

8 z 10 Čechů v posledním roce neplatilo dopravní pokutu. Sami sebe většinou označují za průměrné řidiče

Ve vnímání značek aut jsou patrioti: pro nejvíce Čechů je nejlepší Škoda

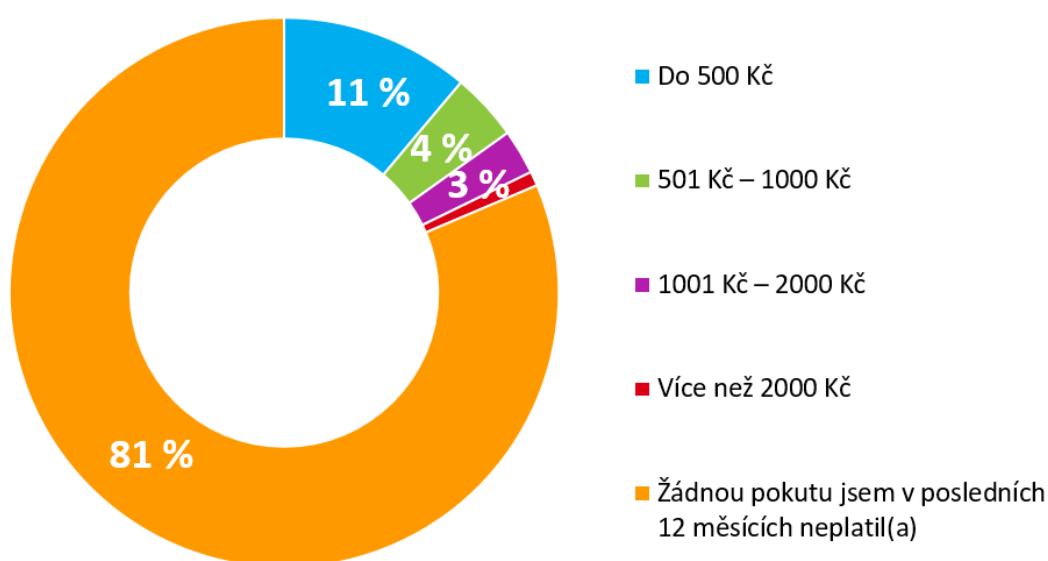
Více než polovina dospělé internetové populace řídí alespoň třikrát týdně automobil. Většina se označuje za průměrné řidiče, ale s pokutami jsou na tom velmi dobře: 8 z 10 lidí v posledním roce nezaplatilo na pokutách ani korunu. Vyplývá to z výzkumu společnosti Nielsen Admosphere uskutečněném na vzorku respondentů z internetové populace starší 18 let. Výzkum zjišťoval také názor na omezení rychlosti na dálnicích nebo preferovanou značku aut. Nielsen Admosphere má rovněž k dispozici data z monitoringu reklamy, podle kterého byl zatím letos největším inzerentem ze značek automobilů Hyundai.

53 % lidí řídí osobní automobil alespoň třikrát týdně. Asi nepřekvapí, že ve větší míře jde o obyvatele vesnic (62 %) než měst (47 %). Pětina dotázaných pak řídí méně než třikrát týdně. Častějšími řidiči jsou obecně muži než ženy, o čemž vypovídá také procento respondentů, kteří sice mají řidičský průkaz, ale auto neřídí. Celkově jich je 11 %, přičemž žen je v tomto případě dvakrát více než mužů (15 % oproti 7 %). Řidičák nemá celkem 16 % dotázaných – a opět je mezi nimi o něco více žen než mužů.

Další otázka směřovala na **pokuty za dopravní přestupky**, a její výsledky ukázaly, že naprostá většina řidičů, kteří jezdí autem alespoň občas, je v posledním roce nemusela řešit (81 %). 11 % zaplatilo za pokuty do 500 korun a jen 8 % více než 500 korun. Tyto výsledky hezky doplňuje otázka na vnímání vlastních řidičských schopností: většina motoristů (54 %) sama sebe považuje za průměrné řidiče, méně (34 %) jich už hodnotí své řidičské schopnosti jako nadprůměrné.

Kolik jste zaplatili v posledních 12 měsících na dopravních pokutách?

ZÁKLAD: Ti, kteří alespoň příležitostně řídí osobní automobil, N=356



Často diskutovaným tématem nejen mezi řidiči je **maximální povolená rychlost na dálnicích**, a to hlavně z toho důvodu, že v sousedním Německu je rychlost neomezená. Na českých dálnicích by přitom stejné pravidlo uvítalo jen 11 % internetových Čechů, necelá polovina je naopak toho názoru, že stávající maximum, tedy 130 km/h, je jako limit dostačující. Třetina si myslí, že by se limit měl zvýšit, ale nějaké omezení by se mělo zachovat. Jen 5 % by bylo pro návrh hranici 130 km/h snížit. Zvýšení omezené rychlosti by se líbilo hlavně mužům, kteří by také ve větší míře než ženy uvítali neomezenou rychlost.

U otázky, **jakou značku aut považují za nejlepší**, uvedla největší část dotázaných českou Škodu (23 %). Na dalších místech je ve vnímání respondentů Volvo (6 %), Mercedes-Benz (5 %), BMW, Audi a Volkswagen (shodně 4 %).

Žebříček **nejobvyklejších aut v českých domácnostech** už je poněkud jiný: Škoda sice i tomuto žebříčku vévodí (uvedlo ji 30 % respondentů), dalšími nejčastěji zmiňovanými značkami jsou však Renault (7 %), Volkswagen, Ford a Peugeot (6 %).

Monitoring reklamy Nielsen Admosphere ukazuje, že ze značek osobních automobilů inzeroval v období od ledna do září 2018 nejvíce Hyundai (ceníková hodnota jeho reklamy činila 356 milionů korun). Volkswagen umístil ve stejném období inzerci 276 milionů korun a třetí Renault měl reklamu v hodnotě 215 milionů korun.

Ceníková hodnota TOP 10 značek v kategorii "Osobní automobily" v období leden-září 2018

Firemní značka	Ceníková hodnota
Hyundai	356 135 000 Kč
Volkswagen	275 888 000 Kč
Renault	215 164 000 Kč
Ford	206 392 000 Kč
Peugeot	172 015 000 Kč
Škoda	171 553 000 Kč
KIA	164 821 000 Kč
Citroën	155 962 000 Kč
Nissan	146 679 000 Kč
Toyota	132 049 000 Kč

Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)
Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring
bez vlastní inzerce

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

Jakub Fulín | Key Account Manager

Jakub.Fulin@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.