

17. dubna 2024

Každý třetí Čech pravidelně užívá doplňky stravy. Největší zájem je o vitamíny, zhruba třetina konzumentů užívá probiotika

Tři čtvrtiny internetových Čechů užívají či za poslední rok užívaly doplňky stravy. Každý třetí Čech je užívá dokonce pravidelně, zbytek příležitostně či sezónně. Z hlediska důvodu užívání dominuje podpora celkového zdraví, do TOP 3 se pak řadí ještě podpora konkrétního orgánu, tělesné soustavy či určitého zdravotního problému a podpora v nemoci. A jaké konkrétní vitamíny a minerály Češi preferují? To vše se dozvíte z výsledků výzkumu agentur ResSOLUTION Group a Nielsen.

Výzkum realizovaly agentury ResSOLUTION Group a Nielsen metodou online sběru dat na vzorku pěti set respondentů starších 15 let, kteří jsou součástí Českého národního panelu.

Tři ze čtyř internetových Čechů **užívají nebo za poslední rok užívali doplňky stravy** (např. vitamíny, minerály, probiotika, kolagen apod.). Spíše je konzumují/konzumovali v posledním roce ženy a lidé s alespoň středoškolským vzděláním s maturitou. Třetina respondentů doplňky stravy užívá **pravidelně**, necelá třetina pak **v případě potřeby**. 15 % dotázaných sahá po doplňcích stravy **sezónně** (během specifických měsíců v roce).

Důvody pro užívání

Z hlediska důvodů, kvůli kterým respondenti doplňky stravy užívají/užívali, dominuje **podpora celkového zdraví** – uvedly ji téměř tři čtvrtiny z těch, kteří užívají nebo v posledním roce užívali nějaký doplněk stravy. Častěji tak odpovídali mladší respondenti do 34 let, ti s alespoň středoškolským vzděláním s maturitou a z velkých měst. S odstupem pak dvě pětiny dotázaných uváděly **podporu konkrétního orgánu, tělesné soustavy či zdravotního problému**, přičemž nejčastěji (u poloviny z nich) šlo o **pohybový aparát**, dvě pětiny dále chtěly podpořit **střevní mikroflóru či trávení** a třetina **kvalitu vlasů, pleti a nehtů**. Dvě pětiny dotázaných užívajících doplňky stravy v nich hledaly **podporu v nemoci**. Čtvrtina po nich sáhne či v posledním roce sáhla kvůli **zlepšení fyzické kondice** (ve větší míře muži než ženy a mladší respondenti do 34 let).

Z jakého důvodu užíváte* doplňky stravy?

Základ: Užívají nebo v posledních 12 měsících užívali nějaké doplňky stravy, N=385



Zdroj: ResSOLUTION Group / Nielsen, N=503, internetová populace 15+, ČNP, březen 2024

TOP 3 tvoří vitamíny, multivitamíny a minerály

Pokud jde o obvykle užívané kategorie doplňků stravy, tak polovina respondentů volila **jednotlivé vitamíny** či **jejich dvoj/trojkombinaci** (z těch jasně dominují vitamíny **C, D** a s mírným odstupem i **B**), dvě pětiny pak **multivitamínové přípravky**. Multivitamíny volili častěji muži než ženy, naopak jednotlivé vitamíny si vybíraly častěji ženy. Okolo třetiny dotázaných užívá/užívala **jednotlivé minerály** či **jejich dvoj/trojkombinaci** (zde je vidět jasná dominance **hořčíku**, do TOP 3 se pak s odstupem řadí ještě **zinek** a **vápník**), **probiotika/prebiotika** (častěji respondenti s alespoň středoškolským vzděláním s maturitou), **rostlinné či bylinné přípravky** (častěji vysokoškolsky vzdělaní respondenti), **kolagen/želatinu** a **omega 3 / rybí tuk**. 17 % respondentů užívá či užívalo **vlákninu**.

Kterou z následujících kategorií doplňků stravy užíváte*?

Základ: Užívají nebo v posledních 12 měsících užívali nějaké
doplňky stravy, N=385



*nebo jste v posledních 12 měsících užívali

O společnostech:

ResOLUTION 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. ResOLUTION Group je také výhradním dodavatelem společnosti Nielsen Admosphere.

ResOLUTION na sítích: [LinkedIn](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#)

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.

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.