

Láska přes internet: 4 z 10 Čechů už se někdy snažili seznámit online

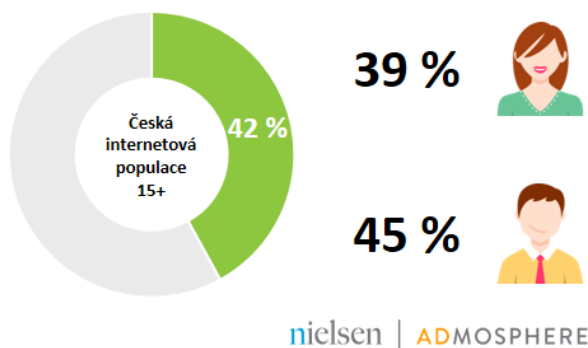
Přes internet už se někdy pokusilo seznámit či navázat romantický vztah 42 % internetových Čechů, o něco větší zájem o to mají muži. Nejlepší k navázání vztahů jsou podle respondentů služby Badoo a Seznamka.cz, na Slovensku vede Pokec.sk. Aplikace Tinder se u nás ani na Slovensku zatím netěší příliš velkému zájmu. Výsledky přináší výzkum Nielsen Admosphere realizovaný v Česku a na Slovensku na samostatných vzorcích pěti set respondentů z aktivní internetové populace starší 15 let z Českého a Slovenského národního panelu.

K online seznámení nebo navázání romantického vztahu přes internet se v Česku už někdy uchýlilo **45 % mužů a 39 % žen**. Možná překvapivě to není jen záležitost nejmladších věkových skupin, které vyrostly v době internetu. Výzkum ukázal, že ačkoli skupina 15–34letých vede (online se už někdy seznámilo 53 % z nich), respondenti ve věku 35–44 let rozhodně nezaostávají – vyzkoušelo to 52 % z nich. Z respondentů nad 45 let věku se někdy seznámilo přes internet 27 % dotázaných.

Slováci se přes internet seznamují o něco více než Češi, přesněji o 7 %.

Už se někdy snažili seznámit či navázat romantický vztah pomocí internetu...

Základ: Celý vzorek, N=510



Zdroj: Nielsen Admosphere, N=510, internetová populace ČR 15+, ČNP, leden 2019

Podle 15 % dotázaných, kteří mají zkušenost s navázáním vztahu online, **je nejlepší službou pro tyto účely Badoo**. Tento seznamovací web zároveň vede hlavně u mladších respondentů. Na druhém místě, v 12 % případů, respondenti jmenovali web Seznamka.cz. Tato služba naopak vede u respondentů starších. V žebříčku však nezaostává ani Facebook, který je k účelu seznámení nejlepší podle 8 % dotázaných.

Na Slovensku je názor na nejlepší služby k seznámení poněkud odlišný, zejména kvůli přítomnosti jiných lokálních služeb. Vede tam komunitní web Pokec.sk (jako nejlepší ho jmenovala skoro čtvrtina respondentů, kteří mají zkušenost se seznamováním přes internet), na druhém místě je Badoo (11 %) a o třetí místo se dělí Facebook a Zoznamka.sk (7 %).

Často diskutovaná globální **mobilní aplikace Tinder**, která k navazování kontaktů využívá mimo jiné geografickou polohu, **se v Česku ani na Slovensku zatím netěší příliš velkému zájmu**. Podle výzkumu Nielsen Admosphere ji v současné době aktivně využívají 2 % Čechů i Slováků, 10 % ji používalo v minulosti, ale už ji nepoužívá. U obou těchto odpovědí převládají spíše mladší respondenti. Tři čtvrtiny Čechů i Slováků Tinder nepoužívají a ani ho neplánují využívat v budoucnu. O využívání této aplikace v budoucnu aktuálně uvažuje 9 % Čechů a 11 % Slováků.

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

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.