

# GETLIŅI

BRAND CAPITAL 2024  
ZĪMOLU UN PATĒRĒTĀJU  
DZĪVESVEIDA PĒTĪJUMS

Baltic  
Brand™



Wit Consulting

Wit

# Pētījuma struktūra

- 01 Par Brand Capital
- 02 Sabiedrības tendences
- 03 Getliņi zīmola rezultāti**
- 04 Getliņi auditorijas
- 05 Izvēlas zīmolus, kas iestājas par vidi
- 06 Dabas resursu taupītāji
- 07 Humora spēks un TikTok lietotāji
- 08 Jaunieši un vīrieši
- 09 Secinājumi un ieteikumi



# ZĪMOLA ATTIECĪBU LĪMEŅI

Jautājums:

Lūdzu, norādiet katram zīmolam, cik lielā mērā Jūs piekrītat apgalvojumam, ka šie zīmoli rūpējas par Latvijas vidi?

PAR BRAND CAPITAL

## MĪLĒTĀJI

Pilnībā piekrītu

## DRAUGI

Drīzāk piekrītu

## PAZIŅAS

Drīzāk nepiekrītu

## NOLIEDZĒJI

Pilnībā nepiekrītu

## SVĒŠINIEKI

Nezinu šo zīmolu

**wit** <sup>®</sup>

# Getiņi mīlētāji – 14,3%

2024

**Mīlētāji**

**14,3%**

Pilnībā piekrītu

**Draugi**

**50,5%**

Drīzāk piekrītu

**Pazīņas**

**11,6%**

Drīzāk nepiekrītu

**Noliedzēji**

**3,7%**

Pilnībā nepiekrītu

**Svešinieki**

**20,0%**

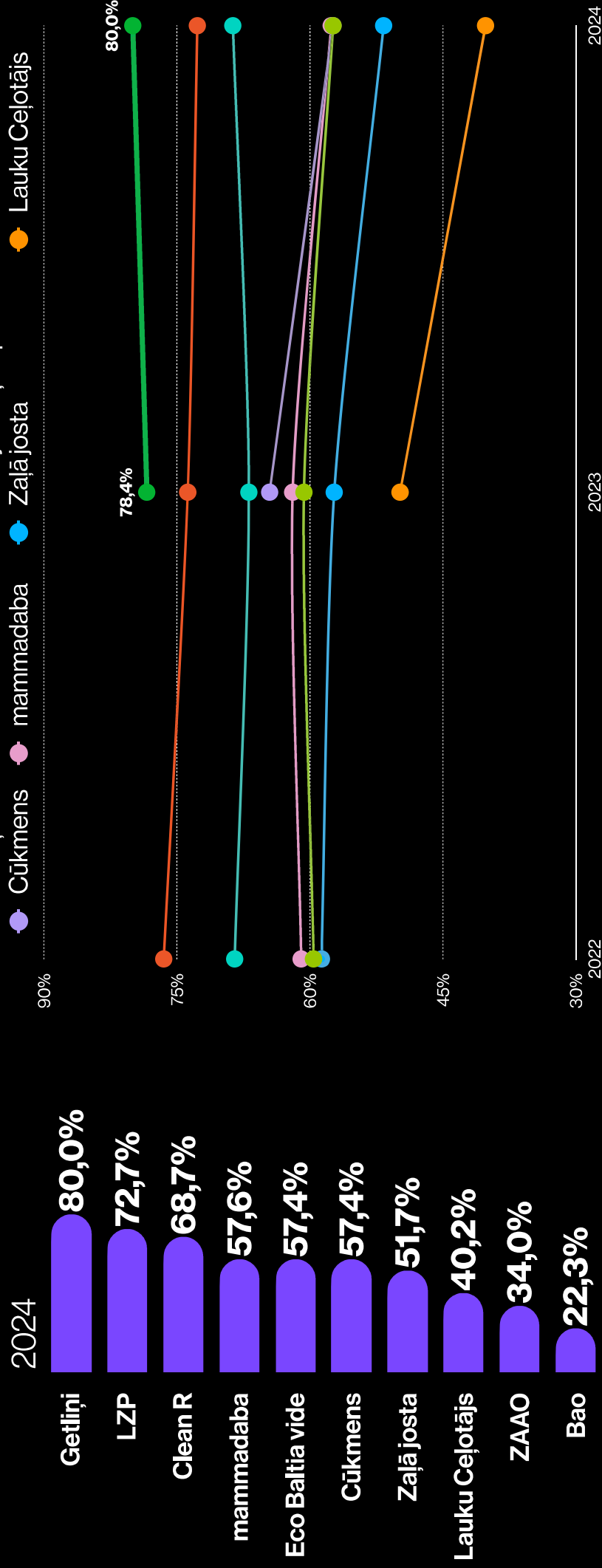
Nezinu šo zīmolu

**wit** <sup>®</sup>

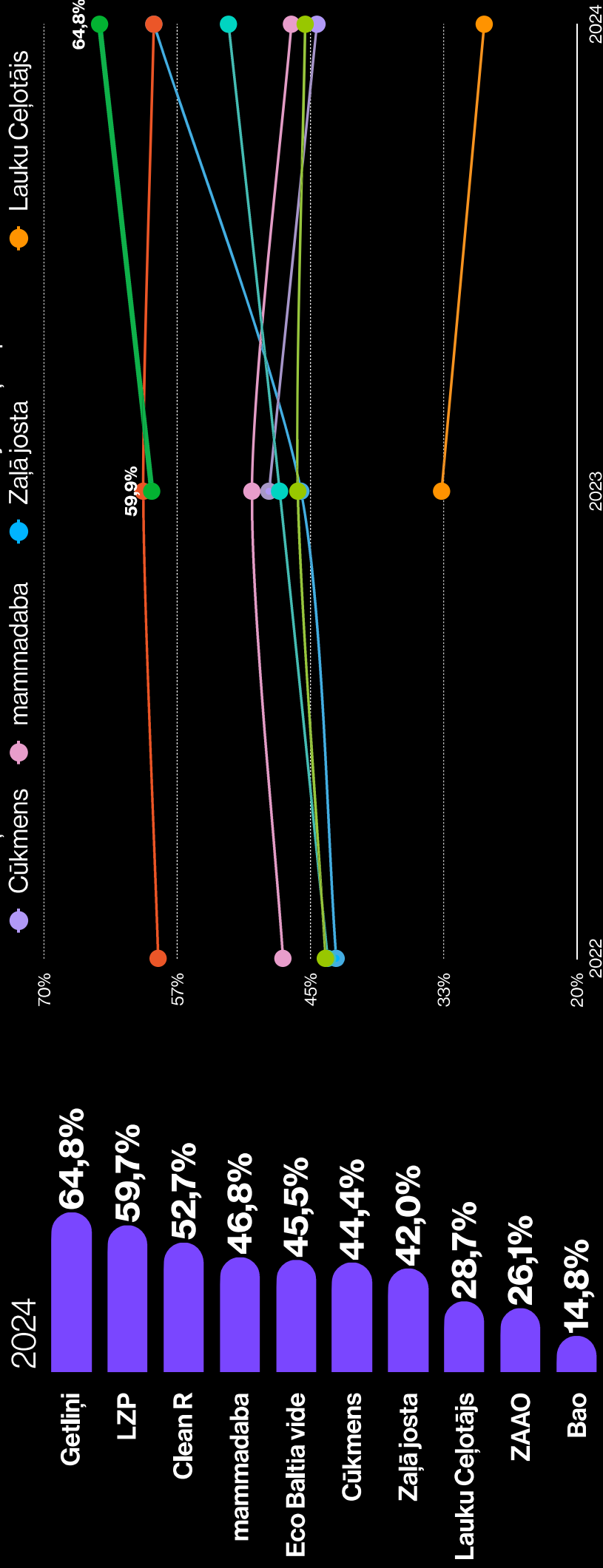
# Getīņi mīlētāji – 14,3%

|            | 2024  | 2023  |
|------------|-------|-------|
| Mīlētāji   | 14,3% | 11,8% |
| Draugi     | 50,5% | 48,1% |
| Pazīņas    | 11,6% | 13,8% |
| Noliedzēji | 3,7%  | 4,7%  |
| Svešinieki | 20,0% | 21,6% |

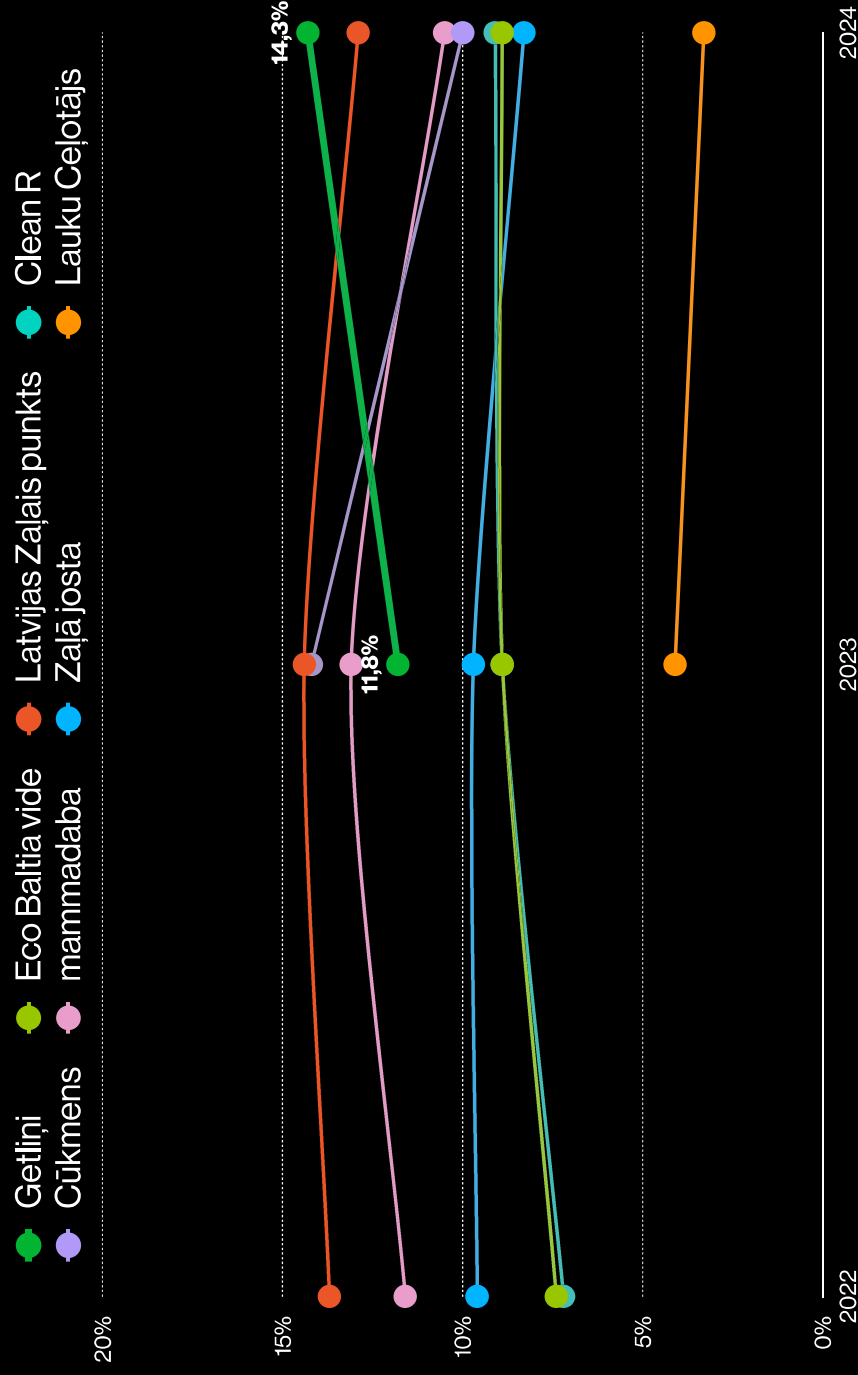
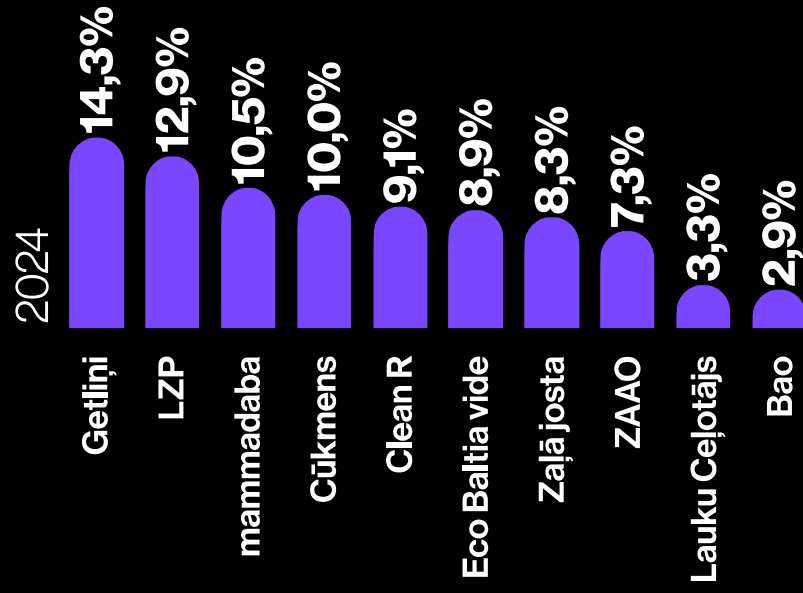
# Vides zīmolu atpazīstamība



# Vides zīmoli – fani (pozitīva attieksme)



# Vides zīmoli – mīļotāji



# ZĪMOLA NOVĒRTĒJUMI

Zīmola novērtējumu veido  
Jā/Nē jautājums.

% = iedzīvotāju īpatsvars,  
kas piekrīt konkrētam  
apgalvojumam par  
konkrēto zīmolu

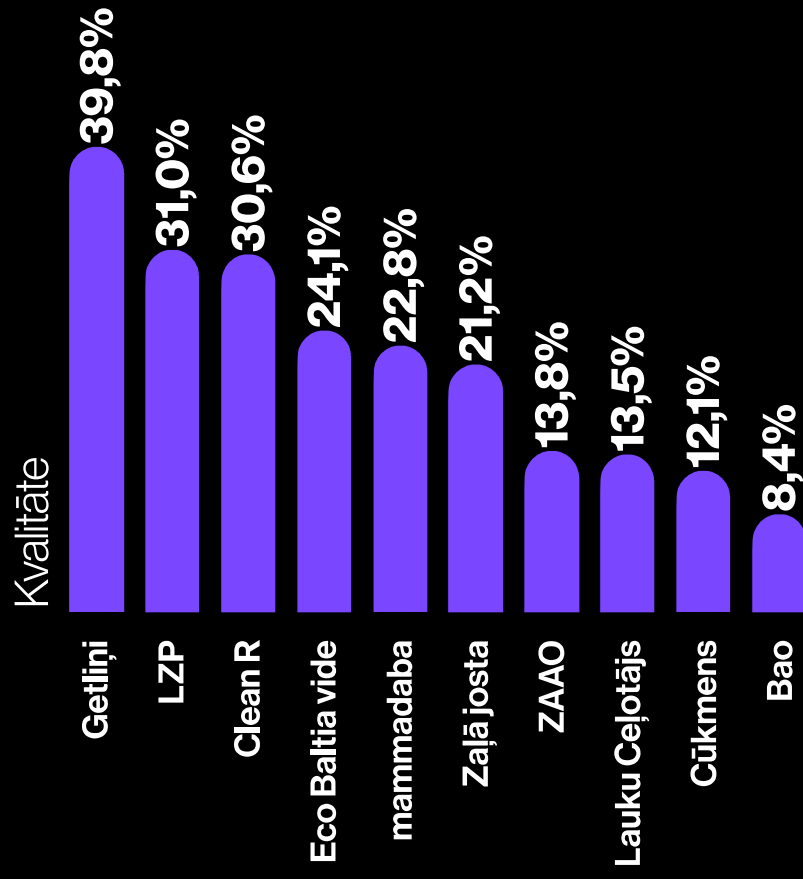
## KVALITĀTE

Vai zīmolam ir augsta kvalitāte

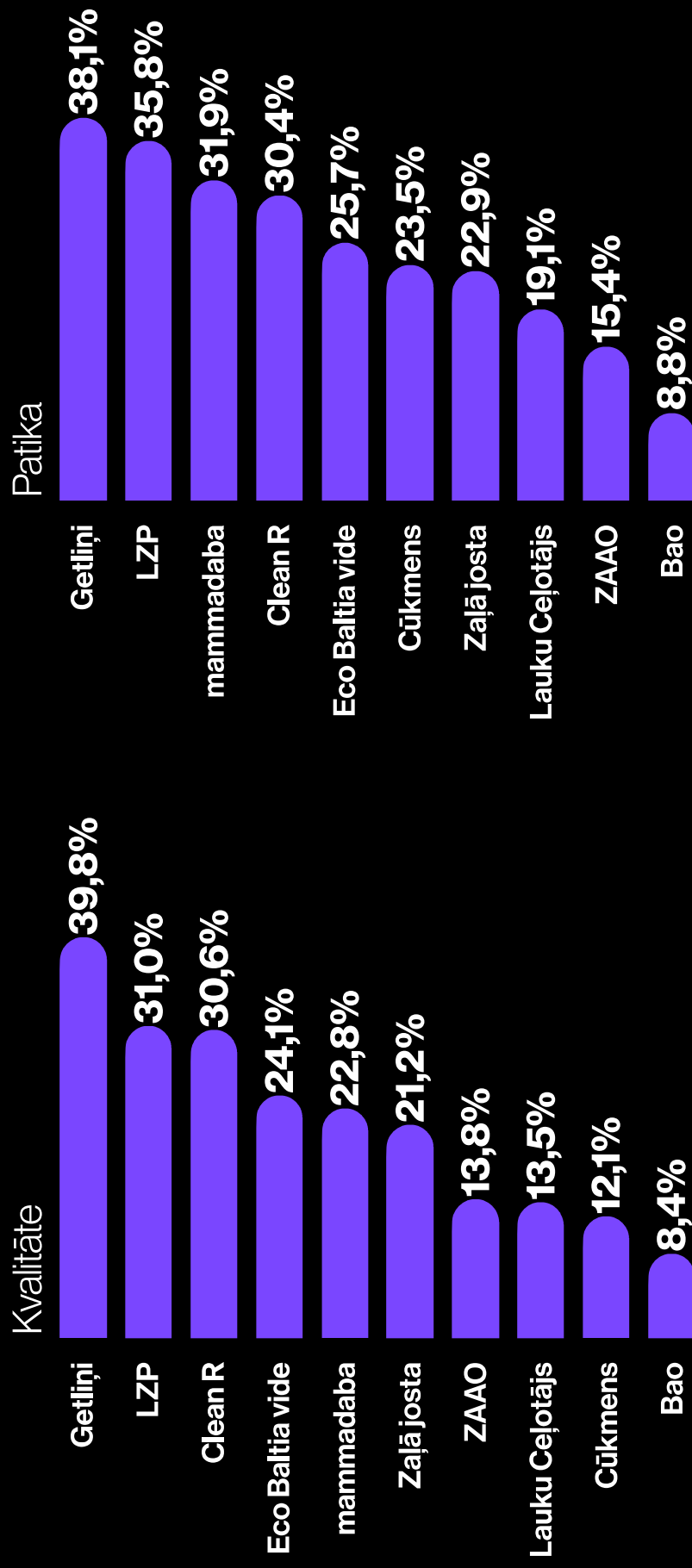
## PATIKA

Man patīk šis zīmols

# Vides zīmoli – novērtējumi



# Vides zīmoli – novērtējumi

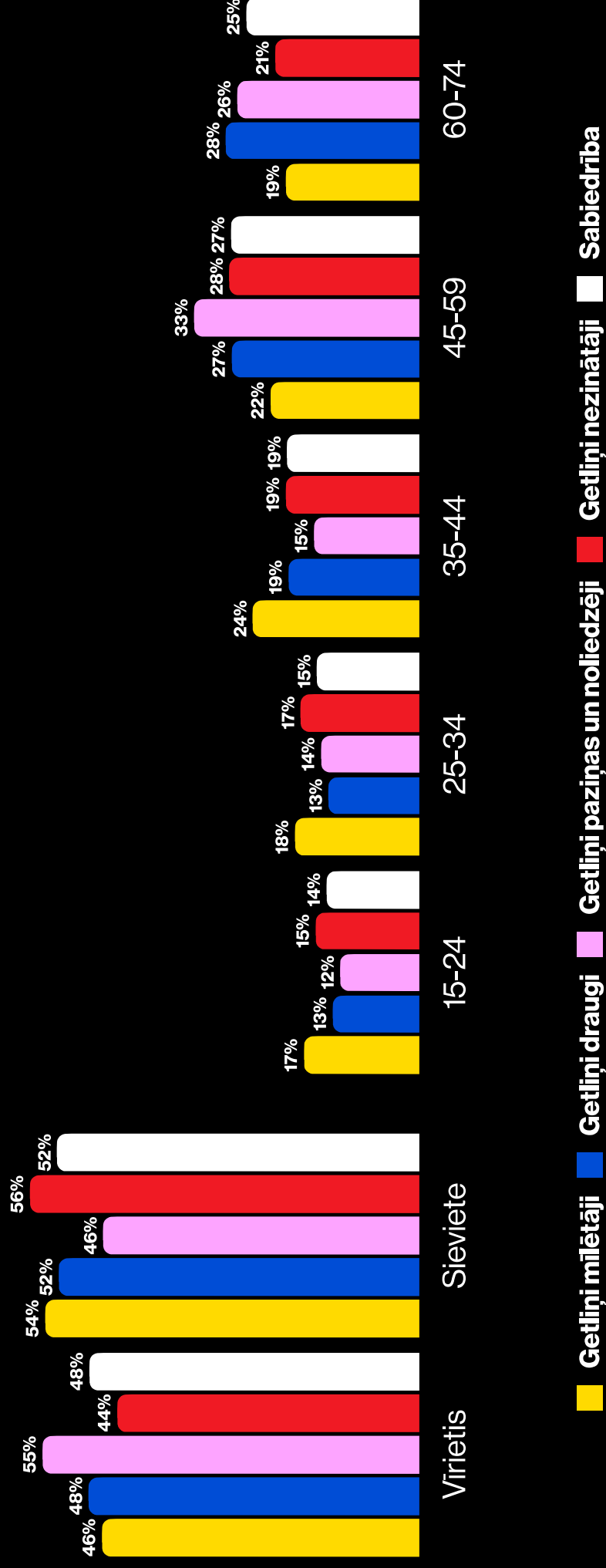


# Pētījuma struktūra

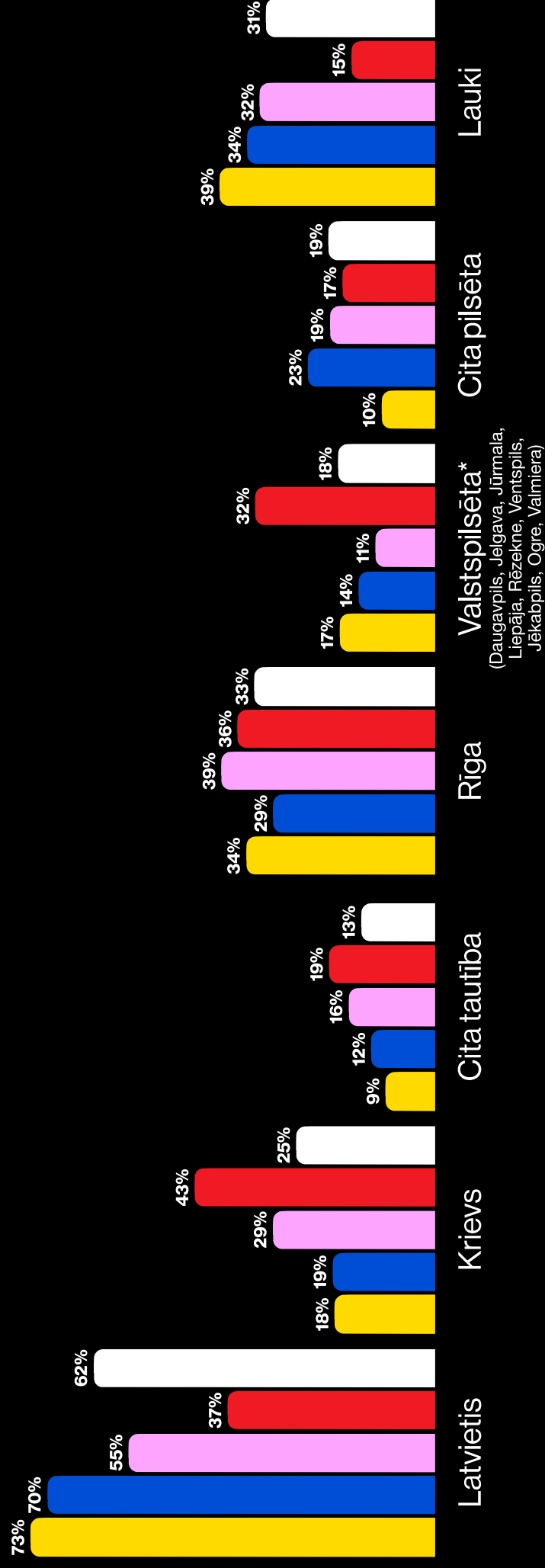
- 01 Par Brand Capital
- 02 Sabiedrības tendences
- 03 Getliņi zīmola rezultāti
- 04 Getliņi auditorijas**
- 05 Izvēlas zīmolus, kas iestājas par vidi
- 06 Dabas resursu taupītāji
- 07 Humora spēks un TikTok lietotāji
- 08 Jaunieši un vīrieši
- 09 Secinājumi un ieteikumi



## GETLIŅI / DZIMUMS UN VECUMS

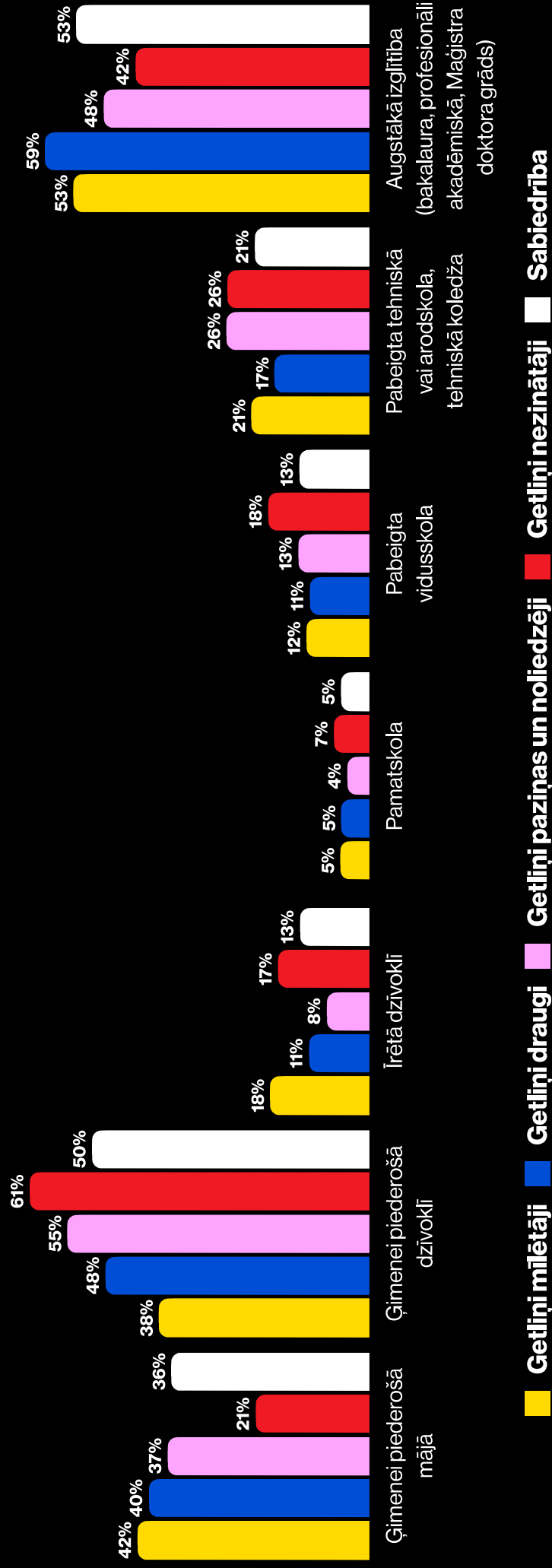


## GETLIŅI / TAUTĪBA UN DZĪVESVIETA



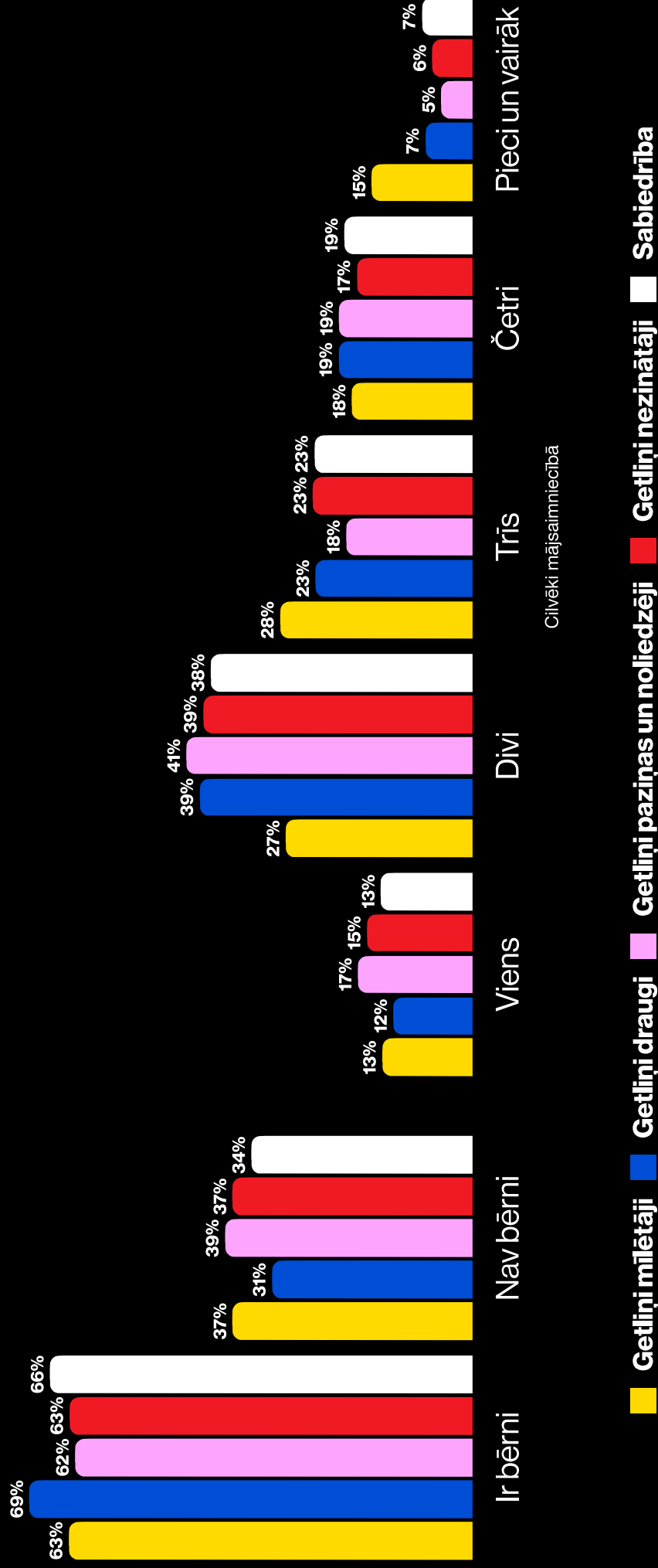
■ Getliņi mīlētāji ■ Getliņi draugi ■ Getliņi paziņas un noliedzēji ■ Getliņi nezinātāji ■ Sabiedrība

## GETLIŅI / DZĪVESVIETAS TIPS UN IZGLĪTĪBA



■ Getliņi mīlētāji ■ Getliņi draugi ■ Getliņi paziņas un noliedzēji ■ Getliņi nezinātāji ■ Sabiedrība

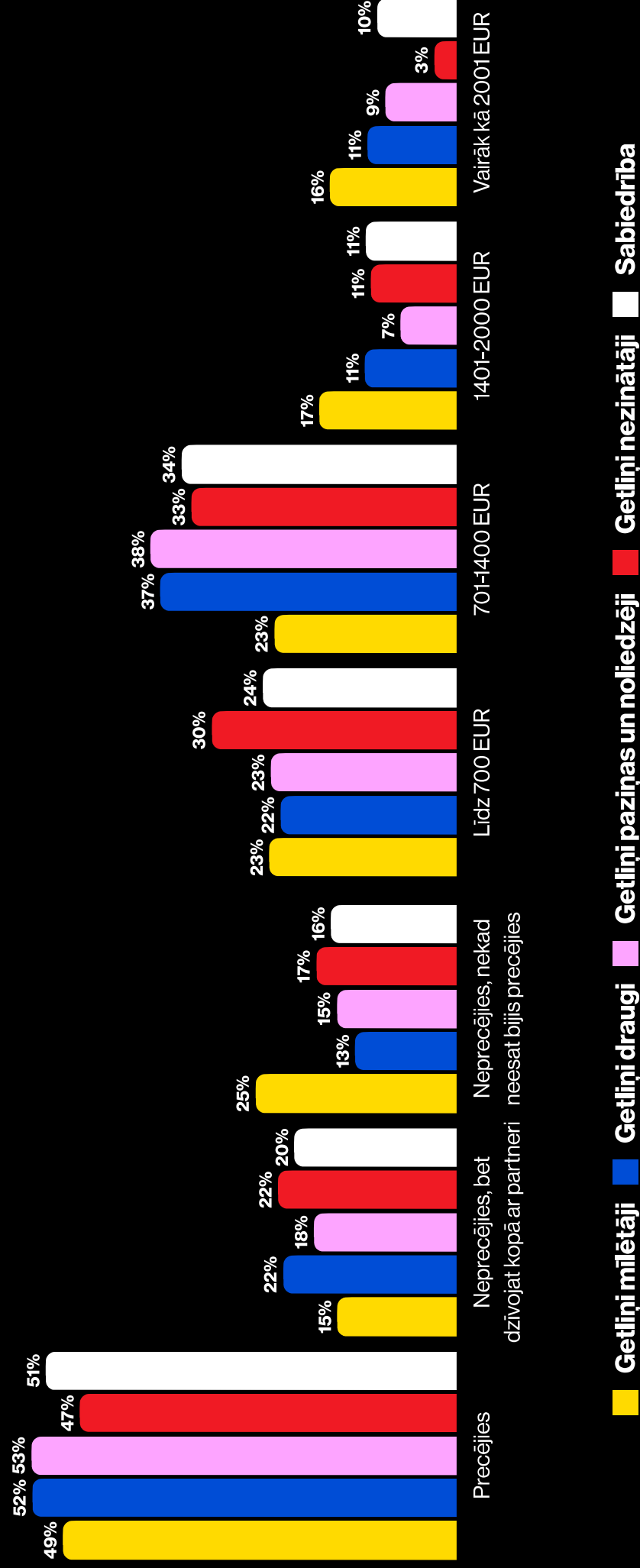
## GETLIŅI / MĀJSAIMNIECĪBAS IZMĒRS UN BĒRNI



Cilvēki mājokļniecībā

Wit®

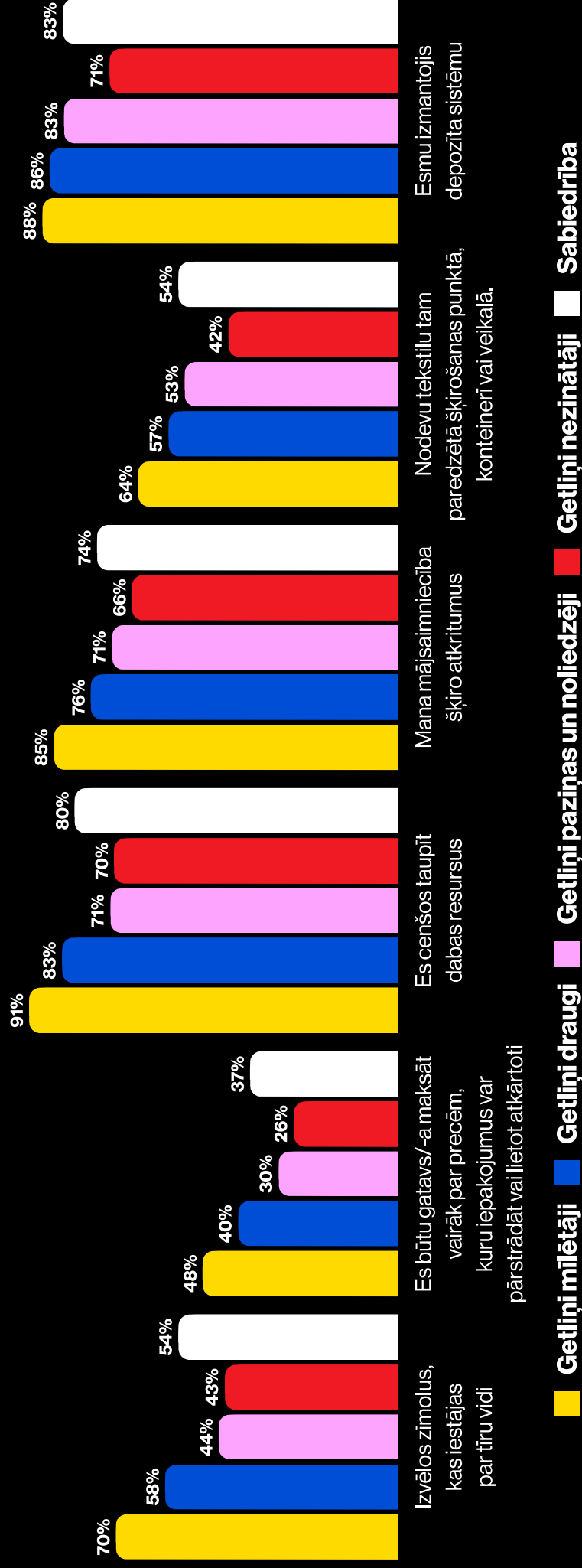
## GETLIŅI / ĢIMENES STĀVOKLIS UN PERSONĪGIE IENĀKUMI



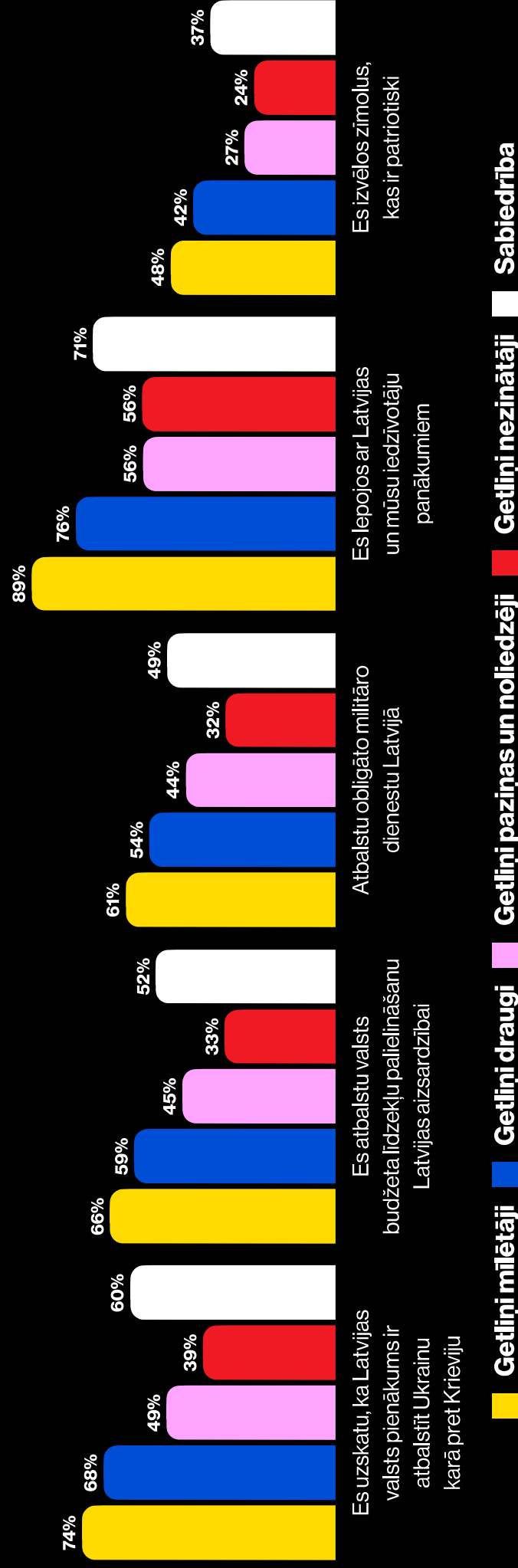
# Getīņi auditorijas

|                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>MĪLĒTĀJI</p> <p><b>Jaunākās paaudzes (15-44)</b></p> <p>Latviešu tautības</p> <p>No Rīgas un lauku reģioniem</p> <p>No lielām mājsaimniecībām</p> <p>Ar augstākiem ienākumiem</p>                                        | <p>DRAUGI</p> <p><b>Vecākās paaudzes (45-74)</b></p> <p>Latviešu tautības</p> <p>No mazāk apdzīvotām vietām</p> <p>No mājsaimniecībām ar bērniem</p> <p>Ar vidējiem ienākumiem</p>       |
| <p>PAZIŅAS&amp;NOLIEDZĒJI</p> <p><b>Biežāk vecāku paaudžu vīrieši (45-74)</b></p> <p>Krievu tautības</p> <p>No Rīgas un lauku reģioniem</p> <p>Dzīvo dzīvokļos un mazākās mājsaimniecībās</p> <p>Ar vidējiem ienākumiem</p> | <p>NEZINĀTĀJI</p> <p><b>Jaunākās paaudzes sievietes (15-34)</b></p> <p>Krievu un citas tautības</p> <p>No Rīgas un valstspilsētām</p> <p>Dzīvo dzīvokļos</p> <p>Ar zemiem ienākumiem</p> |

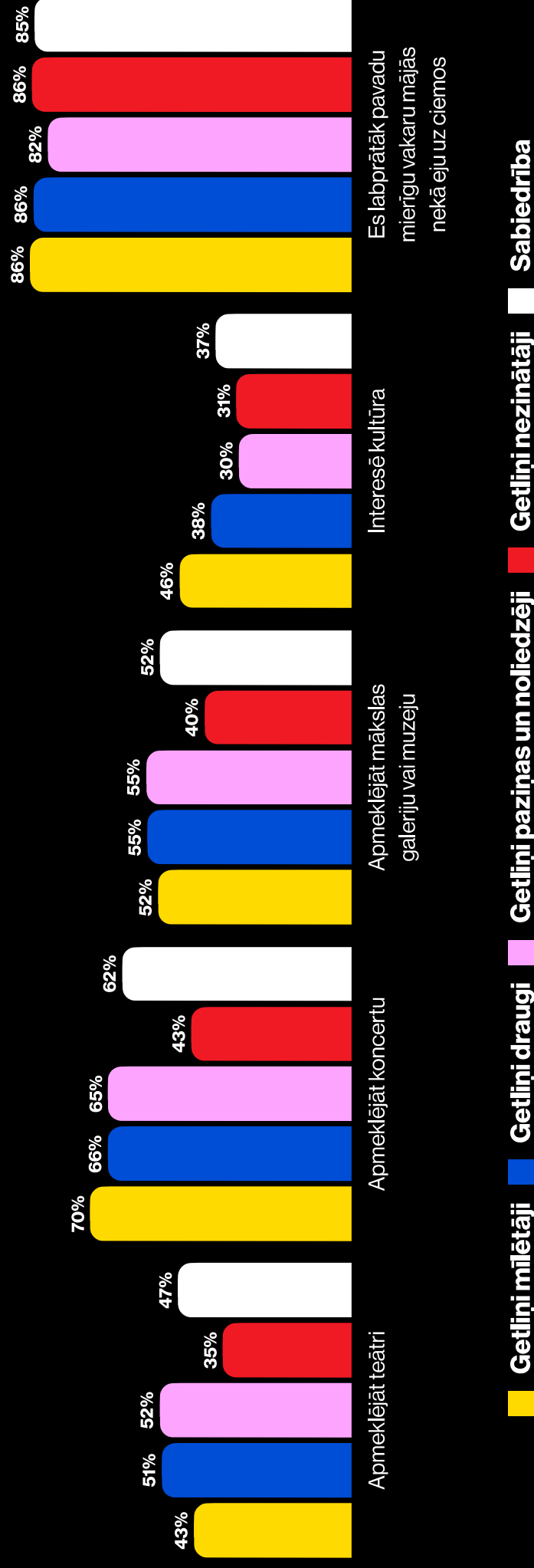
# Mīlētāji aktīvi šķiro un ir ar ilgspējīgu domāšanu.



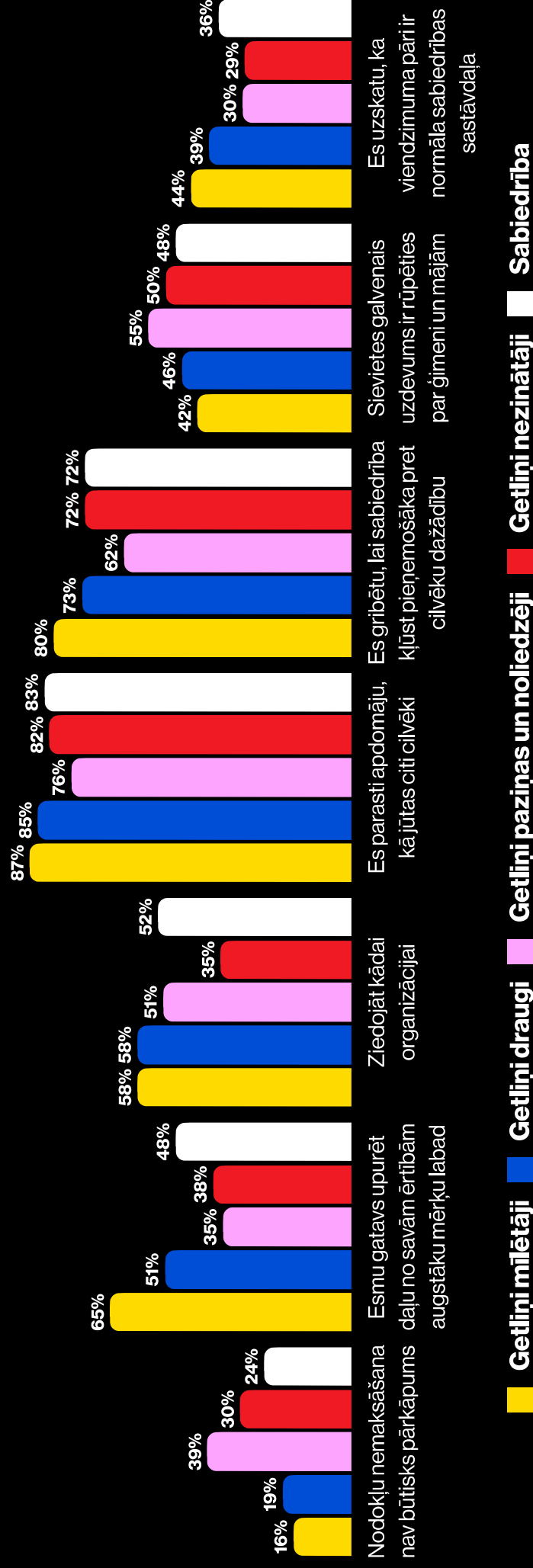
# Mīlētāji un draugi ir patriotiskāki, atbalsta valsts aizsardzības stiprināšanu un vairāk lepojas ar iedzīvotāju panākumiem.



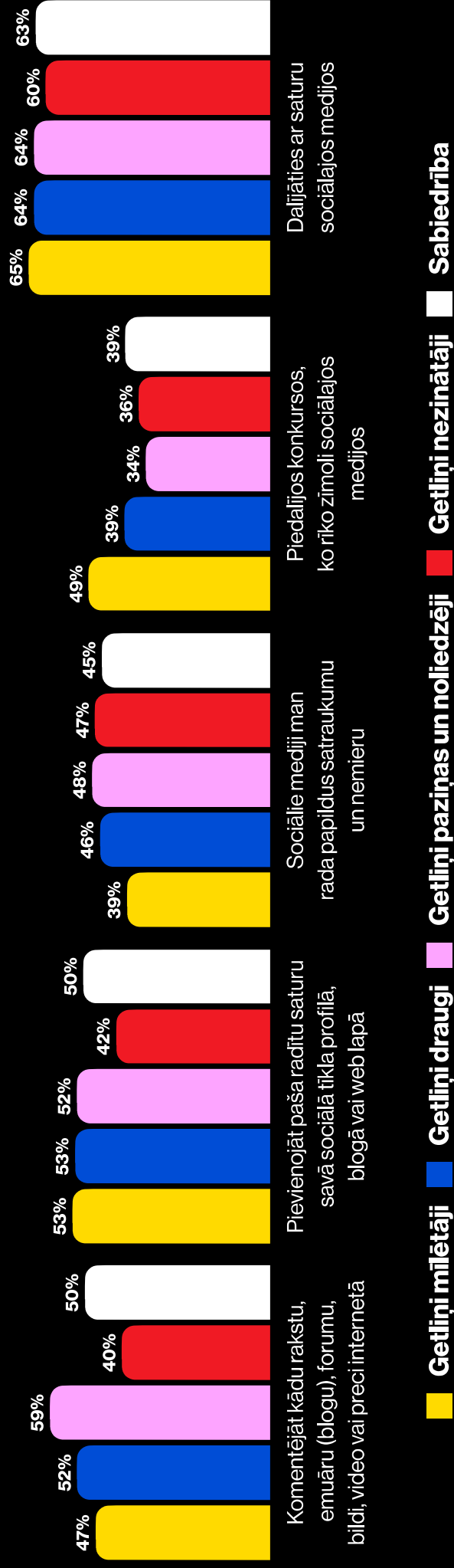
# Paziņas un noliedzēji bieži apmeklē kultūras pasākumus, bet interese par tiem nav liela. Visi biežāk izvēlās palikt mājās.



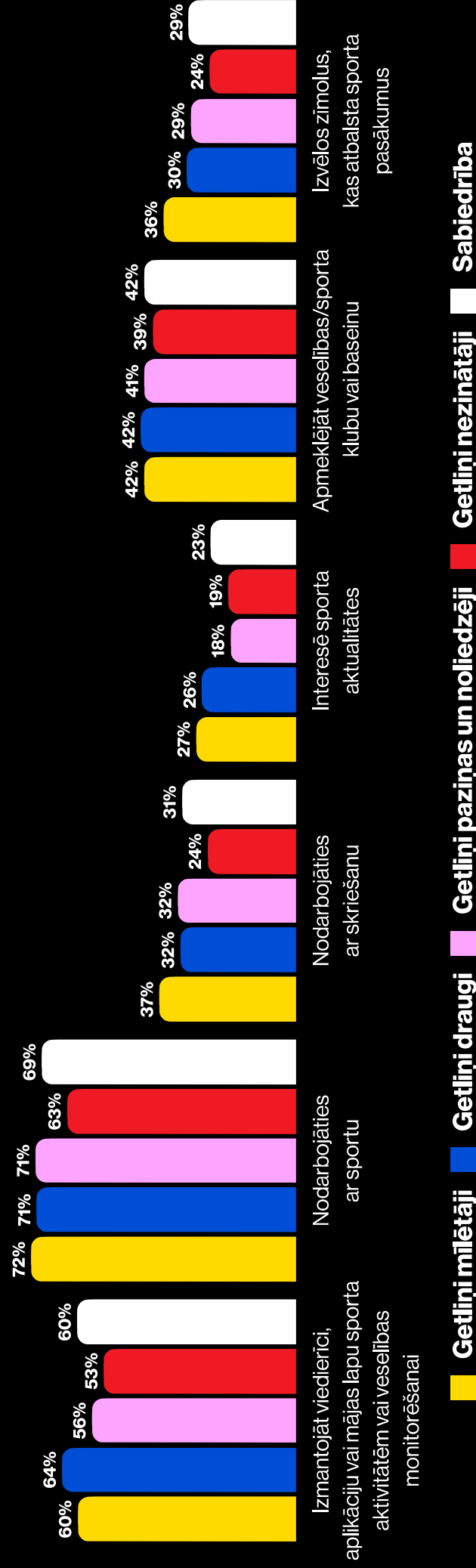
# Pazīņas un noliedzēji ir ar konservatīvāki un vairāk domā par sevi.



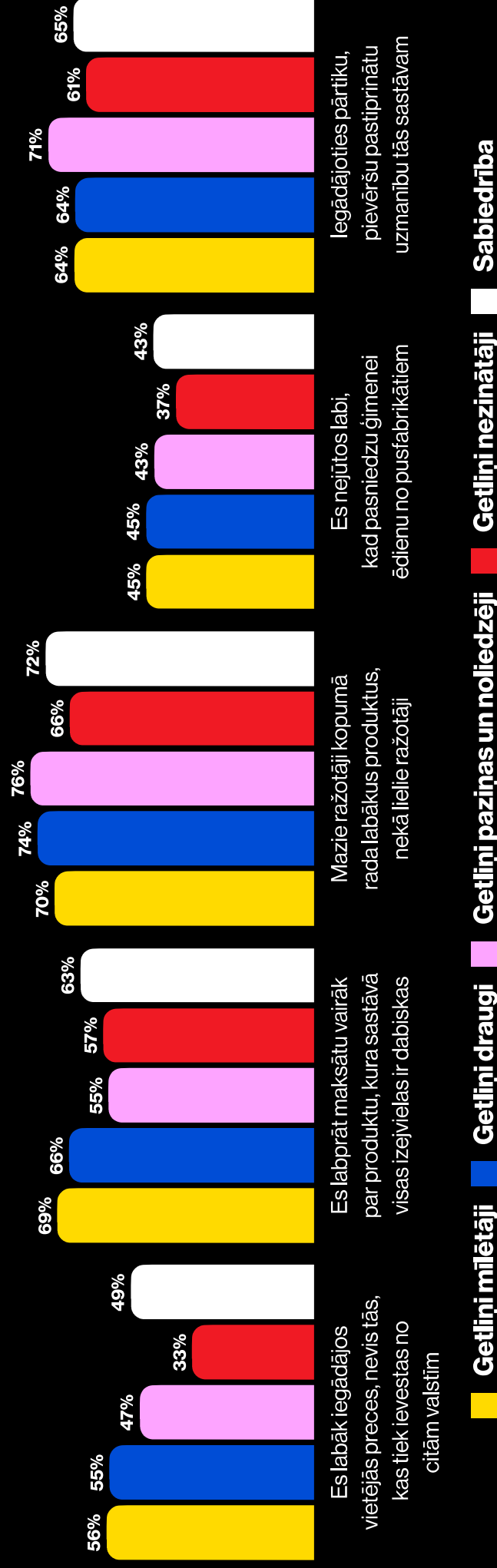
# Visas auditorijas aktīvi lieto sociālos medijus, bet paziņas un noliedzēji daudz aktīvāk izsaka savu viedokli komentāros.



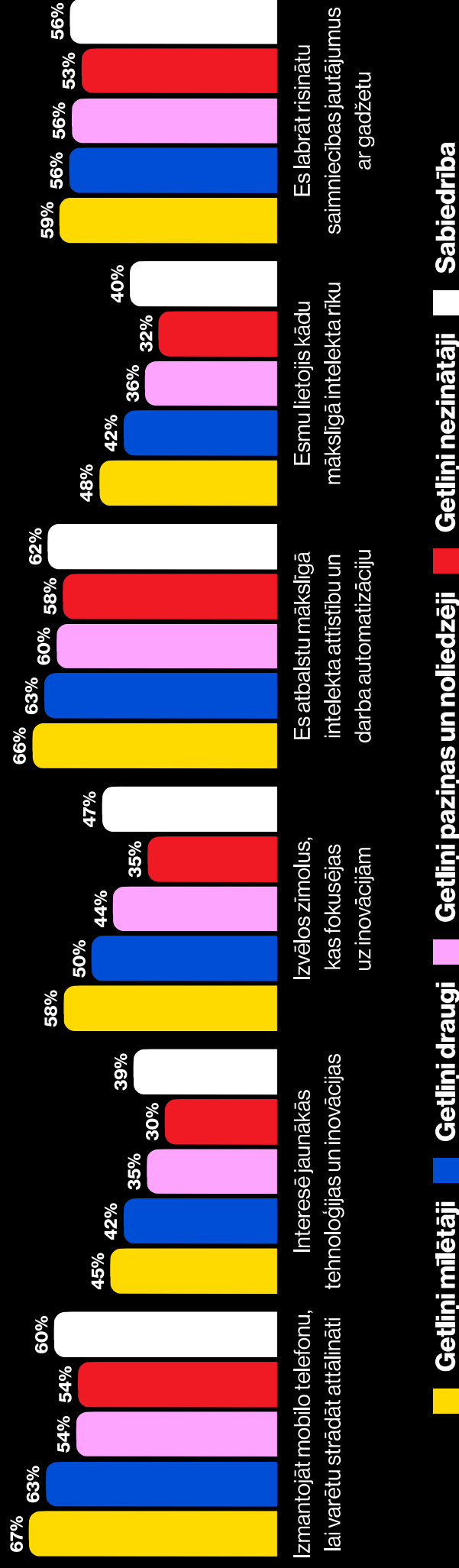
# Mīlētāji bieži nodarbojas ar sportu un aktīvi nodarbojas ar skriešanu.



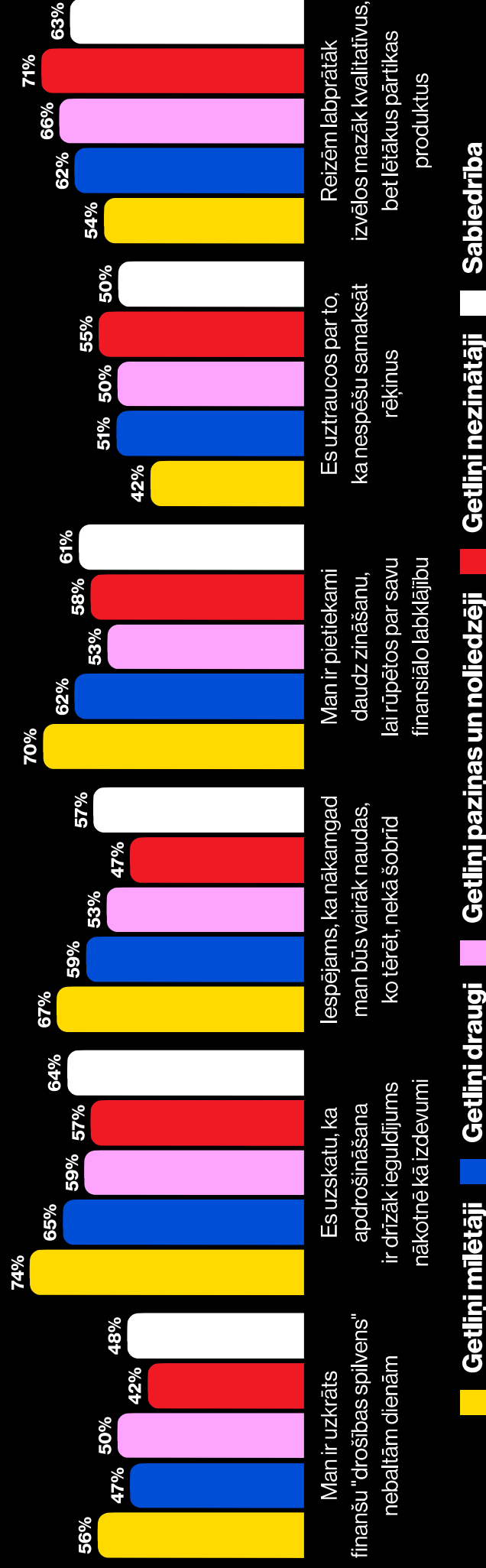
# Pazīņas un noliedzēji vairak pievērš uzmanību produktu sastāvam, bet mīlētāji un draugi biežāk meklē dabīgus vai vietējos produktus.



# Mīlētāji un draugi izrāda interest par jaunākajām tehnoloģijām un izmanto tās ikdienas dzīves uzlabošanai.



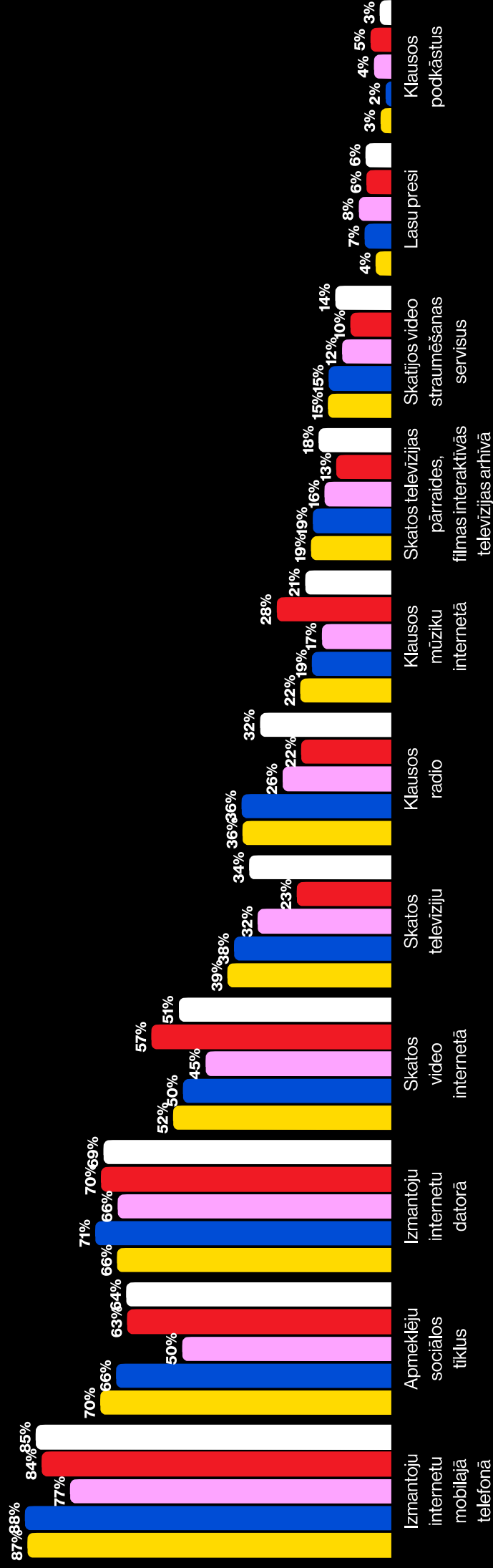
# Mīlētājiem ir labāka finanšu pratība un tie retāk sastopas ar dažādiem finansiāliem izaicinājumiem.



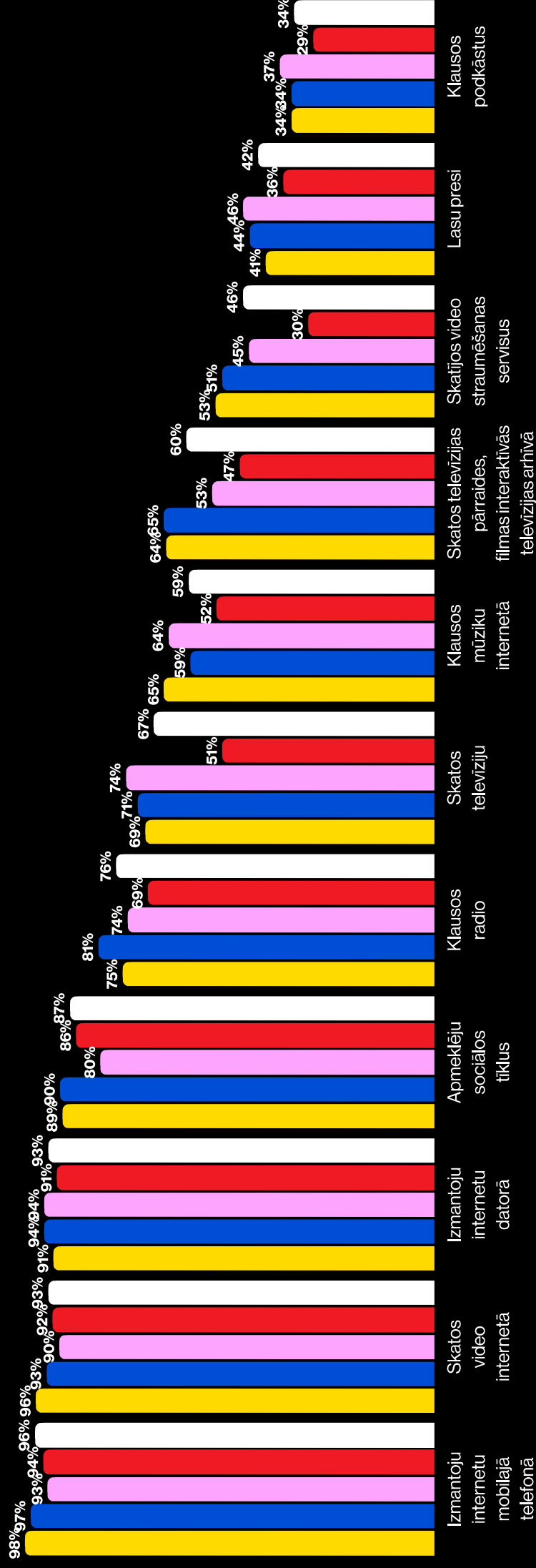
# Getīni auditorijas

|                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>MĪLĒTĀJI</p> <p><b>Aktīvi šķiro un ir ar ilgspējīgu domāšanu</b></p> <p><b>Patriotiskāk noskaņoti</b></p> <p><b>Nodarbojas ar sportu, tajā skaitā skriešanu</b></p> <p><b>Izvēlas dabīgus un vietējos produktus</b></p> <p><b>Interese jaunākas tehnoloģijas</b></p> | <p>DRAUGI</p> <p><b>Patriotiskāk noskaņoti</b></p> <p><b>Izvēlas dabīgus un vietējos produktus</b></p> <p><b>Interese jaunākas tehnoloģijas</b></p>                                                  |
| <p>PAZIŅAS&amp;NOLIEDZĒJI</p> <p><b>Aktīvi apmeklē dažādus pasākumus</b></p> <p><b>Konservatīvāki uzskāti</b></p> <p><b>Vairāk doma par sevi</b></p> <p><b>Aktīvi izsaka savu viedokli soc.tīklos</b></p> <p><b>Pievērš uzmanību produktu sastāvam</b></p>              | <p>NEZINĀTĀJI</p> <p><b>Retāk apmeklē pasākumus</b></p> <p><b>Konservatīvāki uzskāti</b></p> <p><b>Latvija ir tikai dzīvesvieta</b></p> <p><b>Biežāk sastopas ar finansiāliem izaicinājumiem</b></p> |

## GETLIŅI / MEDIJU LIETOJUMS – KATRU DIENU

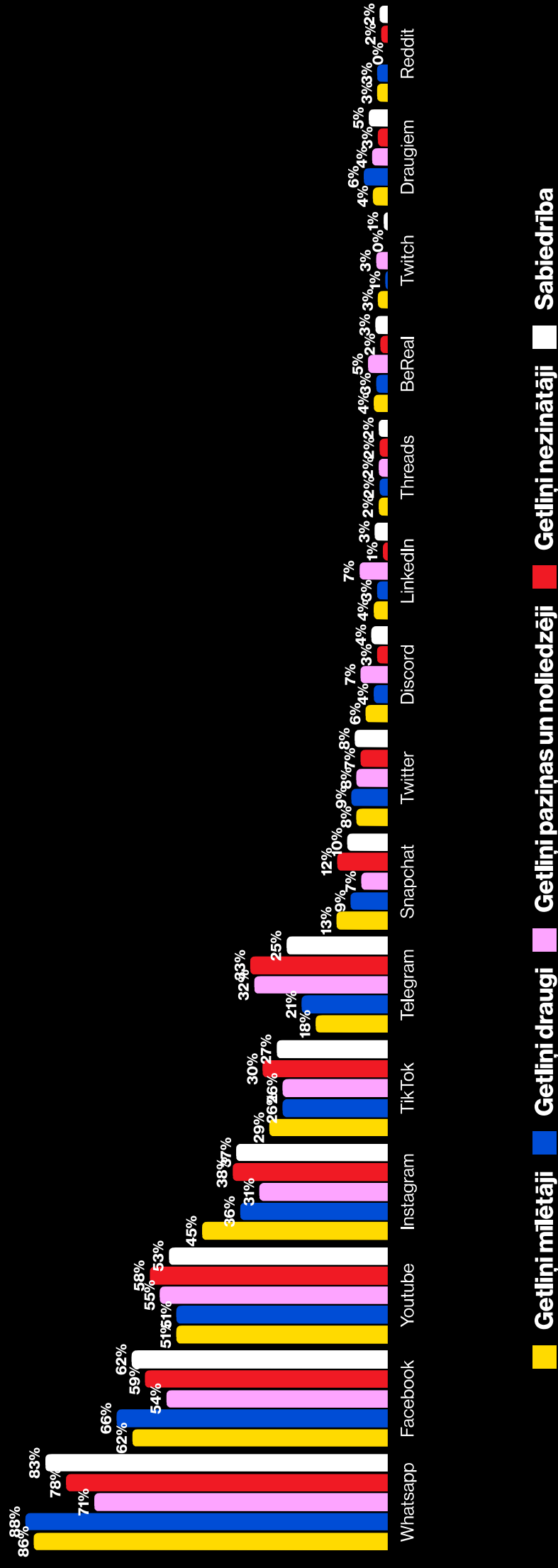


## GETLIŅI / MEDIJU LIETOJUMS – REIZI NEDEĻĀ

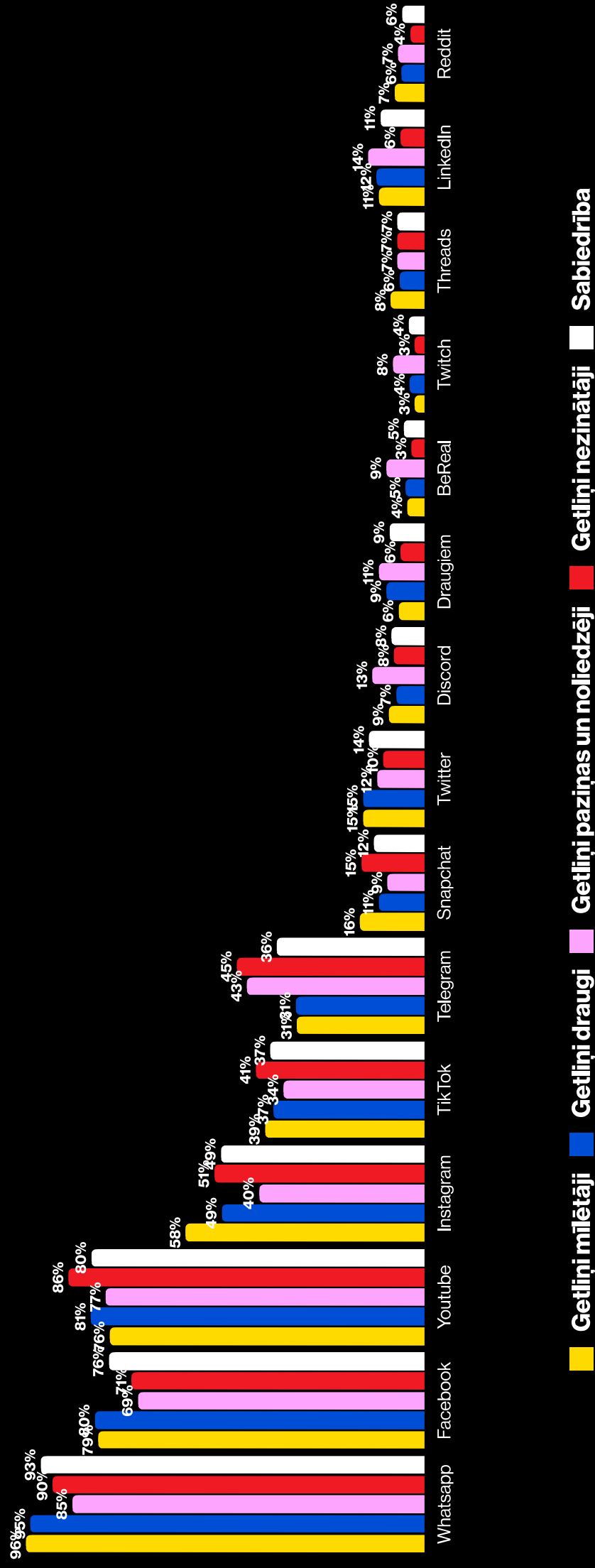


■ Getliņi mīlētāji ■ Getliņi draugi ■ Getliņi nezinātāji ■ Getliņi noliecēji

## GETLIŅI / MEDIJU LIETOJUMS – KATRU DIENU



## GETLIŅI / MEDIJU LIETOJUMS – REIZI NEDEĻĀ



# Getīni auditorijas

|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>MĪLĒTĀJI</p> <p><b>Aktīvi dažādu mediju lietotāji. Visvairāk no visiem izmanto straumēšana platformas. No sociālajiem medijiem dominē Facebook un Youtube. Biežāk kā citi lieto Instagram.</b></p> | <p>DRAUGI</p> <p><b>Mediju patēriņā dominē internets. Biežāk kā citi izmanto tieši datoru piekļūšanai internetam. Facebook un Youtube pamatā lietotās platformas.</b></p>          |
| <p>PAZIŅAS&amp;NOLIEDZĒJI</p> <p><b>Skatās TV, lasa presi un klausās podkāstus. Kopumā mazāk patērē medijus kā tādus. Vairāk nekā citi patērē laiku ar Youtube. Aktīvi izmanto Telegram.</b></p>      | <p>NEZINĀTĀJI</p> <p><b>Mediju pateriņa dominē sociālie mediji. ikdienā biežāk skatās dažādus video un klausās mūziku. Biežāk nekā citi lieto Tiktok, Telegram un Youtube.</b></p> |