

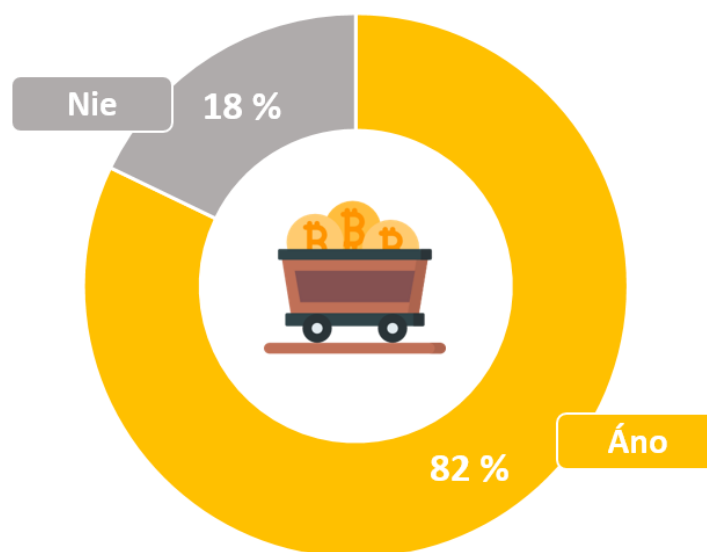
Pojem kryptomena pozná 8 z 10 Slovákov, drvivá väčšina ju však zatiaľ nenakúpila

Štyri pätiny Slovákov vie, čo sú to kryptomeny a tretina sa o ne aj aktívne zaujíma. Väčšina s nimi však doposiaľ neobchodovala. Zistil to výzkum spoločnosti Nielsen Admosphere, ktorý sa uskutočnil na vzorke päťsto respondentov starších ako 15 rokov z internetovej populácie Slovenského národného panelu.

Pojem kryptomena pozná väčšina Slovákov, presnejšie 82 %. Z nich potom najväčšia časť (necelá tretina), do ktorej spadá viac mužov ako žien, sama aktívne vyhľadáva o kryptomenách ďalšie informácie. Necelá štvrtina potom priznáva, že ich téma kryptomien zaujíma, ale ďalšie informácie si nevyhľadali. 27 % respondentov pojem síce počulo, ale táto téma ich nezaujíma.

Zaznamenali ste v súčasnosti alebo v minulosti pojem kryptomena?

ZÁKLAD: Celá vzorka, N=512



Väčšina respondentov (84 %), ktorí pojem kryptomena poznajú a už si o nich aj sami vyhľadali nejaké informácie, si ale žiadnu z kryptomien zatiaľ nezakúpili. Tí, ktorí si ju kúpili (je ich 16 %), možno ďalej rozdeliť na tých, ktorí ju zakúpili jednorázovo (11 %), a tých, ktorí ju nakupujú pravidelne (5 %). Túto menšinu kupujúcich tvorí opäť o niečo viac mužov ako žien.

Marek Zámečník | Zástupca riaditeľa spoločnosti

marek.zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o. | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +420 253 410 254 |

www.nielsen-admosphere.sk

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

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** (www.nielsen-admosphere.sk) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

Slovenský národný panel (www.narodnypanel.sk) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Slúži pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel pod názvom Český národný panel funguje aj v Českej republike.