

**TURU-
UURINGUTE**
AS

www.turu-uuringute.eu



09/2021

„Avasta suvist Tallinna“ kampania järelküsitlus September 2021

Sisukord

Kokkuvõte	3
Sissejuhatus.....	6
1.1 Taust.....	6
1.2 Metoodika	6
1.3 Andmetöötlus, aruanne	6
Tulemused	10
2 Kampaania „Avasta suvist Tallinna“ märkamine	10
2.1 Kampaania märgatavus Delfis	10
2.2 Kampaania märgatavus Facebookis ja Instagramis	13
2.3 Kampaania kogu märgatavus.....	16
3 Tallinna külastamine	17
3.1 Tallinna külastamine.....	17
3.2 Mittekülastamise põhjused	19
3.3 Ööbimisega reisirid.....	20
4 Tegevused suvises Tallinnas.....	24
4.1 Linnaosade külastamine.....	26
4.2 Suurürituste külastamine	27
4.3 Lisainfo otsimine suvesündmuste kohta	28
5 Rahulolu Tallinna külastamisega ja soovimine.....	30
5.1 Rahulolu puhkusega Tallinnas	30
5.2 Tallinna soovimine.....	32
5.3 Inimeste hulk Tallinnas suvel 2021	34

Kokkuvõte

„Avasta suvist Tallinna“ kampaaniat Delfis **märkas 32% Eesti 15+ vanuses internetikasutajatest**, sh 9% luges artikleid ja 23% märkas, kuid ei lugenud. Kampaania oli paremini märgatav naistele ja vanematele vanuserühmadele, lisaks ka kõrgharidusega inimestele.

Tallinna elanikest nägi kampaaniat **Delfis 41%**. Tallinna vastajate puhul ilmneb sama tendents – naised ja vanemate vanuserühmade esindajad märkasid kampaaniat teistest sagedamini. Nii on Tallinna naistest näinud seda 47% ja vanuserühmas 65-74a. tervelt 78%.

Kampaania märgatavus **Facebookis** oli **17%**. Ka Facebooki puhul ilmneb tendents, et naised märkasid kampaaniat meestest sagedamini. Erinevalt Delfist märkasid Facebookis teemat oluliselt sagedamini nooremad inimesed ja Eestlastega võrreldes sagedamini teiste rahvuste esindajad. **Tallinna elanikud** märkasid ka Facebookis kampaaniat kõige sagedamini – 23% ning kõige harvem märgati seda Lõuna-Eestis – 11%.

Instagramis märkas „Avasta suvist Tallinna“ kampaaniat 12% kogu Eesti elanikest ja 18% tallinlastest.

Üldse märkas kampaaniat „Avasta suvist Tallinna“ (vähemalt ühes kanalis) 42% Eesti elanikkonnast. See on 460 000 inimest (+/- 2,5%). **Tallinnas oli kogu märgatavus 53%** sihtrühma kuuluvatest elanikest.

Eesti piirkondadest võib siin välja tuua Lõuna-Eesti, kus kampaania kogu märgatavus oli vähesem – 35%. Tallinna linnaosadest märgati kampaaniat kõige paremini Lasnamäel (63%) ja keskmisest vähem Kesklinnas (39%) ja Nõmmel (36%).

Suvist Tallinna külastas puhkamise eesmärgil 31% väljaspool Harjumaad elavatest inimestest, mis teeb 345 800 inimest (+/2,3%). Neist, **kes märkasid ja ka lugesid artikleid** seeriast „Avasta suvist Tallinna“ Delfis, **külastas pealinna 60%**, seega märgatavalt rohkem. Neist, kes märkas reklaami Facebookis, külastas 54%. Instagramis märkajatest külastas 48%, seega mõjus reklaami nägemine kõigis kolmes kanalis Tallinna külastamisele motiveerivalt.

Ööbimisega reisidel käis 55% Tallinna külastajatest. Reklaami märkamise ja Tallinnas ööbimise vahel seoseid ei leidunud. Selgub, et enamus vastanutest viibis öösel oma tuttavate või sugulaste juures (66%). Hotellis, külalistemajas või hostelis ööbis 37% (kokku 36 400 inimest +/- 7,6%) - ja külaliskorterit või lühiajalist üürikorterit kasutas 7% ööbijatest.

Tallinlaste vastustes paistab silma, et Facebooki kampaania märkajad külastasid keskmisest sagedamini atraktsioone, veekeskusi/spaasid, giidiga tuure ning käisid sagedamini rannas ja linnalooduses. Instagramis kampaaniat näinud inimesed külastasid sagedamini atraktsioone ja kohvikuid/restorane. Sellise tulemuse juures võib osalt mängida rolli kampaania märkamine, osalt ka muud tegurid (suhteliselt nooremad inimesed on ka muidu aktiivsemad võrrelduna vanemate inimestega).

Nii linnaelanike kui selle külaliste jaoks on suvel **populaarsemad linnaosad** olnud Kesklinn ja Vanalinn. Kahele populaarsemale järgnevad Kalamaja ja Kadriorg. Üldiselt külastatakse erinevaid linna piirkondi, aega ei veedeta vaid ühes piirkonnas. Oodatult on tallinlased suve jooksul rohkemates linnaosades aega veetnud, kui linna külalised. **Need, kes märkasid „Avasta suvist Tallinna“ reklaamikampaaniat** Delfis ja lugesid artikleid, külastasid keskmisest sagedamini Vanalinna ja Kadriorgu. Instagramis kampaaniat märganud aga veetsid aega sagedamini Kesklinnas ja Kalamaja/Põhja-Tallinna piirkonnas.

Kaks populaarsemat Tallinna suveüritust olid mõlema uuringu sihtrühma jaoks Tallinna Vanalinna Päevad ja Merepäevad. Järgnesid Keskaja päevad, Tallinna Restoranide nädal ja taasiseseisvuspäeva üritused. 47% linna külalistest ei osalenud aga ühelgi suve suursündmustest, tallinlaste seas oli vastav näitaja 41%.

„Avasta suvist Tallinna“ kampaania märkamine suve suursündmuste külastamist palju ei mõjutanud. Delfis reklaami näinud ja artikleid lugenud inimesed külastasid veidi sagedamini siiski Vanalinna Päevi ja ka Keskaja Päevi ning Facebookis reklaami näinud samuti Vanalinna Päevi.

Suvises Tallinnas oma puhkust veetnud külalised **jäid sellega väga hästi rahule** – 30% kõigist vastanutest hindas seda 10-pallisel skaalal hindega 9-10 ja 33% hindega 7-8. Madalaid hindeid (1-4) andis vaid 4%. Skaala keskmine hinne on 7,76 palli.

Tallinna vastajate seas on rahulolu pea samaväärne – hindega 9-10 hindas 32% ja hindega 7-8 33%. Ühtlasi on Tallinnas rahulolematuid 5%. Keskmiseks hindeks kujunes 7,73 palli.

Tallinna soovimine suvise külastuskohana on kõrgel tasemel – 52% kõigist vastanutest soovib seda hindega 9-10 ja lisaks 24% hindega 7-8. Mittesoovitajaid on vaid 4%.

Keskmisest sagedamini soovivad Tallinna naised, mitte-eestlased ning Tallinna ja Kirde-Eesti elanikud. Soovitamisele mõjub positiivselt ka reklaami märkamine, eriti on see näha nende puhul, kes nägid reklaami Delfis. Tallinna linnaosadest on kõige enam soovitajaid Lasnamäe ja Piritä elanike seas.

Rääkides Tallinna **liigsest rahvarohkusest** just suvekuudel siis selgus, et sel aastal leidis 52% vastanutest, et inimesi oli täiesti parajalt. 23% leidis, et inimesi võiks olla rohkem (tunduvalt + veidi) ja 9% arvates võiks neid olla vähem.

Tallinlased ise leidsid üldtulemusest veidi sagedamini, et inimesi võiks linnas ka tunduvalt rohkem olla (18%).

Sissejuhatus

1.1 Taust

Turu-uuringute AS viis 30.augustist – 6. septembrini 2021. läbi uuringu Eesti elanike seas. Uuringu tellijaks on Tallinna linna ettevõtlusteenistus.

Käesoleva uuringu eesmärgiks oli selgitada:

- Kampaania „Avasta suvist Tallinna“ märgatavus
- Kampaania mõju Tallinna küllastamisele
- Tallinlaste ja linna külaliste tegevused Tallinnas, rahulolu ja soovitamise näitajad

1.2 Metoodika

Uuringu sihtrühm on Eesti elanikud vanuses 15a. ja vanemad. Valimi suuruseks seati 1500 vastajat. sh 500 vastajat Tallinnast. Valim on esinduslik nii Eesti kui ka Tallinna tasandil vastajate soo, vanuse, rahvuse, elukoha ja hariduse tunnuste lõikes.

Küsitlus viidi läbi veebiküsitluse meetodil. **Veebiküsitluseks** kasutame Turu-uuringute AS-i veebipaneeli, kuhu kuulub ca 20 000 aktiivset liiget vanuses 15+ aastat. Tegemist on inimestega, kes on värvatud silmast-silma küsitluste või telefoniküsitluste käigus.

Kokku täideti 1535 ankeeti, neist 503 Tallinnas.

1.3 Andmetöötlus, aruanne

Uuringuandmete töötlemiseks kasutati andmetöötlusprogrammi SPSS. Pärast küsitluse lõppemist võrreldi küsitletute sotsiaaldemograafilist koosseisu valimis ettenähtuga ja teostati kadude tasandamiseks andmete kaalumise teoreetilise mudeliga vastavaks. Kaalumisel arvestati soo, vanuse ja linnaosa faktorit.

Uuringu tulemustest koostati kaks komplekti risttabeleid, millest esimene väljendab Eesti üldtulemust (lisaks vastaja soole, vanuserühmale ja rahvusele on ka eri piirkondade esindatus proportsionaalne). Teine komplekt risttabeleid on Tallinna tulemuste täpsemaks vaatlemiseks, ning selles on arvestatud andmete kaalumisel iga linnaosa sisemisi proportsioone vastaja soo, vanuse, rahvuse ja hariduse lõikes.

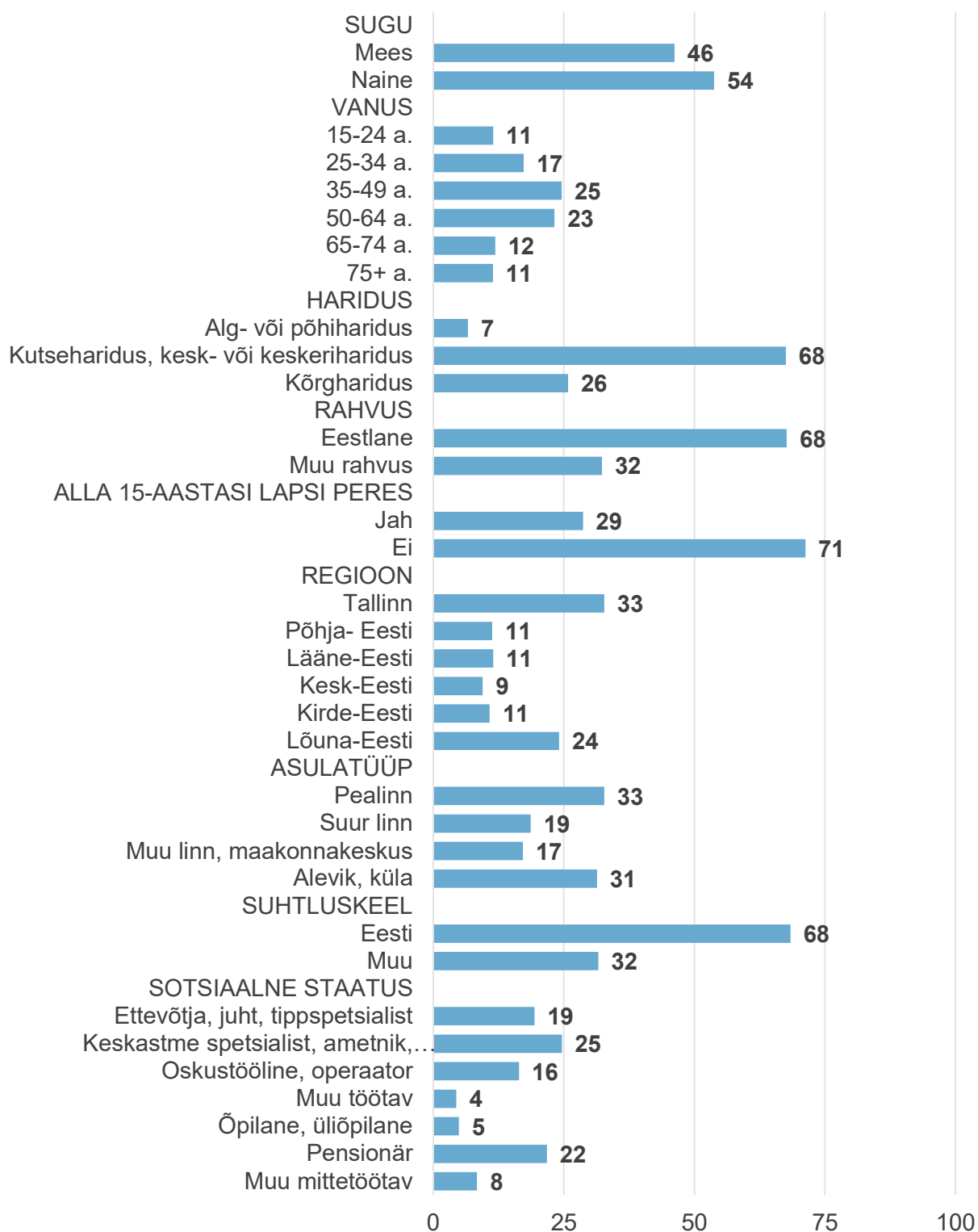
Antud komplekt tabelid on ka aluseks Tallinna tulemuste joonistele kandmisel ja analüüsimisel.

Uuringu tulemused on laiendatavad nii Eesti kui ka Tallinna elanikkonnale vanuses 15+., veaprotsent üldtulemuses ei ületa 3,1%. Väiksemate taustrühmade puhul (nt. sugu, vanuserühmad) võib see olla suurem.

Uuringuaruandes vaadeldakse tulemusi üldiselt ning joonistel tuuakse välja taustatunnused: sugu, rahvus, haridus ja elukoht. Tekstis viidatakse erisustele üldtulemusest vaid juhul, kui erisus on statistiliselt oluline.

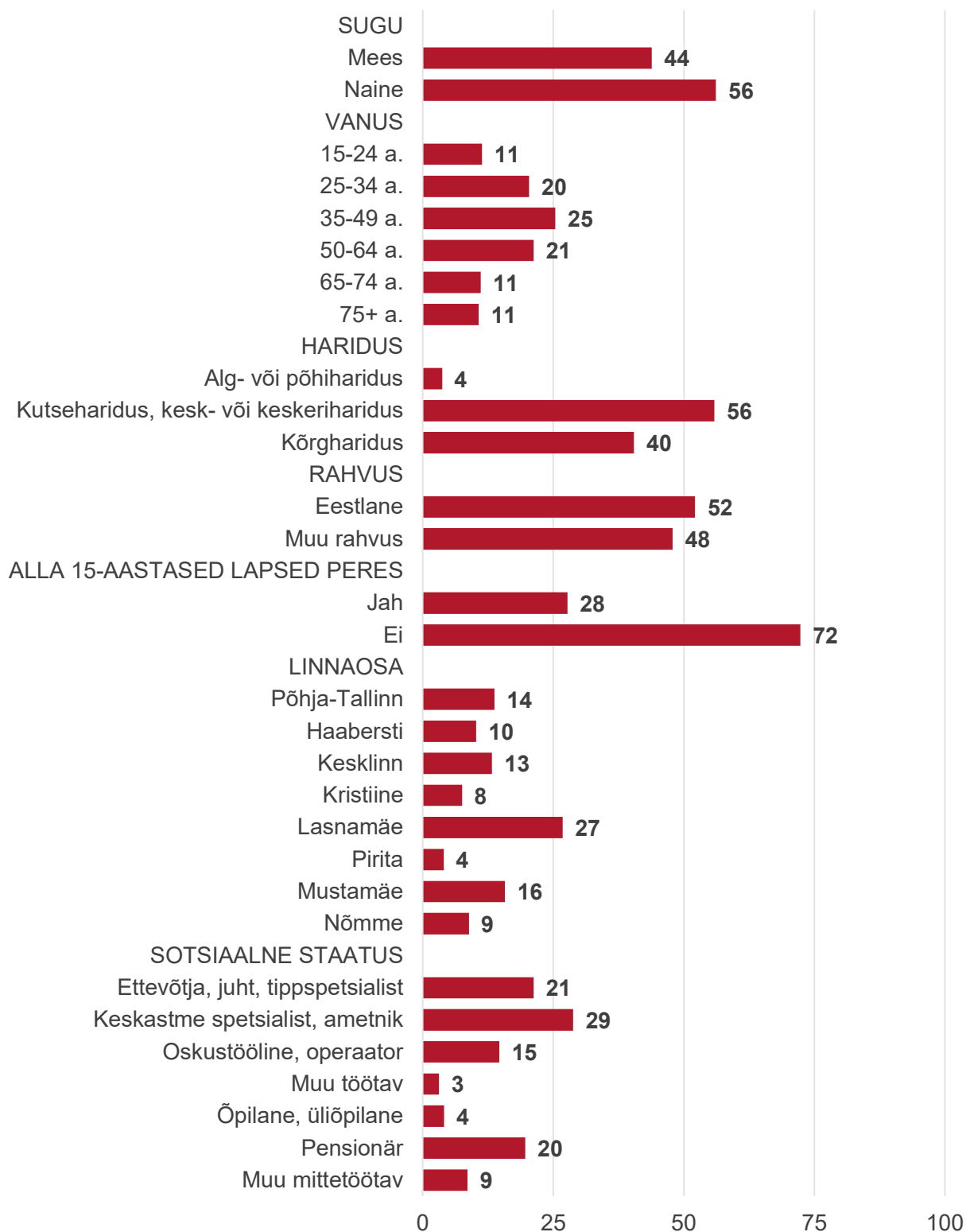
Uuringuaruande juurde kuuluvad ka risttabelid vastajate taustalõigetes ning ülevaade vabadest vastustest (muutmata sõnastuses).

Joonis 1. Vastajate struktuur, n=1535 kõik vastajad, %



Suur linn = Tartu, Pärnu, Narva ja Kohtla-Järve

Joonis 2. Vastajate struktuur Tallinnas, n=503, %



Tulemused

2 Kampania „Avasta suvist Tallinna“ märkamine

2.1 Kampania märgatavus Delfis

Vaatleme uuringu tulemusi kahes suuremas lõikes – kogu Eesti ja eraldi Tallinna vastajate puhul.

Küsimus: Kas te olete märganud uudisteportaalis Delfi artikliseeriat „Avasta suvist Tallinna“? Vastajatele näidati pilti kampaniast.

Tulemustest selgus, et kampaniat Delfis **märkas 32% Eesti elanikest**, sh 9% luges artikleid ja 23% märkas, kuid ei lugenud (joonis 3).

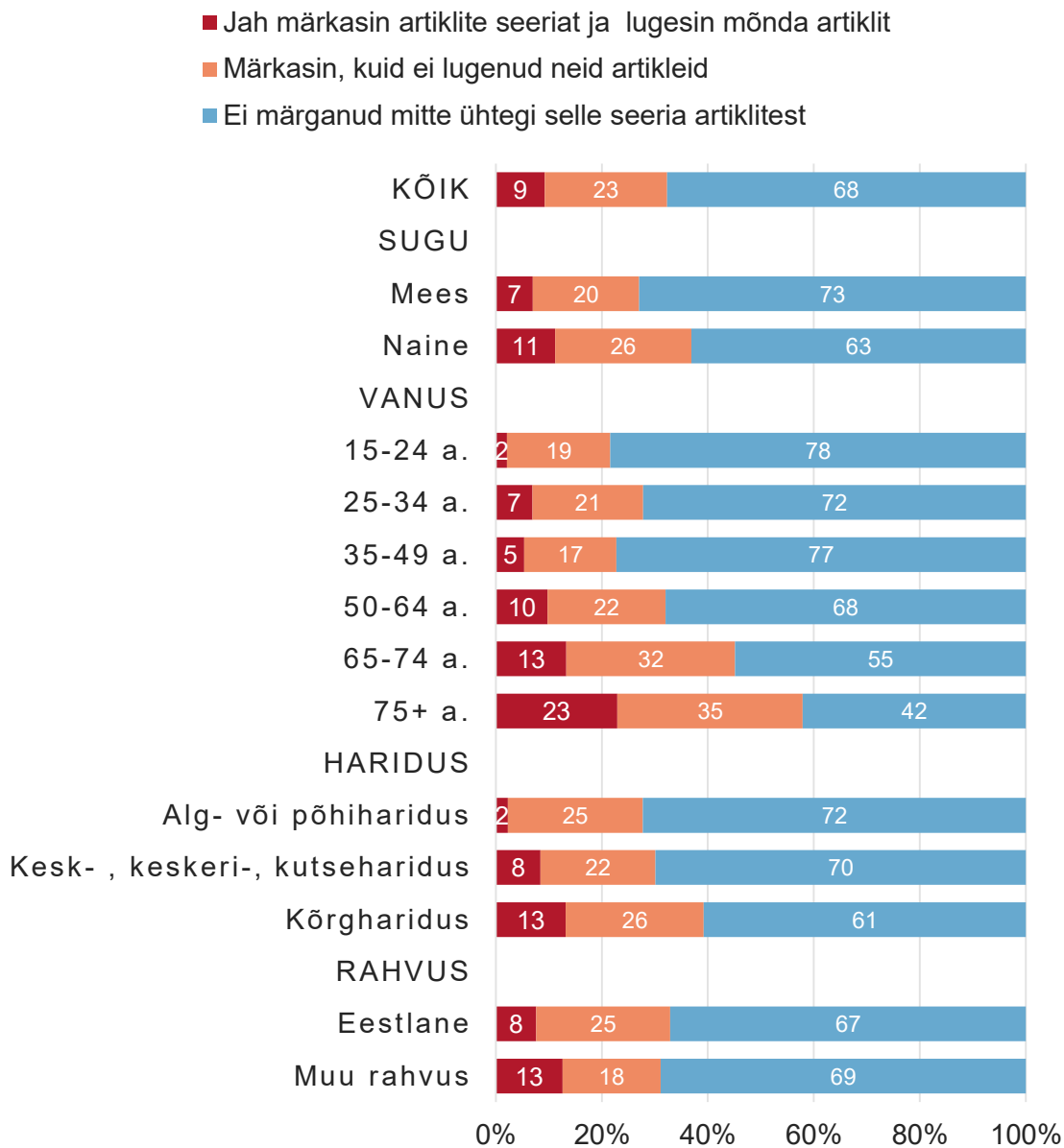
Kampania oli paremini märgatav naistele (37%) ja vanematele vanuserühmadele – alates vanusest 50a. Kõige paremini nägid ja ka lugesid seda inimesed vanuses 75a. ja enam. Lisaks märkasid ja ka lugesid vastavaid artikleid teistest sagedamini kõrgharidusega vastajad. Eestlased märkasid kampaniat veidi sagedamini kui muude rahvuste esindajad, kuid artikleid lugesid seevastu sagedamini teiste rahvuste esindajad.

Piirkondlikus vaates oli „Avasta suvist Tallinna“ kampania kõige paremini märgatav **Tallinnas (41%)** ja Põhja-Eestis (34%), järgnevad Lääne-Eesti ja Kesk-Eesti (joonis 4).

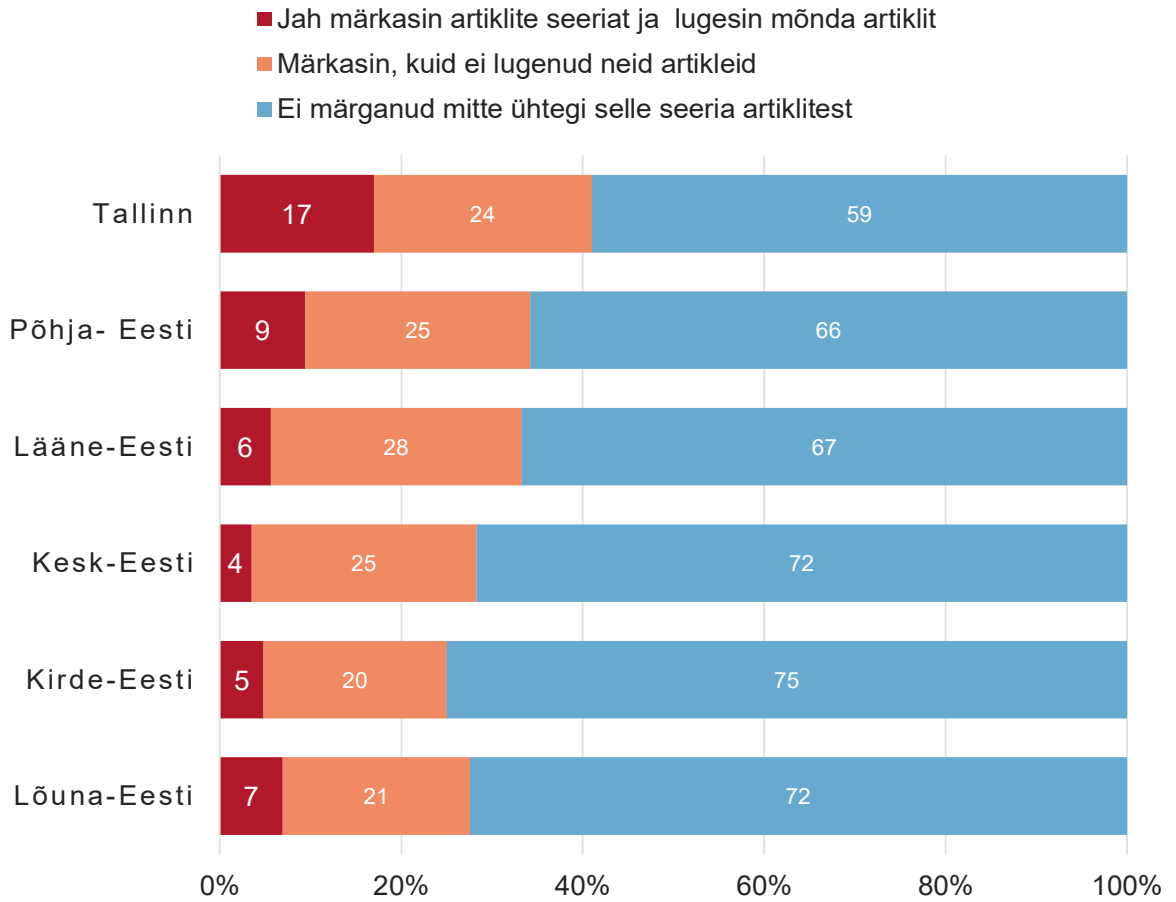
Tallinna vastajate puhul ilmneb sama tendents – naised ja vanemate vanuserühmade esindajad märkasid kampaniat teistest sagedamini.

Küll on märgatavuse numbrid siin oluliselt suuremad võrrelduna kogu Eesti tulemusega – nii on Tallinna naistest näinud seda 47%. Kõige sagedamini jäi kampania silma tallinlastele vanuses 65-74a, kellest tervelt 78% seda märkas ning 45% luges ka vastavaid artikleid (joonis 5).

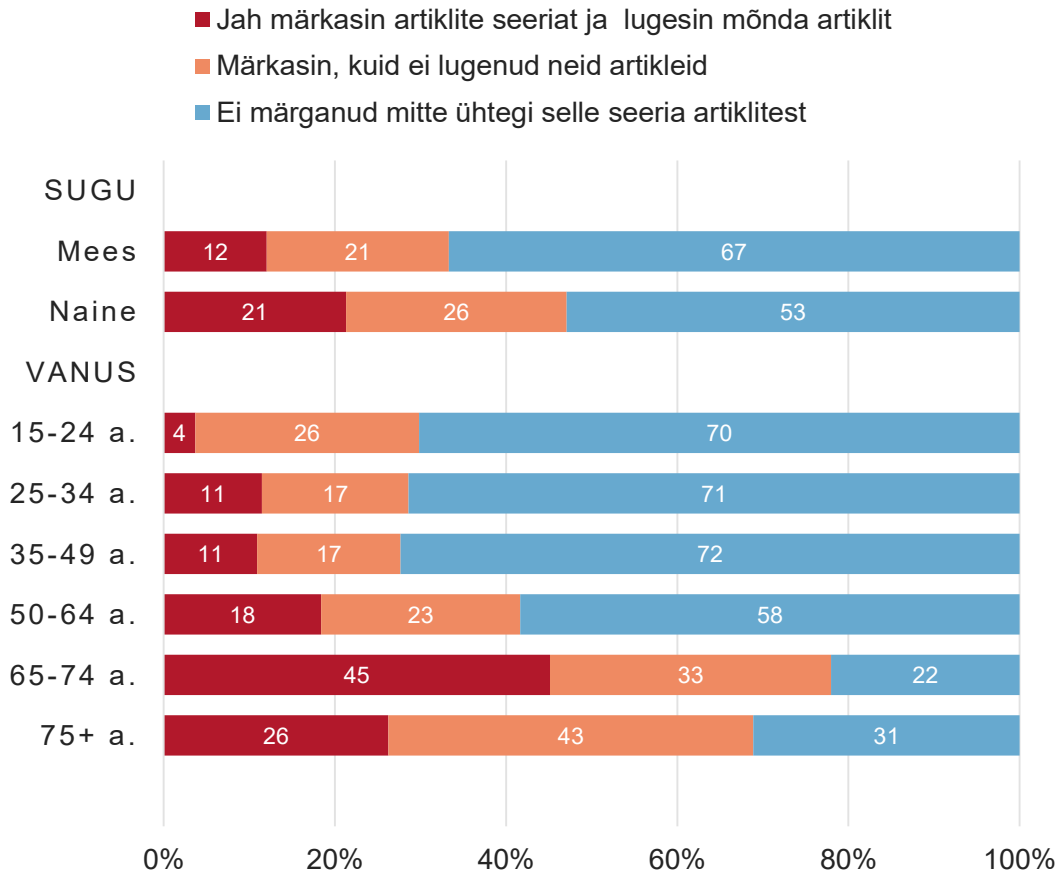
Joonis 3. Kampaania märgatavus Delfis, kõik vastajad n=1535, %



Joonis 4. Kampaania märgatavus Delfis piirkonniti, kõik vastajad n=1535, %



Joonis 5. Kampaania märgatavus Delfis, Tallinna vastajad n=503, %



2.2 Kampaania märgatavus Facebookis ja Instagramis

Facebooki ja Instagrami puhul vaatleme tulemusi kahel viisil – esmalt nende tulemust, kes vastavad kanalit kasutavad ja seejärel kõigi vastanute tulemust. Ka nende küsimuste puhul näidati vastajatele pilte kampaaniast.

Joonisel 6 on välja toodud Facebooki ja Instagrami kasutajate tulemused reklaami märgatavuse osas. Selgub, et Avasta suvist Tallinna kampaaniat märkas **Facebookis 20% ja Instagramis 19%** sihtrühma vastanutest, kes kasutavad vastavat kanalit.

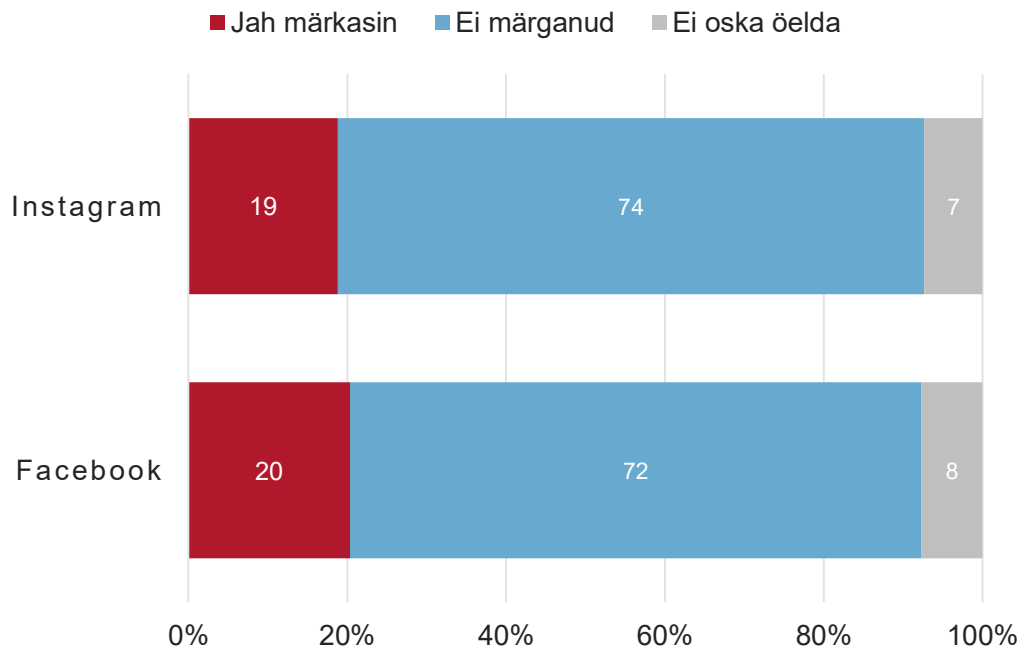
Selgub, et kogu Eesti elanikkonnast märkas „Avasta suvist Tallinna“ kampaaniat **Facebookis 17%**, seda ei märganud 59% ja 6% ei mäleta (joonis 7). 18% uuringu sihtrühmast aga Facebooki ei kasuta või kasutavad väga harva.

Ka Facebooki puhul ilmneb tendents, et naised märkasid kampaaniat meestest sagedamini. Vanuse osas näeme seevastu, et erinevalt Delfist märkasid Facebookis teemat oluliselt sagedamini nooremad inimesed. Vanemates vanuserühmades aga on enam neid, kes seda suhtluskanalit ei kasuta. Eestlastega võrreldes märkasid reklaami Facebookis sagedamini teiste rahvuste esindajad.

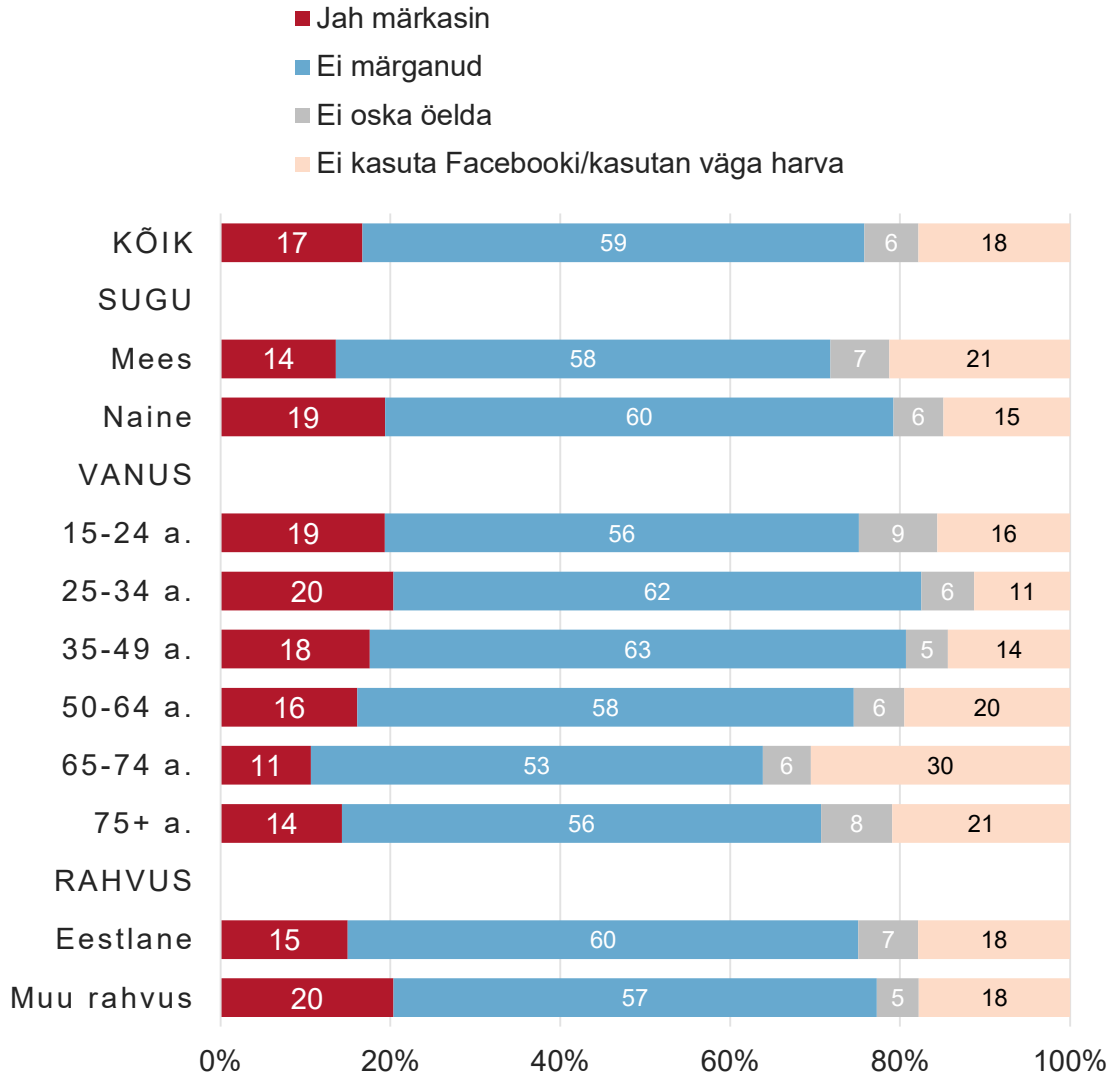
Piirkonniti tulemusi vaadeldes selgub, et Tallinna elanikud märkasid ka Facebookis kampaaniat kõige sagedamini – 23% ning kõige harvem märgati seda Lõuna-Eestis – 11%.

Tallinna linnaosade seas erisusi palju ei ilmne, vaid Põhja-Tallinna puhul saab välja tuua, et seal märgati reklaami mõnevõrra keskmisest harvem.

Joonis 6. Kampaania märgatavus Facebookis ja Instagramis kanali kasutajate seas, n=1535, %



Joonis 7. Kampaania märgatavus Facebookis, kõik vastajad n=1535, %

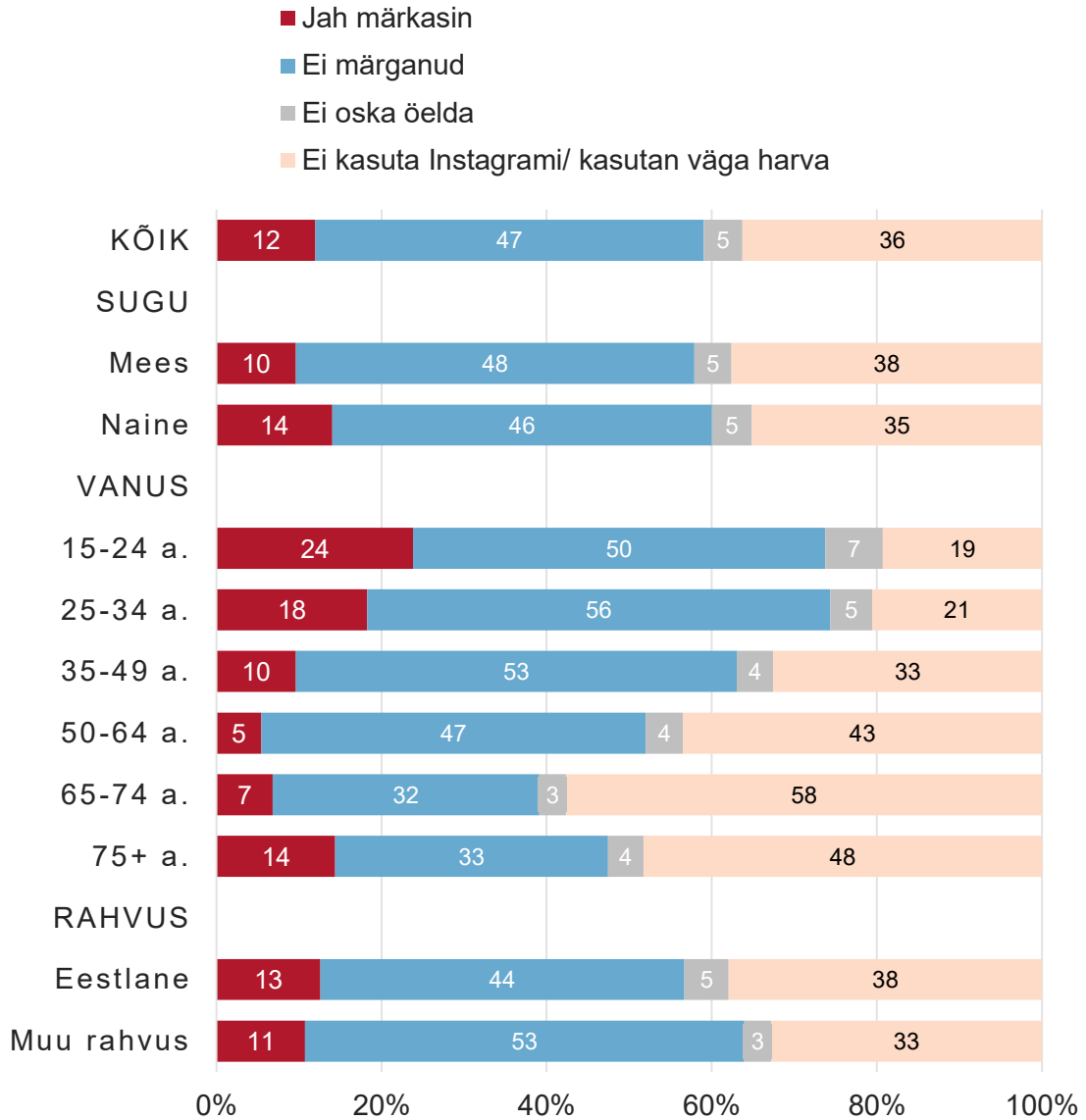


Instagramis märkas Avasta suvist Tallinna kampaaniat 12% kogu Eesti elanikest, 47% seda ei näinud ja 6% ei oska öelda. Kokku 36% sihtrühmast Instagrami ei kasuta või kasutab väga harva (joonis 8).

Tulemustest selgub, et ka Instagramis nägid reklaami meestest veidi sagedamini naised. Vanuserühmadest märkasid seda eelkõige kolme noorema vanuserühma esindajad. Rahvuse lõikes on tulemus võrdne. Eestlaste seas aga on muude rahvustega võrrelduna rohkem neid, kes Instagrami üldse ei kasuta.

Eri piirkondade tulemustest võib välja tuua, et Tallinna elanikud märkasid ka siin reklaami kõige sagedamini (18%). Kesk- ja Kirde-Eestis seevastu nähti reklaami harvem – võrdselt 8% vastanute poolt. Tallinna linnaosadest eristub ainsana Piriita, kus reklaami nähti keskmisest harvem.

Joonis 8. Kampaania märgatavus Instagramis. Kõik vastajad n=1535, %



2.3 Kampaania kogu märgatavus

Üldse märkas kampaaniat „Avasta suvist Tallinna“ (vähemalt ühes kanalis)

42% Eesti elanikkonnast. Tallinnas oli kogu märgatavus 53%.

Kogu Eesti tulemuses märkasid kampaaniat keskmisest sagedamini naised (47%). Meeste seas oli märgatavus 35%. Kõige kõrgem oli märgatavus vanuserühmas 75+ - 63% ja madalam vanuses 35-49a. (33%). Kõrgharidusega inimesed märkasid samuti kampaaniat keskmisest sagedamini (50%).

Piirkondadest võib siin välja tuua Lõuna-Eesti, kus kampaania märgatavus oli vähesem – 35%.

Tallinna tulemuses märkasid kampaaniat samuti sagedamini naised (61% vs. 44% meestel).

Paremini oli kampaania märgatav vanematele inimestele – 65-74a. -83% ja 75+ 72%. Kõrgharidusega tallinlastest nägi seda 62%.

Linnaosadest märgati kampaaniat kõige paremini Lasnamäel (63%) ja keskmisest vähem Kesklinnas (39%) ja Nõmmel (36%).

3 Tallinna külastamine

3.1 Tallinna külastamine

Tallinnast väljaspool elavatelt inimestelt küsiti, kas nad külastasid möödunud suvel Tallinna puhkuse või mõnel sündmusel osalemise eesmärgil.

Selgus, et Tallinna on möödunud suvel külastanud 31% antud sihtrühmast (joonis 10). Sealjuures kõige populaarsem kuu oli juuli, seejärel august ja juuni. Võimalik, et tegelik linna külastamine võis olla ka veidi suurem – osa vastanuist võis siin jätta märkimata juhud, kui külastus toimus perekondliku sündmuse või lihtsalt sugulaste või tuttavate külastamise eesmärgil.

Üldiselt paistab silma, et mida noorem on vastaja, seda tõenäolisemalt ta suvel Tallinna külastas. Vanuses 15-24a. on külastatavus keskmisest oluliselt suurem (44%). Kõige vähem külastas sel suvel Tallinna vanuserühm 65-74a. (19%).

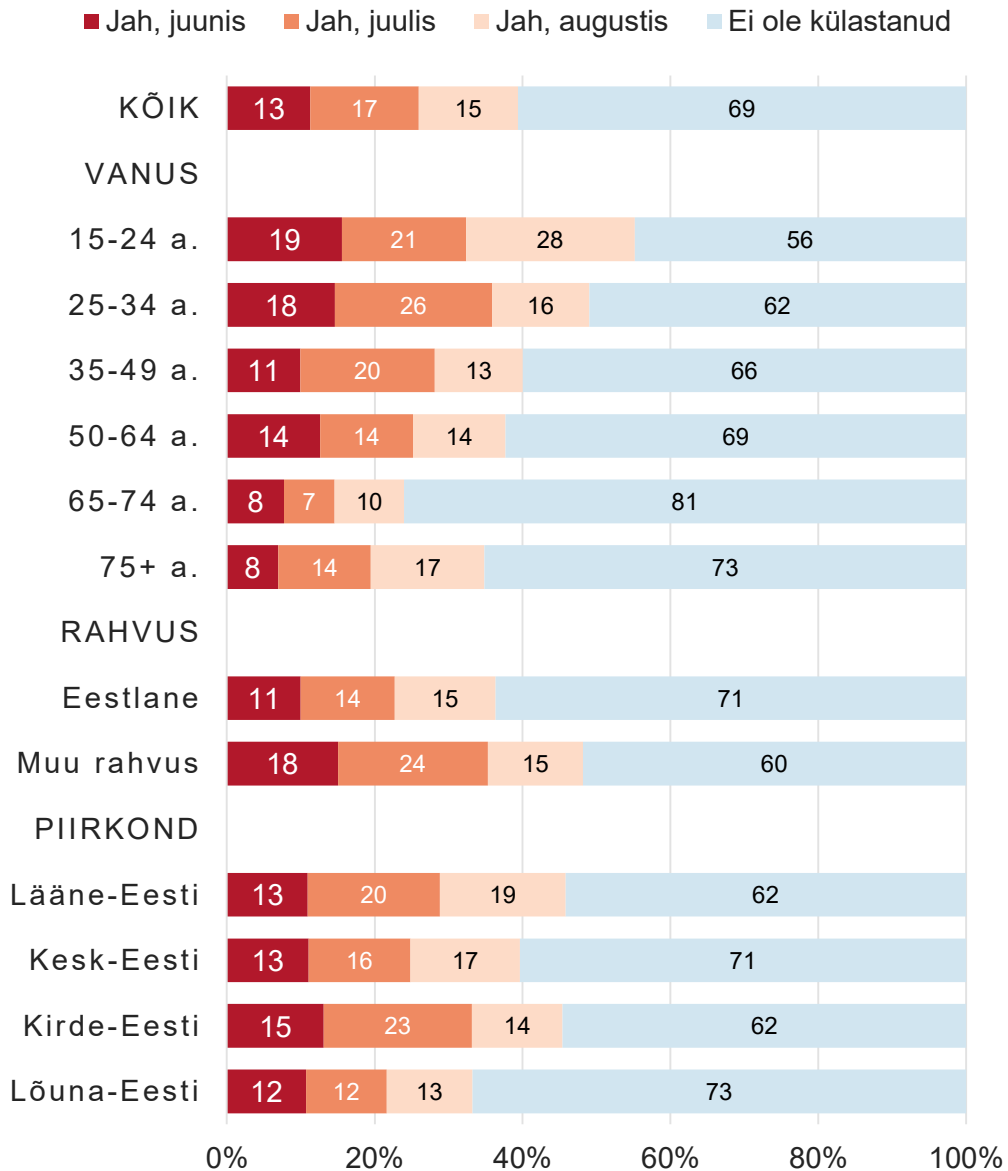
Eeslastega võrreldes külastasid muude rahvuste esindajad Tallinna suvel sagedamini. Kõige enam külastajaid tuli võrdselt kahest maakonnast – Lääne- ja Kirde-Eestist, veidi vähem tuli neid pealinna Kesk- ja Lõuna-Eestist.

Neist, **kes märkasid ja ka lugesid artikleid** seeriast „Avasta suvist Tallinna“ Delfis, **külastas pealinna 60%**, seega märgatavalt rohkem. Neist, kes märkas reklaami Facebookis, külastas 54%. Instagramis märkajatest külastas 48%, seega mõjus reklaami nägemine kõigis kolmes kanalis Tallinna külastamisele motiveerivalt.

Alla 15-aastaste lastega peredelt küsiti, kas nad külastasid Tallinna ka koos oma lastega. Selgus, et **74% külastas koos lastega** ja 26% mitte.

Mitte-eesti suhtluskeelega inimesed külastasid Tallinna sagedamini koos lastega – 88%. Piirkondade osas siin erisusi ei selgunud.

Joonis 9. Tallinna külastamine suvel. Vastajad, kes ei ela Tallinnas ega Harjumaal n=907, %. Vastaja võis külastada Tallinna kõikidel kuudel



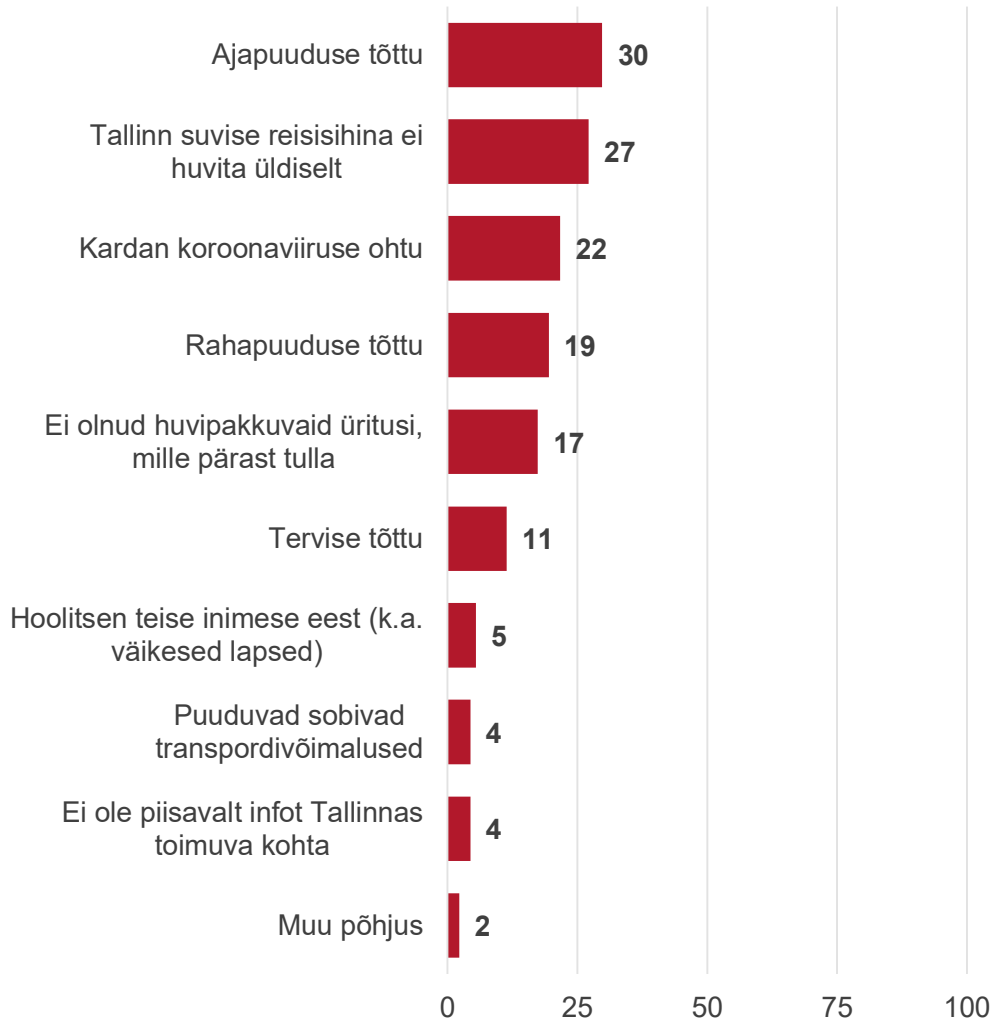
3.2 Mittekülastamise põhjused

Väljaspool Tallinna ja Harjumaad elavatelt inimestelt, kes Tallinna suvel vaba aja veetmise eesmärgil ei külastanud, küsiti selle põhjuste kohta.

Peamiseks põhjuseks, miks Tallinna ei külastatud, oli ajapuudus (30%). Seejärel asjaolu, et Tallinn ei paku huvi suvise reisisihtkohana (27%) ning koroonaviiruse kartmine (22%). Olulisteks põhjusteks oli veel rahapuudus ja see, et ei olnud huvitavaid sündmusi või üritusi, mida külastada. Infovähesust kurtis vaid 4% sihtrühmast.

Mehed väitsid naistest sagedamini, et neid Tallinn reisisihtkohana neid ei huvita. Noorim vanuserühm kurtis keskmisest sagedamini sobilike ürituste puudust (47%) ja ajapuudust (46%). Vanuserühm 25-34a. märkis samuti keskmisest sagedamini huvipakkuvate ürituste puudumist (36%), kuid vanuses 35-49a. kimbutas inimesi sagedamini ajapuudus (53%). Vanim rühm (75a. ja vanemad) kurtis seevastu teistest sagedamini reisi takistusena oma kehva tervist.

Joonis 10. Mittekülastamise põhjused, n=625, kes ei külastanud suvel Tallinna vaba aja reisi eesmärgil, %



3.3 Ööbimisega reisirid

Küsimus väljaspool Harjumaad elavatele ja suvel Tallinna külastanud vastajatele:
Kas te käisite Tallinnas vähemalt ühel ööbimisega reisiril?

Jaatavalt vastas küsimusele 55% ning eitavalt 45% sihtrühmast.

Lisaks selgus, et ööbimisega reisiril käisid kõige sagedamini kahe noorima vanuserühma esindajad (72-73%). Kõige harvem käisid sellisel reisiril kahe vanuserühma esindajad – 50-56a. ja 75aastased ja vanemad. Eestlastega võrreldes

külastasid Tallinna koos ööbimisega sagedamini mitte-eestlased (71%).
Piirkondadest tulevad ööbimisega reise osas rohkem esile Kirde- ja Lõuna- Eesti.

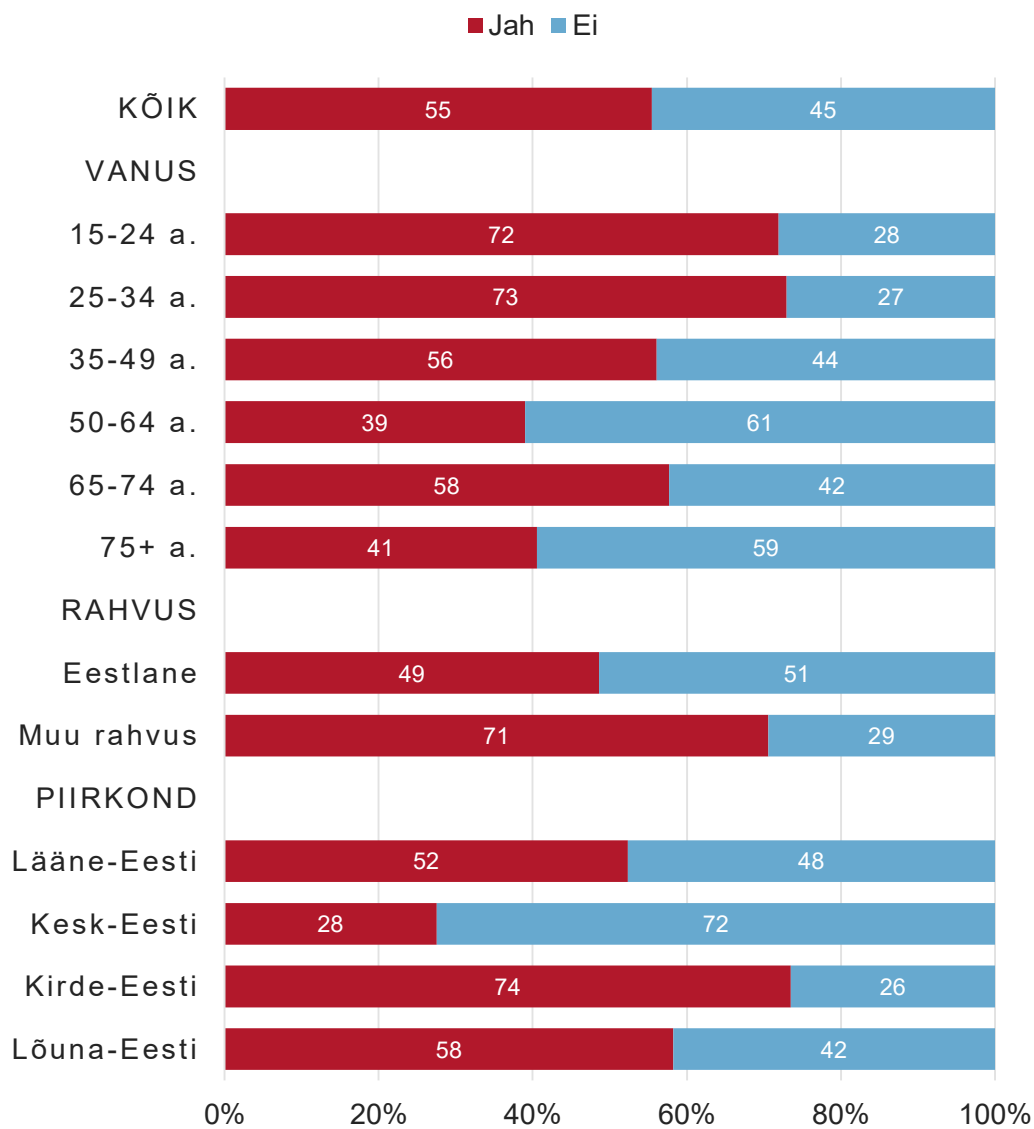
Reklaami märkamise ja Tallinnas ööbimise vahel seoseid ei leidunud.

Vähemalt ühe ööbimisega reisil käinutelt küsiti, kus nad ööbisid. Vastused on välja toodud joonisel 13.

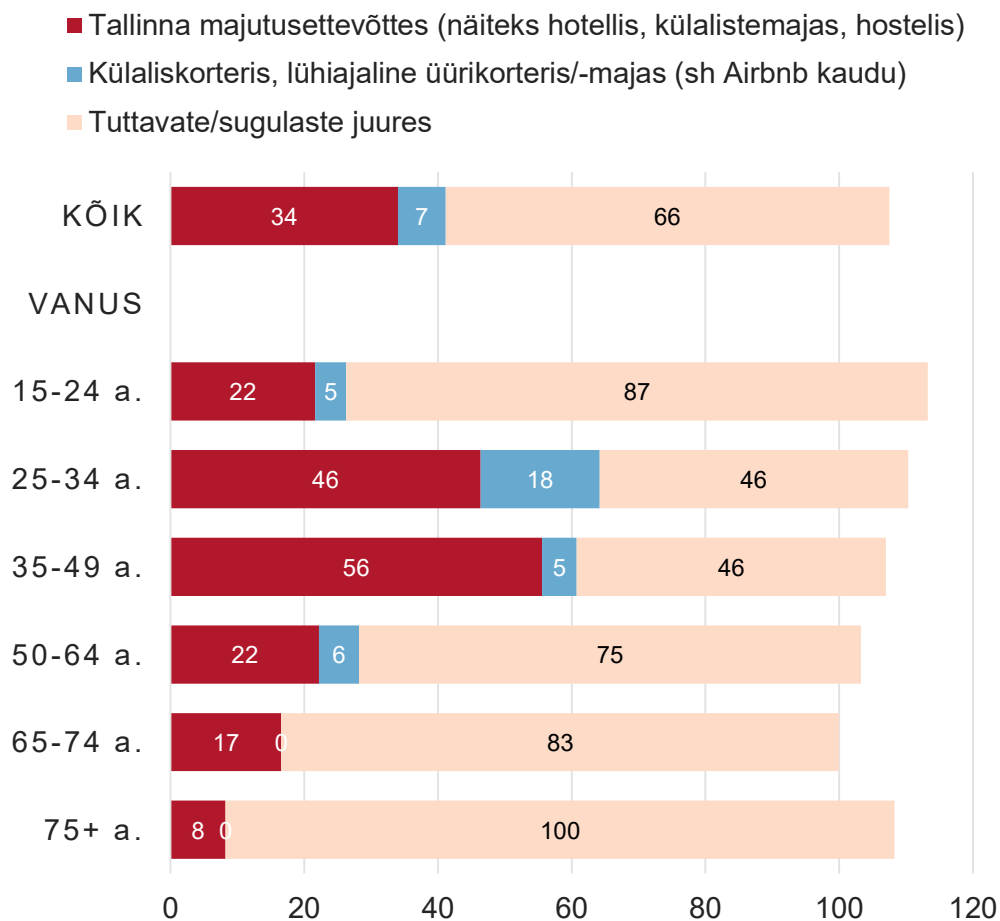
Selgub, et **enamus vastanutest viibis öösel oma tuttavate või sugulaste juures** (66%). Hotellis, külalistemajas või hostelis ööbis 37% ja külaliskorterit või lühiajalist üürikorterit kasutas 7% ööbijatest.

Kõige sagedamini kasutavad külaliskortereid vanuserühma 25-34a. esindajad (18%). Sama vanuserühm kasutab ööbimiseks sagedamini ka hotelle. Hotellide osas järgneb vanuserühm 25-34a.. Samuti paistab silma, et üle 65-aastased inimesed külaliskortereid praktiliselt ei kasuta.

Joonis 11. Vähemalt ühe ööbimisega reisisid. Vastajad, kes ei ela Harjumaal ja külastasid suvel Tallinna n=282, %



Joonis 12. Majutuse liigid, vastajad, kes ööbisid Tallinnas, n=149



4 Tegevused suvises Tallinnas

Küsimus suviste tegevuste kohta esitati nii tallinlastele endile kui ka linna külalistele (kes ei ela Harjumaal). Toome mõlema vastajagrupi tulemused välja ühisel joonisel (siin ja edaspidi).

Tallinna külalised külastasid möödunud suvel pealinnas kõige sagedamini oma sugulasi ja tuttavaid (55%) ja lisaks muudele tegevustele külastati samavõrra ka kauplusi (56%). Kohvikuid ja restorane külastas kolmandik linna külalistest ning mõnda atraktsiooni külastas 23%. Pingereas järgnevad vaatamisväärsused, muuseumid/näitused ja kultuuri-, spordi ning meelelahutusüritused.

Väikesaari külastasid keskmisest sagedamini noored (vanuses 15-24a.), sagedamini alg- ja põhiharidusega inimesed ning eestlased.

Tallinna vastajatele kaupluste külastamise varianti ei pakutud. Muudest tegevustest osutus neile kõige populaarsemaks linnalooduses viibimine, mida tegi 68% tallinlastest. Seejärel külastati sugulasi/tuttavaid (53%) ning käidi kohvikutes/restoranides (52%) ja rannas (49%). Kultuuri- või sporiüritusi külastavad tallinlased linna külalistest rohkem, samuti külastavad nad rohkem veekeskuseid ja spaasid, tegelevad aktiivsete harrastustega, käivad rannas ning külastavad linnalähedasi väikesaari. Kõige vähem on käidud giidiga linnatuuridel – 4% tallinlaste ja 1% külaliste poolt.

Väikesaarte külastamisel paistab silma, et tallinlased külastasid neid linna külalistega võrreldes märksa sagedamini. Tallinna vastajate seas külastas saari sagedamini kaks vanuserühma – 15-24a. ja 35-49a, keskmisest märksa sagedamini külastasid saari õpilased ja üliõpilased.

Vaatamisväärsused ja atraktsioonid on pea võrdselt populaarsed nii linna külaliste kui siinsete elanike seas.

Muude suviste tegevuste seas nimetati veel kinos käimist, vanalinna külastamist, kohtumisi tuttavatega, jalutuskäike, filmivõtetel osalemist, auto ostmist või sellega hoolduses käimist ja läbisõitu seoses välismaa reisiga.

Tallinna külaliste seas noorim vanuserühm külastas keskmisest sagedamini kohvikuid/restorane ning parke ja promenaade. Vanuses 25-34a. inimesed külastasid sagedamini samuti kohvikuid ja veekeskusi/spaasid. Üle 65-aastased linnakülalised külastasid teistest vähem kohvikuid ning vanuserühm 75+ külastas Tallinnas peamiselt oma sugulasi ja tuttavaid (89%).

Linnaelanike endi vastustes paistab silma, et kõige aktiivsem rühm on vanuses 25-35a. Noorim rühm paistis silma keskmisest sagedasema kultuurielus osalemisega, kohvikute külastamisega, aktiivsete harrastuste ja ka sugulaste/tuttavate külastamise poolest. Vanuserühm 35-49a. käis keskmisest sagedamini rannas ning

inimesed alates 50 aastast nimetasid juba paljusid tegevusi keskmisest vähem, sh kohvikute ja restoranide külastamist.

„Avasta suvist Tallinna“ kamapaania märkamine avaldas mõningast mõju nii tallinlaste kui linna külaliste tegevustele. Tallinna vastustes paistab silma, et Facebooki kamapaania märkajad külastasid keskmisest sagedamini atraktsioone, veekeskusi/spaasid, giidiga tuure ning käisid sagedamini rannas ja linnalooduses. Instagramis kamapaaniat näinud inimesed külastasid sagedamini atraktsioone ja kohvikuid/restorane.

Joonis 13. Tegevused Tallinnas, tallinlased ja linna külalised, %



4.1 Linnaosade külastamine

Küsimus: Milliseid Tallinna piirkondi te Tallinna reisiril küllastasite? Milliseid piirkondi te vaba aja veetmise eesmärgil küllastasite?

Nii linnaelanike kui selle külaliste jaoks on suvel populaarsemad linnaosad olnud kesklinn ja vanalinn. Kahele populaarsemale järgnevad Kalamaja ja Kadriorg. Üldiselt küllastatakse erinevaid linna piirkondi, aega ei veedeta vaid ühes piirkonnas. Oodatult on tallinlased suve jooksul rohkemates linnaosades aega veetnud, kui linna külalised.

Tallinlastele on võrreldes linna külalistega populaarsemateks piirkondadeks Pirita, Kalamaja ja Kadriorg. Mõlemas sihtrühmas on kõige vähem aega veedetud Nõmme linnaosas.

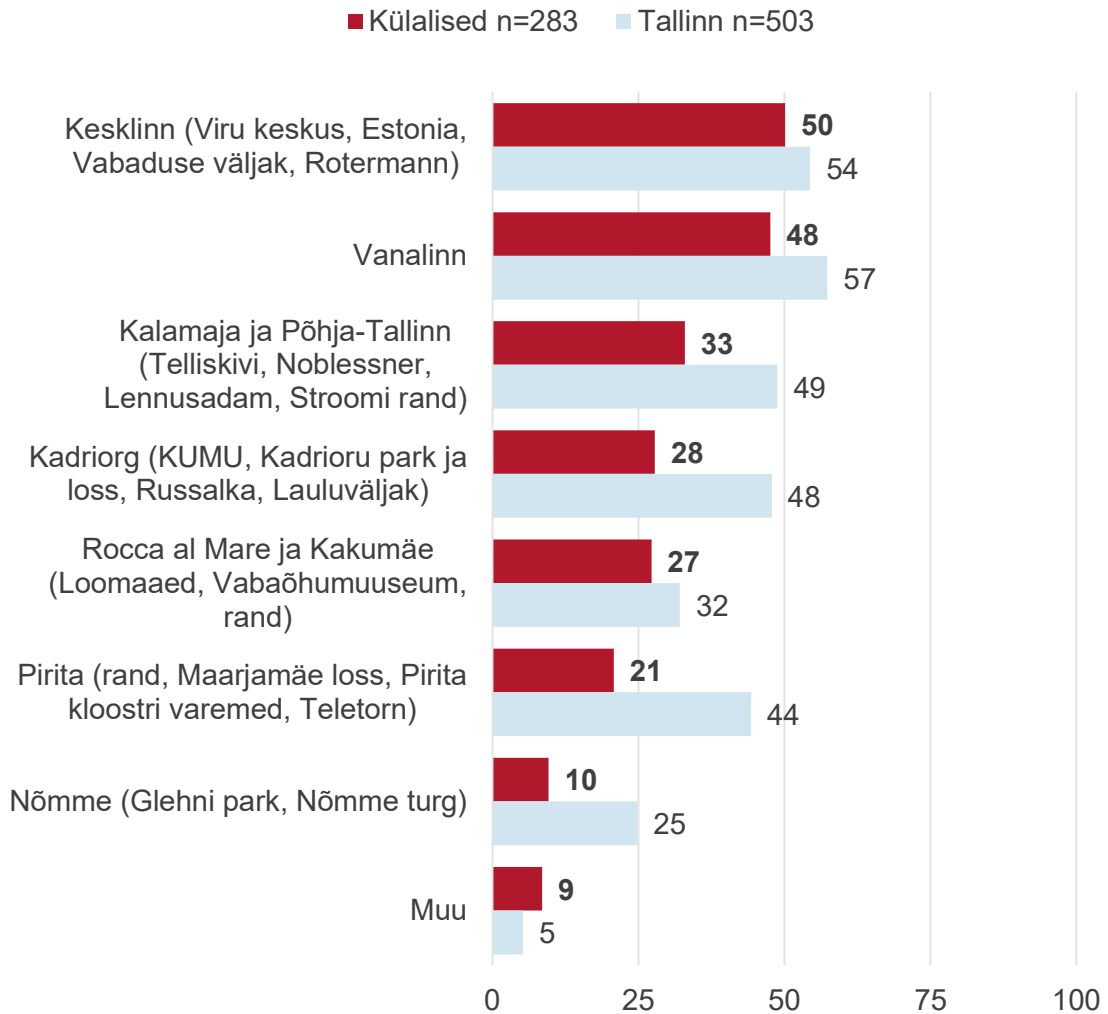
Tallinna noorim vanuserühm eelistab teistest sagedamini veeta suvist vaba aega kesklinnas, vanuserühm 25-34a. aga Pirital.

Linnaosade tulemused on suhteliselt loogilised – enamasti eelistatakse puhata eelkõige enda linnaosas või selle lähiümbruses. Nii eelistavad Põhja-Tallinna elanikud keskmisest sagedamini Kalamaja piirkonda, Haabersti elanikud Rocca al Mare/Kakumäed, kesklinna elanikud vanalinna ja Kadriorgu, Lasnamäe elanikud Piritat ja Kadriorgu, Pirita elanikud Piritat ning Mustamäe ja Nõmme elanikud Nõmme.

Mujalt Eestist pärit nn linna külaliste puhul vastaja vanusega seotud linnaosade eelistusi välja ei tule. Küll aga näeme, et vastajad Kirde-Eestist küllastavad teistest sagedamini Vanalinna ja alla 15-aastaste lastega pered Rocca al Mare, kus tõenäoliselt küllastatakse loomaaeda.

Need, kes märkasid „Avasta suvist Tallinna“ reklaamikampaniat Delfis ja lugesid artikleid, küllastasid keskmisest sagedamini vanalinna ja Kadriorgu. Instagramis reklaami märganud inimesed aga veetsid aega sagedamini kesklinnas ja Kalamaja/Põhja Tallinna piirkonnas.

Joonis 14. Külastatud piirkonnad, tallinlased ja linna külalised, %



4.2 Suurürituste külastamine

Küsimus: Millistel järgmistest Tallinna suve suursündmustest Te osalesite?

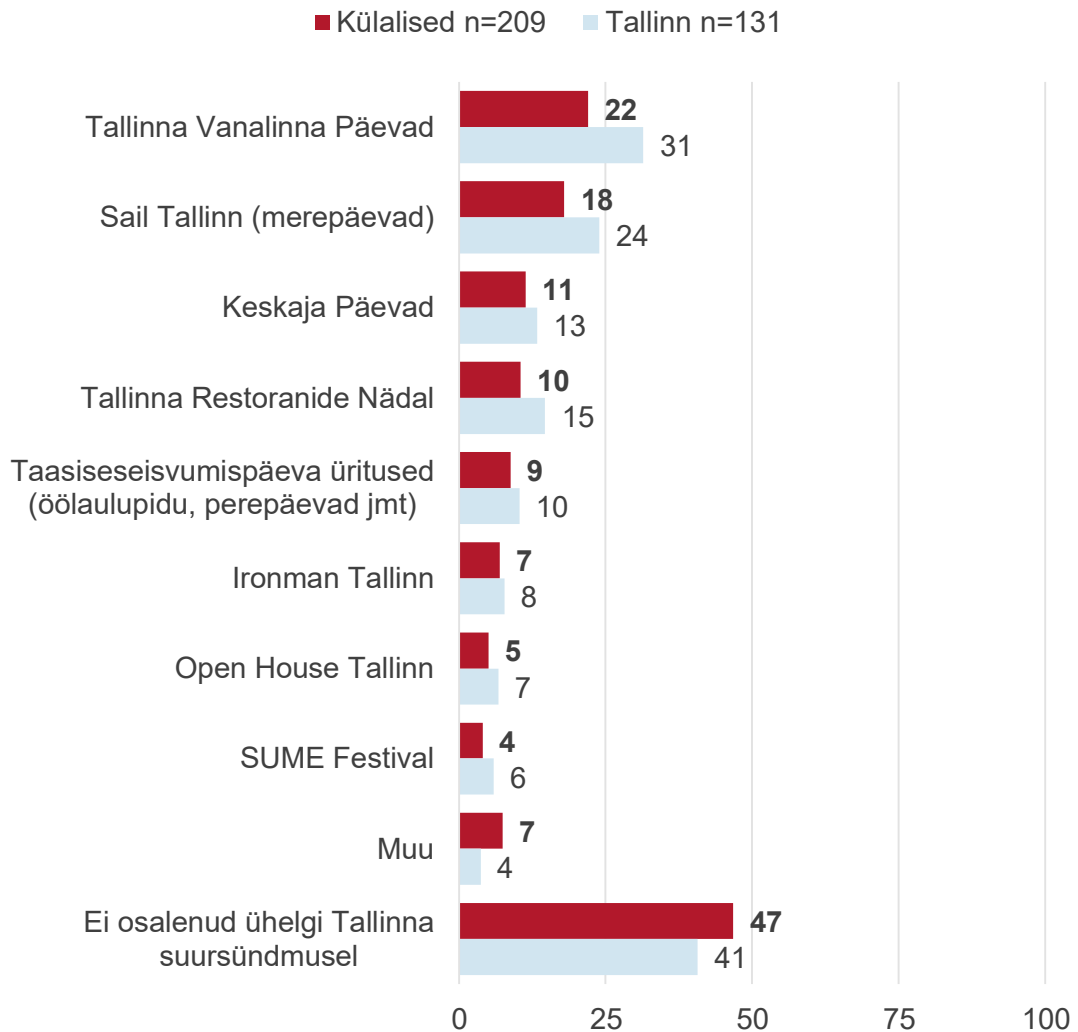
Kaks populaarsemat suveüritust olid mõlema sihtrühma jaoks Tallinna Vanalinna Päevad ja Merepäevad (joonis 15). Järgnesid Keskaja päevad, Tallinna Restoranide nädal ja taasiseseisvuspäeva üritused. 47% linna külalistest ei osalenud aga ühelgi suve suursündmustest ning tallinlaste seas oli vastav näitaja 41%.

Merepäevad olid kõige populaarsemad vanuserühmas 50-64a., noorim vanuserühm külastas keskmisest harvem Keskaja päevi ja taasiseseisvumispäeva üritusi.

„Avasta suvist Tallinna“ kampaania märkamise suve suursündmuste külastamist palju ei mõjutanud. Delfis reklaami näinud ja artikleid lugenud inimesed külastasid

siiski keskmisest veidi sagedamini Vanalinna Päevi ja ka Keskaja Päevi ning Facebookis reklaami näinud samuti Vanalinna Päevi.

Joonis 15. Suurürituste külastamine, kes külastasid kultuuri-, spordi- või meelelahutusüritusi, %



4.3 Lisainfo otsimine suvesündmuste kohta

Küsimus: Kas te otsisite Tallinna suvesündmuste kohta ka ise täiendavat infot?
Küsimus esitati vastajatele, kes olid külastanud ankeedis toodud suursündmusi.

Selgus, et 55% kõigist vastanutest on seda otsinud ning tallinlaste seas on vastav näitaja 60%.

Tallinlastele kampaania märkamine ürituste kohta info otsimisele mõju ei avaldanud. Kõigi vastajate puhul on aga näha, et kampaania märkamine mõjus siin positiivselt. Nii otsis Delfis kampaaniat märganud ja artikleid lugenutest ürituste kohta lisainfot 77%, üldse mõnes kanalis kampaaniat märganutest aga 68%.

Joonis 16. Infoallikad, kust otsiti lisainfot suveürituste kohta. Vastajad, kes otsisid ürituste kohta infot, %



5 Rahulolu Tallinna küllastamisega ja soovimine

5.1 Rahulolu puhkusega Tallinnas

Suvises Tallinnas oma puhkust veetnud külalised jäid sellega väga hästi rahule – 30% kõigist vastanutest hindas seda 10-pallisel skaalal hindegaga 9-10 ja 33% hindegaga 7-8. Madalaid hindeid (1-4) andis vaid 4%. Skaala keskmine hinne on 7,76 palli.

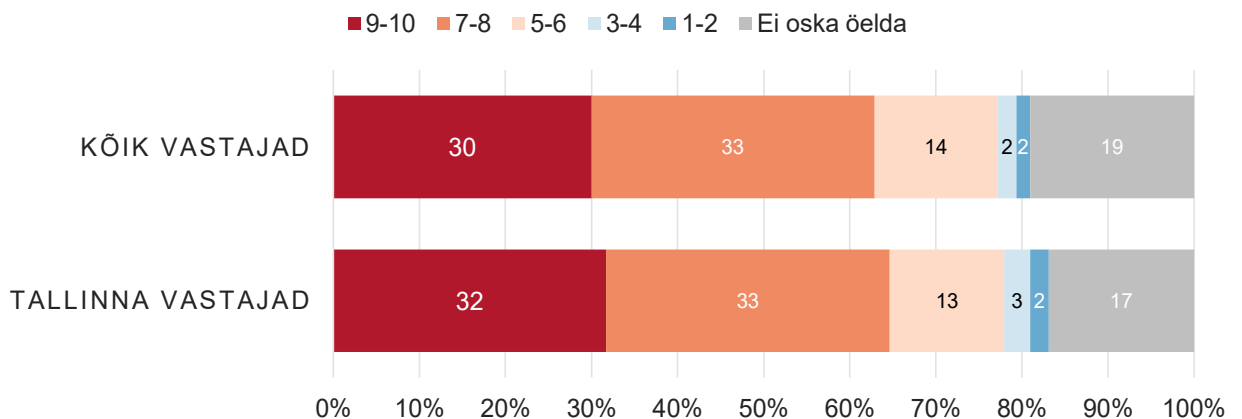
Tallinna vastajate seas on rahulolu veidi kõrgem – hindegaga 9-10 hindas 32% ja hindegaga 7-8 33%. Ühtlasi on Tallinnas rahulolematuid 5%. Keskmine hinne tuli Tallinna vastajatel 7,73 palli.

Kõigi vastanute tulemuses näeme, et kõige rahulolevamad on oma puhkusega vanuserühm 65-74a. tulemusega 8,12 ning seejärel noorima vanuserühma esindajad tulemusega 7,88 palli.

Teiste rahvuste esindajad on eestlastega võrreldes veidi enam rahul, nende tulemus oli 7,87 (vs. eestlastel 7,68). Piirkonniti olid kõrgeimad rahulolu tulemused Lääne-Eestis (8,34) ja Kirde-Eestis (8,04).

Tallinna elanike puhul on samuti oma puhkusega Tallinnas enim rahul inimesed vanuses 65-74a. hindegaga 8,13 palli. Linnaosade lõikes näeme kõrgeimat rahulolu Lasnamäe ja seejärel Nõmme elanikel.

Joonis 17. Rahulolu puhkusega suvises Tallinnas, n=1535, %

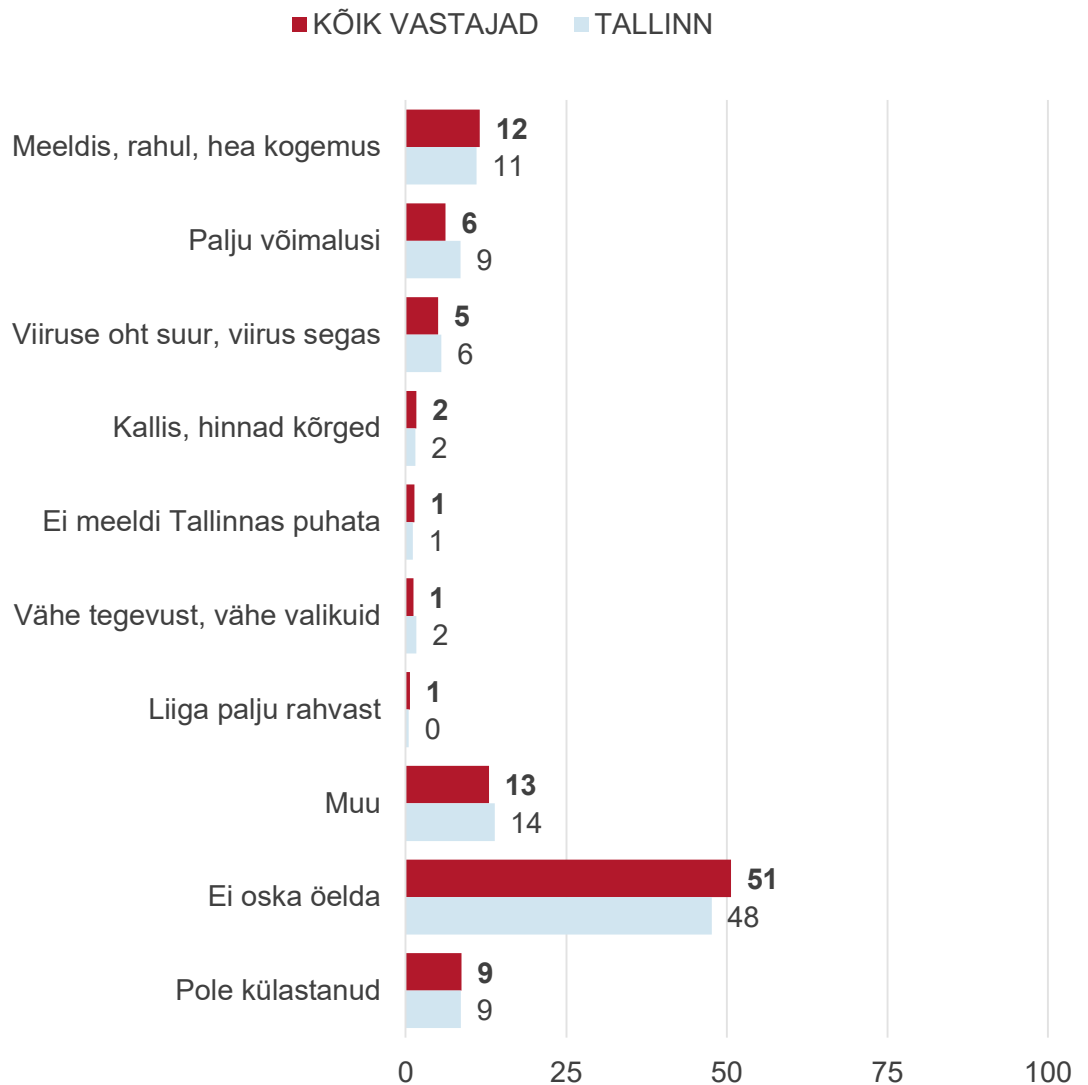


Vastajatel paluti vabas vormis kommenteerida oma eelmist vastust.

Kõige sagedamini põhjendati oma vastust, et külastusega jäädi rahule, meeldis, oli hea kogemus (12%). Teisena mainiti, et Tallinnas on palju võimalusi huvitavalt aega veeta, igaüks leiab siin tegevust – 6%. Nii positiivselt kui negatiivselt vastajad mainisid siiski, et sel aastal segas külastust viiruse oht (5%).

Negatiivse poole pealt toodi esile kõrgeid hindu (2%), seda, et on vähe huvitavat tegevust (1%), liigset rahvahulka (1%) ja seda, et vastajale üldse ei meeldi suvel Tallinnas puhata (kuna mujal piirkondades või looduses on parem). Kõik vastused on ära toodud aruande lisamaterjalides.

Joonis 18. Põhjendused ja kommentaarid oma rahulolu kohta, n=910, %



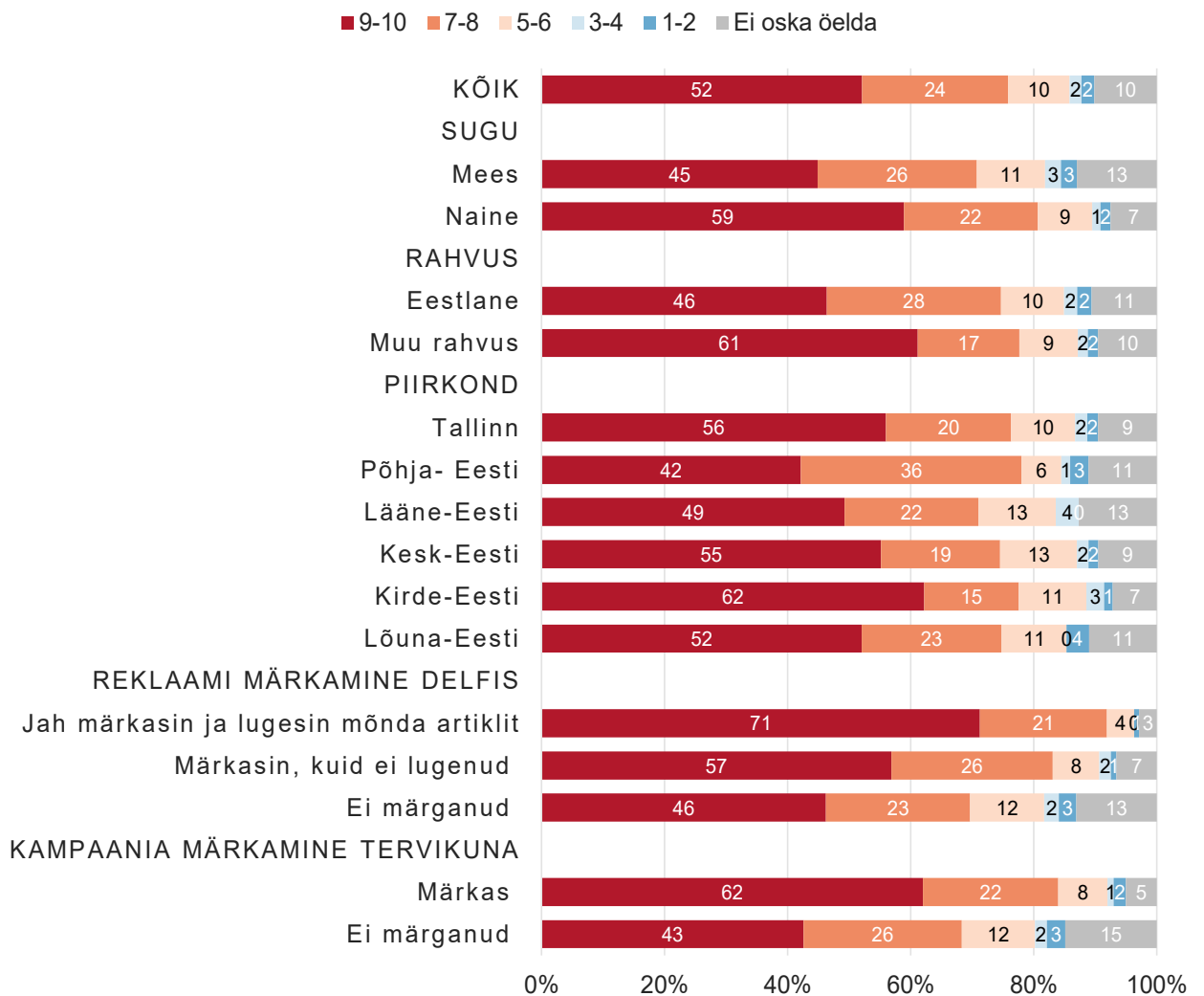
5.2 Tallinna soovimine

Küsimus: Kuivõrd Te soovitaksite oma sõpradel-tuttavatel külastada järgmisel suvel Tallinna? Hinnake palun 10-pallisel skaalal, kus 1= ei soovita üldse ja 10= soovitan väga.

Tallinna soovimine suvise külastuskohana on kõrgel tasemel – 52% kõigist vastanutest soovib seda hindegaga 9-10 ja lisaks 24% hindegaga 7-8. Mittesoovitajaid on vaid 4%.

Keskmisest sagedamini soovivad Tallinna naised, mitte-eestlased ning Tallinna ja Kirde-Eesti elanikud. Soovitamisele mõjub positiivselt ka reklaami märkamine Delfis või siis kampaania märkamine tervikuna (joonis 19).

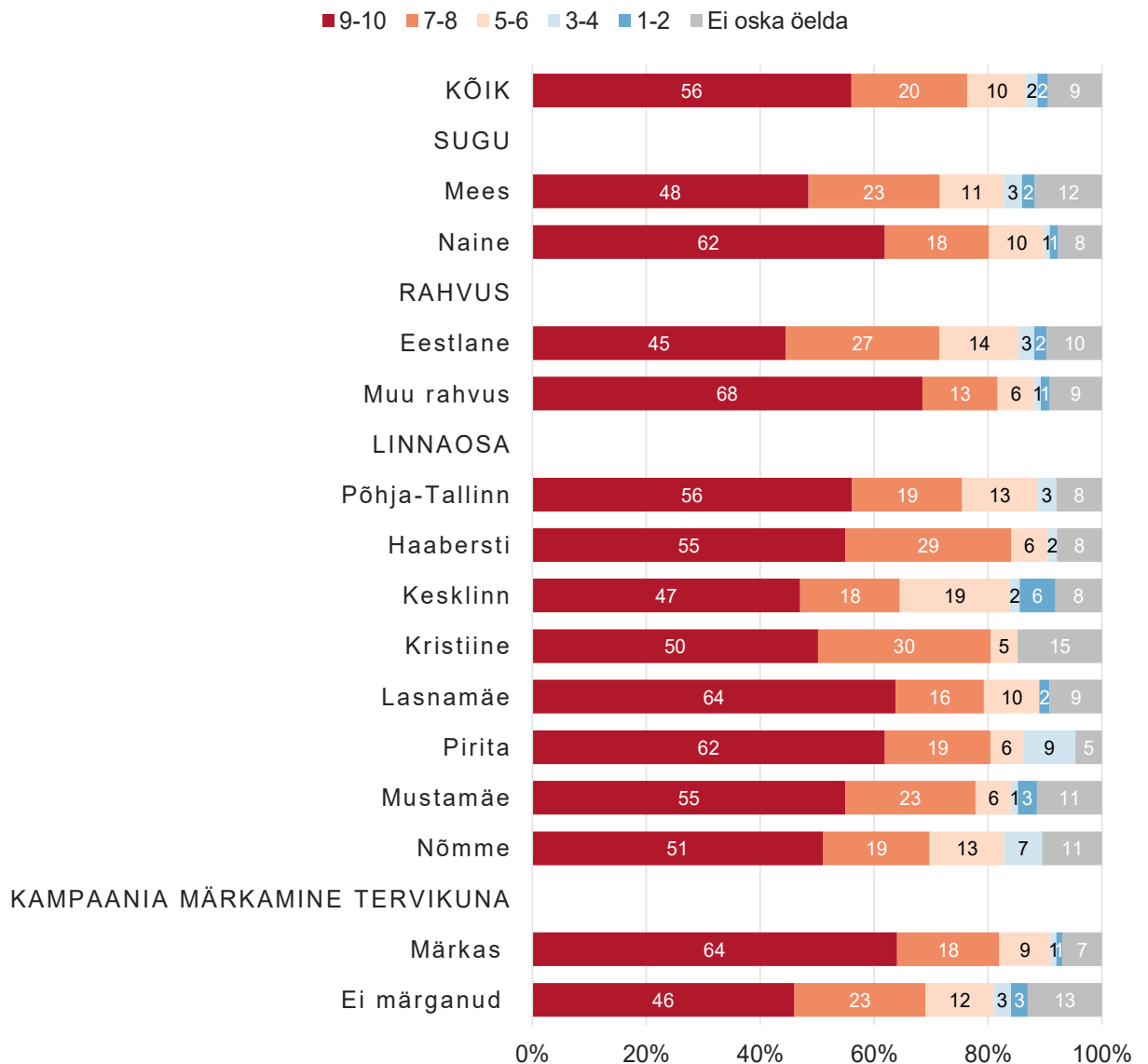
Joonis 19. Tallinna soovimine, kõik vastajad, n=1535, %



Ka Tallinna ja Harjumaa vastajate tulemuses Tallinna soovitamisel näeme samu trende – soovitajaid on keskmisest sagedamini naiste ja mitte-eestlaste seas ning kampaania märkajate seas.

Linnaosadest on kõige enam soovitajaid Lasnamäe ja Pirita elanike seas.

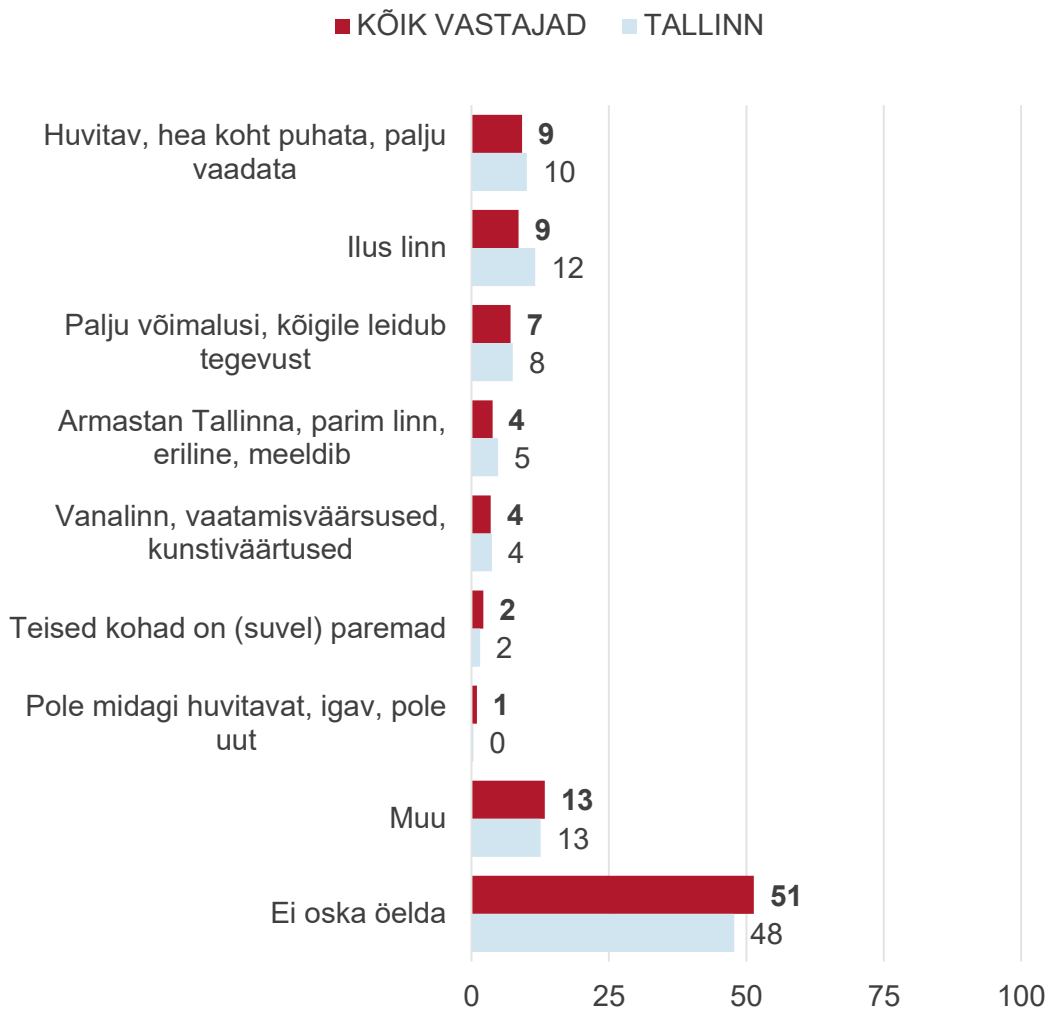
Joonis 20. Tallinna soovimine, Tallinna vastajad n=503, %



Soovitamist põhjendati eelkõige sellega, et Tallinnas on huvitav, see on hea koht kus puhata (9%) ning et linn on ilus (9%). Lisaks on siin palju võimalusi tegevusteks, linna armastatakse, see on eriline ning seal on palju vaatamisväärsusi sh vanalinn.

Negatiivse poole pealt mainiti, et mujal on suvel parem puhata (2%) ning et linnas pole midagi huvitavat või uut (1%) (joonis 21).

Joonis 21. Põhjendused soovitamisele või mittesoovitamisele, n=910, %



5.3 Inimeste hulk Tallinnas suvel 2021

Küsimus: Kuidas te hindate inimeste hulka käesoleva aasta suvekuudel Tallinnas?

Üldiselt on palju kurdetud Tallinna liigset rahvarohkust just suvekuudel. Tänavu oli turistide küllaltki vähesel määral. Uuringust selguski, et 52% vastanutest leidis, et inimesi oli täiesti parajalt. 23% leidis, et inimesi võiks olla rohkem (veidi+tunduvalt rohkem) ja 9% arvates võiks neid olla vähem.

Tallinlased ise leidsid keskmisest veidi sagedamini, et inimesi võiks tunduvalt rohkem olla (18%).

Joonis 22. Inimeste hulk Tallinnas suvel 2021, n=910, %

