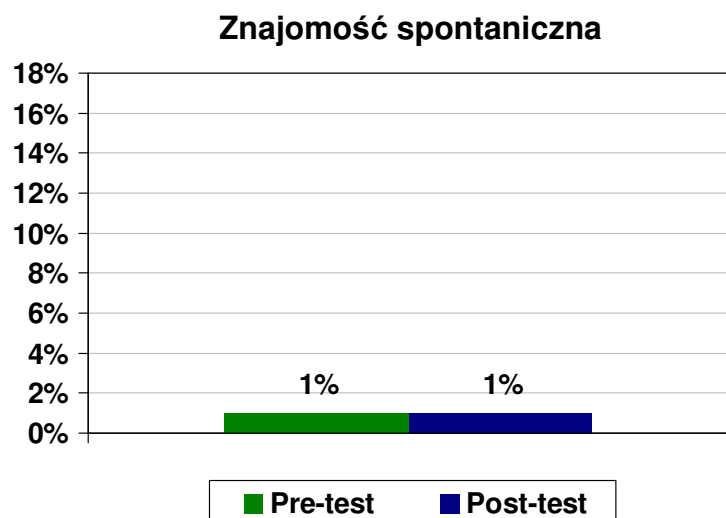


Znajomość organizacji charytatywnych w Polsce (Post-test, listopad 2006)

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



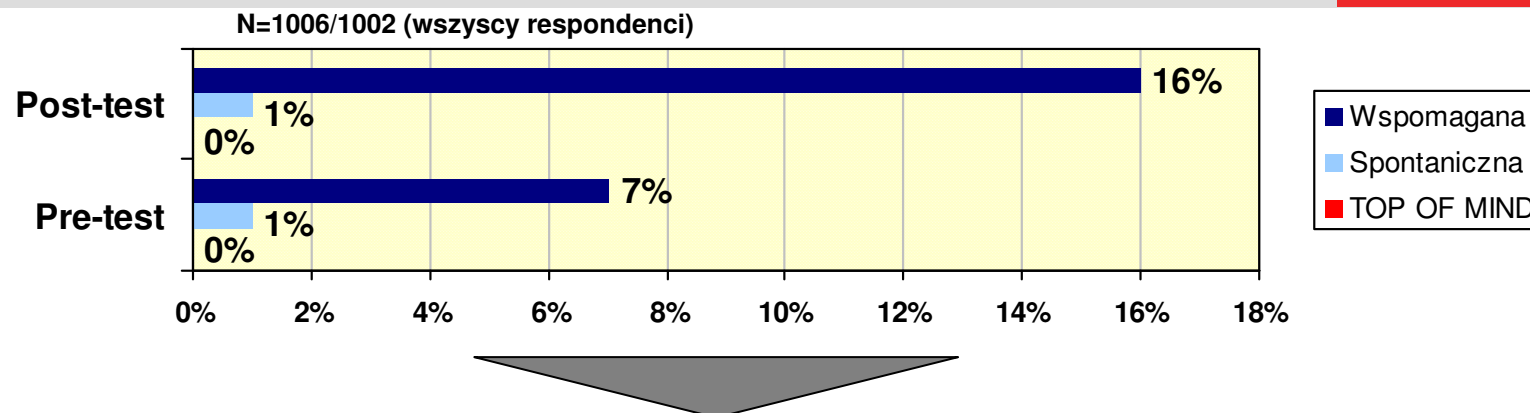
Znajomość Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” przed i po kampanii.



Znajomość wspomagana Fundacji Dzieło Nowego Tysiąclecia wzrosła po kampanii z 7% do 16%.

Znajomość spontaniczna pozostała na tym samym poziomie.

Znajomość Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” przed i po kampanii



Osoby znające Fundację Dzieło Nowego Tysiąclecia	Pre-test (N=75)*	Post-test (N=155)
katolicy uczestniczący regularnie w mszy świętej	59%	66%
katolicy nie uczestniczący regularnie w mszy świętej	36%	29%
wierzący innego wyznania niż katolickie	3%	1%
niewierzący	2%	4%

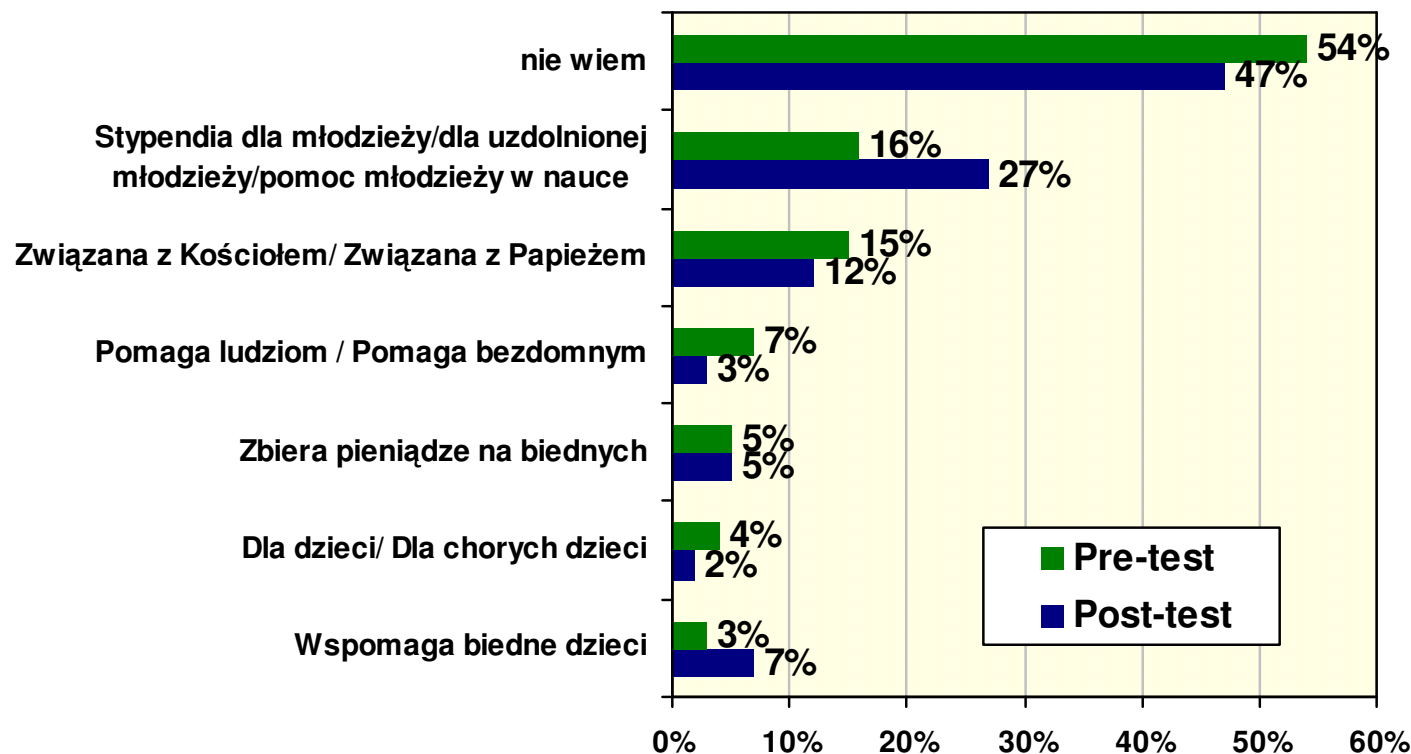
*UWAGA – mała próba

■ Istotne statystycznie

Wśród znających fundację jest istotnie więcej katolików uczestniczących regularnie we mszy świętej niż nie uczestniczących (po kampanii).

Znajomość działalności Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



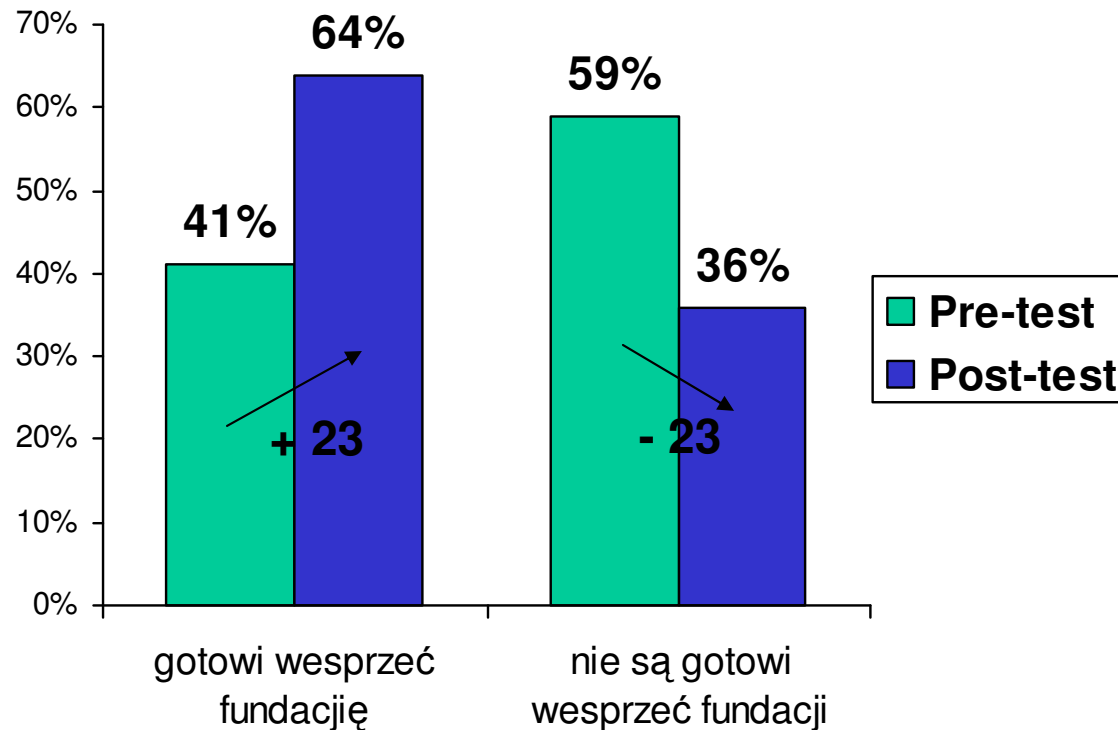
Wrzesień N=75 (ci, którzy znają fundację, UWAGA - mała próba)

Listopad N=155 (ci, którzy znają fundację)

Po kampanii był większy odsetek badanych wiedzących czym fundacja się zajmuje i bardziej poprawnie identyfikowali jej działalność.

Gotowość do wsparcia Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

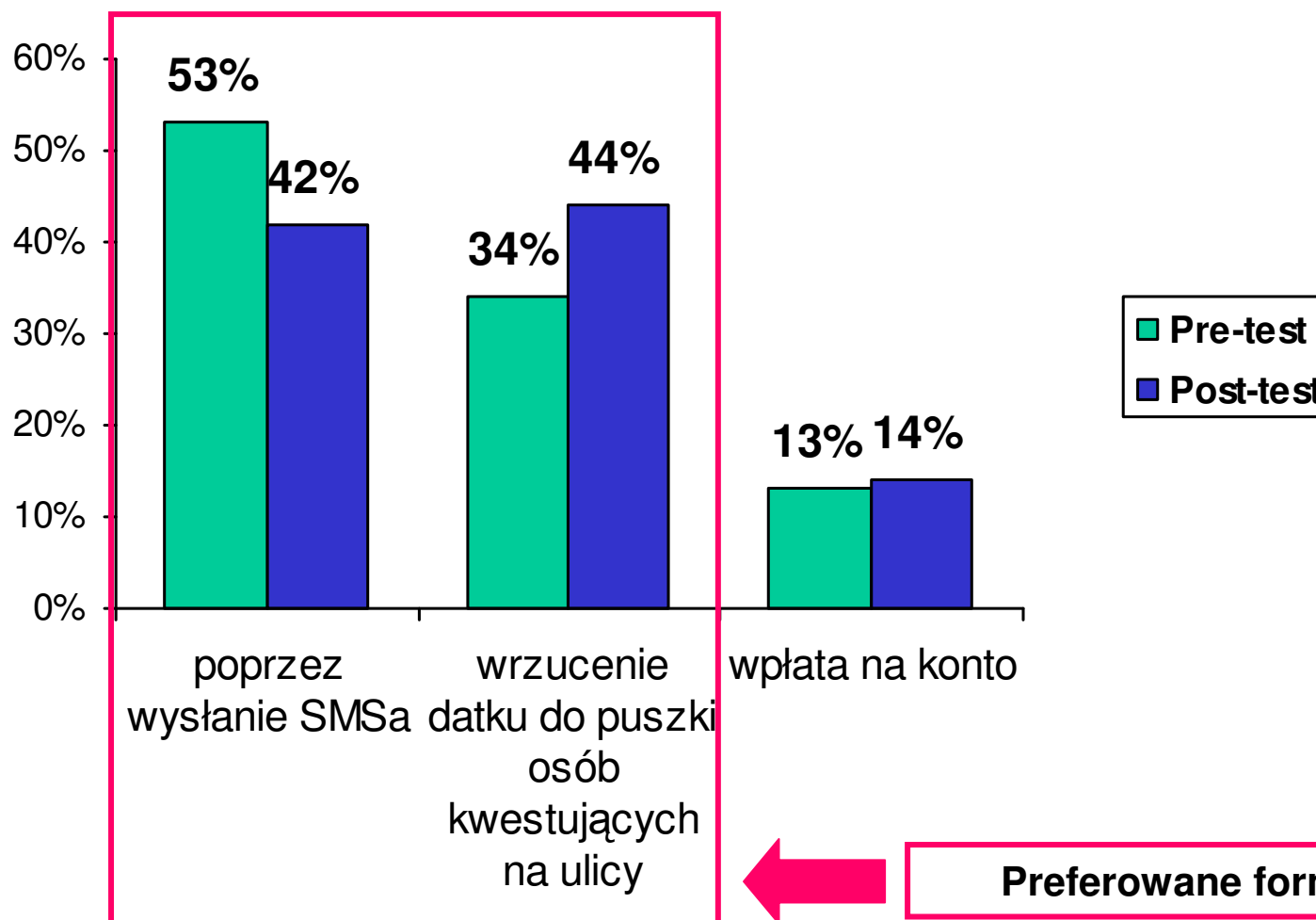


Wrzesień N=75 (ci, którzy znają fundację, UWAGA - mała próba)

Listopad N=155 (ci, którzy znają fundację)

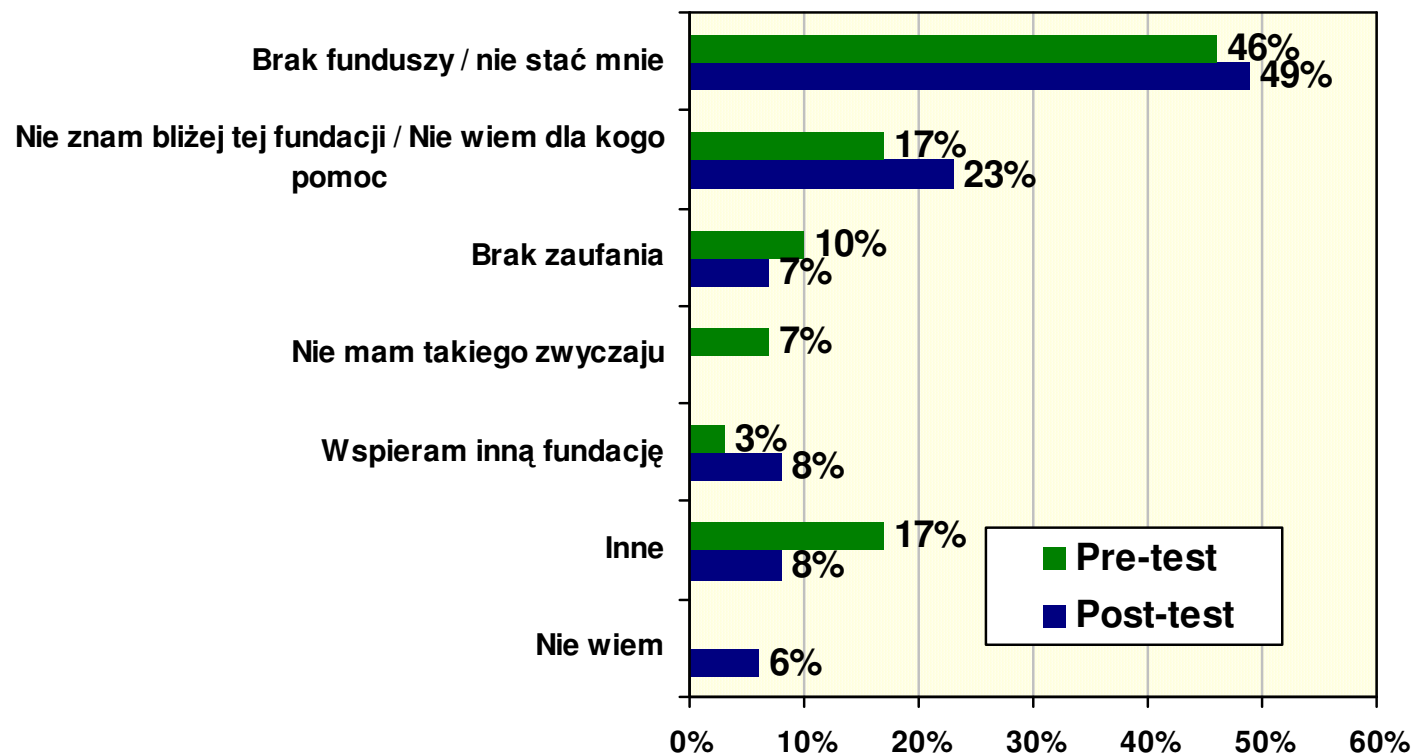
**Po kampanii większość respondentów wyrażała gotowość wsparcia fundacji.
Spadł odsetek tych osób, które nie chciały jej wesprzeć.**

Preferowana forma wsparcia „Fundacji Dzieło Nowego Tysiąclecia”



Powody dla niechęci do wsparcia Fundacji Nowego Tysiąclecia

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



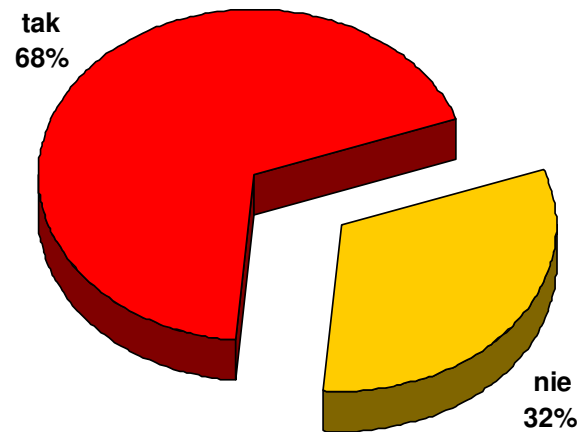
Wrzesień N=45 (nie chcą wesprzeć fundacji, UWAGA - mała próba)

Listopad N=55 (nie chcą wesprzeć fundacji, UWAGA - mała próba)

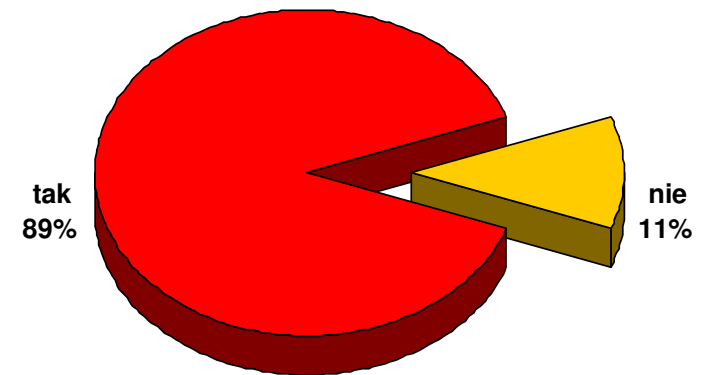
Znajomość Dnia Papieskiego przed i po kampanii

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Pre-test

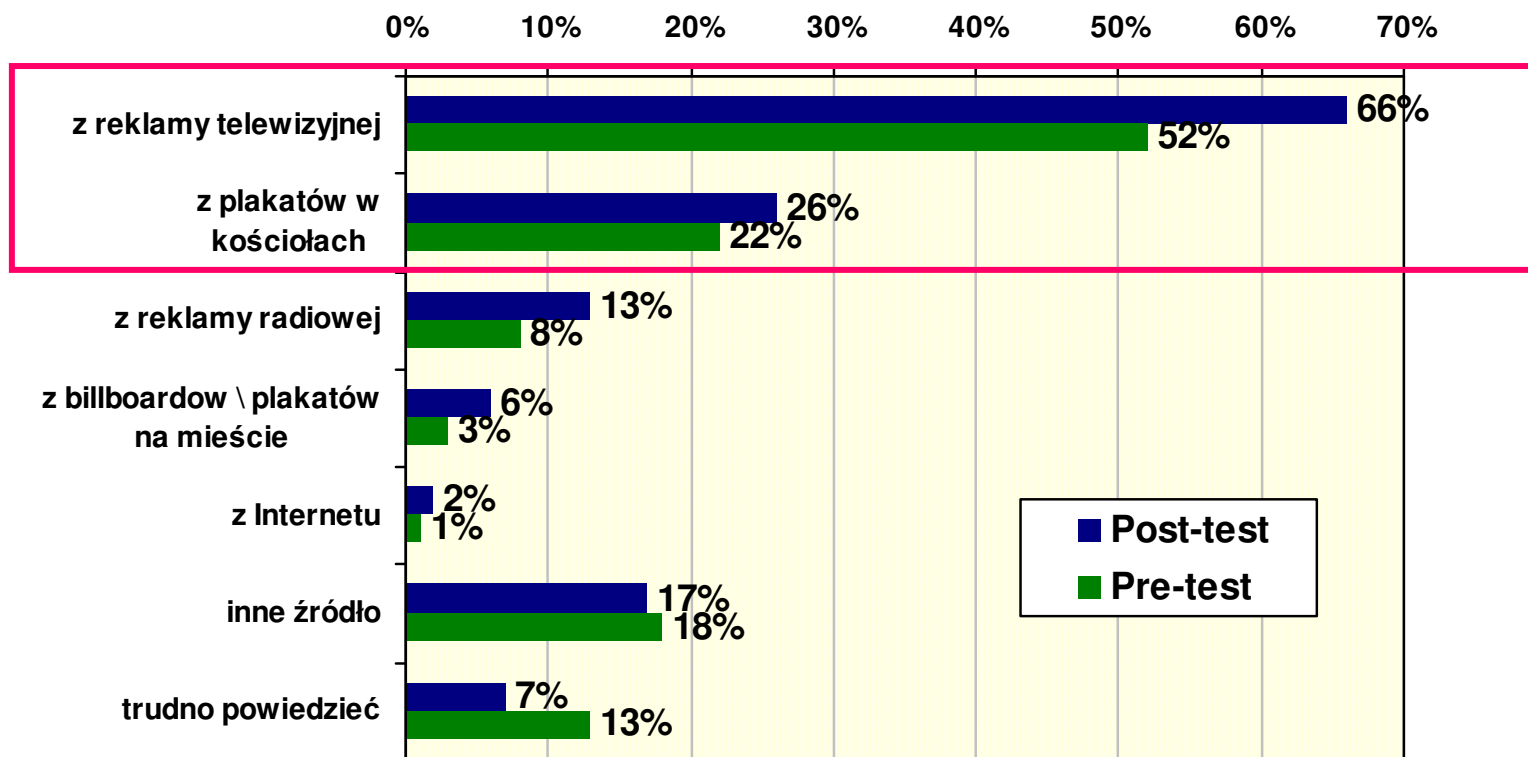


Post-test



N=1006/1002 (wszyscy respondenci)

Źródła wiedzy o Dniu Papieskim



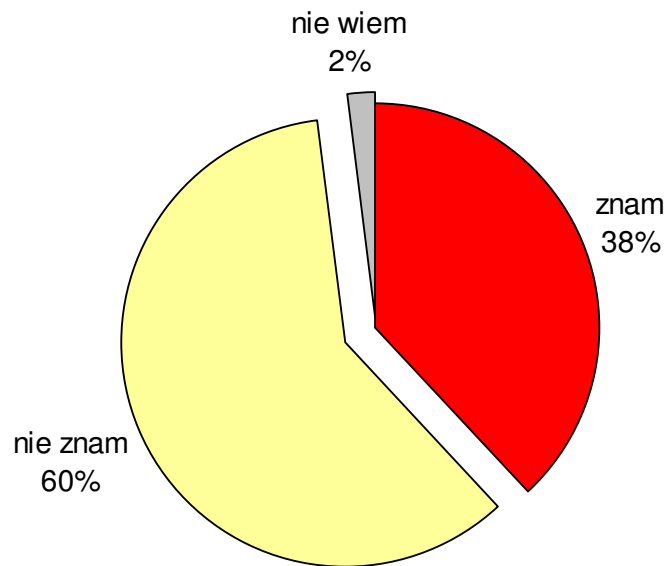
Wrzesień N=689 (osoby, które wiedziały od Dniu Papieskim)

Listopad N=893 (osoby, które wiedziały od Dniu Papieskim)

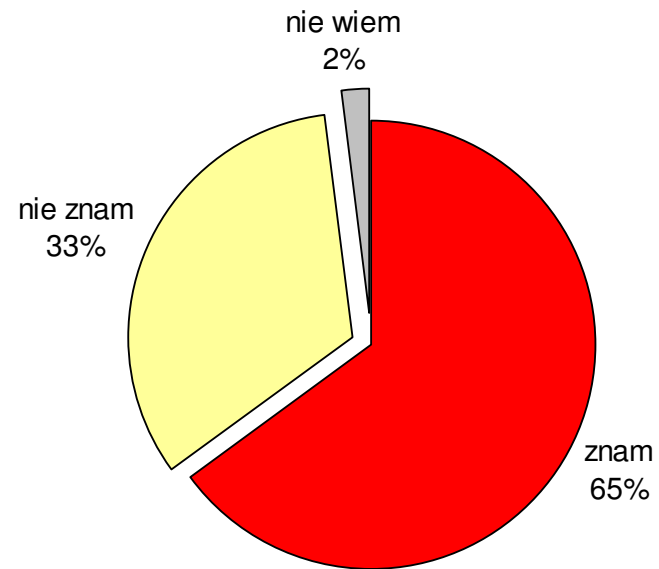
Znajomość plakatu Dnia Papieskiego

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Pre-test

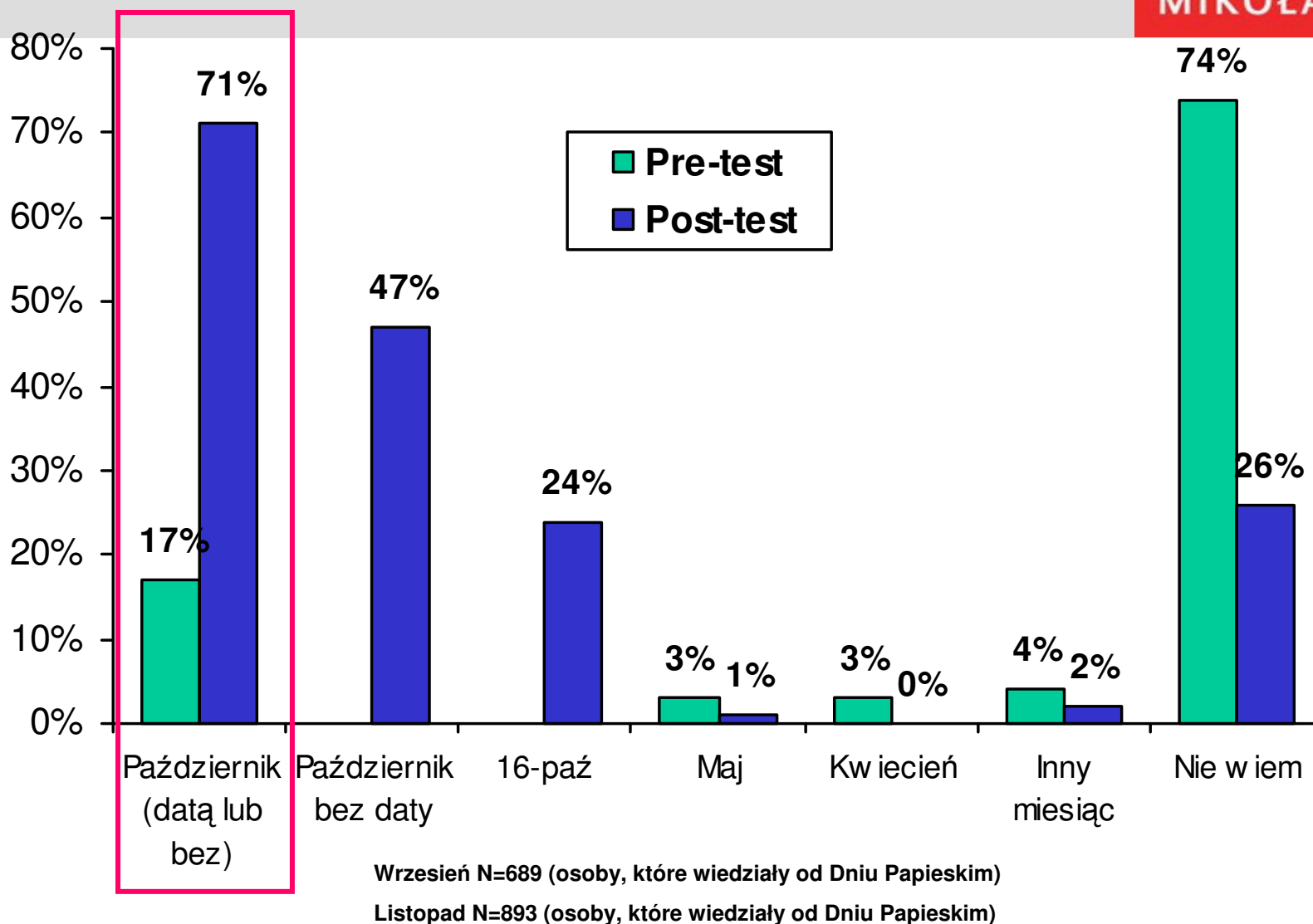


Post-test



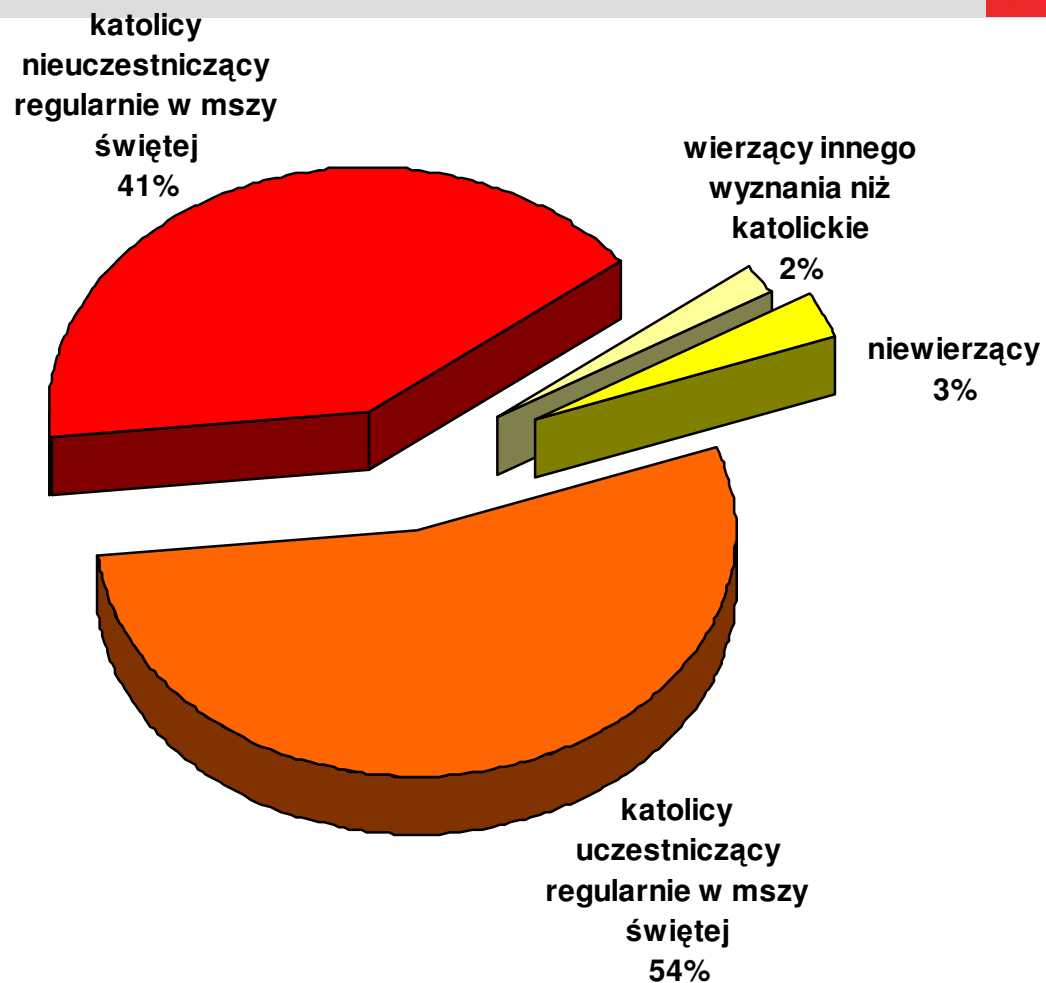
N=1006/1002 (wszyscy respondenci)

Znajomość daty Dnia Papieskiego



Stosunek do wiary

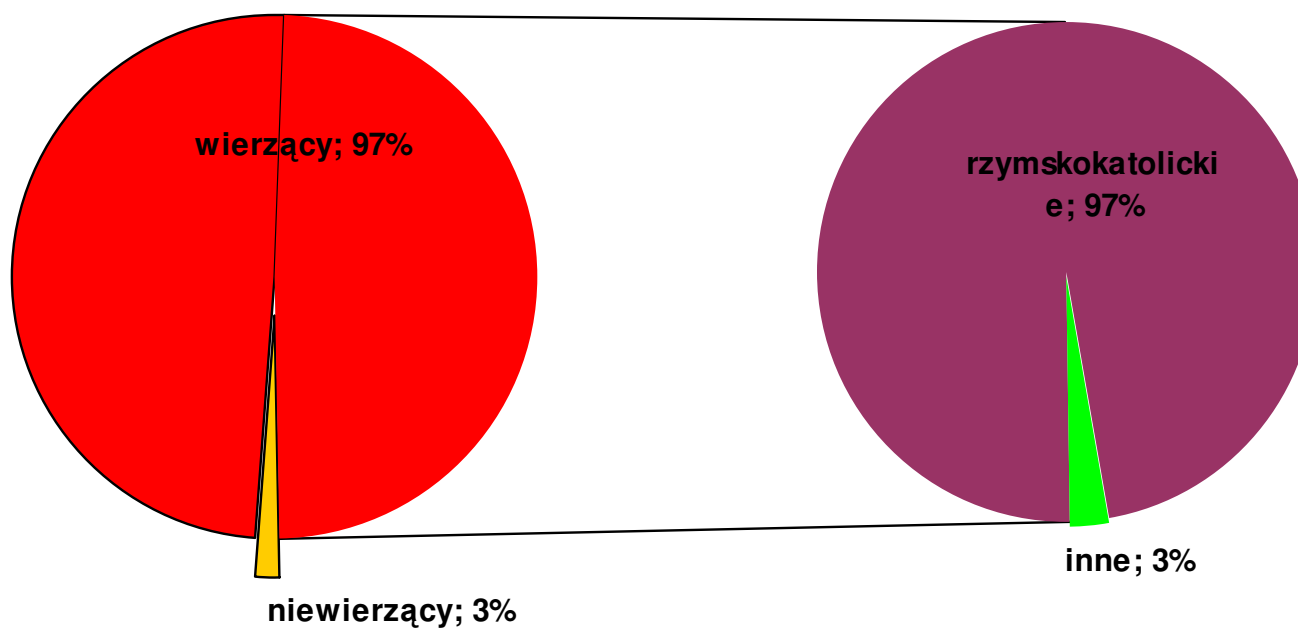
Stosunek do wiary (Post-test, listopad 2006)



N=1009 (wszyscy respondenci)

Stosunek do wiary (Post-test, listopad 2006)

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

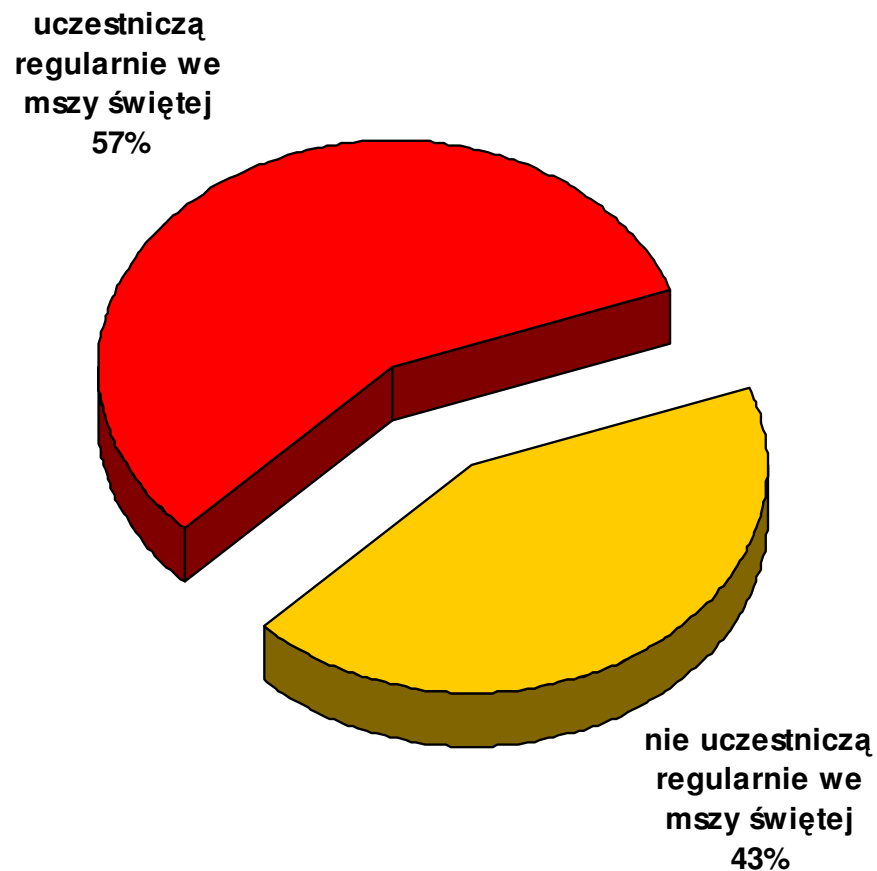


N=973 (wszyscy wierzący)

N=1006 (wszyscy respondenci)

Zachowania osób wyznania rzymskokatolickiego (Post-test, listopad 2006)

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



N=948 (wszyscy wyznania rzymskokatolickiego)