

Markteffect Podcast Monitor

9^e meting

Juni 2023



Michael Petit – Manager Marketing

Markteffect

Inhoud rapportage

- **Belangrijkste resultaten uit het onderzoek** **Pagina 3**
- **Onderzoeksverantwoording** **Pagina 4**
- **Oriëntatie & Podcastgebruik** **Pagina 6**
- **Interesse & Kijkgedrag** **Pagina 14**
- **Betaald luisteren** **Pagina 17**
- **Podcast Advertising Impact Monitor** **Pagina 22**
- **Luistercijfers Nederlandse podcasts** **Pagina 25**
- **Gratis onderzoekstool: Podcast Content Creator** **Pagina 27**
- **Over Markteffect** **Pagina 29**

Markteffect Podcast Monitor

9^e meting – Juni 2023

De 9^e meting... waar blijft de tijd? De eerste meting van dit onderzoek werd uitgevoerd in mei 2019 en inmiddels zijn we al vier jaar verder. En er is veel gebeurd de afgelopen jaren in de podcastmarkt; deze is een stuk volwassener geworden. Waar in mei 2019 nog zo'n 25% wel eens naar een podcast luisterde, is dat inmiddels zo goed als verdubbeld (49%). Ook het aantal beschikbare podcast is geëxplodeerd en adverteren in en rondom podcasts wordt steeds populairder.

Na een kleine daling in november 2022 (46%) is het aantal podcastluisteraar met 49% weer terug op het niveau van mei 2022, wat zo'n 6,9 miljoen Nederlanders zijn. In het luistergedrag zien we dat mensen steeds meer met hun smartphone luisteren (72%) en dat men met name onderweg (78%) en thuis (67%) naar podcasts luistert. Verder is leuk om te zien dat in Vlaanderen zo'n 39%, en in de UK zo'n 64% wel eens podcasts beluisteren.

Niet onbelangrijk voor producenten is dat liefst 1/3^e bewust luistert naar podcasts die ouder zijn dan een jaar. Voor promotionele- en marketing doeleinden blijven "oude" afleveringen dus bruikbaar. Zo'n 44% geeft aan een serie te volgen; gemiddeld zo'n 3,2 series per luisteraar.

Ook hebben we deze meting specifiek ingezoomd op het platform Podimo, dat in 2022 naar Nederland kwam. Op dit moment kent bijna 40% van de luisteraars Podimo, heeft zo'n 5% van de luisteraars een betaald abonnement. Van de mensen die Podimo kennen, overweegt +- 11% een betaald account. Van de mensen die Podimo nog niet kennen, overweegt +- 12% een betaald account (na voorleggen van een uitgebreide omschrijving).

Tot slot worden er ook steeds meer live events van podcasts georganiseerd. Bijna 40% geeft aan al eens een event bezocht te hebben en/ of dit te overwegen. Met de juiste boodschap is hier dus zeker animo voor!

Ik wens u veel leesplezier!
Michael Petit / Markteffect

Wat voor winst kan ik als ondernemer, bedrijf of adverteerder halen uit een podcast?

Luister naar de [podcastmonitor-podcast](#)

Zo'n 7 miljoen podcastluisteraars... wat zou je daar als organisatie of adverteerder mee kunnen? Hoe zit het met adverteren en met betaald luisteren?

Samen met De Ondernemer en AS WE SPEAK werd er weer een podcast opgenomen over het onderzoek. Te gast zijn Angela de Jong (AD), Michael Petit (Markteffect), Angelique Kunst (In de ban van Rian), René Zeedijk (DPG), Arne van den Berg (As We Speak).

Beluister de podcast via de
QR CODE



AS WE SPEAK
PODCASTS

de ONDERNEMER

Markteffect

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 negende keer uitgevoerd in mei 2023 onder een nationaal representatieve groep van in totaal 1.050 respondenten.



Verantwoording en betrouwbaarheid

Op basis van deze respons zijn de resultaten met een zekerheid van 95% en met een nauwkeurigheid van 2,9% generaliseerbaar naar de doelgroep.



Man
49%



Vrouw
51%

Opleidingsniveau

Hoog	39%
Midden	41%
Laag	20%

Leeftijd

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

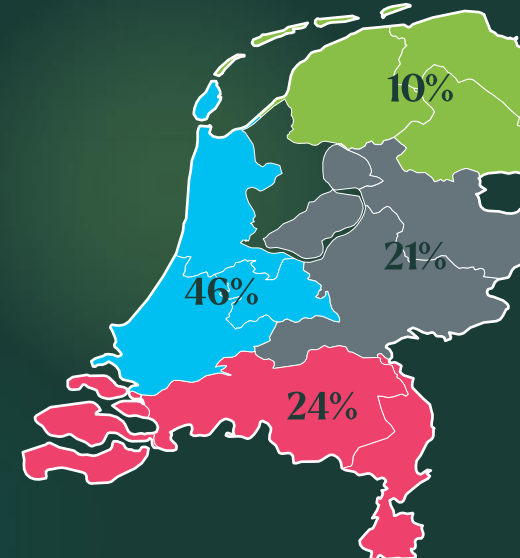
Arbeidssituatie

Loondienst fulltime	34%
Loondienst parttime	26%
Ondernemer/ZZP	6%
Studerend	4%
Arbeidsongeschikt	5%
Werkloos/bijstand	2%
Huisvrouw/huisman	4%
Gepensioneerd	17%

Top 5 branches

Gezondheids- en welzijnszorg	19%
Zakelijke & overige dienstverlening	10%
Overheid	9%
Transport en logistiek	7%
Handel	7%

Regio-indeling



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

2.

Oriëntatie & Podcastgebruik

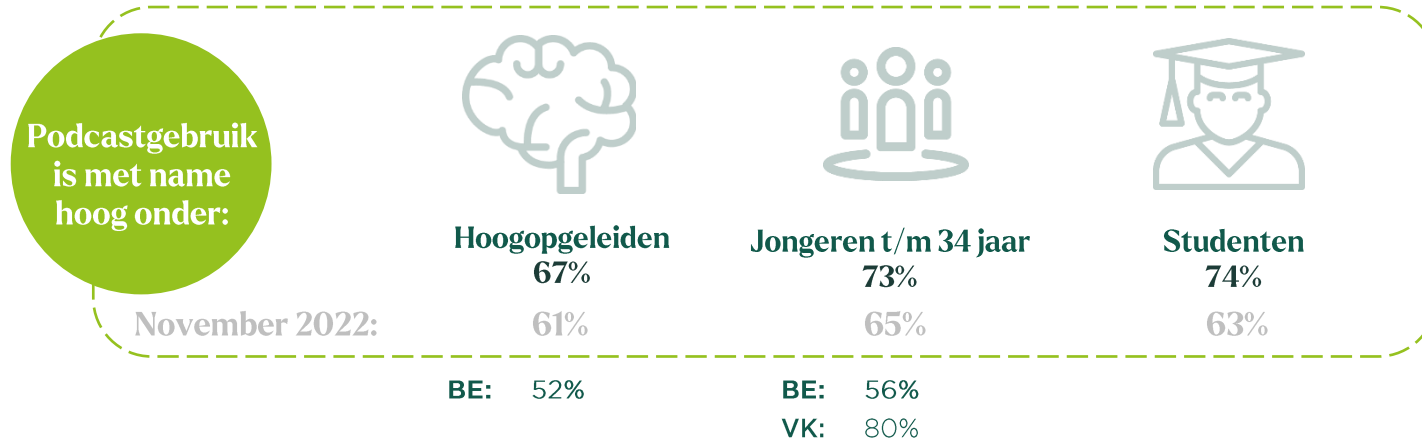
Luister je wel eens naar een podcast?




11%
Wist voorafgaand aan de beschrijving niet wat een podcast is

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.”



Podcastgebruik – Oriëntatie

Hoe ontdek je nieuwe podcasts om te luisteren?



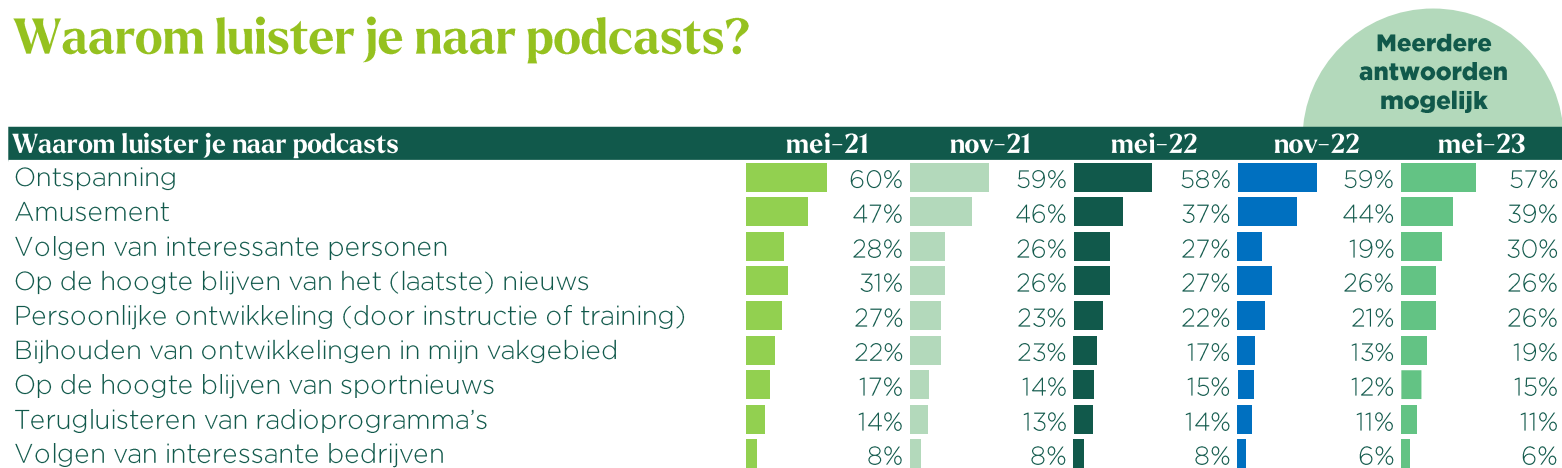
- Suggesties via radio en/of tv

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



Podcastgebruik – Waarom luistert men?

Waarom luister je naar podcasts?



Net zoals tijdens de vorige metingen zien we dat ontspanning de meest genoemde reden is om naar een podcast te luisteren.

De tien meest populaire podcastcategorieën zijn:

1. **Gezondheid**
2. **Nieuws en politiek**
3. **Sport**
4. **Samenleving en cultuur**
5. **Misdaad/(true) crime**
6. **Lifestyle**
7. **Muziek**
8. **Komedie**
9. **Financieel**
10. **Geschiedenis**

In vergelijking met de vorige meting zien we dat in mei 2023 'volgen van interessante personen' weer vaker een reden is om een podcast op te zetten. Daarnaast lijkt 'Bijhouden van ontwikkelingen in mijn vakgebied' weer te herstellen van een dip in 2022.

Podcastgebruik – Hoe luistert men?



Ik luister wel eens podcasts die...

Recent zijn uitgebracht

72%

Meer dan een half jaar
geleden zijn uitgebracht

52%

Meer dan een jaar
geleden zijn uitgebracht

29%



- Ten opzichte van de vorige meting, zijn meer respondenten via hun mobiel (+ 4%) podcast gaan luisteren, terwijl minder mensen via hun PC/laptop (-2%) en autoradio (-2%) naar podcasts luisteren.
- Ruim een op de vier (29%) 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?

72%
Mobiel

November 2022: 68%
Mei 2022: 65%
December 2021: 69%

28%
PC/laptop

November 2022: 30%
Mei 2022: 34%
December 2021: 29%

15%
Tablet

November 2022: 15%
Mei 2022: 19%
December 2021: 16%

9%
Autoradio

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

7%
Smart TV

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

Via welke platformen luister je naar podcasts?

56%
Spotify

November 2022: 49%
Mei 2022: 54%
December 2021: 46%

39%
YouTube

November 2022: 35%
Mei 2022: 41%
December 2021: 37%

10%
Google Podcasts

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

9%
Apple Podcasts/ iTunes

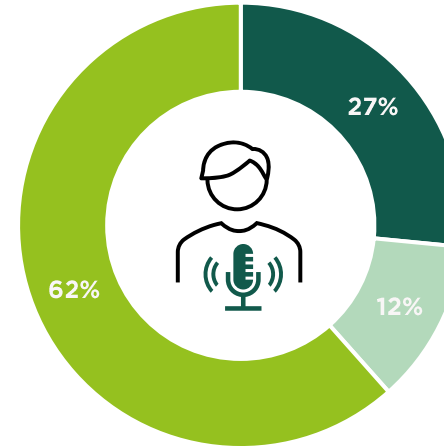
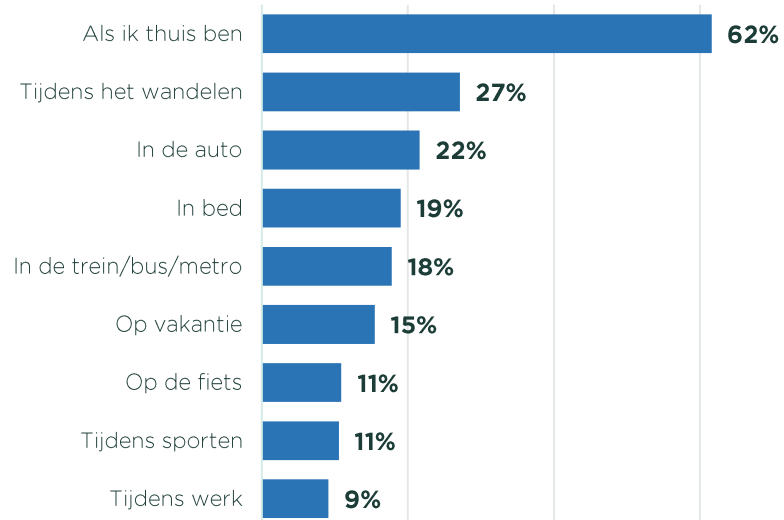
November 2022: 12%
Mei 2022: 10%
December 2021: 11%

8%
Sound cloud

November 2022: 7%
Mei 2022: 11%
December 2021: 8%

Podcastgebruik – Luistergedrag

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.

44% volgt actief een podcastserie
Gemiddeld 3,2 podcastseries per luisteraar

Ruim één op de vier podcastluisteraars (27%) verwacht in de toekomst vaker naar podcasts te gaan luisteren dan dat zij nu doen.

62% verwacht in de toekomst net zo veel naar podcasts te gaan luisteren, één op de acht (12%) verwacht in de toekomst minder naar podcasts te gaan luisteren

Podcastgebruik – Hoeveel luistert men?

Hoeveel procent van een podcastaflevering luister je meestal?



De meeste respondenten geven aan dat ze de podcast bijna helemaal af luisteren. Bijna één op de drie respondenten luistert de aflevering zelfs helemaal af (30%).

- De ideale lengte van een podcast is voor het grootste aandeel van de podcastluisteraars (38%) tussen de **15 en 30 minuten**.
- **28%** vindt tussen de 30 en 45 minuten ideaal
- **22%** vindt korter dan 15 minuten ideaal
- **12%** vindt langer dan 45 minuten ideaal



Per week besteden podcastluisteraars (die dagelijks of wekelijks luisteren) gemiddeld **103 minuten** (vorige meting 90,5) aan het luisteren naar podcasts.

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

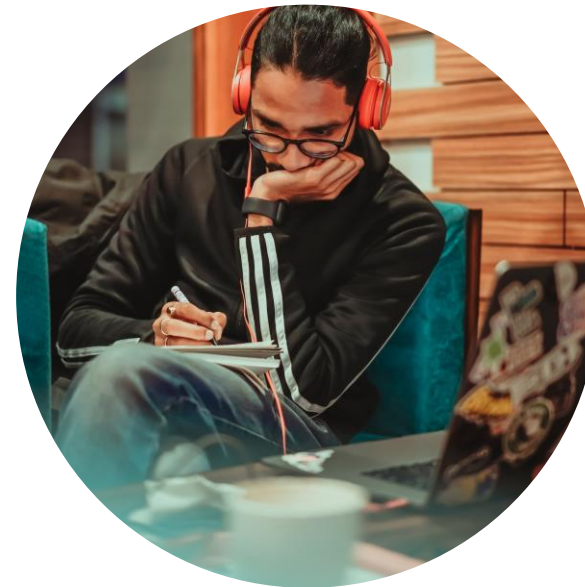
Niet luisteraars

Niet podcastluisteraars

Van alle respondenten die momenteel geen podcasts luisteren, geeft ruim twee op de vijf (44%) aan ook niet te verwachten dit in de toekomst te gaan doen.

Ongeveer 46% procent denkt dit (misschien) wel te gaan doen in de toekomst.

Tijdens de vorige meting was dit percentage nog 44%.

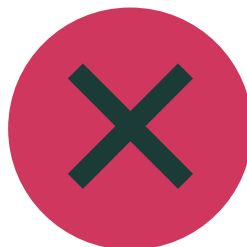


Verwacht je in de toekomst naar podcasts te gaan luisteren?



10%
Ja

(10%)
november 2022



44%
Nee

(47%)
november 2022



46%
Misschien

(44%)
november 2022

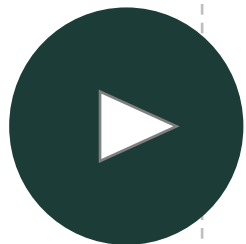
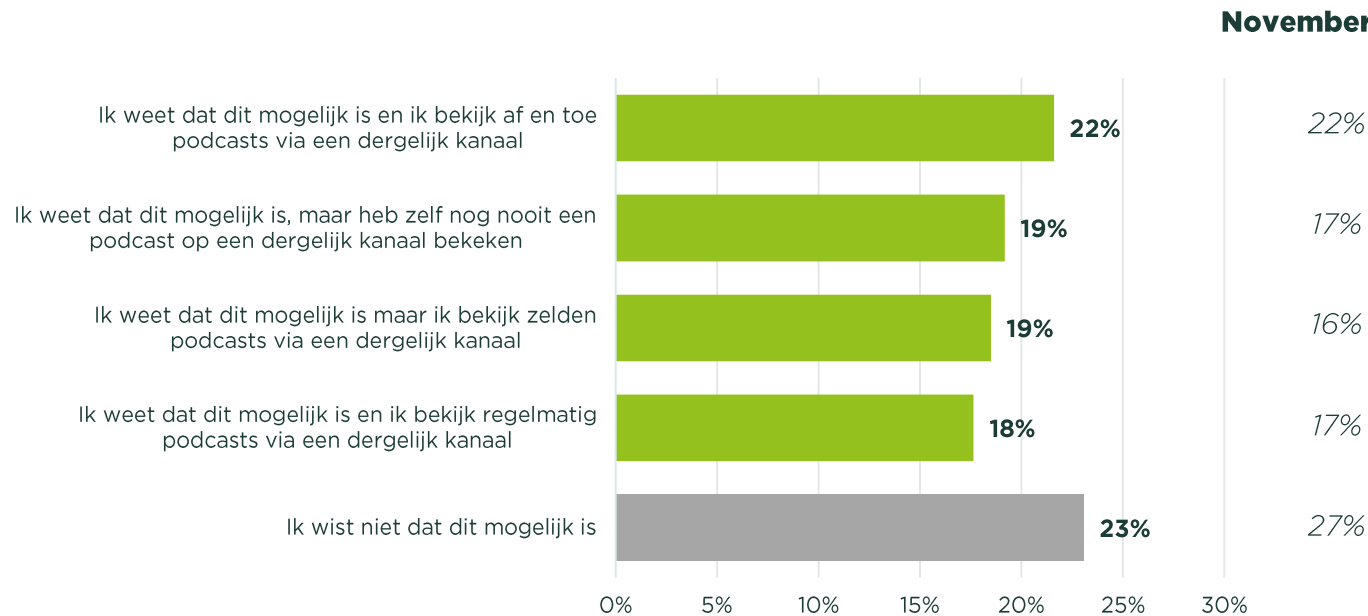
3.

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=460)



- 22% van de podcastluisteraars geeft aan af en toe een podcast te bekijken;
- 23% 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

40%

Enige interesse

55%

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

- “Afspelen met de telefoon vergrendeld is dan niet mogelijk.”;
- “Het is handiger via Spotify.”;
- “Ik vind het juist fijn om geen beeld te zien, zodat je ondertussen iets anders kunt doen.”;
- “Ik wil kunnen luisteren met telefoon in mijn zak.”;
- “Offline streamen met beeld verbruikt te veel data.”;
- “YouTube heeft te veel reclames.”.

55%

Geen
interesse

Erg veel/enige interesse

- “Dan komt het duidelijker en echter over.”;
- “Hangt af van het onderwerp.”;
- “Het maakt mij niet uit wie het aanbiedt, als het maar interessant is.”;
- “Ik ben wel benieuwd hoe het gesprek inclusief lichaamstaal is.”;
- “Soms is beeld erbij wel verhelderend.”.

45%

Erg
veel/enige
interesse

4.

Betaald luisteren

Betalen voor een podcast

12% heeft wel eens betaald om naar een podcast te kunnen luisteren

november 2022: 12%

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

	Mei 2023	Nov. 2022
Om toegang te krijgen tot podcasts die alleen tegen betaling te beluisteren zijn	39%	-*
Zodat ik toegang heb tot extra (en exclusieve) content	32%	21%
Om de makers van de podcasts te ondersteunen	19%	32%
Om advertentie-vrij naar de podcast te kunnen luisteren	9%	27%

*Nieuw voorgelegd in mei 2023

Vooraf respondenten die dagelijks (61%) en wekelijks (31%) naar podcasts luisteren betalen voor het luisteren, ten opzichte van respondenten die maandelijks (1%) of minder dan eens per maand luisteren (7%).

Welke vorm van betaling was dit?

Basis: Ik heb wel eens voor een podcast betaald (n=52)

- 46%** Een abonnement op een streamingsdienst
- 34%** Betaald voor additionele diensten (bijv. exclusieve content)
- 20%** Betaald aan de podcastmaker zelf
- 14%** Sponsoring (geld) voor de makers
- 9%** Voor een kaartje om een podcast live bij te wonen

16% heeft wel eens een live event van een podcast bezocht, 22% heeft dit nog niet gedaan maar zou het wel willen

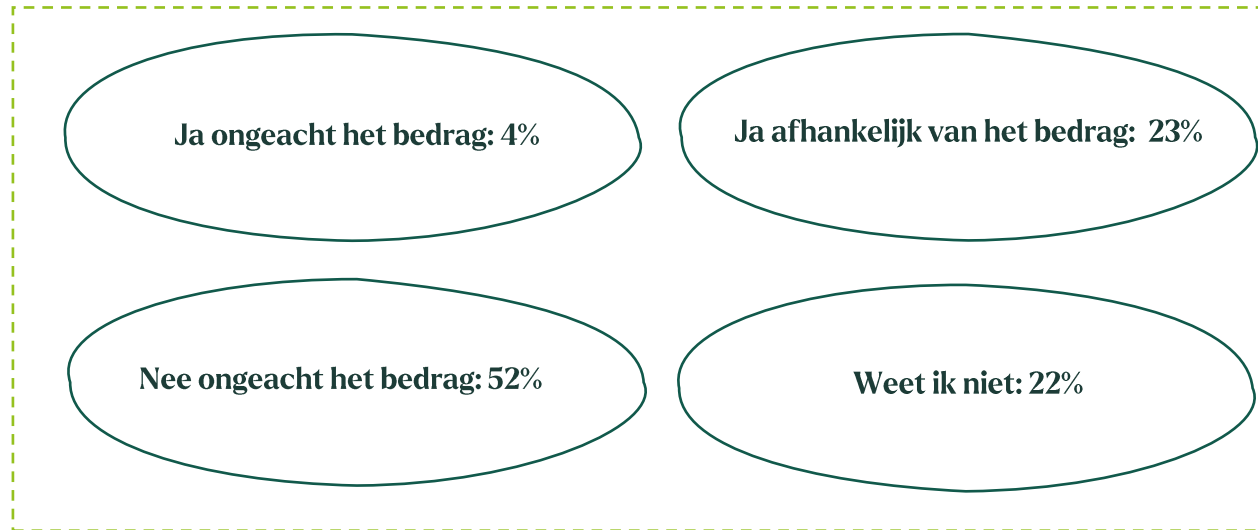
61% heeft nog nooit een live event van een podcast bezocht en heeft daar ook geen behoefte aan

- Voor de sfeer
- Om in contact te komen met gelijkgestemden
- Om de host te ontmoeten
- Om interactie aan te gaan

Basis: podcastluisteraars (n= 460)

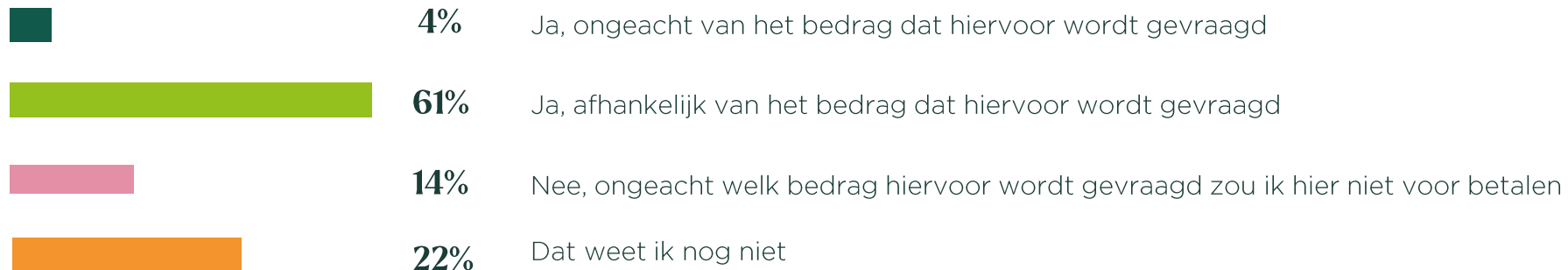
Betaald luisteren naar podcasts

Zou je overwegen om te betalen voor podcaststreamingsdiensten?



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

Basis: Ik heb nog nooit voor een podcast betaald (n=118)



Basis: podcastluisteraars (n= 460)

Advertenties in een podcast



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



67%

Spoelt de gesponsorde content wel eens over tijdens een podcast, of slaat deze over

Een extern opgenomen commercial wordt ervaren als de meest storende vorm van gesponsorde content in een podcast. Gesponsorde afleveringen, producten of diensten besproken door de host van de podcast worden als het minst storend ervaren

In hoeverre vind je de onderstaande vormen van reclame in een podcast storend, dan wel niet storend?

Basis: podcastluisteraars die wel eens gesponsorde content horen (n=228)



Overweging van Podimo

Ben je bekend met Podimo?

Basis: podcastluisteraars (n=460)

✓ **5%**
Ja, bekend mee –
heeft betaald
account

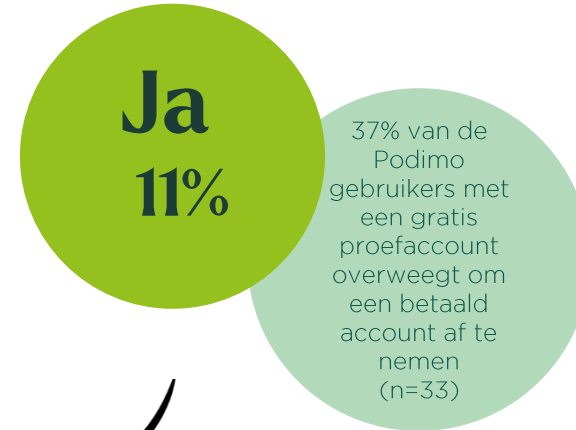
✓ **9%**
Ja, bekend mee –
heeft gratis
proefaccount

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

? **61%**
Nee nog nooit van
gehoord

Overweeg je om een betaald Podimo account af te nemen?

Basis: respondenten die bekend zijn met Podimo (n=112)



Na het lezen van een beschrijving over Podimo zou 12% van de podcastluisteraars die nog nooit van Podimo hadden gehoord overwegen om bij dit soort streamingsdiensten een abonnement af te nemen

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

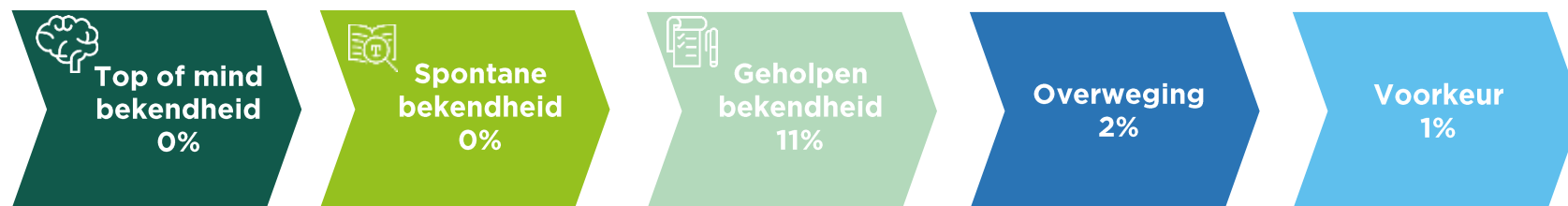
Markteffect heeft voor de podcast [Het Nieuwe Geld](#) een onderzoek uitgevoerd om inzicht te geven in de impact van het partnership met [Bitonic](#).

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.

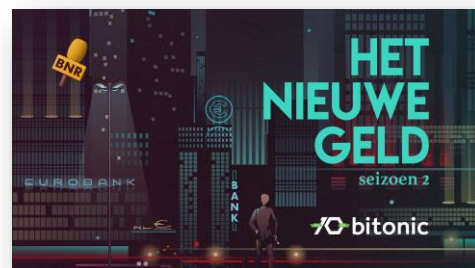
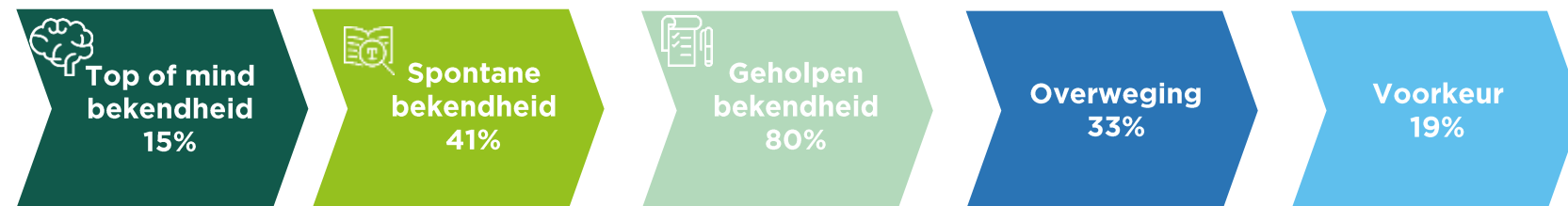
Het onderzoek toont onder andere aan dat het partnership grote impact heeft op onder andere de merkbekendheid en de merkvoorkeur van Bitonic.

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 april 2023

Plek	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	26	489.332	211.367
2	NRC Vandaag	Mediahuis NRC	Mediahuis NRC	19	350.853	135.408
3	De Dag	NOS	NPO Radio 1	21	228.867	81.510
4	Vandaag Inside	SBS6	Talpa Network	23	163.819	100.095
5	NU.nl nieuws	NU	DPG Media	68	156.437	62.204
6	In Het Wiel	AD	DPG Media	32	153.762	73.380
7	De Jortcast	AVROTROS	NPO Radio 1	15	138.002	59.060
8	de Volkskrant Elke Dag	Volkskrant	DPG Media	27	133.758	56.799
9	AD Voetbal podcast	AD	DPG Media	35	127.267	71.207
10	Eerst dit	EO	NPO Radio 5	20	122.877	51.403
11	NOS Met het Oog op Morgen	NOS	NPO Radio 1	32	115.208	34.748
12	Parool Misdaadpodcast	Het Parool	DPG Media	4	111.042	66.745
13	Lang verhaal kort	NOS op 3	NPO 3FM	20	98.062	49.905
14	Carice & Halina	De Stroom	Audiohuis	4	90.787	59.593
15	Stemming (Vullings & Van der Wulp)	NOS / EenVandaag	NPO Radio 1	4	84.569	56.531
16	538 Nieuws	538	Talpa Network	672	76.646	28.138
17	Nooit meer slapen	VPRO	NPO Radio 1	20	75.687	21.380
18	Kick-off met Valentijn Driessen	Mediahuis Nederland	Audiohuis	8	72.852	57.408
19	F1 aan Tafel	Grand Prix Radio	Talpa Network	5	72.281	56.473
20	30 MINUTEN RAUW (Ruud de Wild)	PowNed	NPO Radio 2	4	67.667	37.192

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

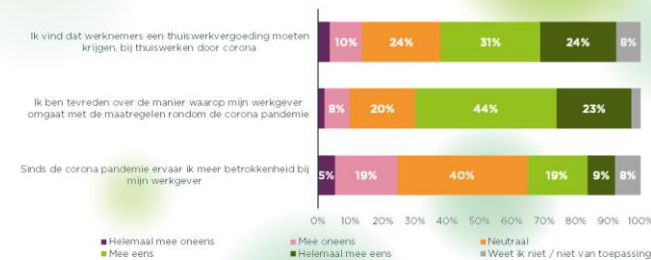
Eigen en **unieke content** die ter inspiratie en/ of onderbouwing in uw podcast besproken kan worden, over uw eigen onderwerp. Zo blijft u relevant, kunt u dagelijkse onderwerpen feitelijk bespreken aan de hand van betrouwbaar en **representatief onderzoek**.

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

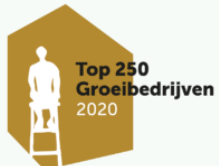
Onderzoeksbureau Markteffect

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



Marktonderzoeksbureau van het Jaar 2020!

Enkele referenties



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

