

## Tému spojenú s klimatickými zmenami považuje za dôležitú 9 z 10 Slovákov

93 % ľudí sa aktívne snaží minimalizovať odpad, ktorý produkujú

*Dňa 22. apríla sa každý rok oslavuje Deň Zeme, ktorý celosvetovo pripomína dôležitosť tém, ako je ochrana životného prostredia alebo zmena klímy. Ani Slovákom nie je tento sviatok cudzí: podľa aktuálneho výskumu Nielsen Admosphere Slovakia o ňom počuli už viac než štyri pätiny internetovej populácie. Téma klimatickej krízy a dopadov zmien s ním spojených na Slovensku rieši tiež iniciatíva #klímaťapotrebuje – a jej tému považuje za dôležitú 88 % opýtaných. A o tom, že sú Slováci všeobecne uvedomelí v oblasti ochrany životného prostredia, hovoria taktiež ich odpovede na otázky týkajúce sa minimalizácie odpadu: deväť z desiatich respondentov sa o to aktívne snaží, a to najčastejšie tak, že triedia odpad alebo si nosia na nákup vlastné tašky.*

*Výskum realizovala spoločnosť Nielsen Admosphere Slovakia metódou online zberu dát na vzorke päťsto respondentov z internetovej populácie Slovenského národného panela starších ako 15 rokov.*

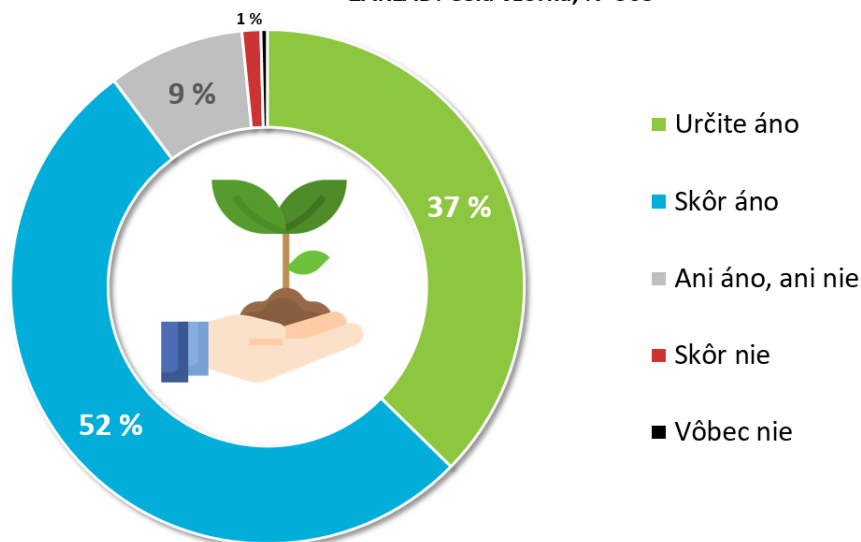
O medzinárodnom sviatku Deň Zeme už niekedy počulo 87 % slovenských internetových respondentov. Väčšie povedomie o ňom majú mladší respondenti vo veku 15–24 rokov a zo vzdelanostných skupín panuje väčšie povedomie o tomto sviatku medzi respondentami s maturitou a vyšším či vysokoškolským vzdelaním.

Ochrana životného prostredia je taktiež ústrednou témou iniciatívy #klímaťapotrebuje, ktorej petícia bola predložená aj do parlamentu a ktorá zahŕňa niekoľko konkrétnych opatrení, vďaka ktorým môže Slovensko prispieť k spomaleniu klimatických zmien. Na otázku, či respondenti považujú túto tému za dôležitú, odpovedalo 88 % opýtaných „áno“ (pričom 58 % zvolilo možnosť „určite áno“ a 29 % „skôr áno“). O niečo zásadnejšie sú pri téme spojenej s klimatickými zmenami mladšie ročníky ľudí do 34 rokov, čo potvrdzujú aj mnohé celosvetové aktivity mladých, ako sú študentské stávky za klímu a podobne. Nemenej však oslovujú taktiež najstaršiu vekovú skupinu ľudí nad 55 rokov.

Výskum sa ďalej zamerlal na osobný prístup respondentov k životnému prostrediu a minimalizáciu odpadu ako jednej z ciest, akou môže človek prispieť k ochrane prírody a klímy. Celých 90 % respondentov sa napríklad vo výskume označilo za človeka so zodpovedným prístupom k životnému prostrediu. Vo väčšej miere tak odpovedali opýtaní vo veku 55 a viac rokov. Za nezodpovedných k životnému prostrediu sa potom označili len 2 % respondentov, zvyšných 9 % odpovedalo neutrálne.

## Považujete sa za človeka so zodpovedným prístupom k životnému prostrediu?

ZÁKLAD: Celá vzorka, N=503

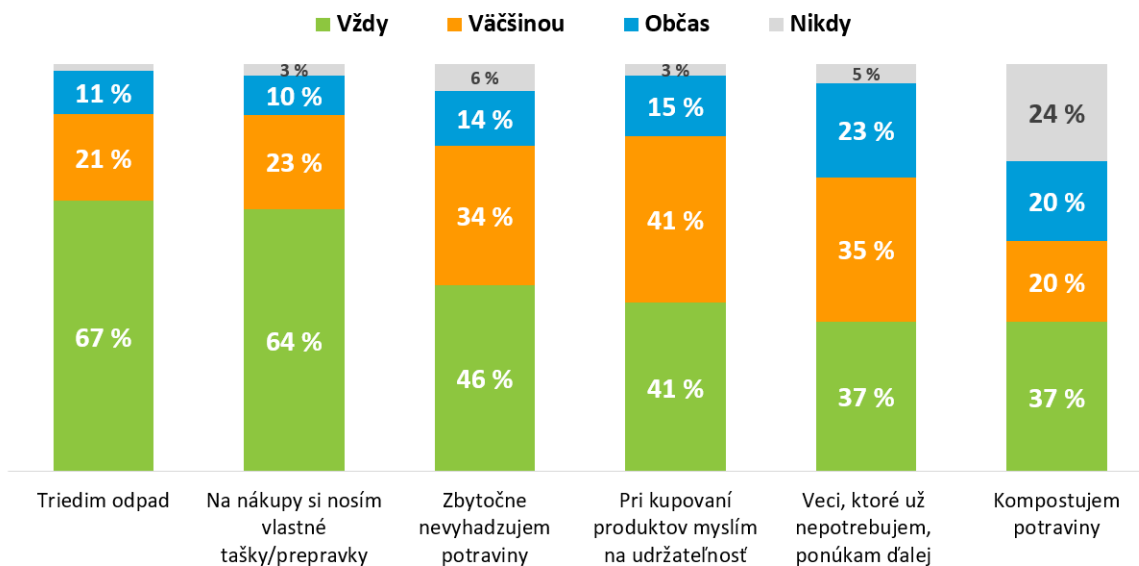


K minimalizácii odpadu, ktorý produkujú, sa Slováci taktiež stavajú zodpovedne, súdiac aspoň podľa odpovedí vyskytujúcich sa vo výskume: 93 % opýtaných tvrdí, že sa oň snažia. Opäť tak vo väčšej miere odpovedali starší respondenti. Je zároveň prekvapivé, že najmenej sa o obmedzenie odpadu snaží najmladšia veková skupina 15–24 rokov, napriek tomu, že v najväčšej miere odpovedala, že je pre nich téma spojená s klimatickými zmenami dôležitá.

Ciest, akými možno odpad redukovať, je celá rada, medzi Slovákmi však za zďaleka najvyužívanejšími patrí triedenie odpadu a nosenie si vlastných tašiek na nákupy (obe aktivity robí rovnako 88 % respondentov „vždy“ alebo „väčšinou“). 82 % myslí pri kúpe produktov na udržateľnosť, pretože chcú, aby im vydržali čo najdlhšie a 80 % zbytočne nevyhadzuje potraviny. Naopak medzi najmenej využívané spôsoby, ako minimalizovať odpad, zatiaľ patrí nákup drogérie a potravín bez obalu, teda do vlastných nádob (48 % nikdy nevyužíva túto možnosť v prípade drogérie a 28 % v prípade potravín) a kompostovanie (24 % respondentov nekompostuje).

## Akým spôsobom sa vy osobne snažíte minimalizovať odpad?

ZÁKLAD: Tí, ktorí sa osobne snažia minimalizovať odpad, ktorý produkujú, N=470



**Marek Zámečník** | Country Manager

[marek.zamecnik@admosphere.sk](mailto:marek.zamecnik@admosphere.sk)

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

[www.nielsen-admosphere.sk](http://www.nielsen-admosphere.sk)

**Eliška Morochovičová** | Public Relations

[eliska.morochovicova@admosphere.cz](mailto:eliska.morochovicova@admosphere.cz)

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

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

### Doplňujúce informácie:

Spoločnosť Nielsen Admosphere Slovakia ([www.nielsen-admosphere.sk](http://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](http://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 funguje aj v Českej republike, v Poľsku, v Maďarsku a v Bulharsku.