



Analyse lezersprofielen en persona's

LEZEN VOOR PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

12 maart 2026

Lezersprofielen en persona's geven verdieping bij onderzoek over lezen voor persoonlijke ontwikkeling.....	3
1. Leesfrequentie als basis voor lezersprofielen	4
2. Verschillende fases in persoonlijke ontwikkeling kennen verschillende activiteiten	4
2.1 Oriëntatie.....	4
2.2 Structuur aanbrengen	5
2.3 Toepassen.....	5
2.4 Reflectie	5
3. Voor- en nadelen van lezen	6
4. Lezersprofielen en bijbehorende persona's	6
4.1 Heavy lezers	7
4.1.1 Demografische kenmerken	7
4.1.2 Algemeen leesgedrag en mediagebruik.....	7
4.1.3 Mate van persoonlijke ontwikkeling en de rol van lezen	8
4.1.4 Vormen van persoonlijke ontwikkeling en ingezette activiteiten	8
4.1.5 Thematiek boeken	9
4.1.6 Ervaren opbrengsten en houding ten opzichte van boeken	9
4.1.7 Oriëntatie en verwerving van boeken.....	10
Persona: Judith	11
4.2 Medium lezers	12
4.2.1 Demografische kenmerken	12
4.2.2 Algemeen leesgedrag en mediagebruik.....	12
4.2.3 Mate van persoonlijke ontwikkeling en de rol van lezen	12

4.2.4 Vormen van persoonlijke ontwikkeling en ingezette middelen	13
4.2.5 Thematiek boeken	13
4.2.6 Ervaren opbrengsten en houding ten opzichte van boeken	13
4.2.7 Oriëntatie en verwerving van boeken	14
Persona: Nadia	15
4.3 Light lezers	16
4.3.1 Demografische kenmerken	16
4.3.2 Algemeen leesgedrag en mediagebruik.....	16
4.3.3 Mate van persoonlijke ontwikkeling	16
4.3.4 Vormen van persoonlijke ontwikkeling en ingezette middelen	17
4.3.5 Thematiek boeken	17
4.3.6 Ervaren opbrengsten en houding ten opzichte van boeken	17
4.3.7 Oriëntatie en verwerving van boeken	18
Persona: Amir	19
4.4 Mensen die niet of weinig lezen.....	20
4.4.1 Demografische kenmerken	20
4.4.2 Algemeen leesgedrag en mediagebruik.....	20
4.4.3 Mate van persoonlijke ontwikkeling	20
4.4.4 Vormen van persoonlijke ontwikkeling en ingezette middelen	21
4.4.5 Ervaren opbrengsten en houding ten opzichte van boeken	21
Persona: Dylan	22

Lezersprofielen en persona's geven verdieping bij onderzoek over lezen voor persoonlijke ontwikkeling

Uit de meeste recente themameting van het GfK-SMB-kwartaalonderzoek naar lees-, leen- en koopgedrag van de Nederlandse consument blijkt dat 72% van de Nederlanders (14+) bewust aan een vorm van persoonlijke ontwikkeling doet. Van deze groep zet 43% boeken hiervoor in: 32% benoemt expliciet non-fictie te lezen en 29% fictie. Raadpleeg voor meer totaalcijfers uit dit kwartaalonderzoek het artikel op de website van KVB Boekwerk¹.

Om een beter beeld te krijgen van de mensen die aan persoonlijke ontwikkeling doen en hiervoor in bepaalde mate lezen heeft KVB Boekwerk vier lezersprofielen geanalyseerd en daaraan een persona gekoppeld op basis van genoemd consumentenonderzoek. Deze persona's helpen om het boek als middel voor zelfontwikkeling te positioneren bij specifieke doelgroepen.

¹ <https://kvbboekwerk.nl/consumentenonderzoek/smb-gfk-kwartaalmetingen/de-rol-van-lezen-bij-de-persoonlijke-ontwikkeling>

1. Leesfrequentie als basis voor lezersprofielen

Uit de verdiepende analyse van het SMB-onderzoek blijkt dat de leesfrequentie², dus of iemand een heavy, medium of light lezer is, correleert met de mate van bezig zijn met persoonlijke ontwikkeling. Zo blijkt dat van de heavy lezers en de medium lezers respectievelijk 78% en 77% aan persoonlijke ontwikkeling doet. Bij de light en niet-lezers is dat percentage 67% en 54%. Met uitzondering van de mensen die niet lezen zetten alle lezers in meer of mindere mate het lezen van boeken in als middel voor persoonlijke ontwikkeling.

2 Zoals in de Leeswijzer van het onderzoeksrapport [link] is aangegeven, onderscheiden we vier lezersgroepen: een *heavy lezer* leest minstens een keer per week een boek, een *medium lezer* leest een tot drie keer per maand een boek, een *light lezer* leest minder vaak een boek maar niet nooit, en een *niet-lezer*.

2. Verschillende fases in persoonlijke ontwikkeling kennen verschillende activiteiten

Binnen de lezersprofielen wordt een brede definitie van persoonlijke ontwikkeling gehanteerd. Het kan gaan om het opdoen van kennis en inzichten en dat is vaak verbonden aan het lezen van non-fictie naast andere informatiegerichte activiteiten zoals het inzetten van AI. Maar ook je kunnen inleven in een ander, waarbij het lezen van fictie helpt, wordt genoemd. Wanneer alle verschillende vormen van persoonlijke ontwikkeling in samenhang worden bekeken, komt een patroon naar voren in hoe (lees)activiteiten worden ingezet. Deze hangen nauw samen met de fase van persoonlijke ontwikkeling waarin lezers zich bevinden.

2.1 Oriëntatie

In een eerste oriëntatiefase staan vooral kennis opdoen over een onderwerp, je blik op de wereld verbreden, een probleem leren oplossen en gezonder leven centraal. Mensen kiezen relatief

vaak voor het zoeken van online informatie (bijv. 32% bij kennis opdoen, 26% bij probleem oplossen en 29% bij gezonder leven), wat wijst op een laagdrempelige en snelle manier van oriënteren. In deze fase worden ook artikelen in kranten & tijdschriften (32%) en video's & documentaires (23%) ingezet om de blik op de wereld te verbreden (15%) en kennis op te doen (13%). Binnen de oriëntatiefase spelen boeken op het totaal een kleinere, maar duidelijke rol: non-fictie wordt vooral ingezet bij het opdoen van kennis (10%) en het verbreden van de blik op de wereld (9%), terwijl fictie weinig wordt vermeld (1%). De mate waarin boeken worden ingezet verschilt daarbij per lezersprofiel (zie paragraaf 4).

2.2 Structuur aanbrengen

Wanneer persoonlijke ontwikkeling meer structuur krijgt, verschuift de focus naar het leren van een nieuwe vaardigheid of ergens beter in worden. De voorkeur gaat dan uit naar het volgen van lessen, cursussen en workshops (35% bij een nieuwe vaardigheid leren en 33% bij ergens beter in worden). Boeken spelen in deze fase een

beperkte, ondersteunende rol: non-fictie wordt vooral ingezet bij het leren van een nieuwe vaardigheid (4%) en ergens beter in worden (3%).

2.3 Toepassen

In de volgende fase gaat het om toepassen van wat je hebt geleerd, waarin zelfstandig oefenen en praktische activiteiten een grotere rol spelen. Dit kan bijvoorbeeld gaan om fysieke ontwikkeling (42%) en het verbeteren van vaardigheden (27% bij ergens beter in worden en 21% bij gezonder leven of probleem oplossen). Ook hier blijven boeken relatief klein in aandeel; het gaat merendeels om het lezen van non-fictie bij fysieke ontwikkeling (2%) en bij gezonder leven (4%).

2.4 Reflectie

Tot slot ontstaat ruimte voor reflectie, waarbij gekeken wordt naar het eigen gedrag en persoonlijke vraagstukken worden uitgediept. Gesprekken met een psycholoog of coach worden vaker ingezet bij reflecteren op eigen gedrag (18%) en bij het oplossen van problemen (17%). In deze reflectieve fase neemt het aandeel boeken weer

iets toe: non-fictie wordt bij reflecteren op eigen gedrag door 8% genoemd en fictie door circa 2%, wat suggereert dat boeken hier vooral als hulpmiddel bij verdieping en zelfinzicht dienen.

3. Voor- en nadelen van lezen

Uit de lezersprofielen zijn verschillende voordelen van lezen te destilleren. Vergeleken met films, podcasts, kranten of documentaires kun je bij het lezen van een boek je eigen tempo bepalen. 72% van de respondenten - en dan met name medium lezers (75%) - vinden dit het grootste voordeel van lezen. 64% van de respondenten geeft aan dat lezen een prettige activiteit is; dit betreft voornamelijk heavy lezers (68%). Zij geven bovendien aan dat de informatie uit een boek goed blijft hangen (42%). Ten slotte noemen light en heavy lezers vaker als voordeel dat je in een boek informatie makkelijk kunt terugzoeken (45%).

Het lezen heeft ook nadelen: vooral light lezers en niet-lezers geven aan dat lezen veel tijd kost (resp. 43% en 41%) en van de niet-lezers vindt

34% het bovendien moeilijk om zich te concentreren op een boek. Heavy lezers geven het vaakst aan (34%) een boek duur te vinden.

4. Lezersprofielen en bijbehorende persona's

Hieronder volgt de informatie over de vier lezersprofielen. Ieder profiel eindigt met een persona. Alle persona's ondernemen in meer of mindere mate activiteiten om zichzelf te ontwikkelen, waarvan boeken lezen er één is. De niet-lezer vormt hierin een uitzondering en doet vooral andere activiteiten om aan zichzelf te werken.

Voor de verrijking van de persona's is gekeken naar verschillende variabelen uit het consumentenonderzoek. Demografische kenmerken, leesgedrag, leesmotivatie en voorkeuren voor andere activiteiten zijn gecombineerd om per persona een herkenbaar en samenhangend beeld te schetsen.

Goed om te melden is dat persona's geen exclusieve typering van individuen zijn, maar een

representatie. Ze zijn bedoeld om beter inzicht te krijgen in hoe verschillende groepen omgaan met persoonlijke ontwikkeling en welke rol lezen daarin kan spelen. Ze bieden handvatten aan medewerkers van uitgeverijen, bibliotheken en boekhandels om gericht proposities te ontwikkelen en kansen te identificeren om lezen voor persoonlijke ontwikkeling (verder) te stimuleren.

4.1 Heavy lezers

4.1.1 Demografische kenmerken

In deze groep bevinden zich significant meer 65-plussers (27%) dan in de andere groepen. Ook het aandeel vrouwen (62%) is binnen de groep heavy lezers het hoogst. Bijna de helft (49%) is hoogopgeleid, 35% middelbaar opgeleid en 17% laagopgeleid. In vergelijking met de andere groepen zien we onder heavy lezers relatief meer mensen met een gemiddeld inkomen.

Binnen de Sociaal Economische Klasse (SEK)³ zijn geen duidelijke uitschieters zichtbaar ten opzichte van de overige groepen. Bijna één op de drie valt in klasse A, 46% in klasse B1 of B2 en een kwart in de lage klasse (C, D).

4.1.2 Algemeen leesgedrag en mediagebruik

Heavy lezers combineren hun frequente leesgedrag met een breed en structureel mediagebruik. Een grote meerderheid leest maandelijks artikelen uit kranten of tijdschriften en bekijkt documentaires (64%). Ook podcasts maken met 59% duidelijk deel uit van hun routine. 70% van de heavy lezers leest zowel fictie als non-fictie (70%) en dat is meer dan bij de andere profielen.

3 Bij de opgestelde persona's gebruiken we de Sociaal Economische Klasse (SEK) zoals gedefinieerd door de Data & Insights Network (voorheen Markt Onderzoek Associatie) in samenwerking met het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). De SEK is een combinatie van zowel het opleidingsniveau als het beroep van de respondent. Daardoor vallen mensen met hetzelfde functieniveau dus niet per se in dezelfde SEK, want hun opleidingsniveau speelt mee. Bij een gelijk beroep zal een hoog opgeleid persoon dan klasse A of B1 hebben, een lager opgeleid persoon klasse B2, C of D. Ook kan een gepensioneerd persoon nog steeds bij klasse A horen.

Bovendien lezen zij relatief vaak e-books (49%) en luisteren naar audioboeken (13%).

Heavy lezers zijn relatief vaak lid van de lokale bibliotheek (22%) en halen regelmatig boeken voor persoonlijke ontwikkeling bij de bibliotheek (30%). Ook maken zij vaker gebruik van digitale leesabonnementen zoals Kobo+ of Storytel (21%). In hun koopgedrag valt op dat zij relatief vaak maandelijks nieuwe boeken kopen (16%).

4.1.3 Mate van persoonlijke ontwikkeling en de rol van lezen

Heavy lezers zeggen vaker dan andere lezers aan persoonlijke ontwikkeling te doen (78%). Zij noemen relatief vaak dat zij zich ontwikkelen door gezonder te leven (34%), meer kennis over een onderwerp op te doen (35%) en een nieuwe vaardigheid te leren (22%). Ook reflecteren zij vaker op hun eigen gedrag (30%) en verbreden hun blik op de wereld (23%).

Als we kijken naar leesmotieven dan vallen de verschillen tussen fictie en non-fictie op. Fictie

wordt vooral gelezen voor ontspanning en plezier (50%), 44% geeft hierbij aan dat fictie zowel ontspant als bijdraagt aan ontwikkeling. Non-fictie wordt vaker expliciet in verband gebracht met persoonlijke ontwikkeling (18%), waarbij 65% aangeeft dat non-fictie zowel ontspanning als ontwikkeling biedt.

4.1.4 Vormen van persoonlijke ontwikkeling en ingezette activiteiten

Bij het opdoen van kennis kiezen heavy lezers vaak voor online informatie zoeken (32%) en relatief vaak voor non-fictieboeken (14%). Bij het leren van een nieuwe vaardigheid en ergens beter in worden domineren het volgen van lessen, cursussen en workshops (35% en 33%), aangevuld met zelfstandig oefenen.

Voor het oplossen van problemen combineren zij online informatie zoeken (26%) met zelfstandig oefenen (21%) en gesprekken met een psycholoog of coach (17%). Bij reflectie op het eigen gedrag noemen zij relatief vaak gesprekken met een psycholoog of coach (20%) en online informatie

zoeken (19%). Voor het verbreden van hun blik gebruiken zij vooral artikelen (36%) en video's of documentaires (20%). Bij het stellen van doelen kiezen zij relatief vaak voor cursussen of workshops (17%).

4.1.5 Thematiek boeken

Wanneer heavy lezers boeken lezen voor persoonlijke ontwikkeling, noemen zij vooral geschiedenis (34%), psychologie (33%), gezondheid, opvoeding en veiligheid (32%), emotionele intelligentie en persoonlijke kracht (31%) en zicht op de wereld (31%) als belangrijke thema's.

Leiderschap, timemanagement en strategisch denken worden minder vaak genoemd (14%), evenals vrije tijd (24%).

4.1.6 Ervaren opbrengsten en houding ten opzichte van boeken

Als voordelen van het lezen van boeken noemen heavy lezers vooral dat zij hun eigen tempo kunnen bepalen (72%), dat lezen een prettige activiteit is (68%) en dat informatie makkelijk terug te

zoeken is (45%). 42% geeft aan dat informatie uit boeken goed blijft hangen. Als nadelen worden genoemd dat lezen veel tijd kost (33%), dat het moeilijk is het juiste boek te vinden (32%) en dat een boek duur is (34%).

Lezen zij fictie dan doen zij dit vooral voor de ontspanning (64%) en het plezier (48%). Daarnaast noemt een substantieel deel van de heavy lezers het zich kunnen verplaatsen in een ander (34%) en inzicht in andere tijden en culturen (19%) als belangrijke opbrengst van het lezen.

Non-fictie levert vooral nieuwe kennis, ideeën en inzichten (42%) en aanzetten tot nadenken (42%) op. Ook ontspanning (37%) en inzicht in andere tijden en culturen (27%) worden genoemd.

Kijken we naar andere activiteiten dan worden kennisgerichte media zoals podcasts (65%), artikelen (73%), video's (63%) en documentaires (73%) meestal gezien als een combinatie van ontspanning en persoonlijke ontwikkeling. Films en

series (59%) en verhalende games (61%) hebben primair de functie om te ontspannen.

4.1.7 Oriëntatie en verwerving van boeken

Heavy lezers vinden inspiratie vooral in de fysieke boekwinkel (48%), via vrienden, collega's of familie (44%), in de krant (30%) en op andere plekken op internet (29%). De bibliotheek wordt door 31% gebruikt als inspiratiebron.

Boeken voor persoonlijke ontwikkeling worden vaak nieuw gekocht in de fysieke boekwinkel (52%) of online (42%). Daarnaast halen zij relatief vaak boeken bij de bibliotheek (30%) en maken zij gebruik van digitale abonnementen (21%).

Persona: **Judith**



Geslacht: vrouw

Leeftijd: 64 jaar

Inkomen: modaal (36.000-43.500)

Opleiding: hoogopgeleid (HBO/WO)

Sociaal Economische Klasse: B2

Gezin: heeft geen thuiswonende kinderen.

“Ik lees heel graag en ga volledig op in een boek, als het me boeit. Hier hoeft geen aanleiding voor te zijn. Het is gewoon het genot van het lezen.”

Judith is een heavy lezer: ze leest wekelijks en kiest daarbij zowel fictie als non-fictie. Ze houdt van literaire romans en spannende fictie maar leest ook graag boeken over geschiedenis, psychologie en maatschappelijke thema's. Ze is lid van de lokale en online bibliotheek en koopt zeker ieder kwartaal een boek. Voor haar persoonlijke ontwikkeling zet zij bewust boeken in. Non-fictie gebruikt zij om nieuwe kennis op te doen en haar blik op de wereld te verbreden. Met fictie kan zij zich in een ander verplaatsen.

Daarnaast leest zij regelmatig kranten en tijdschriften, bezoekt musea en lezingen en luistert naar podcasts en informatieve YouTube filmpjes. Online zoekt zij aanvullende informatie wanneer een onderwerp haar interesseert. Voor Judith gaan ontspanning en ontwikkeling vaak samen. Lezen brengt plezier, verdieping, nieuwe inzichten en prikkelt de fantasie.

4.2 Medium lezers

4.2.1 Demografische kenmerken

Binnen de groep medium lezers is de verhouding man-vrouw evenredig verdeeld (51% vrouw). De gemiddelde leeftijd van de medium lezer is 46 jaar en daarmee de jongste groep van de vier lezersprofielen. Binnen deze groep zien we ook het hoogste percentage 14-24 jarigen (18%). Qua opleiding zien we nagenoeg dezelfde verdeling als bij heavy lezers: 49% is hoog opgeleid, 35% middelbaar en 16% laagopgeleid. De laagopgeleide groep is het minst vertegenwoordigd van alle groepen. Het percentage met een hoog inkomen is het hoogst bij deze groep (53%). Dit beeld zien we ook bij de SEK met het hoogste percentage klasse A (33%) vergeleken met de andere profielen.

4.2.2 Algemeen leesgedrag en mediagebruik

Medium lezers combineren hun maandelijkse leesgedrag met een breed mediagebruik. Drie kwart bekijkt minimaal maandelijks documentai-

res en 56% luistert maandelijks podcasts. Daarnaast speelt 42% minimaal maandelijks verhalen-de games.

Bij het leesgedrag van medium lezers valt op dat zij relatief vaker dan heavy lezers uitsluitend non-fictie lezen (18%). Zij lezen minder vaak e-books en maken minder gebruik van digitale leesabonnementen (4%) dan heavy lezers. Ook halen zij minder vaak boeken bij de bibliotheek (13%). Tweedehands boeken worden met 28% iets vaker gekocht dan bij heavy lezers.

4.2.3 Mate van persoonlijke ontwikkeling en de rol van lezen

77% van de medium lezers doet aan persoonlijke ontwikkeling. Zij noemen regelmatig dat zij zich ontwikkelen door ergens beter in te worden (21%), hun blik op de wereld te verbreden (22%) en te reflecteren op hun eigen gedrag (37%).

Als ze fictie lezen, dan leest 55% dit vooral voor ontspanning en plezier, terwijl 44% een combinatie van ontspanning en ontwikkeling noemt.

Slechts 1% leest fictie primair vanuit een ontwikkelingsmotief. Bij non-fictie ligt de nadruk sterk op de combinatie van ontspanning en ontwikkeling (71%). 13% leest primair non-fictie voor persoonlijke ontwikkeling.

4.2.4 Vormen van persoonlijke ontwikkeling en ingezette middelen

Bij kennis opdoen kiezen medium lezers vaker voor video's of documentaires (27%) dan voor non-fictieboeken (9%). Bij het leren van een nieuwe vaardigheid domineren het volgen van lessen of cursussen (32%), gevolgd door zelfstandig oefenen (11%).

Bij het oplossen van problemen noemen zij relatief vaak zelfstandig oefenen (31%). Voor het verbreden van hun blik gebruiken zij artikelen (29%) en video's (26%) in vergelijkbare mate. Bij het stellen van doelen valt op dat bijna de helft zelfstandig oefent (47%).

Binnen activiteiten voor persoonlijke ontwikkeling luisteren zij vaker naar podcasts (26%) en maken zij relatief vaak gebruik van AI (21%).

4.2.5 Thematiek boeken

Medium lezers noemen vooral zicht op de wereld (37%), psychologie (36%), emotionele intelligentie en persoonlijke kracht (33%), geschiedenis (32%) en vrije tijd (31%) als thema's waarover zij lezen.

Boeken over leiderschap, timemanagement en strategisch denken worden met 29% duidelijk vaker genoemd dan bij heavy lezers.

4.2.6 Ervaren opbrengsten en houding ten opzichte van boeken

Als voordelen van het lezen van boeken noemen de medium lezers vooral het kunnen volgen van je eigen tempo (75%), het krijgen van meer diepgang (48%) en de mogelijkheid om informatie terug te zoeken. 25% geeft aan dat informatie goed blijft hangen. Als nadelen noemen zij dat lezen

veel tijd kost (39%) en dat concentreren op een boek moeilijker is (30%).

Als medium lezers fictie lezen worden ontspanning (56%) en plezier (42%) het meest genoemd als reden om te lezen. Daarnaast noemt 29% fantasieprikkeling en 8% expliciet persoonlijke ontwikkeling.

Non-fictie levert vooral nieuwe kennis en inzichten (34%) en aanzetten tot nadenken (30%) op. 23% geeft aan dat non-fictie helpt bij het vormen van een mening en 13% noemt het leren van nieuwe vaardigheden.

Kijken we naar andere activiteiten dan leveren podcasts vooral ontspanning (52%) en plezier (36%) op, maar ook praktische tips (23%) en ze ondersteunen bij het vormen van je mening (21%). Films en series kijken de medium lezers vooral voor ontspanning (65%) en plezier (33%), waarbij ze ontroering (27%) en inzicht in andere tijden en culturen (23%) relatief vaak noemen.

4.2.7 Oriëntatie en verwerving van boeken

Medium lezers krijgen inspiratie vooral via vrienden, collega's of familie (53%), in de fysieke boekwinkel (48%) en via een online boekwinkel (29%).

Boeken voor persoonlijke ontwikkeling worden voornamelijk nieuw gekocht in de fysieke boekwinkel (48%) of online (45%). Bibliotheekgebruik (13%) en digitale abonnementen (4%) komen minder vaak voor dan bij heavy lezers.

Persona: **Nadia**



Geslacht: vrouw

Leeftijd: 34 jaar

Inkomen: tussen 1 en 2 keer modaal

Opleiding: hoogopgeleid (hbo/wo)

Sociaal Economische Klasse: A/B1

Gezin: heeft een kind (jonger dan 17 jaar) samen met haar partner.

“Lezen = leren. Dus stel ik mezelf elk jaar de uitdaging om weer zo leesgierig te worden als ik als klein kind ooit was.”

Nadia is een medium lezer: ze leest gemiddeld ongeveer één boek per maand en dan het liefste fictie zoals literaire romans, true crime en science fiction. Als ze non-fictie leest dan zijn het vooral boeken met thema's als leiderschap, time management, maatschappij of filosofie.

Ze leent en ruilt soms boeken met familie en vrienden en koopt haar boeken meestal in de boekwinkel of online. Ze vindt het soms lastig om het juiste boek te vinden en merkt dat concentreren op een boek niet altijd vanzelf gaat.

Voor haar persoonlijke ontwikkeling richt Nadia zich sterk op het verbeteren van vaardigheden en het toepassen van kennis. Bij doelen stellen kiest zij vaak voor zelfstandig oefenen. Wanneer zij iets nieuws wil leren, volgt zij cursussen of workshops. Daarnaast gebruikt zij online informatie en AI als hulpmiddel.

Behalve podcasts en video's is lezen voor haar één van de middelen om je persoonlijk te ontwikkelen. Online gebruikt ze apps zoals Hebban om gelezen boeken bij te houden. In haar vrije tijd bekijkt ze ook graag series als *Stranger Things*, *NCIS* en *Grey's Anatomy*.

4.3 Light lezers

4.3.1 Demografische kenmerken

Bij light lezers zien we iets meer mannen (55%) dan vrouwen. Ruim de helft (54%) van de mensen valt in de leeftijdsgroep tussen de 35 en 64 jaar; daarbinnen is de groep 35-49 jarigen het hoogste (26%) van alle lezersprofielen. In de groep light lezers zien we een andere verhouding als we kijken naar het opleidingsniveau: bijna de helft heeft een middelbare opleiding (47%), 32% is hoogopgeleid en 21% laagopgeleid. De verdeling van inkomensgroepen is bij deze groep gemiddeld, we zien geen uitschieters ten opzichte van de andere groepen. De verdeling van sociale klasse is vergelijkbaar met die van de heavy lezers.

4.3.2 Algemeen leesgedrag en mediagebruik

Light lezers hebben duidelijk een minder breed mediapatroon dan heavy en medium lezers. 65% leest minimaal maandelijks een artikel uit kranten of tijdschriften en 45% luistert minimaal maande-

lijks podcasts (beide lager dan bij heavy lezers). Ook documentaires worden met 55% minder vaak minimaal maandelijks bekeken dan bij heavy en medium lezers. Museumbezoek komt met 8% minimaal maandelijks relatief weinig voor.

Kijken we naar het leesgedrag dan kiezen light lezers vaker voor uitsluitend non-fictie (19%) dan heavy lezers. Zij kopen bovendien vaker online nieuwe boeken (48%) en lenen of ruilen binnen hun netwerk (39%). Daarnaast krijgen zij vaker gratis e-books via vrienden of familie (24%).

4.3.3 Mate van persoonlijke ontwikkeling

67% van de light lezers doet aan persoonlijke ontwikkeling. Als invulling noemen zij minder vaak dan heavy en medium lezers het verbreden van hun blik op de wereld (10%), reflecteren op eigen gedrag (22%) en ontwikkeling door te sporten (25%). Ook noemen zij minder vaak kennis opdoen (19%) en het leren van een nieuwe vaardigheid (14%).

Als zij lezen dan kiezen ze minder vaak fictie (9%) en non-fictie (12%) dan heavy en medium lezers. Kiezen zij fictie dan leest 52% dit vooral voor ontspanning en plezier en 45% noemt een combinatie van ontspanning en ontwikkeling. Bij non-fictie ligt het accent vaker op ontspanning: 28% leest vooral voor ontspanning en plezier, terwijl 61% een combinatie van ontspanning en ontwikkeling noemt en 11% vooral persoonlijke ontwikkeling.

4.3.4 Vormen van persoonlijke ontwikkeling en ingezette middelen

Bij het opdoen van kennis noemen light lezers vaker lezingen (12%) dan het lezen van non-fictieboeken (3%). Bij het leren van een nieuwe vaardigheid blijven het volgen van lessen of cursussen het meest genoemd (29%). Bij probleemoplossing noemen zij vaak online informatie zoeken (40%).

Voor reflectie op eigen gedrag kiezen light lezers relatief vaak gesprekken met een psycholoog of coach (24%) en het bekijken van video's of documentaires (18%). Bij sport en fysieke ontwikkeling

worden lessen en cursussen relatief vaak genoemd (34%). Bij het stellen van doelen combineren zij zelfstandig oefenen (20%) met gesprekken met een coach (19%).

4.3.5 Thematiek boeken

Light lezers noemen als thema's bij het lezen van boeken vooral communicatie (27%), reizen (29%), zicht op de wereld (25%) en geschiedenis (23%). Vrije tijd (muziek, kunst, talen, tuinieren) wordt met 8% duidelijk minder vaak aangegeven dan het geval is bij heavy en medium lezers. Daarnaast wordt "anders" relatief vaak genoemd (15%).

4.3.6 Ervaren opbrengsten en houding ten opzichte van boeken

Als voordelen van lezen noemen light lezers vooral het kunnen bepalen van je eigen tempo (68%), informatie terugzoeken (46%) en het krijgen van diepgang (43%). Als nadelen noemen zij voornamelijk dat lezen veel tijd kost (43%) en dat concentreren moeilijker is (28%).

Als light lezers fictie lezen dan doen zij dit vooral omdat het ontspanning (51%) oplevert dan wel plezier (30%). Leesopbrengsten als 'nieuwe wereld' (3%) en fantasieprikkeling (18%) worden minder vaak genoemd dan bij heavy en medium lezers. 18% van de lezers geeft aan dat een boek hun dingen liet beleven die zij normaal niet meemaken.

Bij het lezen van non-fictie blijkt de kennisopbrengst lager: nieuwe kennis en inzichten (19%), aanzetten tot nadenken (30%) en inzicht in andere tijden en culturen (10%). Het vormen van een mening (5%) en persoonlijke ontwikkeling (8%) worden minder vaak genoemd dan bij heavy en medium.

Bij andere activiteiten zien we dat podcasts vooral ontspanning opleveren (27%) en minder vaak in verband worden gebracht met kennis (33%) of aanzetten tot nadenken (26%) dan bij heavy lezers. Films en series draaien vooral om plezier (47%) en ontspanning (63%).

4.3.7 Oriëntatie en verwerving van boeken

Light lezers krijgen inspiratie vooral via vrienden en familie (47%), internet (30%) en in de fysieke boekwinkel (34%). Sociale media als TikTok en Facebook worden niet genoemd.

Qua verwerving vallen vooral het ontvangen van gratis e-books via vrienden en familie (24%), het lenen dan wel ruilen binnen het netwerk (39%) en het online kopen van nieuwe boeken (48%) op.

Persona: **Amir**



Geslacht: man

Leeftijd: 40 jaar

Inkomen: modaal

Opleiding: mbo

Sociaal Economische Klasse: B1

Gezin: heeft geen thuiswonende kinderen.

“Ik wilde meer weten over de geschiedenis van mijn geboorteplaats. Ook wil ik graag met boeken mijn zicht op de wereld verbreden. Daarom kies ik meestal non-fictieboeken.”

Amir is een light lezer. Hij leest minder dan één boek per maand en is geen lid van de bibliotheek. Hij koopt zelden een nieuw boek; als hij er een koopt, is dat meestal een non-fictieboek met een concreet doel.

Voor persoonlijke ontwikkeling maakt Amir vooral gebruik van online informatie, video's en documentaires of het luisteren naar podcasts. Wanneer hij een probleem wil oplossen of iets wil begrijpen, zoekt hij dit online op. Bij fysieke doelen volgt hij eerder een cursus of sportles dan dat hij een boek lees. Films en series bekijkt hij vooral voor de ontspanning, net als het spelen van verhalende games als *Hogwarts Legacy*, *Zelda* en *Fortnite*. Die prikkelen zijn fantasie en geven de benodigde spanning.

Een boek lezen kost veel tijd en is lastig in te plannen in zijn drukke, sociale leven. Lezen speelt in zijn ontwikkeling een beperkte en situationele rol.

4.4 Mensen die niet of weinig lezen

4.4.1 Demografische kenmerken

De groep niet lezers kenmerkt zich door het hoogste percentage mannen (69%). Bijna de helft is 50+ en net als bij de medium lezers zien we een relatief hoger aandeel jongeren tussen de 14-24 jaar (16%). Precies de helft van deze groep heeft een middelbare opleiding en een aanzienlijk hoger percentage laagopgeleide mensen (34%) vergeleken met de lezersgroepen. De hoog opgeleide groep is het minst vertegenwoordigd van alle groepen (16%), vergeleken met gemiddeld 34% bij de lezersgroepen. In het inkomen zien we geen grote verschillen ten opzichte van de lezersgroep. Het percentage hoogste inkomens is iets hoger dan bij de heavy lezers (45% versus 43%). Het percentage lage klasse (C en D) is binnen deze groep hoogst vergeleken met de lezersgroepen (39% versus gemiddeld 24%).

4.4.2 Algemeen leesgedrag en mediagebruik

Niet-lezers zijn minder betrokken bij tekstuele en culturele activiteiten. 40% leest minimaal maandelijks een artikel uit kranten of tijdschriften en 19% luistert minimaal maandelijks podcasts. Audiovisuele media staan centraler: twee derde kijkt wekelijks films of series en 55% bekijkt minimaal maandelijks informatieve YouTubevideo's. Daarnaast speelt één op de vijf wekelijks verhalende games.

4.4.3 Mate van persoonlijke ontwikkeling

54% van de niet-lezers doet aan persoonlijke ontwikkeling; 46% doet dit momenteel niet op eigen initiatief. Binnen activiteiten noemen zij vaker YouTubevideo's (38%) en minder vaak podcasts (12%). Ook nemen zij minder vaak deel aan lezingen (2%) en musea (10%) en lezen zij niet voor persoonlijke ontwikkeling.

4.4.4 Vormen van persoonlijke ontwikkeling en ingezette middelen

Niet-lezers kiezen bij het opdoen van kennis vooral voor online informatie zoeken (54%). Dit zien we ook bij het oplossen van problemen (42%) en het verbreden van hun blik op de wereld (32%). Bij het leren van een nieuwe vaardigheid noemen zij online informatie zoeken (21%) en AI (9%). Bij sport en fysieke ontwikkeling worden video's of documentaires relatief vaak genoemd (30%). Bij het stellen van doelen noemen zij AI (15%) en lezingen (11%).

4.4.5 Ervaren opbrengsten en houding ten opzichte van boeken

Deze groep ervaart vooral nadelen bij het lezen van boeken: lezen kost veel tijd (41%) en concentreren is moeilijker (34%). Moeilijk het juiste boek weten te vinden (17%) wordt minder vaak genoemd dan bij de andere lezersprofielen. Niet-lezers zijn in grote meerderheid geen lid van de bibliotheek (93%). En 79% geeft aan nooit een nieuw boek te kopen.

Kijken we naar de activiteiten die deze groep wel onderneemt dan leveren podcasts vooral ontspanning (52%) op. Bij films en series zijn ontspanning (59%), plezier (37%) en spanning (31%) de meest genoemde opbrengsten; het vergaren van kennis (3%) blijft beperkt.

Bij games staan ontspanning (60%), plezier (56%) en spanning (29%) centraal. Kennisgerichte media zoals artikelen (72%), video's (66%) en documentaires (70%) worden meestal gezien als combinatie van ontspanning en ontwikkeling, maar het aandeel mensen dat deze activiteiten primair voor persoonlijke ontwikkeling inzet blijft beperkt (6-8%).

Persona: **Dylan**



Geslacht: man

Leeftijd: 52 jaar

Inkomen: beneden modaal

Opleiding: praktische beroepsopleiding

Sociaal Economische Klasse: C

Gezin: heeft geen thuiswonende kinderen.

“Ik hou niet van te ingewikkelde taal in boeken.”

Dylan leest geen boeken en is geen lid van de bibliotheek. Wanneer hij zich wil ontwikkelen, zoekt hij vooral online informatie op. Bij kennisvragen of problemen gebruikt hij internet als eerste bron.

Hij luistert regelmatig naar podcasts over business, sport of technologie en kijkt informatieve video's op YouTube. Wanneer hij nieuwe vaardigheden wil leren of doelen stelt, maakt hij gebruik van online hulpmiddelen, waaronder AI. Om zichzelf doelen te stellen neemt hij soms deel aan lezingen, lessen en workshops.

Het lezen van boeken kost hem teveel tijd, hij vindt dat minder praktisch in zijn dagelijkse leven. Voor ontspanning speelt hij verhalende games en kijkt hij films of series.

Persoonlijke ontwikkeling vindt bij Dylan voornamelijk plaats via digitale en audiovisuele middelen.