

December 2021

Markteffect Podcast Monitor

6^e meting – December 2021



Michael Petit – Marketing Manager
Viviana Linders – Onderzoeksspecialist

Markteffect

De Markteffect Podcast Monitor

Lichte stijging aantal luisteraars, maar de intensiviteit van luisteren neemt af

Markteffect voerde in december 2021 alweer de zesde meting uit van de Markteffect Podcast Monitor; het enige uitgebreide onderzoek naar de ontwikkeling en populariteit van podcasts in Nederland. Het aanbod van te beluisteren podcasts blijft razendsnel stijgen en gezien de populariteit van het medium is dat goed te verklaren.

Het onderzoek toont aan dat er een aantal veranderingen te constateren zijn rondom het luister- en kijkgedrag. Overall is er een lichte stijging te constateren in vergelijking met de vorige meting in mei 2021: inmiddels luistert zo'n 46% van de Nederlanders wel eens naar een podcast (was 44%), wat neerkomt op zo'n 6,4 miljoen Nederlanders. Onder hoogopgeleiden is de stijging het hoogst: van 56% naar 69%.

Wat verder opvalt is dat er een daling is te zien in het aantal minuten dat men wekelijks luistert (100 i.p.v. 137 minuten), en het aantal verschillende podcasts dat men luistert (4 i.p.v. 5). Ook lijkt de populariteit van het kijken naar podcasts te dalen. Daar waar in mei nog 25% aangaf regelmatig te kijken, is dat nu nog 15% en stijgt het percentage dat 'af en toe' of 'zelden' kijkt licht. Was het kijken naar de podcast dan een hype?

Wanneer we vooruit kijken, verwachten we dat het aantal luisteraars stabiel zal blijven. We zien ongeveer evenveel mensen die verwachten minder te gaan luisteren en dan meer te gaan luisteren. Van de niet-luisteraars verwacht zo'n 5% wel te gaan luisteren.

Verder vind je in dit onderzoeksrapport feiten en cijfers over het gedrag, interessegebieden, de devices waarmee men luistert, advertenties, betaalgedrag en zakelijke luisteraars. Wij wensen u veel leesplezier met deze rapportage!



Dit onderzoek is samen met AS WE SPEAK Podcasts tot stand gekomen

Het full service podcast bureau van Nederland voor bedrijven en organisaties, opgericht door specialisten in het vertellen van merkverhalen.

AS WE SPEAK Podcasts creëert op maat gemaakte hoogwaardige en impactvolle podcasts(series) voor merken en heeft voor verschillende in- en externe corporate communicatie uitdagingen makkelijk te implementeren podcastformats ontwikkeld. Ook helpt AS WE SPEAK Podcasts met content-, distributie- en conversiestrategie de juiste luisteraars te bereiken.

Voor meer informatie:
www.aswespeakpodcasts.nl

1.

Onderzoeksverantwoording

Doelgroep & steekproef



Doel onderzoek

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



Werkgebied en doelgroep

Dit onderzoek is voor de zesde keer uitgevoerd in december 2021 onder een nationaal representatieve groep van in totaal 1.016 respondenten.



Verantwoording en betrouwbaarheid

Op basis van deze respons zijn de antwoorden met een zekerheid van 95% en met een nauwkeurigheid van 3,0% generaliseerbaar naar de doelgroep.



Man
49%



Vrouw
51%

Opleidingsniveau

Hoog	43%
Midden	37%
Laag	20%

Leeftijd

34 jaar en jonger	26%
35 tot en met 54 jaar	32%
55 jaar en ouder	41%

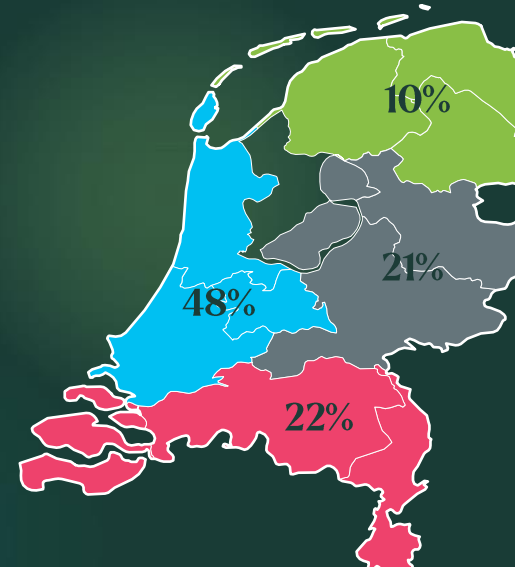
Arbeidssituatie

Loondienst fulltime	34%
Loondienst parttime	23%
Ondernemer ZZP	6%
Studerend	5%
Arbeidsongeschikt	6%
Werkloos/bijstand	3%
Huisvrouw/Huisman	6%
Gepensioneerd	16%

Top 5 branches

Gezondheids- en welzijnszorg	22%
Zakelijke dienstverlening & overige dienstverlening	15%
Overheid	10%
Onderwijs	10%
Transport en logistiek	8%

Regio-indeling



De data is gewogen naar een nationaal representatieve verdeling van leeftijd, geslacht en regioverdeling in Nederland

2.

Oriëntatie & Podcastgebruik

Luister je weleens naar een podcast?

luistert weleens naar podcasts

46%

mei 2021: 44%
november 2020: 47%
mei 2020: 40%
november 2019: 39%
mei 2019: 28%



Nu / (mei '21)

8% / (8%) **Dagelijks**

14% / (14%) **Wekelijks**

10% / (9%) **Maandelijks**

14% / (12%) **Minder dan eens per maand**

42%

luistert nooit
naar podcasts



mei 2021: 41%
november 2020: 43%
mei 2020: 49%
november 2019: 42%
mei 2019: 48%



13%

Wist voorafgaand
aan de beschrijving
niet wat een
podcast is



Podcastgebruik
met name hoog
onder:



Mannen
50%



Hoogopgeleiden
69%



Jongeren t/m 34 jaar
67%



Studenten
73%

Voorafgaand aan de vraag of men weleens podcasts luistert is men 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.”

Podcastgebruik – Spontane associaties

Welke woorden komen het eerst in je op als je denkt aan podcasts? Zijn deze woorden negatief, neutraal of positief?



Positief: 53%



Neutraal: 49%



Negatief: 13%

Podcastgebruik – Waarom luistert men?

Meerdere antwoorden mogelijk

Waarom luister je naar podcasts?	mei-20	nov-20	mei-21	dec-21
Ontspanning	62%	58%	60%	59%
Amusement	41%	51%	47%	46%
Volgen van interessante personen	25%	27%	31%	26%
Op de hoogte blijven van het (laatste) nieuws	28%	25%	28%	26%
Persoonlijke ontwikkeling	21%	28%	27%	23%
Ontwikkelingen in mijn vakgebied	17%	19%	22%	23%
Op de hoogte blijven van sportnieuws	17%	18%	17%	14%
Terugluisteren van radioprogramma's	14%	16%	14%	13%
Volgen van interessante bedrijven	9%	9%	8%	8%



96%

Privé doeleinden



23%

Zakelijke doeleinden

Tijdens de vorige meting was dit nog 137 minuten & 5 podcasts

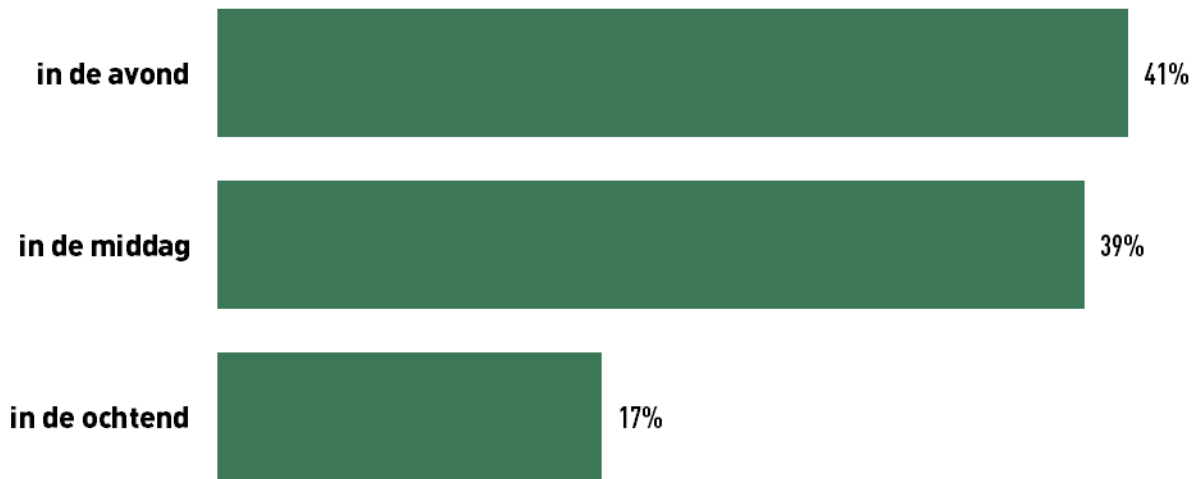
Respondenten die wekelijks of dagelijks naar podcasts luisteren, geven aan hier per week gemiddeld 100 minuten aan te besteden en per maand gemiddeld naar 4 podcasts te luisteren

Net zoals tijdens de meting in mei dit jaar, zien we dat ontspanning nog steeds de meest genoemde reden is om naar een podcast te luisteren. Daarnaast geeft men aan te luisteren voor amusement.

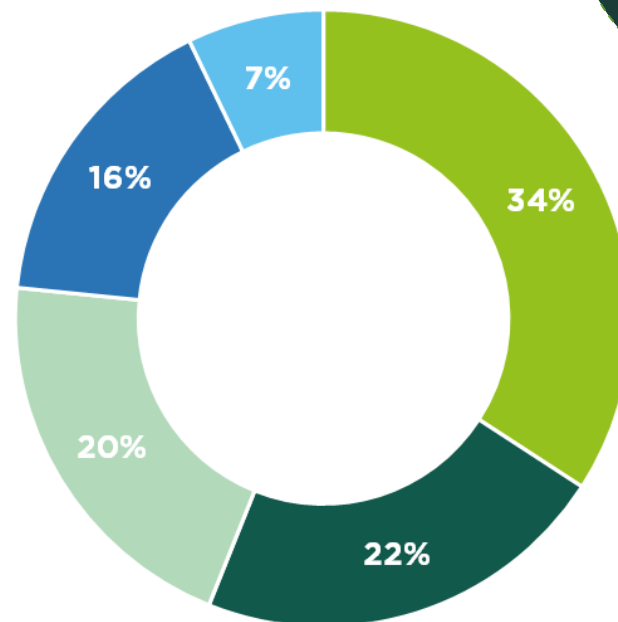
In vergelijking met de vorige metingen zien we dat minder respondenten interessante personen volgen via podcasts. Ook luistert minder vaak om zichzelf te ontwikkelen.

Podcastgebruik – Wanneer luistert men?

Op welk moment van de dag luister je naar een podcast?



De ruime meerderheid (82%) van de respondenten luistert niet op een bepaald tijdstip naar een podcast



- 75-100% (ik luister de aflevering bijna helemaal af)
- 100% (ik luister de aflevering helemaal af)
- 25-50% (ik luister vaak het eerste gedeelte van de aflevering)
- 50-75% (ik luister vaak tot ongeveer de helft)
- Minder dan 25% (Ik luister vaak alleen het begin)



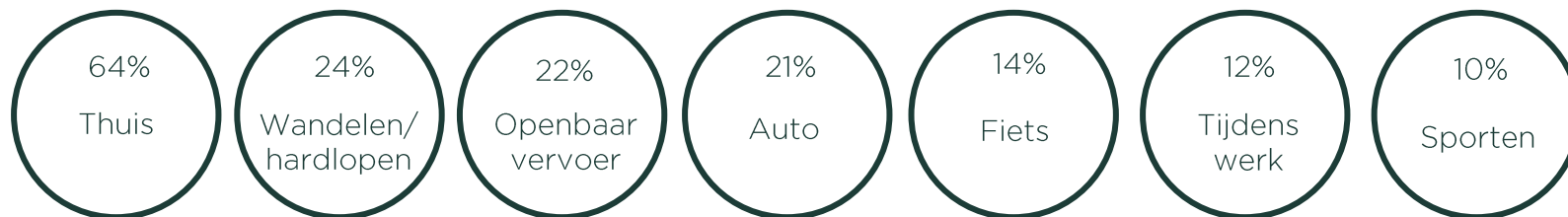
De meeste respondenten geven aan dat ze de podcast altijd bijna helemaal afluisteren (34%)

Podcastgebruik – Hoe luistert men?

"Op welke momenten luister je naar podcasts?"



Podcast



34%
Luistert onderweg

"Op welke momenten luister je naar radio?"



Radio

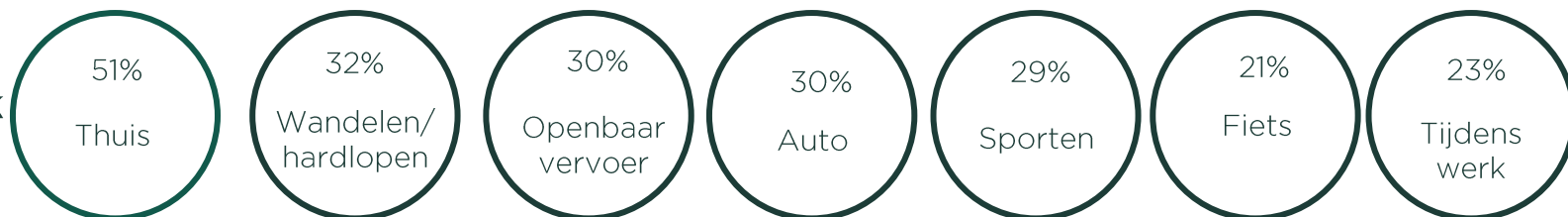


66%
Luistert onderweg

"Op welke momenten luister je naar eigen muziek?"



Eigen muziek



43%
Luistert onderweg



Onder de overkoepelende term 'onderweg' vallen de categorieën: 'openbaar vervoer', 'fiets' en 'auto', indien minimaal één van deze is aangevinkt.

Wat d Po

64% Thuis

Podcast



- 1

69%
Mobiel

29%
PC/laptop

Mei 2021: 34%
november 2020: 40%

**16%
Tablet**

mei 2021: 18%
november 2020: 19%

9%
Autoradio

- mei 2021: 11%
- november 2020: 13%

5%
Smart TV

mei 2021: 9%
november 2020: 6%

46%
Spotify

Mei 2021: 47%
november 2020: 46%

37%
YouTube

Mei 2021: 42%
november 2020: 42%

12%
Google
Podcasts

mei 2021: 13%
november 2020: 17%

11%
Apple
Podcasts/
iTunes

mei 2021: 10%
november 2020: 12%

8%
Sound
cloud

mei 2021: 8%
november 2020: 9%

Basis: podcastluisteraars (n=454)

PORTERENEE SPORT
TUMORTAPES
ALLE GESCHIEDENIS OIT
EERSTEVEN DIT
MANMANMAN
MAARTEN VAN ROSSEM
POM30 MINUTEN RAUW
NRC
BLOKHUIS
BEURSBRINK
VERONICA INSIDE
VROEGE VOGELS
F1 AAN TAFEL
BRUNA
MOORDCAST
MARC MARIE EN AAF VINDEN IETS

Welke bronnen gebruik je om je te oriënteren?

Reden	Percentage
Aansluiting bij mijn privé interessegebieden	55%
Aangeraden door vrienden/ bekenden	30%
Tijdsduur van de podcast aflevering	28%
Aansluiting bij mijn vakgebied (werk gerelateerd)	15%
Recensies van de podcast	14%
Bekende presentator/presentatrice	13%
Hoog aangeschreven in de lijst met meest populaire podcasts van dat moment	11%
Frequentie waarop de podcast verschijnt	9%
Aantal afleveringen van de podcast	7%
Anders	2%

55% van de respondenten geeft aan dat het belangrijk is dat de podcast aansluit bij hun privé interessegebieden



12



YOUTUBE

FACEBOOK

PODCAST SITE

TWITTER

NIEUWSBRIEF

KRANTEN

GOOGLE

SNAPCHAT

NOS APP

NL

INSTAGRAM

YOU TUBE

INTERNET

VRIENDEN

SPOTIFY

RADIO

TV

NU

ITUNES

PINTEREST

2.

Interesses & Kijkgedrag

Podcastgebruik – Categorieën



Nieuws & politiek

27%

mei 2021: 30%
Nov. 2020: 28%

- Mannen: 35 % &
- 55 jaar of ouder: 38%*



Samenleving en cultuur

21%

mei 2021: 21%
Nov. 20: 21%

- Vrouwen: 26%*



Verhalen

23%

mei 2021: 22%
Nov. 2020: 25%

- Vrouwen 32%*
- Jongeren van 16 t/m 34 jaar*



Sport

21%

Mei 2021: 20%
Nov. 20: 21%

- Mannen: 39%*



Wetenschap & geneeskunde

17%

mei 2021: 16%
Nov. 20: 18%

- Vrouwen: 17%*
- Mannen: 17%



Muziek

21%

mei 2021: 26%
Nov. 20: 28%

- Mannen: 24%*
- 55 jaar of ouder: 36%*



Gezondheid

23%

mei 2021: 19%
Nov. 20: 19%

- Vrouwen: 34%*
- 55 jaar of ouder: 30%*



Lifestyle

15%

mei 2021: 20%
Nov. 20: 20%

- Vrouwen: 22%*
- Jongeren van 16 t/m 34 jaar*

Vraagstelling:
Over welke van
onderstaande
categorieën luister je
podcasts?

Meerdere
antwoorden
mogelijk

Komedie	17%	Educatie/onderwijs	11%
Technologie	15%	Zakelijk	11%
TV en film	15%	Religie en spiritualiteit	11%

Games en hobby's	11%
Overheid en organisaties	8%
Kinderen en familie	7%

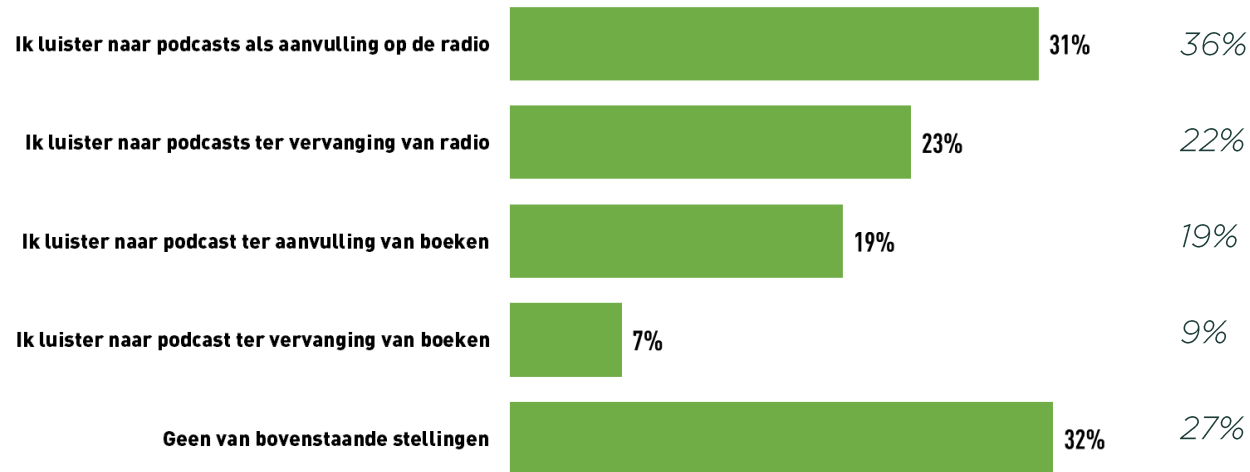
Kunst 6%

*= hoger onder doelgroep
Basis = podcastluisteraars (n=454)

Podcastgebruik – Luisteren & Kijken

Welke stellingen zijn op jou van toepassing?

Mei 2021



- Bijna een derde van de podcastluisteraars geeft aan podcasts te luisteren als aanvulling op de radio;
- Eén op de vijf geeft aan als aanvulling op boeken podcasts te beluisteren.

15

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



- 15% van de podcastluisteraars geeft aan af en toe een podcast te bekijken. Dat is een opvallende daling t.o.v. mei 2021;
- 26% wist niet dat het mogelijk was om een podcast op YouTube te bekijken.

Podcastgebruik – Toelichting kijken podcast

Waarom hebben podcastluisteraars wel of juist geen interesse in het kijken van een podcast op bijvoorbeeld YouTube?

Respondenten die geen interesse hebben in het bekijken van een podcast, geven aan dat een podcast hier niet voor is gemaakt en het juist de kracht is van een podcast om er alleen naar te luisteren. Respondenten die enigszins interesse hebben, geven aan het weleens te willen proberen, omdat bewegend beeld zeker aanspreekt.

- “Wil podcasts voornamelijk luisteren als ik onderweg ben of aan het sporten ben.”;
- “Podcast moet je luisteren niet kijken.”;
- “Ik hoef het niet te zien. Luisteren is voldoende.”;
- “Ik heb er liever geen beeld bij, want dan is het meer een tv-programma.”;
- “De Spotify app is compleet waarin ik ook offline kan luisteren.”
- “Als je YouTube niet dicht kan klikken tijdens het luisteren dan lijkt me dit niet handig.”;
- “De kracht van een podcast zit voor mij in het luisteren, niet het kijken. Luisteren kan in de auto, om de tijd door te brengen.”;
- “Ik ben aan het koken als ik luister.”;
- “Ik ben aan het koken als ik een podcast luister dus dat is niet handig.”
- “Makkelijk te gebruiken.”;
- “Ik ben wel benieuwd.”;
- “Het lijkt me op zich wel fijn als je het kan luisteren via YouTube. Maar dan zou het wel zonder beeld moeten kunnen. Jammer is wel dat je YouTube open moet laten staan om het te beluisteren.”;
- “Beel erbij is soms wat sprekender.”;
- “Bewegend beeld maakt het wel aantrekkelijker.”;
- “Klinkt leuk, ga ik eens proberen.”

**Geen
interesse
(59%)**

**(enige/veel)
interesse
(41%)**

Markteffect

Radio luisteraars

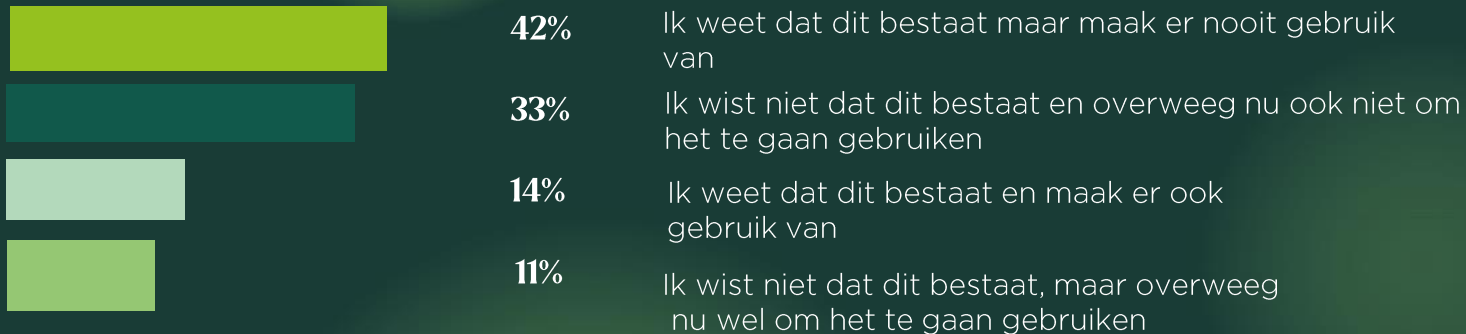


56%

mei 2021: 60%
november 2020: 54%
mei 2020: 54%
november 2019: 55%
mei 2019: 45%

...van de radioluisteraars weet dat er radioprogramma's na de uitzending beschikbaar zijn als podcast om terug te luisteren

Sommige radioprogramma's zijn na de uitzending beschikbaar als podcast waardoor het programma op elk moment terug te luisteren is.



In vergelijking met de vorige meting zijn meer respondenten ervan op de hoogte dat je radioprogramma's na de uitzending als podcast terug kan luisteren, maar nog steeds maakt 14% hier gebruik van.

In hoeverre was je, voorafgaand aan het lezen van de tekst, op de hoogte van de deze mogelijkheid?

4.

Zakelijk & Adverteren

Zakelijke luisteraars

%
(helemaal)
mee eens

Stellingen

72%

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

62%

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

49%

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

43%

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

Waar moet een zakelijke podcast aan voldoen?

- "Helder, to-the-point, diepgang.";
- "Het moet branchegericht en informatief zijn.";
- "Het moet een aanvulling zijn op mijn kennis.";
- "Een **Professionele** uitvoering is belangrijk maar ook een logische opbouw (begin, midden, eind). Verder is wetenschappelijke onderbouwing belangrijk.";
- "Betrouwbare informatie.";
- "Goede kwaliteit.";
- "Feiten en nieuwe toevoegingen.";
- "Goede sprekers die over veel kennis beschikken.";
- "Boeiend en niet te lang.";
- "Het moet **betrouwbaar** zijn.";
- "Dat het goed is opgebouwd."

Betrouwbaar

Inspirerend

Professioneel

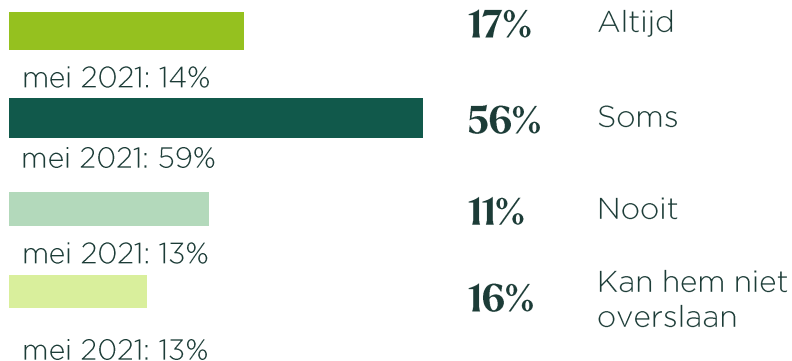
Vernieuwend

Markteffect

Reclame tijdens een podcast

Luister je gesponsorde content tijdens een podcast zonder deze door te spoelen of over te slaan?

Basis: respondenten die weleens reclame horen tijdens een podcast (n=176)



Basis: podcastluisteraars (n=454)

Na het luisteren van een podcast..

	Nooit	Soms	Vaak
Schaf ik het besproken product aan	49%	20%	9%
Overweeg ik het besproken product	38%	32%	9%
Zoek ik een product op	32%	35%	13%
Volg ik het merk op social media	48%	20%	10%

Aan het begin: 23% (*25%)

In het midden: 25% (*26%)

Aan het eind: 30% (*28%)

Weet ik niet: 23% (*22%)

Het beste moment voor reclame is:

Een extern opgenomen commercial wordt, net als tijdens de vorige meting, als meest storende vorm van gesponsorde content ervaren tijdens het luisteren naar een podcast.

20

Deze verschillende vormen van reclame vind ik..

	(heel erg) storend	Neutraal	(helemaal) niet storend
Een extern opgenomen commercial (niet door de host)	52%	35%	13%
Gesponsorde producten/diensten in de podcast (besproken door het merk zelf)	48%	36%	16%
Gesponsorde aflevering(en) (besproken door het merk zelf)	47%	40%	13%
Gesponsorde producten/diensten in de podcast (besproken door de presentator)	46%	37%	17%
Gesponsorde afleveringen (besproken door de presentator)	45%	40%	15%
Een (vaste) gesponsorde rubriek in een podcast	39%	43%	18%

Markteffect

*mei 2021

Betalen voor een podcast

7% heeft weleens betaald om naar een podcast te kunnen luisteren

Wanneer zou jij ervoor openstaan om te betalen voor een podcast?

Ik zou nooit betaald naar een podcast luisteren	61%
Om de makers van de podcasts te ondersteunen	21%
Zodat ik toegang heb tot extra (en exclusieve) content	17%
Om advertentie-vrij naar de podcast te kunnen luisteren	9%

Wat zijn je favoriete podcasts?

Respondenten is gevraagd welke podcasts op dit moment favoriet zijn. Hier worden veel uiteenlopende podcasts genoemd. Enkele vaker genoemde podcasts zijn:

Actualiteiten:	POM, Jong Beleggen
Sport:	NOS Voetbalpodcast, De Rode Lantaarn
Verhalen:	Maarten van Rossem, Datevermaak
Amusement:	Moorzaken, Man Man Man, Marc-Marie & Aaf
Zelfontwikkeling:	Eerst dit, Politiek Dichtbij

Vooraf respondenten jonger dan 34 jaar geven aan ooit betaald te hebben voor een podcast (14%). Daarnaast geven ook meer respondenten in deze leeftijdsgroep aan te willen betalen indien zij zo toegang krijgen tot (exclusieve) content.

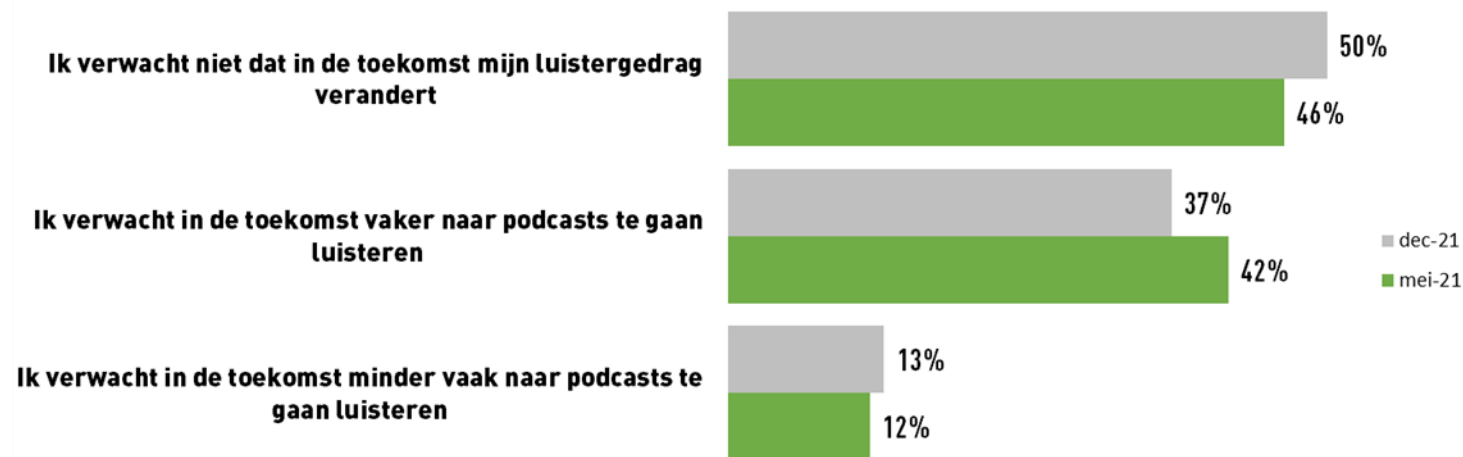


Meer dan drie op de vijf respondenten (63%) zou waarschijnlijk wel een nieuwe podcast proberen als er een tip wordt gegeven

5.

Wat brengt de toekomst?

Wat brengt de toekomst?



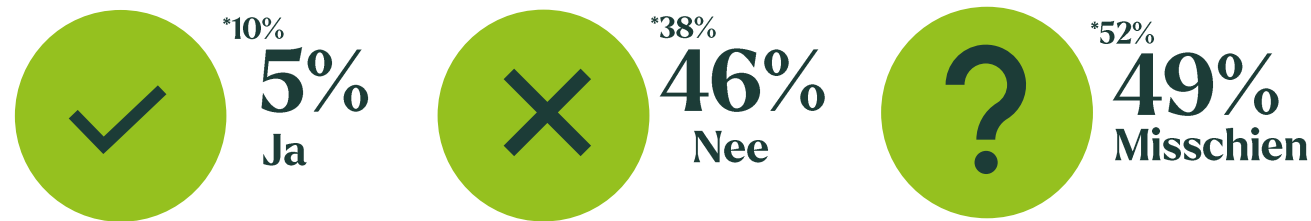
Niet-luisteraars: Redenen om niet te luisteren

Niet podcastluisteraars

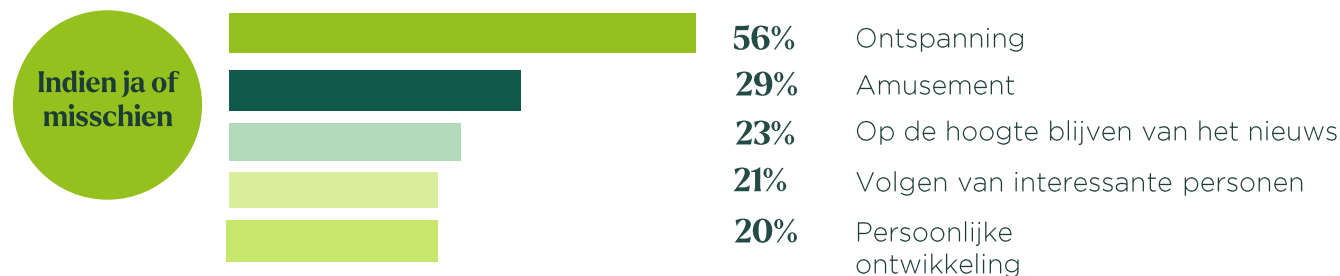
Van alle respondenten die momenteel geen podcasts luisteren, geeft bijna twee op de vijf (36%) aan ook niet te verwachten dit in de toekomst te gaan doen. **Daarentegen zegt 39% dit waarschijnlijk wel te overwegen in de toekomst. Vorig jaar was dit percentage 47%.**

Deze respondenten geven vervolgens aan dat **ontspanning** en **amusement** voor hen de belangrijkste redenen zouden zijn om een podcast te overwegen.

Verwacht je in de toekomst naar podcasts te gaan luisteren?



Zou je overwegen naar een podcast te gaan luisteren indien dit je informatie oplevert die je helpt je dagelijkse werkzaamheden (beter) uit te voeren?



24



Over welke categorieën zou je in de toekomst podcasts willen luisteren?



6.

Over Markteffect

Waarom Markteffect?

“Onze missie is organisaties nog succesvoller te maken”

Markteffect is oplossingsgericht, ondernemend, innovatief, expert en servicegericht in elk onderzoek dat we uitvoeren. Volgens ons is elk onderzoek uniek, waardoor we ons telkens weer volledig inleven in elke onderzoeksvraag. In het onderzoeksproces stellen we het doel van onze opdrachtgevers centraal. Zo helpen we snel, gericht en relevant met het zetten van de volgende stap.

Een aantal van onze opdrachtgevers:



SWISS•SENSE®



Contactpersonen



Michael Petit

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



Viviana Linders

Onderzoeksspecialist
T 040 239 22 90
E v.linders@markteffect.nl

Over ons

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

