Knihy čte aspoň jednou týdně třetina lidí, dvě pětiny čtenářů ale nejsou spokojeny se svým časem na čtení

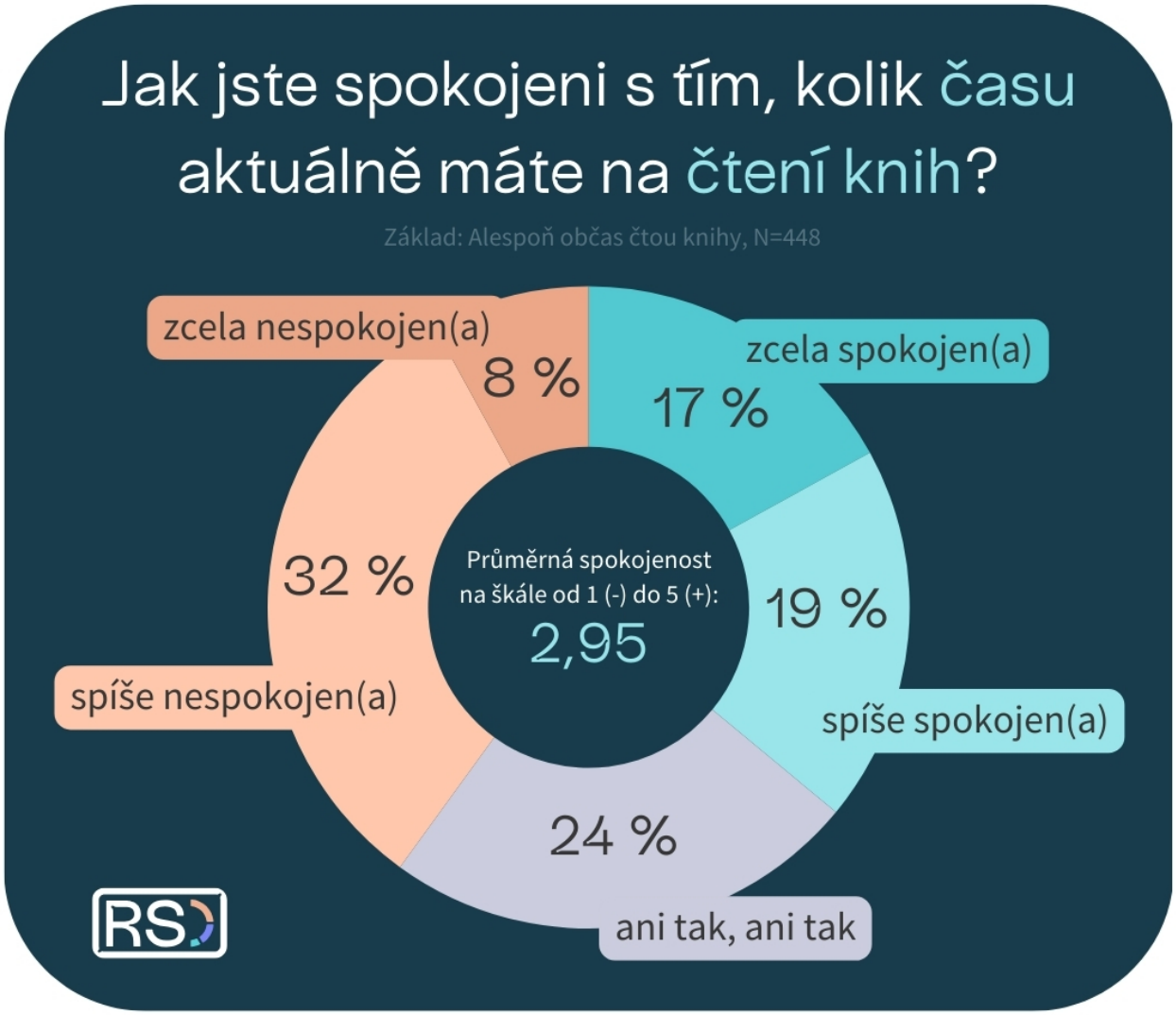
3.4.2024 - Eliška Morochovičová | ResSOLUTION Group

Březen byl měsíc knihy, což nabídlo ideální příležitost podívat se na data o českých čtenářích. Poslouží k tomu první díl výzkumné série Kulturní Česko zaměřený na čtení a sledování knižního trhu od ResSOLUTION Group. Jeho výsledky poukazují na to, že čtenářů v české populaci nenajdeme zrovna málo, ale řadě lidí ke čtení chybí návyk, a proto po knihách sáhnou spíše výjimečně nebo vůbec. S časem, který mají na čtení, nejsou aktuálně spokojeny dvě pětiny čtenářů. Výzkum provedla výzkumná agentura ResSOLUTION Group v únoru 2024 metodou online sběru dat. Zúčastnila se ho pětistovka internetových respondentů z Českého národního panelu starších 15 let. Data doplňuje žebříček monitoringu reklamy Ad Intel společnosti Nielsen, dle kterého loni největší objem inzerce v segmentu prodejců knih umístila značka LUXOR.

Pravidelných čtenářů, které jsme pro účely interpretace výzkumných dat definovali jako ty, kteří otevřou tištěnou nebo elektronickou knihu pro vlastní potěšení **alespoň jednou týdně**, je v české (internetové) populaci zhruba třetina. Větší podíl jich najdeme mezi ženami (41 %) než mezi muži (27 %) a také mezi respondenty nad 34 let, spíše než mezi mladšími ročníky. Dalších 17 % dotázaných čte **alespoň jednou měsíčně** a 16 % **méně často**. Každý pátý Čech je pak čistě **příležitostným čtenářem**, což znamená, že kniha mu dělá společníka například na dovolené nebo při nemoci. Pouhých 14 % lidí však nečte **vůbec**.

Čas na čtení

To, že podíl pravidelných čtenářů tištěných a elektronických knih momentálně nepřekračuje 34 %, nutně neznamená, že ostatní čtení zajímá méně, nebo že se z nich nemůžou stát silnější čtenáři. Velkou roli totiž zjevně hraje čas: že **nejsou spokojeni** s tím, kolik ho aktuálně na čtení mají, odpověděly dvě pětiny respondentů (kteří čtou alespoň někdy). Těch, kteří jsou s dobou strávenou s knihami momentálně **spokojení**, je v internetové populaci 36 %.



Zdroj: ResSOLUTION Group, N=522, internetová populace 15+, ČNP, únor 2024

Téma a autor jako rozhodující faktor při výběru knih

Další zkoumanou otázkou v průzkumu ResSOLUTION Group bylo, podle čeho si lidé (resp. ti, kteří čtou alespoň občas) nejčastěji vybírají knihy ke čtení. Nejsilnějším lákadlem je podle výsledků **téma knihy, o kterém se chtějí něco dozvědět** (rozhoduje se podle toho 41 % dotázaných). **Téma, které je atraktivní nebo jim blízké**, je u budoucí knihy důležité pro 34 % a **autor knihy** pro 32 %.

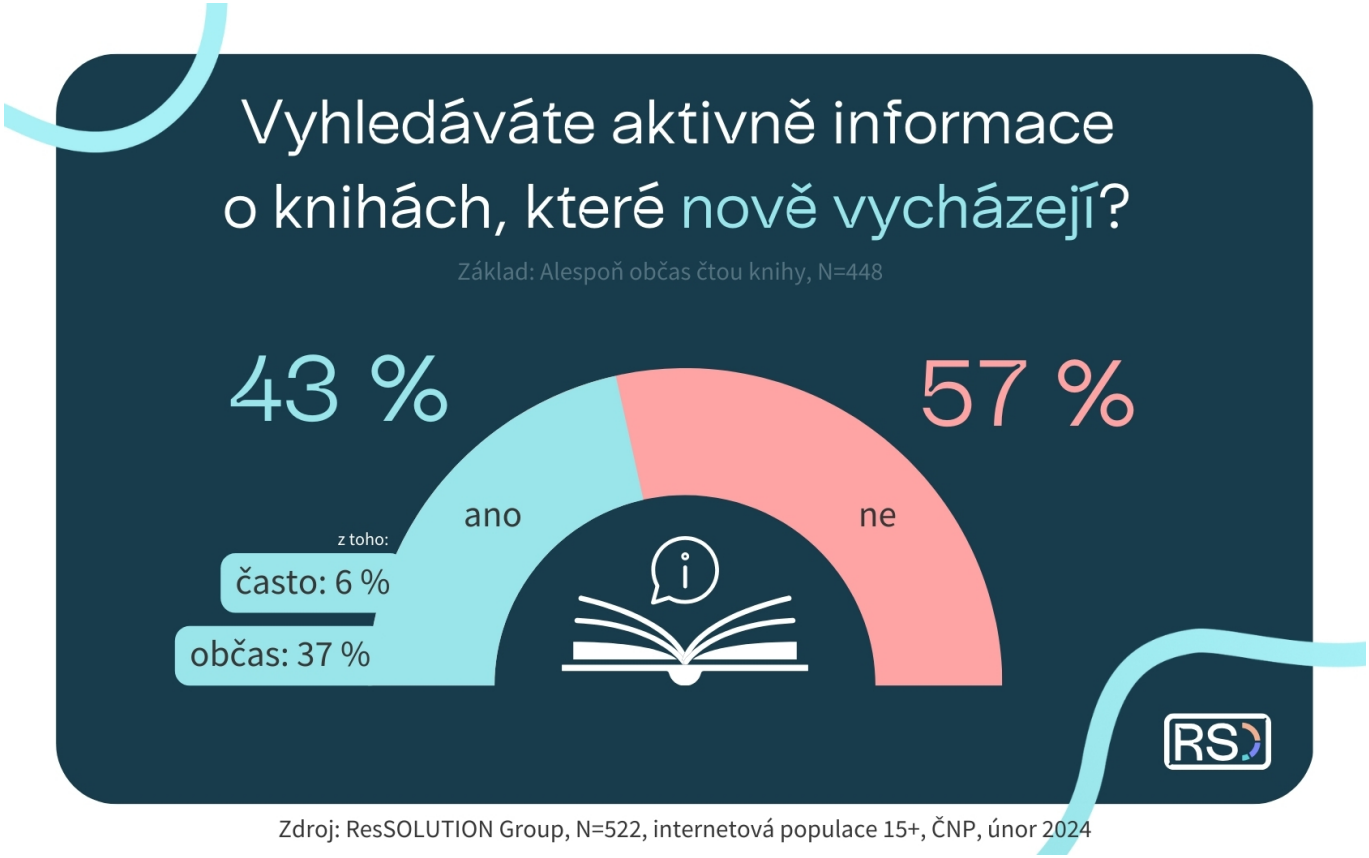
Zajímavé je ale podívat se u otázky na výběr knih ke čtení i na roli názorů jiných lidí. Na **doporučení blízkého okolí** dá například docela podstatná část čtenářů, a sice 31 %. **Recenze či hodnocení čtenářů v online databázích či na e-shopech** jsou zase o něco silnějším motivátorem (12 %) než **recenze odborníků** (6 %). Jen malé procento se o knihách k přečtení rozhoduje podle **doporučení v knihkupectví či knihovně** (4 %) nebo podle **doporučení známých osobností či influencerů** (4

%). Právě influenceři jsou nicméně silnějším motivátorem pro nejmladší generaci.

Pro pětinu z těch, kteří čtou alespoň občas, je určující i to, že **knihu obdrželi jako dárek**. **Obal knihy či celková grafika** je při rozhodování klíčová u 9 % dotázaných.

Sledování novinek na trhu

Informace o knihách, které nově vycházejí, **aktivně vyhledávají** více než dvě pětiny alespoň občasných čtenářů, přičemž 6 % to dělá často a 37 % občas. Více se o dění na trhu s knižními novinkami zajímají opět ženy a respondenti s vyšším dosaženým vzděláním.



Zdroj: ResSOLUTION Group, N=522, internetová populace 15+, ČNP, únor 2024

Inzerce prodejců knih

Podle dat Ad Intel společnosti Nielsen v segmentu prodejců knih za rok 2023 nejvíce inzerovala značka **LUXOR** s ceníkovou hodnotou* reklamního prostoru **27 milionů Kč**. Druhý největší objem inzerce umístila značka **KNIHY DOBROVSKÝ** a třetí značka **KNIHCENTRUM.CZ**.

Ceníková hodnota reklamního prostoru
TOP 5 firemních značek v segmentu

prodejců knih

v roce 2023

1. **LUXOR**
   26 970 000 Kč
2. **KNIHY DOBROVSKÝ**
   17 655 000 Kč
3. **KNIHCENTRUM.CZ**
   8 000 000 Kč
4. **Levné knihy**
   7 912 000 Kč
5. **antikvariáty.cz**
   5 742 000 Kč

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.

Nielsen