

# Markteffect Podcast Monitor

## 8<sup>e</sup> meting – Consumenten

November 2022



Michael Petit – Manager Marketing

Markteffect

# Inhoud rapportage

- **Belangrijkste resultaten uit het onderzoek** **Pagina 3**
- **Onderzoeksverantwoording** **Pagina 4**
- **Oriëntatie & Podcastgebruik** **Pagina 6**
- **Interesse & Kijkgedrag** **Pagina 11**
- **Niet-luisteraars** **Pagina 16**
- **Impact advertising in podcasts** **Pagina 18**
- **Luistercijfers Nederlandse podcasts** **Pagina 21**
- **Gratis onderzoekstool: Podcast Content Creator** **Pagina 23**
- **Over Markteffect** **Pagina 25**

# Markteffect Podcast Monitor

## 8<sup>e</sup> meting – November 2022

Markteffect voerde in november 2022 alweer de achtste meting uit van de Markteffect Podcast Monitor; het enige uitgebreide onderzoek naar de ontwikkeling en populariteit van podcasts in Nederland.

In mei 2022 was het aantal podcastluisteraars met 49% ongekend hoog, zo'n 6,9 miljoen Nederlanders. In deze laatste meting daalt het luisteren naar podcast ietwat, momenteel **luistert 46% naar podcasts**.

Net als in de vorige meting zien we dat de podcast het meest populair is onder hoogopgeleiden (61%), jongeren t/m 34 jaar (65%) en studenten (63%). Een op de vier podcastluisteraars (22%) luistert zelfs dagelijks of wekelijks. **Het aantal luisterminuten daalt**, frequente luisteraars luisteren wekelijks minder (90,5 vs. 116) maar men luistert **wel meerdere podcasts** (gemiddeld 5,5 vs. 5). Het lijkt erop dat men steeds selectiever wordt in hun luistergedrag en bewustere keuzes maakt. Is de verkenningsfase voorbij?

In deze meting hebben we ingezoomd op de bekendheid en bereidheid voor het betaald luisteren van podcasts; zowel voor algemene podcasts als voor streamingsdiensten zoals **Podimo**. In deze meting geeft **12% aan betaald te hebben** voor podcasts (was 8%). Verder is **21% bereid om te betalen** voor podcast streamingsdiensten; afhankelijk van het bedrag.

### Drie extraatjes in deze rapportage

Ook vindt u in het rapport cijfers over de impact van **adverteren** in podcasts en hebben wij **daadwerkelijke luistercijfers** toegevoegd. Tot slot vindt u informatie over hoe u de impact van uw advertenties in kaart kunt brengen en vindt u achterin nog een **leuk extraatje** vanuit Markteffect.

Ik wens u veel leesplezier.  
*Michael Petit*



## Hoe maak je een goede podcast?

### Luister naar de [podcastmonitor-podcast!](#)

Dorus van Mosselveld (host) gaat in gesprek met Michael Petit ([Markteffect](#)), Nicole Ubink ([podcast HR360](#)) en Arne van den Berg namens ([AS WE SPEAK](#)) over het maken van een goede merk-podcast.

Wat komt er bij kijken, hoe zet je de eerste stap, wat zijn de uitdagingen én vooral: waarom is het voor jou als marketeer zo leuk om te doen?!

### Beluister de podcast via de QR CODE

Deze podcast is ontwikkeld en geproduceerd i.s.m. Markteffect en AS WE SPEAK.



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 achtste keer uitgevoerd in november 2022 onder een nationaal representatieve groep van in totaal 1022 respondenten.



## Verantwoording en betrouwbaarheid

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



Man  
49%



Vrouw  
51%

## Opleidingsniveau

Hoog	40%
Midden	31%
Laag	29%

## Leeftijd

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

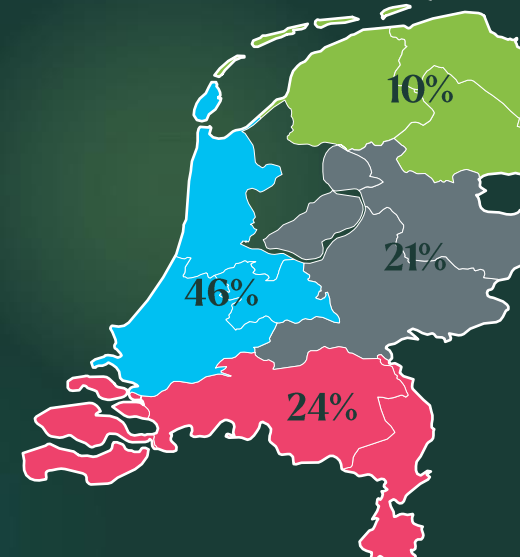
## Arbeidssituatie

Loondienst fulltime	35%
Loondienst parttime	24%
Ondernemer/ZZP	6%
Studerend	3%
Arbeidsongeschikt	8%
Werkloos/bijstand	3%
Huisvrouw/huisman	7%
Gepensioneerd	14%

## Top 5 branches

Gezondheids- en welzijnszorg	23%
Zakelijke dienstverlening & overige dienstverlening	15%
Overheid	12%
Handel	9%
Onderwijs	8%

## Regio-indeling



De data zijn 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%**

+/- 6,5 miljoen Nederlanders

mei 2022: 49%  
december 2021: 46%



Nu / (mei '22)

7% / (7%) **Dagelijks**

15% / (16%) **Wekelijks**

10% / (12%) **Maandelijks**

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

**54%**

luistert nooit  
naar podcasts



mei 2022: 51%  
december 2021: 42%



**12%**

Wist voorafgaand  
aan de beschrijving  
niet wat een  
podcast is

Podcastgebruik  
met name hoog  
onder:



**Mannen**  
50%

Mei 2022: 55%



**Hoogopgeleiden**  
61%

59%



**Jongeren t/m 34 jaar**  
65%

66%



**Studenten**  
63%

70%

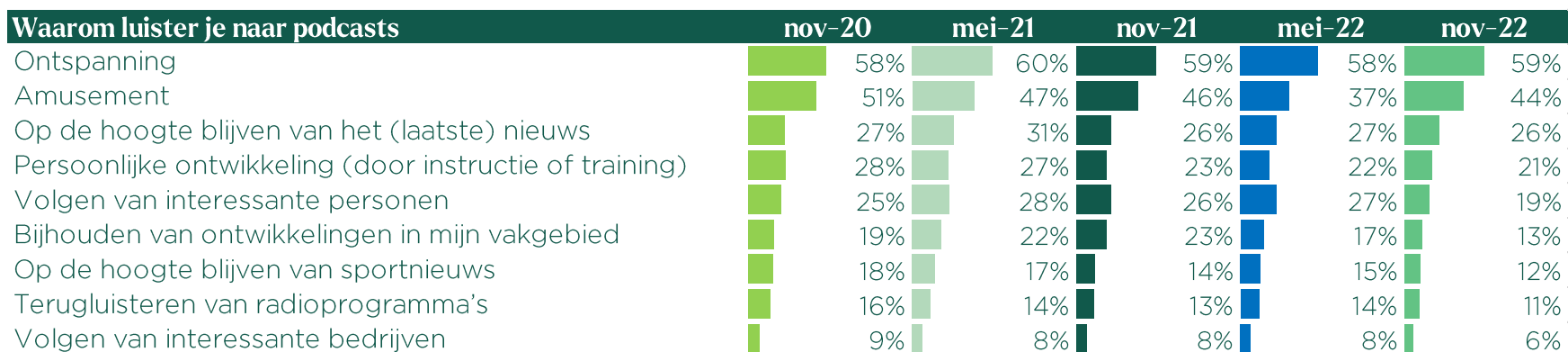
Voorafgaand aan de vraag of men weleens podcasts luistert is men de volgende uitleg voorgelegd:

“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 – Waarom luistert men?

## Waarom luister je naar podcasts?

Basis: podcastluisteraars (n=458)



Meerdere antwoorden mogelijk

Respondenten die wekelijks of dagelijks naar podcasts luisteren, geven aan hier per week gemiddeld 90,5 (vorige meting: 116) minuten aan te besteden en per maand gemiddeld naar 5,5 (vorige meting: 5) podcasts te luisteren

8

Net zoals tijdens de meting van mei 2022, 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.

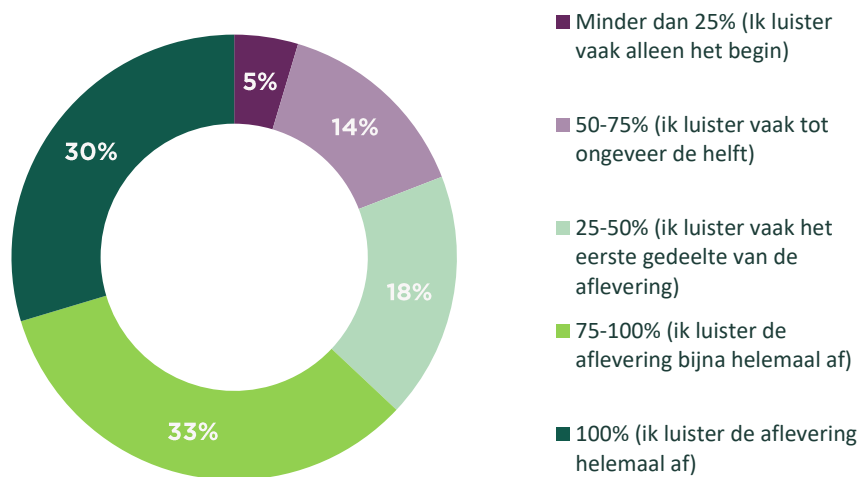
In vergelijking met de vorige metingen zien we dat alleen de bovenste twee categorieën op meer luisteraars kunnen rekenen. De overige categorieën worden minder vaak aangevinkt als reden om naar podcasts te luisteren.



# Podcastgebruik – Wanneer luistert men?

## Hoeveel procent van een podcastaflevering luister je meestal?

Basis: podcastluisteraars (n=458)



De meeste respondenten, een op de drie, geven aan dat ze de podcast altijd bijna helemaal af luisteren (33%). 30% van de respondenten luistert de aflevering zelfs helemaal af.



## Ben je abonnee van een podcast-reeks?

Basis: podcastluisteraars (n=458)

**26%**

Is abonnee van een reeks



**74%**

Is geen abonnee van een reeks



# Podcastgebruik – Hoe luistert men?



## Ik luister wel eens podcasts die...

Recent zijn uitgebracht

**69%**

Meer dan een half jaar geleden zijn uitgebracht

**45%**

Meer dan een jaar geleden zijn uitgebracht

**28%**



- Ten opzichte van de vorige meting, zijn meer respondenten via hun mobiel (+ 3%) podcast gaan luisteren, terwijl minder mensen via hun PC/laptop (-4%) naar podcasts luisteren.
- Ruim een op de vier (28%) luistert wel eens naar podcasts die meer dan een jaar geleden zijn uitgebracht. Daaruit kan worden geconcludeerd dat podcasts tijdloos zijn en hun urgentie zeker niet verliezen als afleveringen een aantal maanden oud zijn.

## Via welke apparaten luister je podcasts?

**68%**  
Mobiel

Mei 2022: 65%  
December 2021: 69%  
Mei 2021: 69%

**30%**  
PC/laptop

Mei 2022: 34%  
December 2021: 29%  
Mei 2021: 34%

**15%**  
Tablet

Mei 2022: 19%  
December 2021: 16%  
Mei 2021: 18%

**11%**  
Autoradio

Mei 2022: 10%  
December 2021: 9%  
Mei 2021: 11%

**8%**  
Smart TV

Mei 2022: 8%  
December 2021: 5%  
Mei 2021: 9%

## Via welke platformen luister je naar podcasts?

**49%**  
Spotify

Mei 2022: 54%  
December 2021: 46%  
Mei 2021: 47%

**35%**  
YouTube

Mei 2022: 41%  
December 2021: 37%  
Mei 2021: 42%

**12%**  
Google Podcasts

Mei 2022: 14%  
December 2021: 12%  
Mei 2021: 13%

**12%**  
Apple Podcasts/  
iTunes

Mei 2022: 10%  
December 2021: 11%  
Mei 2021: 10%

**7%**  
Sound cloud

Mei 2022: 11%  
December 2021: 8%  
Mei 2021: 8%

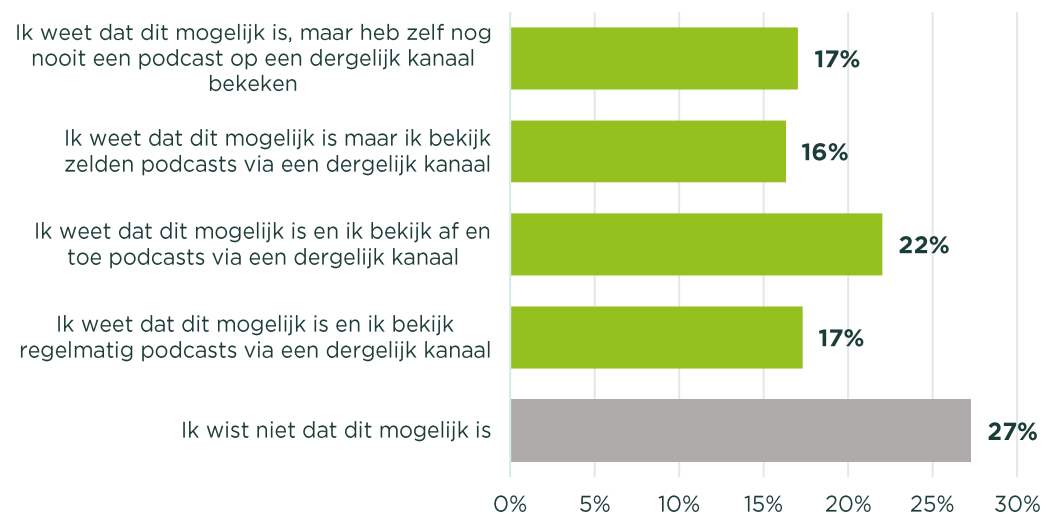
# 3.

## Interesses & Kijkgedrag

# Podcastgebruik – Luisteren & Kijken

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

Basis: podcastluisteraars (n=458)



Mei 2022

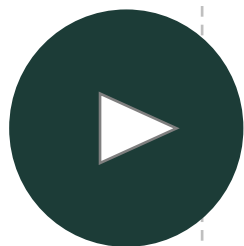
20%

15%

22%

20%

23%



- 22% van de podcastluisteraars geeft aan af en toe een podcast te bekijken;
- 27% wist niet dat het mogelijk was om een podcast op YouTube te bekijken.

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

Basis: podcastluisteraars die niet wisten dat je via YouTube kon kijken

5%

Erg veel interesse

45%

Enige interesse

50%

Geen interesse

# Podcastgebruik – Toelichting kijken podcast

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

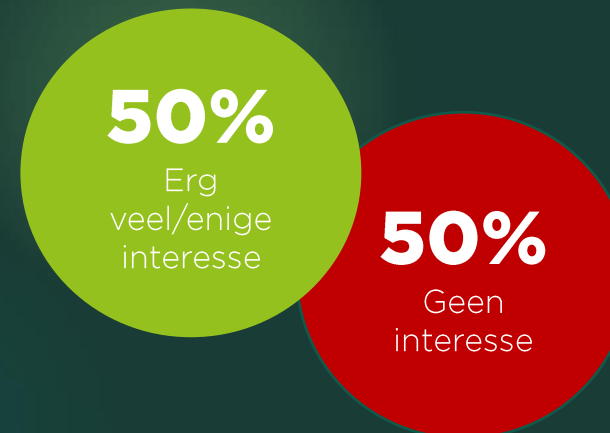
Podcastluisteraars die geen interesse hebben in het bekijken van een podcast, geven aan dat een podcast hier niet voor is gemaakt en het juist de kracht is van een podcast om er alleen naar te luisteren. Podcastluisteraars die enigszins interesse hebben, zouden het wel eens willen proberen, afhankelijk van het onderwerp.

### Geen interesse

- “Geen tijd voor, luister het liever als ik ondertussen bezig ben.”;
- “Ik wil juist zonder beeld luisteren, telefoon zonder scherm kunnen gebruiken voor het luisteren.”;
- “Het is handiger via Spotify.”;
- “Het gaat mij om het verhaal en meer niet.”.

### Erg veel/enige interesse

- “Bij sommige podcasts heb ik ook graag beeld.”;
- “Wel als het om crime gaat.”;
- “Soms is het leuk met beeld erbij, maar audio is vaak al prima.”;
- “Leuk, dat je dan degene die de podcast doet, ook in levende lijve ziet.”



# Betalen voor een podcast

**12%** heeft weleens betaald om naar een podcast te kunnen luisteren

mei 2022: 8%

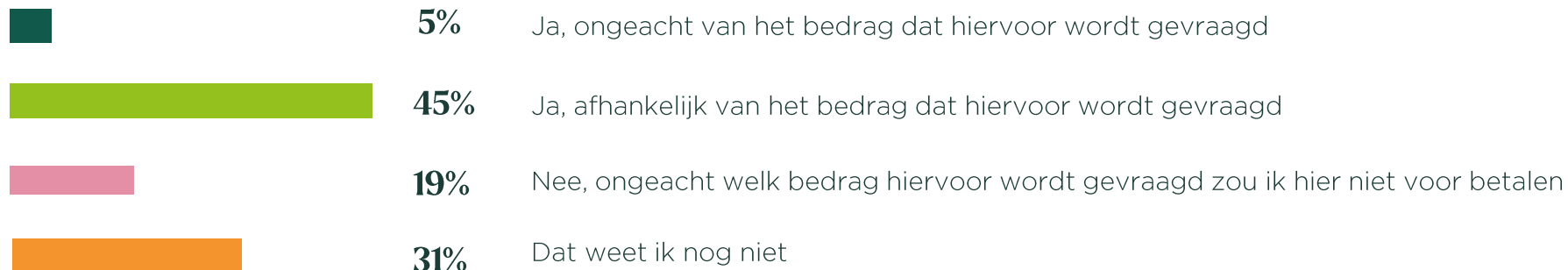
**Wanneer zou jij ervoor open staan om te betalen voor een podcast?**

	Nov. 2022	Mei 2022
Om de makers van de podcasts te ondersteunen	32%	43%
Zodat ik toegang heb tot extra (en exclusieve) content	21%	31%
Om advertentie-vrij naar de podcast te kunnen luisteren	27%	26%

Vooraf respondenten die dagelijks (32%) en wekelijks (17%) naar podcasts luisteren betalen voor het luisteren, ten opzichte van respondenten die maandelijks (4%) of minder dan eens per maand luisteren (2%).

**Stel dat jouw favoriete podcast alleen nog maar beschikbaar zou zijn tegen betaling, zou je dan bereid zijn hiervoor te betalen?**

Basis: Ik heb nog nooit voor een podcast betaald



# Betaald luisteren naar podcasts

## Ben je bekend met Podimo?

Basis: podcastluisteraars (n=458)

✓ **4%**  
Ja, bekend mee –  
heeft betaald account

✓ **8%**  
Ja, bekend mee –  
heeft gratis  
proefaccount

✓ **25%**  
Ja, bekend mee –  
heeft geen  
abonnement

? **64%**  
Nee nog nooit van  
gehoord

## Zou je overwegen om te betalen voor podcaststreamingsdiensten?:

Ja ongeacht het bedrag: 3%

Ja afhankelijk van het bedrag: 18%

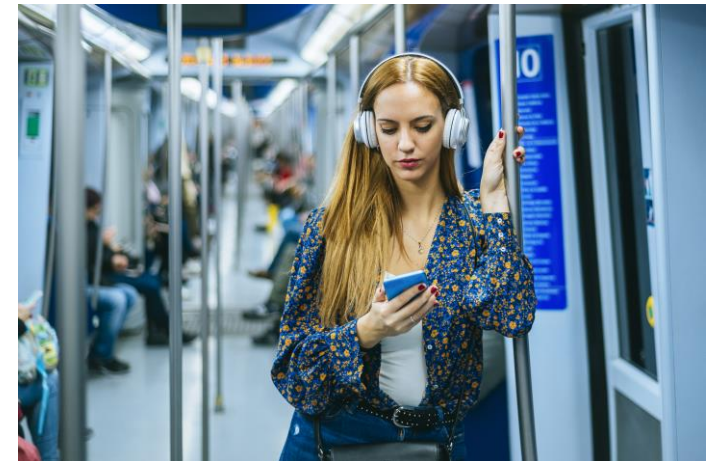
Nee ongeacht het bedrag: 42%

Weet ik niet: 37%

## Overweeg je om een betaald Podimo account af te nemen?

Basis: respondenten die bekend zijn met Podimo

**Ja**  
**49%**



# 4.

## Niet-luisteraars



# Niet luisteraars

## Niet podcastluisteraars

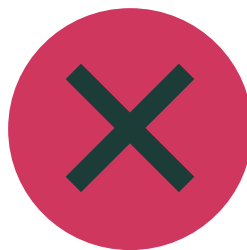
Van alle respondenten die momenteel geen podcasts luisteren, geeft bijna de helft (47%) aan ook niet te verwachten dit in de toekomst te gaan doen. **Ongeveer 44% procent denkt dit (misschien) wel te gaan doen in de toekomst. Tijdens de vorige meting was dit percentage nog 48%.**

## Verwacht je in de toekomst naar podcasts te gaan luisteren?

Basis: Ik luister geen podcasts (n = 485)



**10%** \*10%  
Ja



**47%** \*41%  
Nee



**44%** \*48%  
Misschien

5.

## Impact advertising in podcasts

# Effect sponsoring podcast: Bitonic & 'Het Nieuwe Geld'

Enkele resultaten uit het onderzoek naar de effecten van adverteren in podcast, op enkele belangrijke merk KPI's

## Partnership met Het Nieuwe Geld zorgt voor flinke stijging bekendheid en merkvoorkeur van partner Bitonic

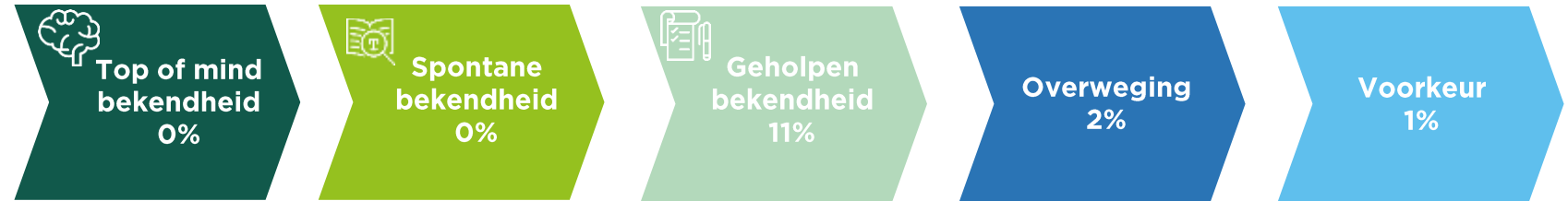
Markteffect heeft voor de podcast [Het Nieuwe Geld](#) een onderzoek uitgevoerd om inzicht te geven in de impact van het partnership met [Bitonic](#).

Om de effecten in kaart te brengen heeft Markteffect zowel luisteraars van de podcast ondervraagd, en steekproef Nederlandse consumenten (benchmark doelgroep) om de resultaten te kunnen vergelijken. Deze pagina biedt een sneak peak van enkele resultaten.

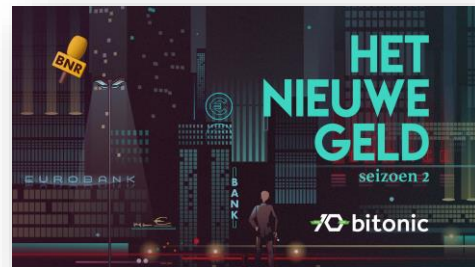
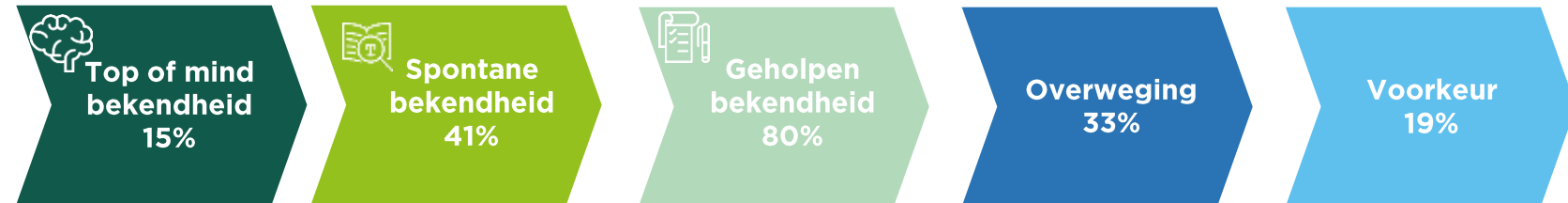
Het onderzoek toont onder andere aan dat het partnership grote impact heeft op onder andere de merkbekendheid en de merkvoorkeur van Bitonic.

Op de volgende pagina vindt u informatie over het [Podcast Advertising Impact onderzoek](#), waarmee Markteffect dit soort resultaten inzichtelijk maakt.

## Brand funnel Bitonic onder Nederlanders (algemeen)



## Brand funnel Bitonic onder luisteraars podcast 'Het Nieuwe Geld'



Het Nieuwe Geld wordt mede mogelijk gemaakt door Bitonic en BNR Nieuwsradio



# 6.

## Luistercijfers

*Luistercijfers van top 15 meest populaire podcasts van de maand november 2022*

## Luistercijfers November 2022

Nr.	Audiotitel	Mediabedrijf	Verkoopnetwerk	Aantal nieuwe afleveringen	Gem. aantal downloads per week	Gem. aantal gebruikers per week
1	Boekestijn en de Wijk	BNR Nieuwsradio	FD Mediagroep	24	447.930	193.499
2	NRC Vandaag	NRC Media	Audiohuis Podcastnetwerk	21	429.702	144.715
3	De Dag	NOS	NPO Radio 1	21	259.276	83.669
4	Het Sinterklaasjournaal: De Podcast	NTR	NPO Zapp	20	181.834	71.404
5	TV-TALK	SBS6	Talpa Network	22	172.086	159.492
6	NU.nl nieuws	NU	DPG Media	68	169.994	76.223
7	de Volkskrant Elke Dag	Volkskrant	DPG Media	29	146.064	60.409
8	AD Voetbal podcast	AD	DPG Media	34	143.965	72.434
9	Eerst dit EO	NPO	Radio 5	20	137.837	53.055
10	NOS Met het Oog op Morgen	NOS	NPO Radio 1	31	132.546	37.523
11	De Jortcast	AVROTROS	NPO Radio 1	12	111.911	47.453
12	Vandaag Inside	SBS6	Talpa Network	15	101.789	61.079
13	De Stemming van Vullings en Van der Wulp	NOS / EenVandaag	NPO Radio 1	4	97.123	68.069
14	Lang verhaal kort	NOS op 3	NPO 3FM	20	94.475	50.036
15	De Taghi Podcast	Het Parool	DPG Media	2	84.646	46.036

Bron: Audify

7.

## 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

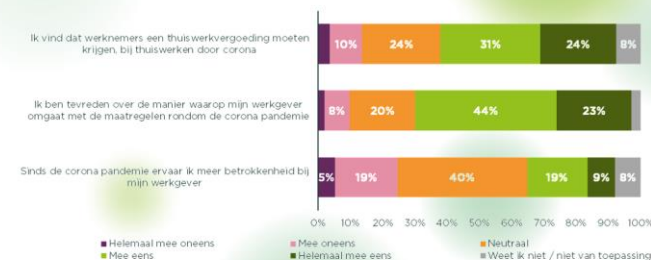
Eigen en **unieke content** die ter inspiratie en/ of onderbouwing in uw podcast besproken kan worden, over uw eigen onderwerp. Zo blijft u relevant, kunt u dagelijkse onderwerpen feitelijk bespreken aan de hand van betrouwbaar en **representatief onderzoek**.

## 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

Figuur 1. In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?  
Basis: alle respondenten



Per kwartaal



1-2 vragen



n=400



# 8.

## Over Markteffect

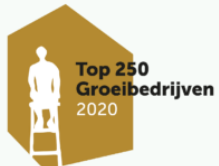
# Onderzoeksbureau Markteffect

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



## Contactpersoon



### Michael Petit

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



### Renée Cuenen

Research Expert  
T 040 239 22 90  
E r.cuenen@markteffect.nl

## Enkele referenties



Marktonderzoeksbureau van het Jaar 2020!

# 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:**

<a href="#"><u>Klanttevredenheidsonderzoek</u></a>	<a href="#"><u>Medewerkerstevredenheidsonderzoek</u></a>
<a href="#"><u>Doelgroeponderzoek</u></a>	<a href="#"><u>Customer Journey onderzoek</u></a>
<a href="#"><u>Sponsor effectmeting</u></a>	<a href="#"><u>Campagne pre-test</u></a>

## Marktonderzoeksbureau van het Jaar 2020

