

DĚTI DO TŘÍ LET SPÍ NEJČASTĚJI V LOŽNICI S RODIČI, V SAMOSTATNÉM POKOJI JEN TŘETINA

Děti ve věku do tří let nejčastěji spí spolu s rodiči v jejich ložnici (ať už přímo v rodičovské posteli, nebo ve vlastní postýlce). Uvedla to více než polovina dotázaných rodičů dětí v daném věku z řad internetové populace 15+. V průběhu prvního roku svého života jsou děti nejčastěji přesouvány do samostatného pokoje.

Výzkum společně realizovaly agentury Nielsen a ResOLUTION Group. Proběhl metodou online sběru na vzorku více než stovky respondentů z řad rodičů, kteří jsou součástí internetové populace Českého národního panelu starší 15 let.

Třetina dotázaných rodičů dětí do tří let věku (včetně) uvádí, že jejich děti spí převážnou většinu času ve vlastní posteli v odděleném pokoji. Jako další obvyklá místa pro spánek dětí do tří let jsou rodičovská postel (26 %), vlastní postýlka v ložnici rodičů stojící samostatně (25 %) nebo vlastní postýlka v ložnici rodičů, která je přiražena k rodičovské posteli (15 %). Ložnice rodičů je tedy v takto nízkém věku dítěte stále nejčastěji využívanou možností.



Nadpoloviční většina rodičů, jejichž děti aktuálně spí v odděleném pokoji, tvrdí, že tak začaly spát nejpozději v průběhu prvního roku života.

Co se týče spacích potřeb a lůžkovin, které rodiče pro své děti ve věku do tří let používají, pro přikrytí je to jednoznačně standardní dětská peřinka, kterou zvolilo 67 % dotázaných rodičů. Polštáře pro své děti preferuje 60 % dotázaných rodičů, 40 % dětem v takto nízkém věku polštář nedává.

Pro děti, které spí ve vlastní dětské postýlce, většina dotázaných rodičů pořídila ochranné zábrany, které zamezují tomu, aby se dítě ve spánku udeřilo o postýlku.

Poměrně běžnou součástí výbavy rodičů malých dětí jsou v současnosti také monitory dechu. Naprostá většina rodičů dětí do tří let (79 %) je používá, nebo je používala v minulosti. Podobně jsou na tom i hnízdečka na spaní: alespoň někdy jejich používání (ať už v současné době, nebo v minulosti) deklaruje 76 % dotázaných rodičů.

Přikrývky a ložní prádlo v reklamě

Na související téma jsme se zaměřili také v monitoringu reklamy Ad Intel společnosti Nielsen – přesněji na inzerci značek v kategorii **přikrývek a ložního prádla**. Dle ceníkových cen* měla v loňském roce největší objem inzerce v českých médiích značka **SCANquilt**, dosahovala skoro 64 milionů korun. Druhé místo patřilo firmě **Rodinnebaleni.cz** (necelých 28 milionů korun) a třetí byl dle objemu realizované inzerce **Matějovský** s reklamou v hodnotě téměř 21 milionů korun. Pětici největších inzerentů pak uzavíraly značky Dormeo a Brotex.



Zdroj: Nielsen (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen)
Data zahrnují mediatypy: TV, internet, rádio, tisk, OOH; bez vlastní inzerce. Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring.

**Ceníková hodnota není ekvivalentem reálných (čistých) investic do nákupu reklamního prostoru (na reálnou cenu, kterou firmy za nákup reklamního prostoru skutečně zaplatí, má vliv řada faktorů jako celkový objem nakoupeného prostoru, uplatnění slev, barterové spolupráce a podobně). Reporting ceníkových hodnot reklamního prostoru ovšem spolehlivě zachycuje vývoj a trendy současného reklamního trhu (umožňuje např. porovnávat jednotlivé zadavatele, média nebo odvětví mezi sebou apod.).*

Eliška Morochovičová

Communication Manager

eliska.morochovicova@nielsen.com

Nielsen Admosphere, a.s., Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha

tel.: +420 222 717 763 | mob.: +420 725 612 020

www.nielsen-admosphere.cz

www.nielsen.com

Bianka Smejkalová

Key Account Manager

bianka.smejkalova@nielsen.com

Nielsen Admosphere, a.s., Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha

tel.: +420 222 717 763

www.nielsen-admosphere.cz

www.nielsen.com

Eva Sklenářová

Research Manager

eva.sklenarova@ressolution.cz

ResOLUTION Group, s.r.o., Antala Staška 1859/34, 140 00 Praha

tel.: +420 222 717 763

www.ressolution.cz

Doplňující informace:

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je crossmediální elektronické měření sledovanosti videoobsahu. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím. Součástí Nielsen Admosphere je i oddělení Adwind Software, které vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

Monitoring reklamy Ad Intel společnosti Nielsen Admosphere přináší ucelený a strukturovaný přehled o tuzemské reklamě napříč celou mediální sférou. V České republice funguje již od roku 2010. Data pro něj jsou získávána nezávislým sběrem (Televize, Tisk, Rozhlas), deklaracemi zapojených subjektů (OOH sektor) i kombinací obou přístupů (Internet). Sběr i analýza probíhají na základě transparentních metodologických postupů. Více informací přináší webová stránka nielsen-admosphere.cz.

ResSOLUTION Group (www.ressolution.cz) je renomovaná česká výzkumná agentura s bohatými zkušenostmi v oblasti průzkumu trhu. V její nabídce naleznete marketingové a mediální výzkumy, z nichž řada má mezinárodní přesah. Zpracovává různorodá výzkumná šetření pro významné instituce, mezi něž patří například univerzity, bankovní a obchodní společnosti, televize, mediální domy, ministerstva i jiné státní instituce a podobně. ResSOLUTION Group je také výhradním dodavatelem společnosti Nielsen Admosphere.

Český národní panel (nationalpanel.eu) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národní panel – SNaP), v Polsku, v Maďarsku a v Bulharsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 30 000 v Polsku, 30 000 v Maďarsku a 15 000 v Bulharsku.

Jsme **PRO VÝZKUM** NÁZORY MĚNÍ SVĚT

PRO VÝZKUM (www.provyzkum.cz) je veřejně prospěšná aktivita výzkumníků působících v prověřených agenturách pro výzkum trhu a veřejného mínění, jejíž aktivity koordinuje sdružení SIMAR. Iniciativy se účastní agentury, které se aktivně podílejí na tvorbě a dodržování etických a zákonných pravidel a akceptují oborové Desatero pro ochranu osobních údajů.