

Tisková zpráva

Ovlivňují děti své maminky při nákupech i vaření?

9. května 2018

Mgr. Andrea Patočková
Marketing&PR
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

Praha, 9. května 2018 – Naprostá většina matek je na nákupech potravin alespoň občas doprovázena svými dětmi. Nejčastěji při nákupech maminkám „pomáhají“ děti do 6 let. Při nákupu potravin, které bude konzumovat celá rodina, se přibližně polovina matek domlouvá společně se svými dětmi. Více než 2/3 domácností se se svými dětmi domlouvají na výběru jídla, které se bude vařit.

Přítomnost dětí na nákupech

Podle studie „GfK Česká máma“ je naprostá většina matek na nákupy potravin alespoň občas doprovázena svými dětmi. Nejčastěji jsou na nákupech s maminkou přítomny děti do 6 let, následují děti ve věku 7-12 let. Také děti starší 12 let se účastní nákupů potravin; u nich už ovšem více záleží na tom, o jaký typ nákupu se jedná. U velkých nákupů potravin je stále přítomna polovina dětí ve věku 13 – 18 let. Ovšem u doplňkových nákupů, nákupů k doplnění čerstvých potravin, nebo nákupu zboží v akci, jsou děti nad 12 let pravidelně přítomny spíše jen výjimečně.

Jaký typ potravin a jídla si děti vybírají samy?

Při nákupu potravin, které bude konzumovat celá rodina, se přibližně polovina matek domlouvá společně se svými dětmi. Hlavní slovo při výběru potravin mají děti při nákupu jogurtů, ovoce a zeleniny. O nákupu konkrétního výrobku se maminky s dětmi často domlouvají také v případech sladkostí a sladkého pečiva.

Dvě třetiny domácností se s dětmi domlouvají na tom, co budou společně vařit. Více než deset procent českých domácností dokonce vaří, co si přejí samy děti. Rozdíl v „rozhodovacích pravomocích“ při vaření je samozřejmě dán věkem dítěte, takže nejvíce o tom, co se bude vařit, rozhodují děti ve věkové kategorii 13-18 let (až v 84 procentech případů).

O studii

Výsledky vyplývají z volně prodejné studie GfK Česká máma, která vznikla v listopadu 2017 na reprezentativním vzorku 1000 žen ve věku 18-70 let, které vychovávají či vychovaly své anebo partnerovo dítě.

O GfK

GfK propojuje data s vědou. Naše inovativní průzkumná řešení poskytují odpovědi na klíčové obchodní otázky týkající se spotřebitelů, trhů, značek a médií nejenom na dnešních trzích, ale i těch budoucích. GfK, jako

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
140 00 Praha 4
Česká republika

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Jednatel:
RNDr. Tomáš Drtina
Prokuristé:
RNDr. Zdeněk Skála
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326



výzkumná a analytická společnost, slibuje svým klientům po celém světě „Growth from Knowledge" (růst na základě znalostí). Pro více informací navštivte stránky www.gfk.com/cz nebo sledujte GfK na Twitteru: https://twitter.com/GfK_Czech.