

V roce 2018 se Čechům většinou dařilo dodržovat novoroční předsevzetí, na rok 2019 si ho dávají hlavně lidé mezi 15 a 34 lety

S příchodem nového roku si část lidí dává novoroční předsevzetí. Jaká jsou nejčastější? Kolik z nás novoroční předsevzetí letos plánuje, a kolik z nás na ně už spíše rezignovalo? Na tyto otázky odpovídá výzkum společnosti Nielsen Admosphere, který byl realizován v prosinci 2018 na vzorku internetových respondentů starších 15 let z Českého národního panelu.

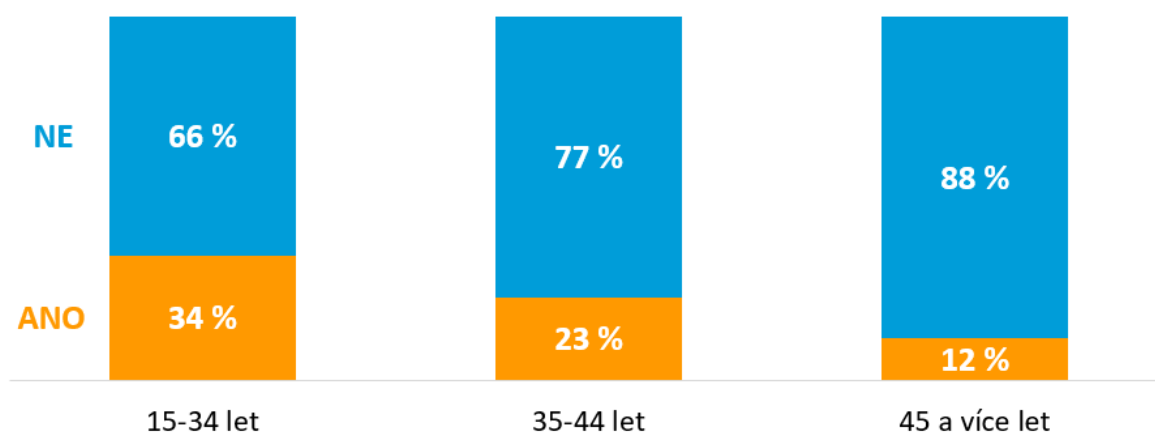
Budu zdravě jíst a pokusím se zhubnout. To je nejčastější novoroční předsevzetí, které si dávali Češi začátkem roku 2018. Tělesné kondice a zdravotního stavu se týkalo také druhé nejčastější novoroční předsevzetí: více sportovat nebo začít sportovat.

Zajímavým faktem je, jak vyplynulo z výzkumu, že v roce 2018 si dalo novoroční předsevzetí jenom 16 % Čechů. Letos je podíl lidí plánujících v roce 2019 změnu mírně vyšší (22 %), ale většina z nás (78 %) i letos na jakákoliv novoroční předsevzetí rezignuje. Z lidí, kteří si v roce 2018 dali novoroční předsevzetí, si jej naprostá většina dává i v roce 2019. Stejně tak ti, kteří si předsevzetí v roce 2018 nedali, novoroční předsevzetí neplánují ani letos. Pozitivní zprávou je, že pokud si lidé předsevzetí dali, pak se je většině z nich podařilo splnit alespoň na 50 %.

Odhodlání k novoročním předsevzetím je nejvíce závislé na věku: mladí lidé si novoroční předsevzetí dávají mnohem častěji než lidé starší. U skupiny 15–34 let letos předsevzetí plánuje 34 %, ve skupině lidí starších 45 let jenom necelých 12 %.

Dáváte si novoroční předsevzetí pro rok 2019?

ZÁKLAD: Celý vzorek, N=517



Eliška Morochovičová | Public Relations

Eliska.Morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Lucia Trezová | Client Business Partner

Lucia.Trezova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.