

December 2023

Markteffect

Research is Everything

PODCAST MONITOR

10^e editie

Michael Petit – Manager Marketing
Maro Merk – Research Expert



Inhoud rapportage

- **Belangrijkste resultaten uit het onderzoek** Pagina 3
- **Onderzoeksverantwoording** Pagina 5
- **Oriëntatie & Podcastgebruik** Pagina 6
- **Betaald luisteren** Pagina 18
- **Impact adverteren in een podcast** Pagina 23
- **Luistercijfers Nederlandse podcasts** Pagina 26
- **Gratis onderzoekstool: Podcast Content Creator** Pagina 28
- **Over Markteffect** Pagina 30

Markteffect Podcast Monitor – 10^e meting

Wel tijd voor een klein feestje toch? Wat in het voorjaar van 2019 begon als een eerste onderzoek naar de populariteit en het sentiment van de podcast in Nederland, resulteert in liefst 10 metingen van dit onderzoek! En we zijn blij dat we met dit onderzoek veel marketing- en podcast professionals, maar ook andere intrinsiek nieuwsgierigen blij kunnen maken met de resultaten.

Om het gemakkelijk te maken voor de snelle lezers, hebben we hieronder enkele opvallende resultaten opgesomd, die je verspreid over deze rapportage terug kunt vinden.

- 48% van de Nederlanders luistert wel eens naar een podcast (stabiel)
- Liefst 66% van de 12-18 jarigen luistert wel eens naar een podcast
- Podcasts zijn tijdloos; 59% luistert afleveringen ouder dan 6 maanden
- 28% van de luisteraars gebruikte de podcast om op de hoogte te blijven voor de Tweede Kamer verkiezingen in november 2023
- 15% van de luisteraars heeft wel eens betaald om podcast te beluisteren
- 80% is (zeer) tevreden over de ontvangen betaalde content
- 12% van de niet-luisteraars heeft vroeger wel (eens) geluisterd
- 48% van de niet-luisteraars staat open om in toekomst te gaan luisteren
- 67% slaat gesponsorde content (regelmatig) over

Ook lichten we een case uit, waarbij we d.m.v. de **Podcast Brand Lift Study** aantonen wat het effect is van podcast sponsoring door Birra Moretti, op o.a. bekendheid en merkvoorkeur. Zij sponsorden de podcast Tip van Jet & Co.

De markt van podcasts blijft in ontwikkeling. Voor eventuele vragen, toevoegingen, opmerkingen of suggesties voor volgende metingen, houden wij ons natuurlijk aanbevolen.

Ik wens u veel leesplezier!
Michael Petit / Markteffect

Wist je dat de Markteffect Podcast Monitor een **bekroning** heeft gewonnen tijdens de **Grand Prix Content Marketing Awards in 2023?**

[Meer info](#)



Waarom zou je als merk adverteren in een podcast? Samen met Starbucks gaan we in gesprek.

Starbucks kiest in haar marketingstrategie bewust voor het medium podcast, omdat daar (veel) impact mee gemaakt kan worden.

Samen met De Ondernemer en AS WE SPEAK werd er weer een podcast opgenomen over de Markteffect Podcast Monitor. Onder andere te gast zijn Jelmer Bergsma (Starbucks), Arne van den Berg (AS WE SPEAK), De Ondernemer en Michael Petit (Markteffect).

De podcast zal medio midden februari worden gepubliceerd..

Luister hier naar de [vorige podcastmonitor-podcast](#)



de **ONDERNEMER**



as we speak

Markteffect

Markteffect

1.

Onderzoeksverantwoording

Doelgroep & steekproef



Doel onderzoek

Het gebruik van podcasts in Nederland in kaart gebracht: waarom, wanneer en waar luistert men naar podcasts? En, wat zijn de ontwikkelingen en verwachtingen met betrekking tot de toekomst van podcasts?



Werkgebied en doelgroep

Dit onderzoek is in december 2023 voor de tiende keer uitgevoerd onder een nationaal representatieve groep van in totaal 2.185 respondenten, waarvan 1.001 podcastluisteraars.



Verantwoording en betrouwbaarheid

Op basis van deze respons zijn de resultaten met een zekerheid van 95% en met een nauwkeurigheid van 2,1% generaliseerbaar naar de doelgroep.

Arbeidssituatie

Loondienst fulltime	32%
Loondienst parttime	25%
Ondernemer/ZZP	5%
Studerend	3%
Arbeidsongeschikt	5%
Werkloos/bijstand	3%
Huisvrouw/huisman	4%
Gepensioneerd	22%

Top 5 branches

Gezondheids- en welzijnszorg	17%
Zakelijke & overige dienstverlening	8%
Overheid	7%
Onderwijs	7%
Transport en logistiek	7%



Man
49%



Vrouw
51%

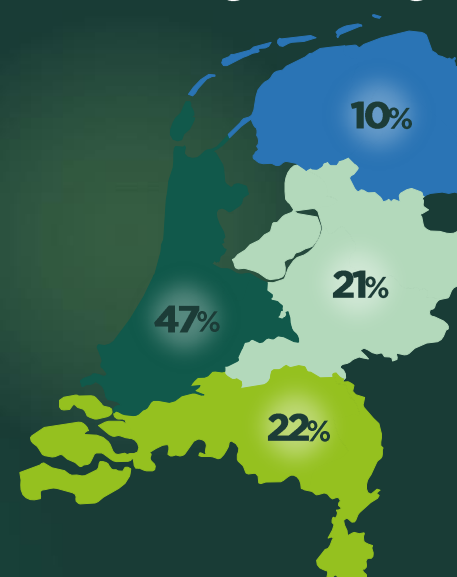
Opleidingsniveau

Hoog	40%
Midden	40%
Laag	20%

Leeftijd

34 jaar en jonger	27%
35 tot en met 54 jaar	32%
55 jaar en ouder	41%

Regio-indeling



De data zijn gewogen naar een nationaal representatieve verdeling van leeftijd, geslacht en regio in Nederland

2.

Oriëntatie & Podcastgebruik

48% van de Nederlanders luistert wel eens naar een podcast

+/- 7 miljoen Nederlanders

juni 2023: 49%
november 2022: 46%

Dagelijks	8% 8%
Wekelijks	16% 15%
Maandelijks	11% 10%
Minder dan eens per maand	13% 16%

52%
luistert nooit
naar podcasts



juni 2023: 51%
november 2022: 54%

66%

van de Nederlandse jongeren
(tussen 12 en 18 jaar) luistert wel eens
naar een podcast

Podcastgebruik
is met name
hoog onder:



Hoogopgeleiden
65%

67%



18 tot 35-jarigen
76%

73%



Ouders van kinderen
tussen 12 en 18 jaar
72%

72%

Juni 2023:

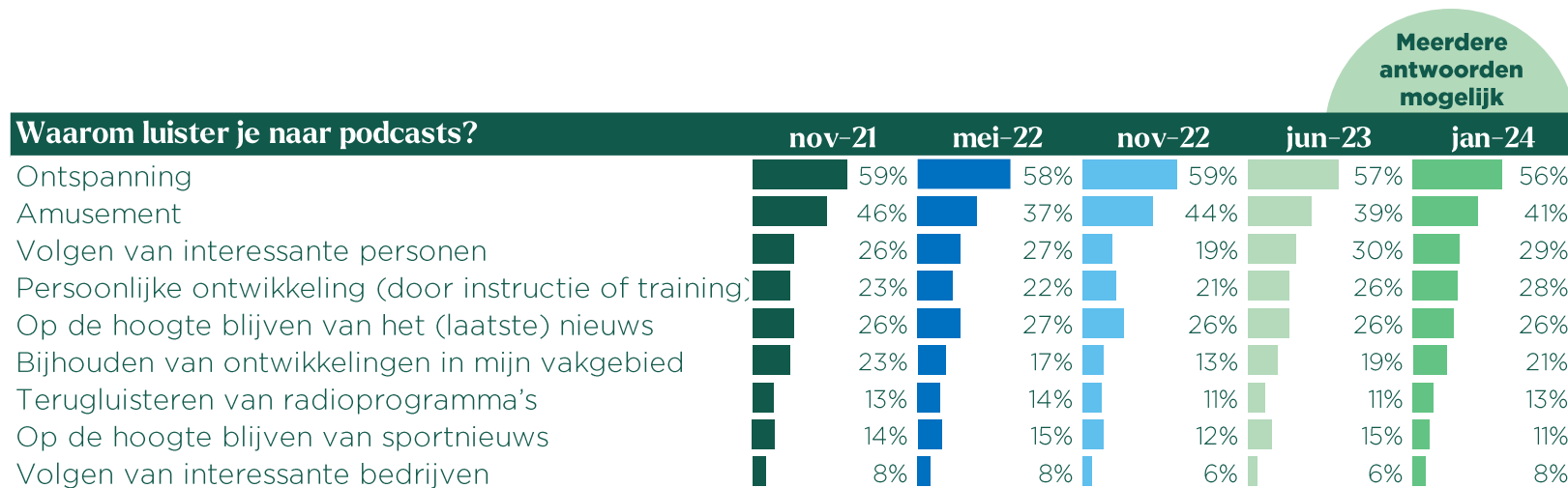
Voorafgaand aan de vraag of men
wel eens podcasts luistert is de
volgende uitleg voorgelegd:

*“Een podcast is een verhalend
geluidsbestand/audiostream dat je via
internet kunt beluisteren of
downloaden. Je kan het bestand
streamen of downloaden zodat het
overal en op elk moment en via
verschillende apparaten beluisterd kan
worden. Podcasts zijn zowel via
internet als diverse apps (zoals Spotify
& iTunes) te beluisteren. Een podcast is
NIET hetzelfde als een gewoon
muziekfragment.”*



13%
Wist voorafgaand aan de
beschrijving niet wat een
podcast is

Ontspanning is de meest genoemde reden om naar een podcast te luisteren



15% van de Nederlanders gebruikt podcasts bij het volgen van nieuws.
 Echter vindt slechts één op de vijf (22%) informatie uit podcasts betrouwbaar.

28% van de podcastluisteraars heeft een podcast gebruikt om op de hoogte te blijven van de Tweede Kamer verkiezingen

De meest populaire podcastcategorieën zijn:



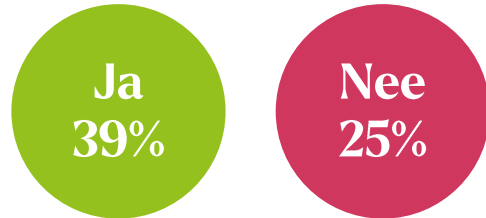
1. Nieuws en politiek
2. Sport
3. Technologie
4. Geschiedenis
5. Financieel/geld



1. Gezondheid
2. Psychologie
3. Misdaad / (true) crime
4. Lifestyle
5. Verhalen

Podcastluisteraars staan er voor open om **nieuwe podcasts** te ontdekken

Zijn er te veel podcasts?



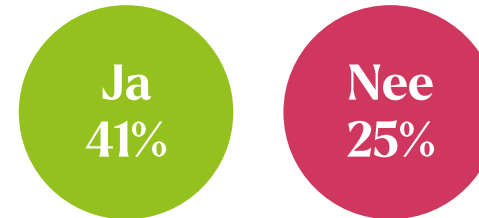
Staat men er voor open om nieuwe podcasts te proberen?



Ontdekt men graag nieuwe podcasts?



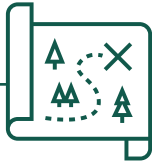
Wacht men met zoeken naar een nieuwe podcast totdat men de huidige podcast afgeluisterd heeft?



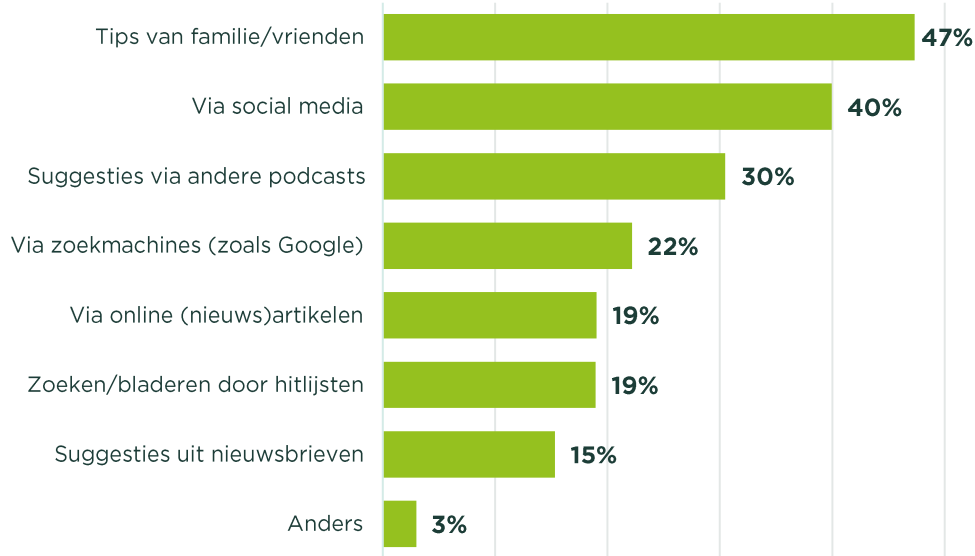
Komt men tijd te kort om meer podcasts te luisteren?



Een **interessant onderwerp/thema** is het **allerbelangrijkste aspect** bij de keuze voor een podcast



Hoe ontdek je nieuwe podcasts om te luisteren?



• Suggesties via radio, tv en/of Spotify

Welke aspecten zijn voor jou van belang bij je keuze voor een podcast?

- Mate van herhaling
- Frequentie van podcastafleveringen
- Reviews/recensies
- Presentator/host
- Stemgeluid
- Aangeraden door vrienden/familie
- Lengte/tijdsduur van de aflevering(en)**
- Interessant onderwerp/thema**
- Titel van de podcast(aflevering)
- Actualiteit
- Aantal afleveringen van de podcast
- Hoog geplaatst in de hitlijsten
- (Betrouwbaarheid) uitgever
- Wel/niet gesponsord
- Humor

Een zakelijke podcast moet vooral **leerzaam** zijn door **relevante informatie** en ontwikkelingen

Het luisteren van zakelijke podcasts helpt mij om op de hoogte te blijven van de laatste ontwikkelingen in mijn vakgebied



Het luisteren naar zakelijke podcasts inspireert mij en brengt mij op nieuwe ideeën



Door het luisteren van zakelijke podcasts kan ik mijn dagelijkse werkzaamheden (beter) uitvoeren

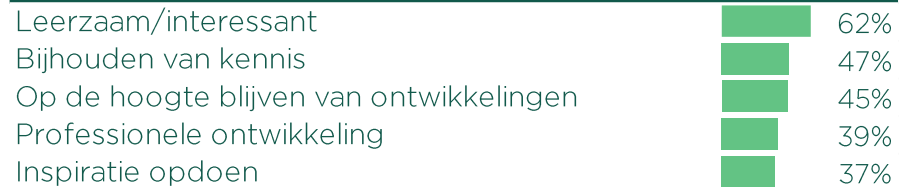


Het luisteren naar zakelijke podcasts heeft mijn kijk op mijn vakgebied veranderd



■ (Helemaal) mee eens
■ (Helemaal) mee oneens

Waarom luister je naar podcasts voor zakelijke doeleinden?



Meerdere antwoorden mogelijk

Een zakelijke podcast moet voldoen aan:



Basis: podcastluisteraars (n= 1.001)

Ook eerder uitgebrachte podcasts blijven beluisterd worden



Ik luister wel eens podcasts die...

Recent zijn uitgebracht

71%

Meer dan een half jaar geleden zijn uitgebracht

49%

Meer dan een jaar geleden zijn uitgebracht

31%



Via welke apparaten luister je podcasts?

Mobiel	71% (januari 2024) 72% (juni 2023)
PC/laptop	24% 28%
Tablet	15% 15%
Autoradio	14% 9%
Smart TV	9% 7%

Via welke platformen luister je naar podcasts?

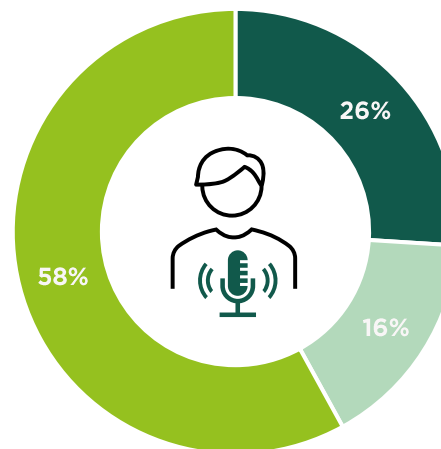
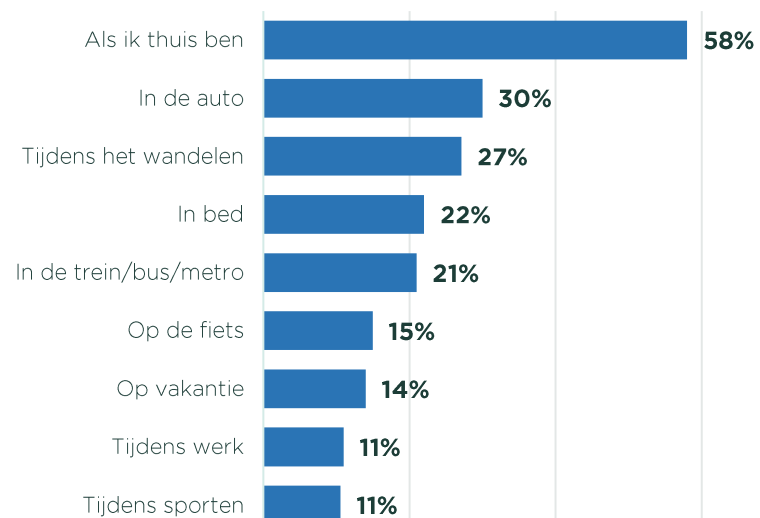
Spotify	57% 56%
YouTube	38% 39%
Google Podcasts	10% 10%
Apple Podcasts/ iTunes	10% 9%
Sound Cloud	9% 8%

➤ Ten opzichte van de vorige meting, zijn meer respondenten via hun autoradio podcast gaan luisteren (+5%).

Eén op de vier podcastluisteraars verwacht in de toekomst **vaker** naar podcasts te gaan luisteren

58% verwacht in de toekomst net zo veel naar podcasts te gaan luisteren, meer dan één op de zeven (16%) verwacht in de toekomst minder naar podcasts te gaan luisteren

Op welke momenten luister je naar podcasts?

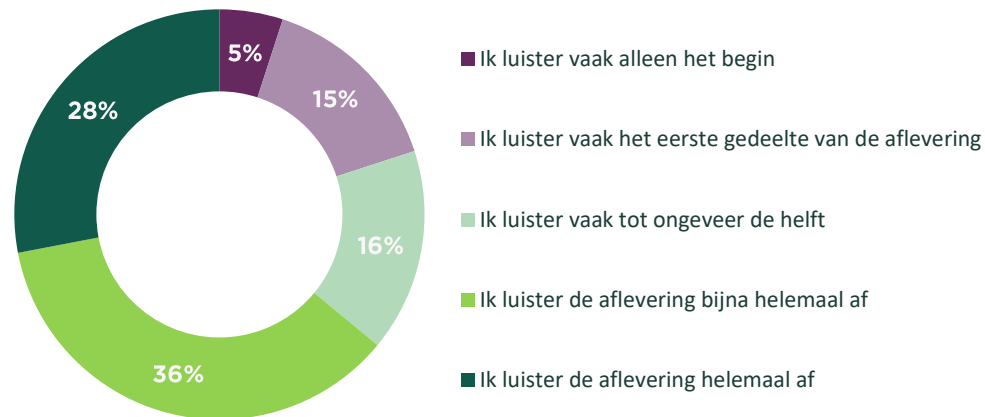


- Ik verwacht in de toekomst vaker naar podcasts te gaan luisteren
- Ik verwacht in de toekomst minder vaak naar podcasts te gaan luisteren
- Ik verwacht niet dat in de toekomst mijn luistergedrag verandert.

45% volgt actief een podcastserie
Gemiddeld **2,8** podcastseries per luisteraar

Bijna twee op de drie podcastluisteraars luistert een podcastaflevering (bijna) helemaal af

Hoeveel procent van een podcastaflevering luister je meestal?



- De ideale lengte van een podcast is voor het grootste aandeel van de podcastluisteraars (39%) tussen de **15 en 30 minuten**.
- **28%** vindt tussen de 30 en 45 minuten ideaal
- **18%** vindt korter dan 15 minuten ideaal
- **15%** vindt langer dan 45 minuten ideaal



Per week besteden podcastluisteraars (die tenminste wekelijks luisteren) gemiddeld **106 minuten** (vorige meting 103) aan het luisteren naar podcasts.

Per maand luisteren podcastluisteraars gemiddeld naar **4,7** (vorige meting 5,4) verschillende podcasts

Bijna twee op de drie podcastluisteraars staat open voor door AI vertaalde podcasts

44% Luistert alleen Nederlandstalige podcasts

53% Luistert zowel Nederlandstalige als anderstalige podcasts

3% Luistert enkel anderstalige podcasts



15

Sta je ervoor open om door middel van AI naar het Nederlands vertaalde podcasts te luisteren?



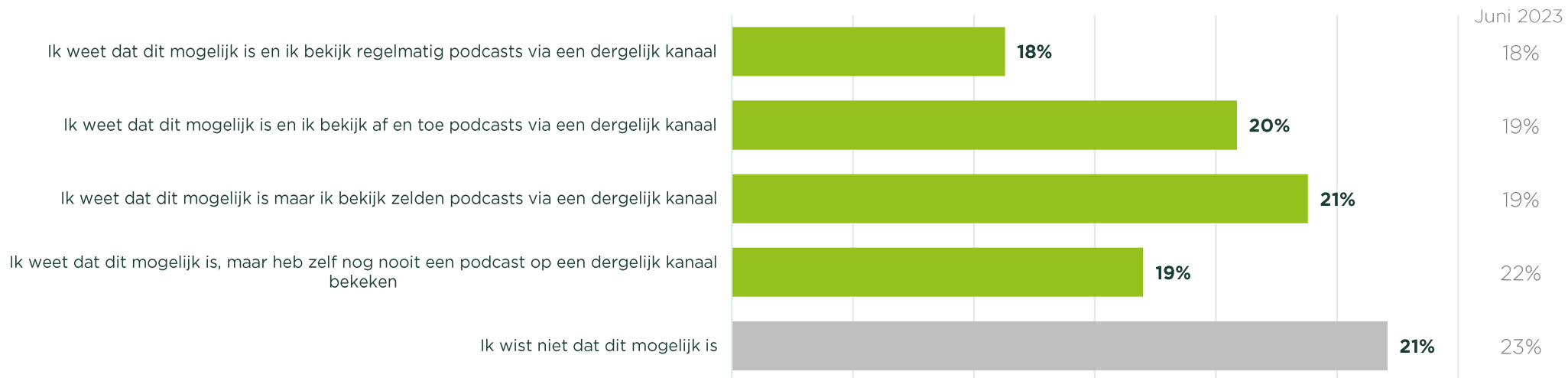
■ Ik sta hier waarschijnlijk/zeker voor open

■ Ik sta hier waarschijnlijk/zeker niet voor open

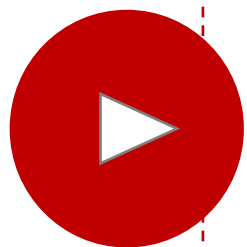
■ Weet ik niet

De interesse in podcasts bekijken is toegenomen

Er zijn ook podcasts die je kan bekijken op o.a YouTube. In hoeverre ben je hiervan op de hoogte?



In hoeverre zou je interesse hebben in het bekijken van een podcast op bijvoorbeeld YouTube?



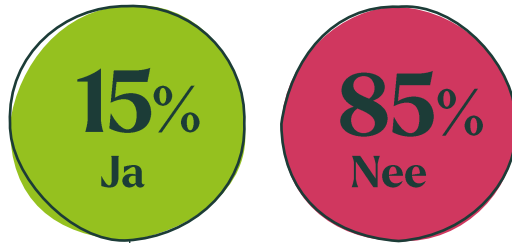
4%
(5% juni 2023)
Erg veel interesse

46%
(40%)
Enige interesse

50%
(55%)
Geen interesse

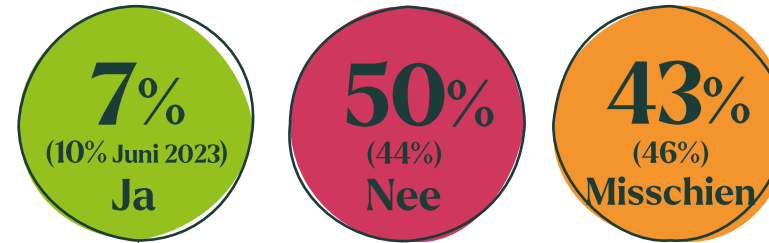
Het luisteren van een podcast verhoogt de kans om in de toekomst **meer podcasts te gaan luisteren**

Heb je in het verleden wel eens naar podcasts geluisterd?



Men geeft aan te zijn *gestopt* met luisteren omdat een podcast **te lang duurt** en men de **aandacht er niet bij kan houden**. Sommige Nederlanders hebben simpelweg een **andere voorkeur**. Concurrenten voor de podcast zijn muziek, luisterboeken, nieuws via andere bronnen of media met beeld.

Verwacht je in de toekomst naar podcasts te gaan luisteren?



18% van de Nederlanders die **wel** eens een podcast hebben geluisterd maar dit niet meer doen verwacht in de toekomst toch weer podcasts te gaan luisteren.

5% van de Nederlanders die **nog nooit** een podcast hebben geluisterd verwachten in de toekomst wel podcasts te gaan luisteren.

3.

Betaald luisteren

Van de podcastluisteraars heeft 15% wel eens betaald om te kunnen luisteren

Waarom heb je wel eens betaald om naar een podcast te kunnen luisteren?

	Jan '24 (juni '23)
Om toegang te krijgen tot podcasts die alleen tegen betaling te beluisteren zijn	37% (39%)
Om advertentie-vrij naar de podcast te kunnen luisteren	34% (9%)
Zodat ik toegang heb tot extra (en exclusieve) content	26% (32%)
Om de makers van de podcasts te ondersteunen	32% (19%)

Welke vorm van betaling was dit?

54%	Een abonnement op een streamingsdienst
23%	Betaald voor additionele diensten (bijv. exclusieve content)
17%	Betaald aan de podcastmaker zelf
14%	Sponsoring (geld) voor de makers
7%	Voor een kaartje om een podcast live bij te wonen

22% van de podcastluisteraars heeft wel eens een live event van een podcast bezocht en 20% zou dit wel eens willen doen

62% van de niet-betalende podcastluisteraars zou nooit betalen om naar een podcast te luisteren

Maar, wanneer de favoriete podcast alleen nog betaald te luisteren zou zijn daalt het aandeel dat niet zou betalen naar 19%

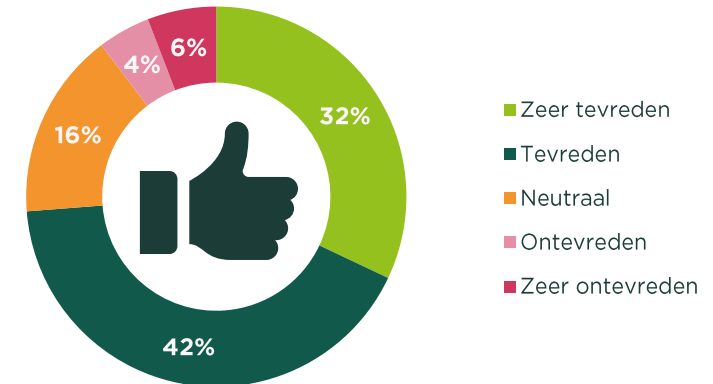
Podcastliefhebbers vinden het fijn om de podcastmaker te steunen

In hoeverre zou je overwegen om podcastmakers met een donatie te ondersteunen, zonder dat je hier iets specifiek voor terugkrijgt?

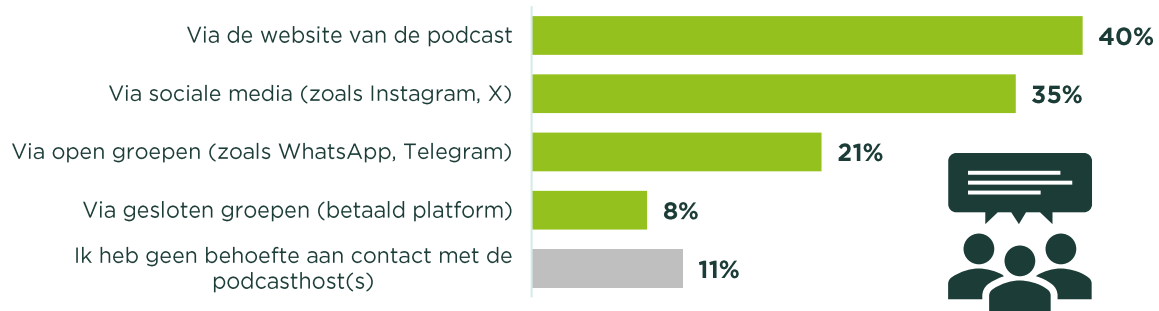


Onder podcastluisteraars die actief een podcastserie volgen is dit zelfs 59%

In hoeverre ben je tevreden met wat je ontvangen hebt nadat je voor een podcast betaald hebt?



Op welke manier ben je het liefst in contact met de host(s) van jouw favoriete podcast(s)?



Zeven op de tien podcastluisteraars spoelt **gesponsorde content** wel eens door



52%

72% in juni 2023

Hoort wel eens advertenties of commerciële boodschappen (gesponsorde content) tijdens een podcast

% podcastluisteraars dat reclame (wel eens) overslaat bij het gebruik van media:

Streaming	81%
TV	77%
Podcasts	70%
Radio	67%

De meest storende vorm van reclame in een podcast zijn **gesponsorde producten/diensten (besproken door het merk zelf)** en een **extern opgenomen commercial**. De minst storende vorm van reclame is **gesponsorde afleveringen (besproken door de host)**.



%
(Helemaal)
niet
storend

%
(Heel) erg
storend

Bijna de helft van de podcastluisteraars heeft wel eens van **Podimo** gehoord

Ben je bekend met Podimo?

✓ **6%** (5% juni 2023)

Ja, bekend mee - heeft betaald account

✓ **11%** (9%)

Ja, bekend mee - heeft gratis proefaccount

✓ **29** (25%)

Ja, bekend mee - heeft geen abonnement

? **54%** (61%)

Nee nog nooit van gehoord

33% (27% juni 2023)

van de podcastluisteraars zou overwegen om te **betalen voor podcaststreamingsdiensten**.

9% (11%)

van de podcastluisteraars die bekend zijn met **Podimo** overwegen een **betaald account** te nemen.

37% (37%)

van de Podimo gebruikers met een **gratis proefaccount** overweegt om een **betaald account** te nemen.

11% (12%)

van de podcastluisteraars die **nog nooit van Podimo hadden gehoord** overwegen na het lezen van een beschrijving over Podimo om bij dit soort streamingsdiensten een **abonnement** af te nemen.

4.

Impact advertising in podcasts

Case uitgelicht van de Podcast Brand Lift Study:

Birra Moretti x Tip van Jet & Co

Merkoverweging van Birra Moretti verdubbeld door sponsoring in podcast

Partnership met Tip van Jet & Co zorgt voor flinke stijging bekendheid en merkvoorkeur van partner Birra Moretti.

Birra Moretti heeft door middel van een crossmediale campagne een boost gegeven aan haar merk. Eén van de middelen in deze campagne was het adverteren in en rondom populaire podcasts, om een zo breed mogelijk publiek te kunnen bereiken.

In de podcast 'Tip van Jet & Co' (geproduceerd door Dag en Nacht Media) bespreken Jet van Nieuwkerk en Elise Tijssen in elke aflevering de ultieme tips op het gebied van koken, eten, kleding en andere lifestyle-onderwerpen, zoals relaties en ochtendroutines. Momenteel bereiken zij ongeveer 50.000 luisteraars per aflevering. Birra Moretti is een van de sponsors en een samenwerkingspartner van de podcast.

Om de effecten en resultaten van dit medium te meten, hebben Ad Alliance, Dentsu, Dag en Nacht Media en Markteffect de handen ineen geslagen voor het uitvoeren van de **Podcast Brand Lift Study**. Hiermee kan het partnerschap vanuit beide partijen worden geëvalueerd, om het zo effectief mogelijk in te zetten.

Het onderzoek

- Online onderzoek
- Uitgevoerd onder n=1.200 respondenten
 - n=200 Nederlanders (non exposed)
 - n= 1.000 luisteraars van Tip van Jet & Co
- Inzicht in de waardering van de podcast (8,2 (!) voor Tip van Jet & Co)
- Voor Birra Moretti inzicht in de merkbekendheid, -overweging & -voorkeur
- Gerapporteerd in een interactief Power BI dashboard

Onderzoek

BIRRA MORETTI L'AUTENTICA RECIPE SINCE 1899

“Merkoverweging van Birra Moretti verdubbeld door sponsoring in podcast”

Markteffect
Research is Everything

Klik op de afbeelding voor de volledige case

Inzicht in de impact van uw podcast advertenties?

De **Podcast Brand Lift Study** geeft inzicht in de effecten van podcast advertenties op de belangrijkste merk KPI's van de adverteerder

Verkrijg inzicht in impact adverteren op:

- ✓ Merkbekendheid adverteerder
- ✓ Imago adverteerder
- ✓ Merkvoorkeur adverteerder

Aanleiding

Door het **enorme bereik** van podcasts en de mate van interesse en bereidheid om hier aandachtig naar te luisteren is het voor bedrijven interessant te adverteren via dit medium.

Doel

Inzicht bieden in **de impact** van advertenties en partnerships binnen podcasts, op KPI's als bekendheid, imago en merkvoorkeur, en herkenbaarheid partnership.

Methode

Door middel van **online onderzoek** met behulp van het panel van Markteffect en luisteraars van de podcast. Snel en efficiënt, gerapporteerd in een Power BI dashboard (met benchmark).

[Klik hier](#) voor meer informatie over de Podcast Brand Lift Study

Budget
€ 1.950

Bekendheid Bitonic fors hoger onder luisteraars

Naamsbekendheid				Naamsbekendheid			
Exchanges/brokers	Top of mind	Spontaan	Gevoelen	Exchanges/brokers	Top of mind	Spontaan	Gevoelen
Bitonic	7%	10%	22%	Bitonic	15%	47%	69%
Capricorn	5%	2%	10%	Bitonic	12%	35%	24%
Spinnace	2%	4%	10%	Goldkasteel	4%	25%	10%
Blue	2%	4%	10%	Wakker	11%	35%	10%
eToro	2%	4%	14%	Digitalisocial	1%	7%	2%
Bitonic Member/Bitadon	2%	3%	13%	eToro	0%	6%	1%
Bitonic	2%	2%	13%	Bitonic	2%	5%	2%
Bitonic	0%	4%	12%	Bitonic Direct	2%	5%	2%
Bitonic	0%	0%	18%	Bitonic	1%	2%	1%
Bitonic	0%	0%	7%	Bitonic Member/Bitadon	1%	10%	27%
Bitonic	0%	0%	7%	Bitonic	0%	7%	14%
Bitonic	0%	0%	6%	LunaDe	0%	10%	53%
Bitonic	0%	0%	6%	Bitonic	0%	7%	14%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	0%	0%	55%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	0%	0%	26%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	0%	0%	20%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	0%	0%	17%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	0%	5%	16%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	0%	0%	13%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	0%	0%	4%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	1%	4%	47%
Bitonic	0%	0%	5%	Bitonic	1%	4%	4%

57% weet wat Bitonic doet of aanbiedt

7,5 keer zo hoog



Per kwartaal



Online onderzoek



n=200

5.

Luistercijfers

Luistercijfers van top 20 meest populaire podcasts van de maand november 2023

Luistercijfers november 2023

#	Audiotitel	Mediabedrijf	Verkoopnetwerk	Aantal nieuwe afleveringen	Gem. aantal downloads per week	Gem. aantal gebruikers per week
1	Bokestijn en de Wijk	BNR Nieuwsradio	FD Mediagroep	24	356.673	161959
2	NRC Vandaag	Mediahuis NRC	Mediahuis NRC	18	288.979	146.524
3	Napleiten	BNR Nieuwsradio	FD Mediagroep	3	169.161	105.301
4	De Dag	NOS	NPO Radio 1	20	159.465	67.110
5	Vandaag Inside	SBS6	Talpa Network	18	158.617	99.635
6	de Volkskrant Elke Dag	Volkskrant	DPG Media	26	154.353	68.131
7	NU.nl nieuws	NU	DPG Media	71	153.072	57.052
8	538 Nieuws	538	Talpa Network	672	152.288	64.864
9	De Stemming van Vullings en Van der Wulp	NOS/ AVROTROS	NPO Radio 1	4	122.827	92.977
10	De Jortcast	AVROTROS	NPO Radio 1	17	116.342	54.346
11	Eerst dit	EO	NPO Luister	20	114.471	48.829
12	NOS Met het Oog op Morgen	NOS	NPO Radio 1	32	107.318	37.450
13	AD Voetbal podcast	AD	DPG Media	23	101.740	61.542
14	Lang verhaal kort	NOS op 3	NPO 3FM	23	92.710	47.009
15	De Zaak X	AD	DPG Media	3	87.181	52.486
16	Parool Misdaadpodcast	Het Parool	DPG Media	2	72.134	46.557
17	Nooit meer slapen	VPRO	NPO Radio 1	20	68.751	21.658
18	Alledaagse Vragen	BNNVARA	NPO Luister	20	66.403	36.868
19	NRC Haagse Zaken	Mediahuis NRC	Mediahuis NRC	4	65.001	51.457
20	BNR De Wereld	BNR Nieuwsradio	FD Mediagroep	20	59.791	30.479

6. ■

Podcast Content Generator

Blijf actueel en relevant met uw podcast en stel kosteloos 1-2 vragen aan 1.000 Nederlanders

Podcast Content Generator

Gratis onderzoekstool om content te genereren voor in uw podcast

Aanleiding

Als podcast producent kan het een uitdaging zijn om iedere aflevering weer nieuwe en relevante onderwerpen te vinden om te bespreken. Daarom biedt Markteffect producenten de mogelijkheid om **kosteloos onderzoek** uit te voeren onder representatief Nederland; het onderwerp bepaalt u zelf.

Hoe werkt het?

U stuurt als podcast producent uw vragen (1 à 2) door naar Markteffect en deze worden vervolgens onder het Consumentenpanel van Markteffect voorgelegd. Markteffect levert vervolgens kosteloos de resultaten op die **onder bronvermelding** kunnen worden besproken in uw podcast.

Resultaat

Eigen en **unieke content** die ter inspiratie en/ of onderbouwing in uw podcast besproken kan worden, over uw eigen onderwerp. Zo blijft u relevant, kunt u dagelijkse onderwerpen feitelijk bespreken aan de hand van betrouwbaar en **representatief onderzoek**.

Hoe werkt het?

- ✓ Bedenk 1-2 vragen
- ✓ Stuur deze naar Markteffect
- ✓ Onderzoek n=400 Nederlanders
- ✓ Ontvang gratis de resultaten
- ✓ Bespreek tijdens uw podcast met bronvermelding

Stel **kosteloos** 1-2 vragen aan 'de Nederlander' over een zelf te bepalen onderwerp

Meer dan een kwart van de Nederlanders overweegt een warmtepomp

22 januari 2024



Voorbeeld van publicatie

[Link naar artikel](#)



Per kwartaal



1-2 vragen



n=400

7.

Over Markteffect

Over Markteffect

Markteffect is een full-service marktonderzoeksbureau, gespecialiseerd in meer dan zeven verschillende onderzoeksgebieden. Ons onderzoeksteam bestaat uit 65 onderzoekspecialisten. Daarnaast beschikken wij over een eigen veldwerkteam, dat bestaat uit ruim 75 medewerkers met verschillende nationaliteiten. Ons kantoor is gevestigd in het centrum van Eindhoven.

Markteffect is samen met DirectResearch onderdeel van de ME Research Group. De ME Group bestaat uit twee bureaus die uit hetzelfde hout gesneden zijn, hetzelfde DNA hebben en ook hetzelfde doel nastreven: inhoudelijk het allerbeste product leveren.

Wil je meer weten over onze andere onderzoeksmethoden, klik dan op één van onderstaande buttons:

<u>Klanttevredenheidsonderzoek</u>	<u>Medewerkerstevredenheidsonderzoek</u>
<u>Doelgroeponderzoek</u>	<u>Customer Journey onderzoek</u>
<u>Sponsor effectmeting</u>	<u>Campagne pre-test</u>

Marktonderzoeksbureau van het Jaar 2020



Onderzoeksbureau Markteffect

Eindhoven & Amsterdam, sinds 2007

Over ons

- Full service marktonderzoek
- Top 5 onderzoeksbureau in NL
- ± 70 Onderzoeksspecialisten
- Eigen veldwerkteam (75 mdw.)
- Eigen panels (B2C & B2B)
- Actief in meer dan 65 landen
- Official Sponsor PSV (sinds 2012)
- DirectResearch (Amsterdam)

Awards & Sponsoring



Official Sponsor

Contactpersoon



Michael Petit

Manager Marketing / MT
T 040 239 22 90
E m.petit@markteffect.nl



Marktonderzoeksbureau van het Jaar 2020!

Enkele referenties



Markteffect