

V Praze, 5. září 2024

Voliče ODS potkáte na golfu, voliče SOCDEM v hospodě a voliče ANO u televize. Jak se liší životní styly podle volebních preferencí?



„Rozdělená česká společnost“ je častým komentářem v souvislosti s volebními výsledky. Národní data společnosti NADA na reprezentativním vzorku české internetové populace ukazují, že volební preference jsou navíc velmi úzce provázané s jinými aspekty každodenního života, například mediální konzumací, trávením volného času či financemi. Voliči současné vládní koalice se obecně vyznačují aktivnějším životním stylem.

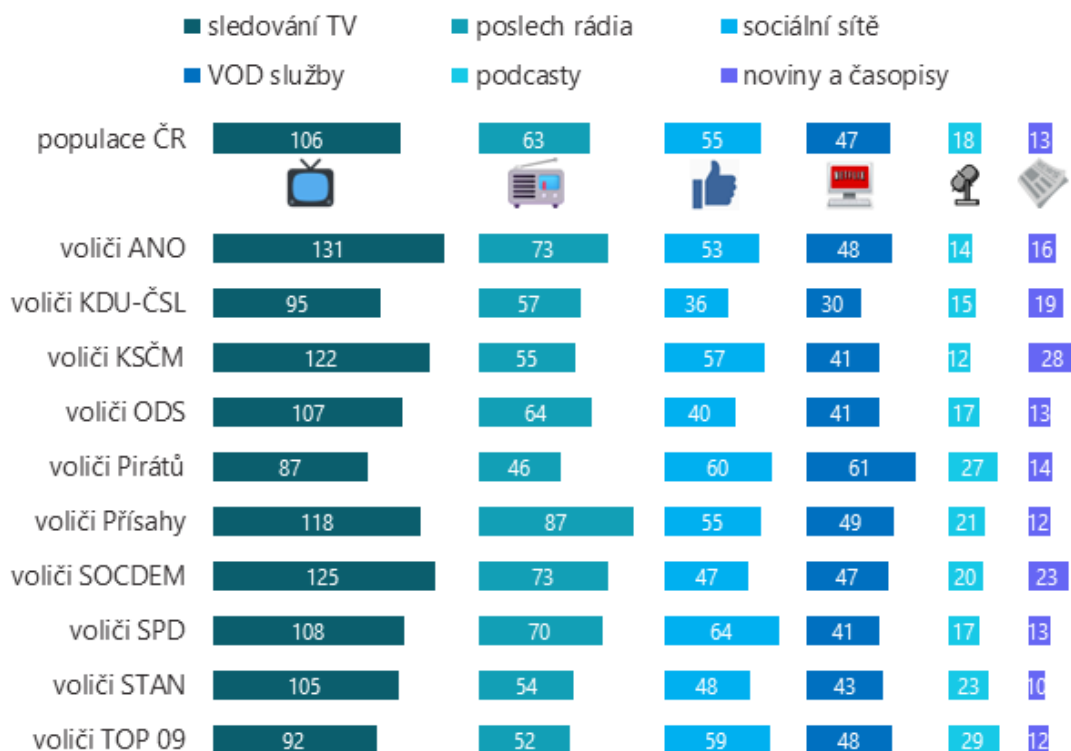
Voliči SPD milují horory

Průměrný Čech stráví sledováním televize 106 minut denně, poslechem rádia 63 minut, brouzdáním po sociálních sítích 55 minut, využíváním tzv. VOD služeb (platforem jako Netflix, Voyo apod.) 47 minut, poslechem podcastů 18 minut a čtením tištěných novin nebo časopisů 13 minut. Z pohledu mediální spotřeby se průměrnému Čechovi nejvíce blíží voliči ODS, kteří kromě své podprůměrné aktivity na sociálních sítích nijak nevybočují.

U televize tráví nejvíce času voliči ANO, v průměru 131 minut denně. Společně s VOD službami lze konstatovat, že voličům ANO zabere sledování filmů, seriálů či jiných televizních pořadů každý den zhruba 3 hodiny, což je o hodinu více než v případě voličů KDU-ČSL. Klasické televizní vysílání se nejméně týká voličů Pirátů, kteří se naopak vyznačují největší konzumací placeného videoobsahu. Podobně jako pro voliče Pirátů je i pro voliče TOP 09 příznačný posun k moderním médiím na úkor

těch tradičních. Tištěné noviny nebo časopisy mají nadprůměrně často v ruce voliči levicových stran KSČM a SOCDEM, což stejně jako mnohé jiné aspekty mediální konzumace hodně souvisí s věkem.

Kolik času věnujete v průběhu běžného dne následujícím činnostem? (vypočteny průměry v minutách)



Data NADA přinášejí i dvě relativně nečekaná zjištění. Přestože jsou sociální sítě jako Facebook či Instagram spíše typické pro mladé lidi a s rostoucím věkem čas strávený jejich užíváním postupně klesá, největší aktivitu na sociálních sítích vykazují voliči SPD, kteří ovšem k nejmladším voličským základnám nepatří. „Voliči SPD jsou především lidé středního věku s nižším dosaženým vzděláním. Instagramu nebo TikToku dominují nejmladší generace, ovšem základna uživatelů Facebooku již stárne, a právě voliči SPD zde opravdu tráví nejvíce času ze všech,“ doplňuje výzkumný analytik Radek Pileček.

Druhou zajímavostí je výrazně nadprůměrný poslech rádia mezi voliči Přísahy. „Pro vysvětlení této skutečnosti si musíme uvědomit, kde lidé poslouchají rádio. Doma, v práci, ale často také v autě,“ upozorňuje Pileček. Elektorát Přísahy již nezahrnuje pouze původní voliče této strany z parlamentních voleb 2021, ale výrazně jej ovlivnily letošní volby do Evropského parlamentu a spojení s Motoristy sobě v čele s osobou Filipa Turka. Následkem toho deklarují voliči Přísahy ze všech největší zájem o auta/motorismus a je pravděpodobné, že rádio často poslouchají za volantem svého vozu.

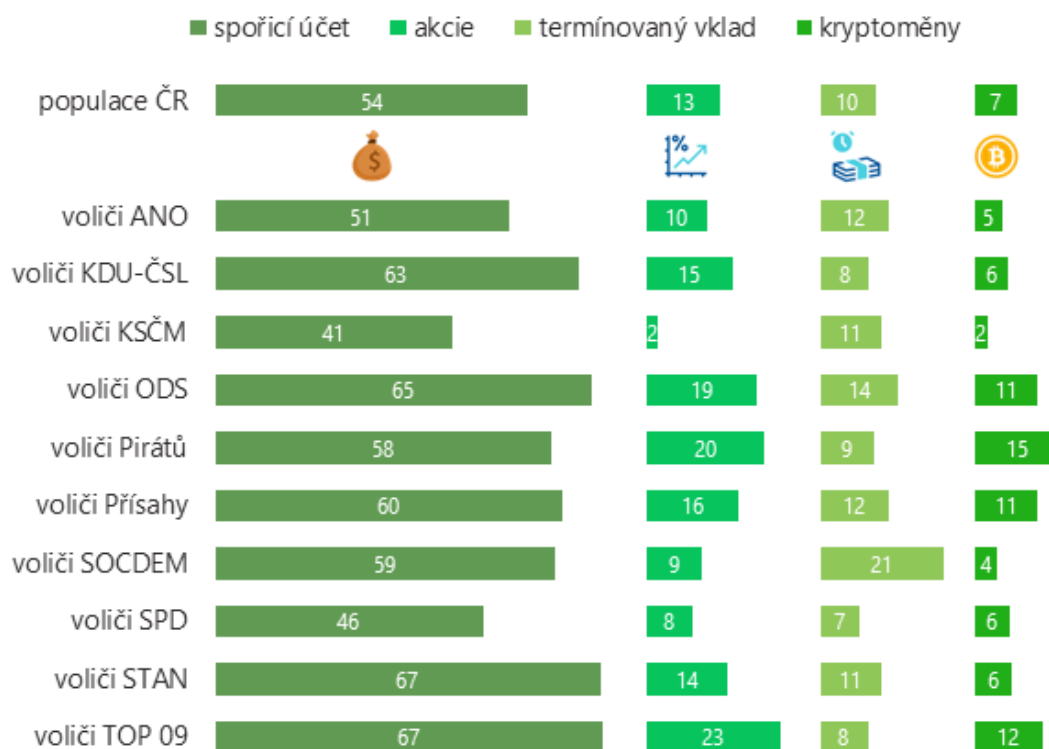
Až překvapivě velké odlišnosti ukazují NADA data rovněž u preferovaných žánrů filmů a seriálů. Komedii dávají přednost hlavně voliči STAN. Výrazně specifictí jsou voliči Pirátů, kteří si ve

srovnání s voliči jiných stran nejvíce libují v akčních filmech, sci-fi a fantasy. Voliči Příisahy mají rádi detektivky nebo krimi, zatímco romantickým filmům a seriálům se vyhýbají obloukem. „Voliči KDU-ČSL nepohrdnou dramaty, naopak příznivci SPD jsou ze všech nejvíce nakloněni hororům“, glosuje Radek Pileček.

Do akcií nejvíce investují voliči TOP 09, do kryptoměn voliči Pirátů, voliči KDÚ-ČSL nejvíce přispívají na charitu

S ohledem na finanční otázky je zásadní, že voliči současné vládní koalice mají ve srovnání s voliči opozičních či neparlamentních stran celkově lepší životní úroveň a vyšší příjmy. S tím úzce souvisejí následné možnosti investic (ale i běžných spořicíh účtů), které jsou častější u příznivců stran vládní koalice. Voliči SOCDEM jsou nejvíce konzervativní – 21 % z nich využívá termínované vklady, ale do investování v podobě akcií, podílových a investičních fondů či kryptoměn se příliš nehrnou. Opak vidíme u voličů Pirátů nebo TOP 09, kteří jsou různým formám rizikovějších investic nakloněni.

Které finanční produkty a služby využíváte? Do jakých druhů investic Vy osobně investujete?



Relativně hodně využívají různé finanční produkty a služby, stejně jako investiční možnosti i voliči ODS. Ti se v rámci investic v porovnání s ostatními nejvíce angažují v nákupu dluhopisů (11 %) či nemovitostí (17 %). Přestože se voliči ODS řadí k nejmajetnějším, jejich příspěvky na charitu tomu neodpovídají. Na charitativní účely jednoznačně nejčastěji přispívají voliči KDU-ČSL (31 % z nich přispívá pravidelně, dalších 55 % alespoň občas), na druhou stranu v rámci voličů KSČM nepřispívá polovina vůbec nikdy.

Voliči současné vládní koalice se vyznačují aktivněji tráveným volným časem

7 z 10 Čechů si svůj volný čas zpříjemňuje výlety a cestováním. Nadprůměrně tak činí voliči všech pěti stran současné vládní koalice. Ještě větší rozdíly panují v otázce zahraničních dovolených, na které jezdí nejčastěji voliči ODS, TOP 09 a STAN, zatímco u voličů KDU-ČSL a hlavně pak SOCDEM jsou mísky vah nakloněny na stranu tuzemských dovolených. Letecky směřují do zahraničí nejvíce voliči TOP 09 (42 % v posledních 12 měsících), voliči ODS preferují ze všech nejvíce jako dopravní prostředek pro cesty do zahraničí vlastní auto, naopak voliči Pirátů cestují rádi vlakem. Odlišnosti jsou dále patrné ve způsobu zařizování dovolených – voliči Pirátů a STAN si nejčastěji zařizují vše sami, kdežto voliči ODS nebo TOP 09 častěji využívají služeb cestovních kancelářů.

Nejen pro zahraniční dovolené je důležitá jazyková vybavenost. Až 70 % voličů Pirátů se dorozumí anglicky, což souvisí především s jejich nízkým věkem. U voličů KSČM je mnohem rozšířenějším jazykem ruština, kterou minimálně na základní úrovni ovládají téměř dvě třetiny z nich. Opět zde hraje klíčovou roli věková struktura, jelikož voliče této strany tvoří převážně starší lidé, kteří se ve svých studijních letech učili rusky, nikoliv anglicky.

Které z následujících aktivit provozujete ve svém volném čase?



K fanouškům sportu (aktivního či pasivního) se řadí 3/4 voličů STAN, o trochu méně voličů ODS a TOP 09, ale jen třetina voličů KSČM a necelá polovina příznivců ANO nebo SPD. Kterým sportům se věnují aktivně? Pro voliče STAN jsou typické spíše poklidnější sporty jako badminton, běžecké lyžování či kolečkové brusle. Rovněž deklarují ze všech největší zálibu v pěší turistice. Voliči ODS

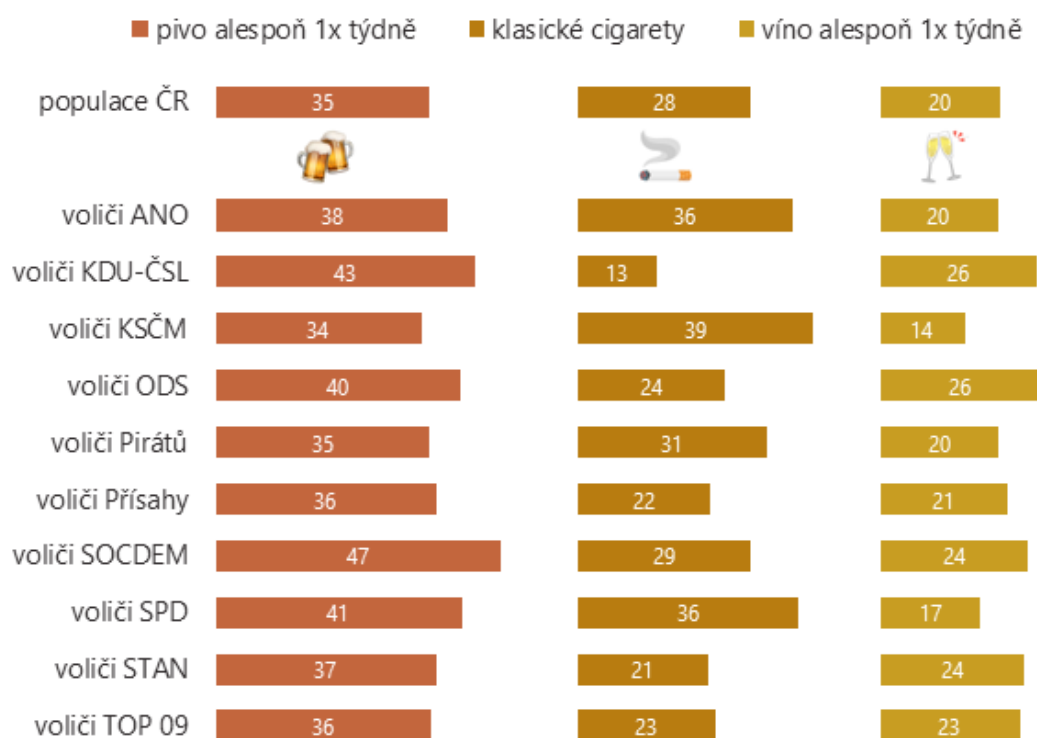
dávají spíše přednost fyzicky náročnějším sportům, například tenisu nebo sjezdovému lyžování. S tím je trochu v rozporu skutečnost, že právě voliči ODS jsou nejvíce zastoupeni i mezi milovníky golfu. Týmovým míčovým sportům se nejvíce věnují voliči TOP 09 – volejbalu, fotbalu či florbalu.

S knihou v ruce nejčastěji uvidíte voliče KDU-ČSL (71 %), zatímco v rámci příznivců populistických stran ANO, SPD a KSČM se ve volném čase věnuje této činnosti méně než polovina oslovených. To platí i pro oblast kultury (divadel, kin, koncertů apod.). Na rockových nebo popových koncertech a festivalech potkáte spoustu voličů Pirátů, naopak na koncertech klasické hudby spíše voliče lidovců či sociálních demokratů. Divadla, muzea a výstavy jsou přirozeným prostředím především pro voliče TOP 09 a STAN.

Voliče KDU-ČSL s cigaretou v ruce nepotkáte, ale s pivem či vínem velmi často

V české populaci je 35 % lidí, kteří si dají pivo alespoň jednou týdně. Víno pije s touto pravidelností každý pátý, častěji obyvatelé moravské části státu. Z toho může pramenit nadprůměrný podíl těch, kdo pijí víno, mezi voliči KDU-ČSL, jelikož tato strana má dlouhodobě vyšší podporu na Moravě než v Čechách. Společně s nimi jsou největšími konzumenty vína také voliči ODS, naopak největší podíl pivařů evidujeme mezi voliči SOCDEM. Na druhém místě jsou v tomto ohledu opět voliči KDU-ČSL. Voliči Pirátů pak vévodí konzumaci míchaných nápojů.

Jak často Vy osobně konzumujete následující alkoholické nápoje? Kouříte cigarety nebo jiné tabákové výrobky?



Zatímco v minulosti bylo kouření cigaret v podstatě společenskou normou, dnes je tomu již jinak a klasické cigarety kouří jen 28 % Čechů. Nejčastěji najdeme kuřáky mezi voliči KSČM (39 %), ANO (36 %) nebo SPD (36 %), naopak v rámci voličů KDU-ČSL je kouření cigaret rozšířeno jednoznačně nejméně (13 %). „V katolické církvi bývá kouření (v nezdravé míře) považováno za hřích, což bude pravděpodobně hlavní důvod, proč je mezi voliči KDU-ČSL tak málo kuřáků,“ uzavírá analytik Radek Pileček ze STEM/MARK.

Zpráva vychází z Národních dat, která vznikla prostřednictvím online dotazování na Českém národním panelu. Jedná se o kontinuální sběr dat po 6 měsících, přičemž data použitá v této tiskové zprávě kombinují druhé pololetí roku 2023 a první pololetí roku 2024. Celkem vzorek zahrnuje 10 112 respondentů, kteří proporcčně reprezentují českou internetovou populaci nad 15 let podle pohlaví, věku, dosaženého vzdělání, kraje, velikosti místa bydliště a socioekonomické klasifikace.

Radek Pileček

Analytik

pilecek@stemmark.cz

+420 734 832 682

Martin Chalupník

Head of Operations

martin.chalupnik@nada.cz

+420 722 984 381

O společnostech:

STEM/MARK a. s. (stemmark.cz) se řadí mezi renomované české agentury zabývající se výzkumem trhu. V letošním roce slaví 30. narozeniny. V portfoliu služeb má různé typy marketingových a sociologických výzkumů, podílí se na řadě jednoměnových projektů na českém trhu a mezi její klienty patří různé bankovní instituce, mediální domy, společnosti zabývající se energetikou a dopravou i různé instituce, univerzity a další.

Odkaz: <https://stemmark.cz/volice-ods-potkate-na-golfu-volice-socdem-v-hospode-a-volice-ano-u-televize-jak-se-lisi-zivotni-styly-podle-volebnich-preferenci/>

NADA Research (www.nada.cz) je přední společnost zaměřená na poskytování detailních dat o nákupním, spotřebním a mediálním chování českých spotřebitelů. Nabízí komplexní reporty a data, která pomáhají firmám lépe porozumět svým zákazníkům a optimalizovat jejich marketingové strategie. Díky robustní databázi má NADA Research rychlý přístup k informacím z mnoha oblastí. Sběr NÁRODNÍCH DAT probíhá na Českém národním panelu.

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. 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.