

September 2024

Markteffect
Research is Everything

PODCAST MONITOR

11^e editie

Michael Petit
Manager Marketing



Inhoud rapportage

Onderzoeksverantwoording	5, 6
Luistercijfers Nederlandse podcast	8, 9
Luistergedrag	14 t/m 21
Persona one-pager	23
Persona persona's	24 t/m 28
Over Markteffect	29



Markteffect Podcast Monitor – 11e meting

Voor de elfde editie van de Markteffect Podcast Monitor hebben we gekozen voor een vernieuwende aanpak. Naast het vertrouwde onderzoek naar de populariteit, het sentiment en het luistergedrag van podcasts, hebben we dit keer voor het eerst gekeken naar de verschillende typen podcastluisteraars. We hebben onderzocht hoe zij naar podcasts luisteren en op welke momenten. Benieuwd naar de vijf luisteraartypen en wat zij belangrijk vinden? Blader dan snel verder naar bladzijde 23.

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.

- 51% van de Nederlanders luistert wel eens naar een podcast (stabiel)
- Nederlanders zijn zeker nog niet podcast-moe: 60% staat open voor het ontdekken van nieuwe podcasts
- 15% van de luisteraars heeft wel eens betaald om podcast te beluisteren
- Mannen kiezen vooral voor podcasts over nieuws en politiek, sport en technologie. Vrouwen luisteren vaker naar gezondheid, (true) crime/verhalen en psychologie.
- Iets meer dan de helft van de luisteraars (51%) zet een podcast aan tijdens hun dagelijkse routine, zoals koken, schoonmaken of reizen naar school of werk.
- Iets meer dan de helft van de Nederlanders (53%) geeft aan dat zij het fijn vinden niet altijd aandachtig te hoeven luisteren, waardoor ze de podcast vaak op de achtergrond afspelen.
- Verder luistert 38% van de luisteraars voornamelijk naar podcasts voor vermaak, in plaats van om iets nieuws te leren.

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

Ik wens jullie 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?**

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



10x winnaar



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

Onderzoeksverantwoording

A group of people are gathered around a table, engaged in a collaborative meeting. One person is pointing at a tablet displaying a pie chart and bar graphs. Another person is writing in a notebook. The scene is overlaid with a teal and yellow color scheme.

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 september 2024 voor de tiende keer uitgevoerd onder een nationaal representatieve groep van in totaal 2.025 respondenten, waarvan 1.011 podcastluisteraars.



Verantwoording en betrouwbaarheid

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

Arbeidssituatie

Loondienst fulltime	26%
Loondienst parttime	22%
Ondernemer/ZZP	6%
Studerend	14%
Arbeidsongeschikt	4%
Werkloos/bijstand	2%
Huisvrouw/huisman	3%
Gepensioneerd	23%

Gezondheids- en welzijnszorg	18%
Zakelijke & overige dienstverlening	11%
Overheid	9%
Onderwijs	9%
Handel	6%

♂ Man
49%

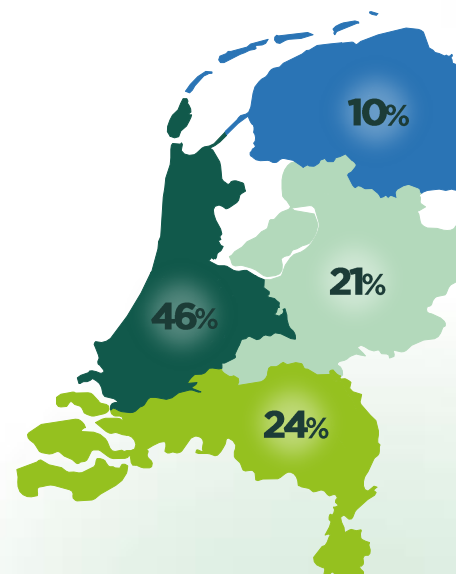
♀ Vrouw
51%

Opleidingsniveau

Hoog 47%
Midden 38%
Laag 14%

Leeftijd

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



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

Wat is het podcastgebruik en oriëntatie van Nederlanders?

51% van de Nederlanders luistert wel eens naar een podcast




	november 2023: 48%		
	juni 2023: 49%		
	Sep. '24	Nov. '23	Jun. '23
Dagelijks	8%	8%	8%
Wekelijks	16%	16%	15%
Maandelijks	10%	11%	10%
Minder dan eens per maand	17%	13%	16%

49%
luistert nooit naar podcasts

november 2023: 52%
juni 2023: 51%

60%
van de Nederlandse jongeren (tussen 12 en 18 jaar) luistert wel eens naar een podcast

Podcastgebruik is met name hoog onder:

		
Hoogopgeleiden	18 tot 35-jarigen	Ouders van kinderen tussen 12 en 18 jaar
62%	71%	71%
November 2023: 65%	76%	72%

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.”

8%
Wist voorafgaand aan de beschrijving niet wat een podcast is



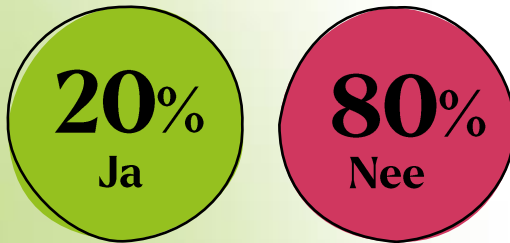
Basis: alle respondenten (n= 2.025)

Aantal podcast luisteraars in Nederland

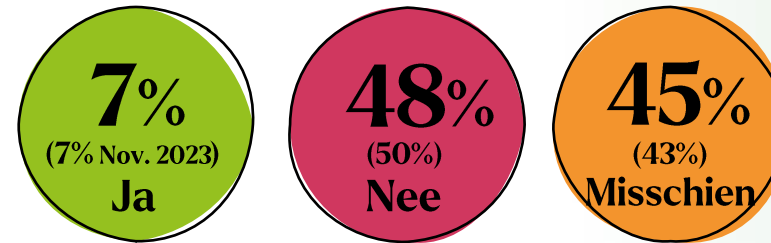


Het luisteren van een podcast verhoogt de kans om in de toekomst **meer podcasts te gaan luisteren**

Heb je in het verleden wel eens naar podcasts geluisterd?



Verwacht je in de toekomst naar podcasts te gaan luisteren?



11% 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.

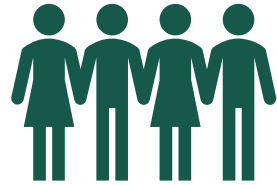
6% van de Nederlanders die **nog nooit** een podcast hebben geluisterd verwachten in de toekomst wel podcasts te gaan luisteren.

Bij deze doelgroepen is de podcast **bovengemiddeld populair**



Hoogopgeleiden

62%



18 tot 35-jarigen

71%



Ouders van kinderen
tussen 12 en 18 jaar

71%



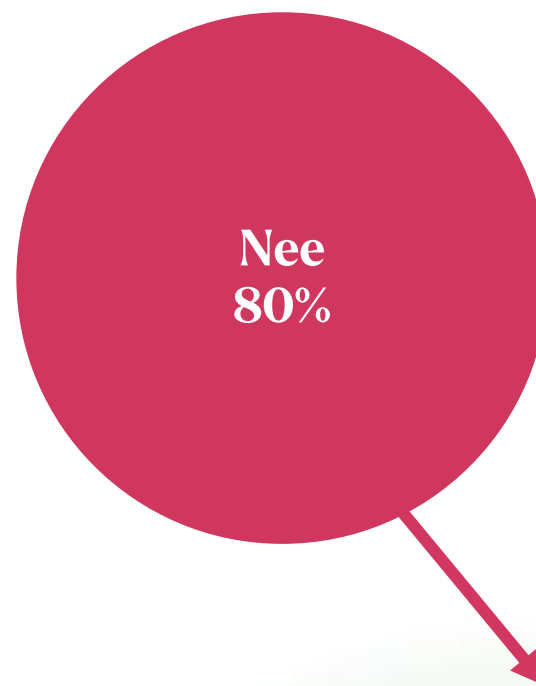
Kinderen 12-18 jaar

60%

Heb je **in het verleden** wel al eens naar een podcast geluisterd?



11% verwacht in de toekomst wel nog te gaan luisteren



7% verwacht in de toekomst wel nog te gaan luisteren, **43%** misschien

Men is nog zeker **niet** podcast-moe

Staat men er voor
open om nieuwe
podcasts te
proberen?

Ja
60%

Komt men tijd
te kort om
meer podcasts
te luisteren?

Ja
48%

Ontdekt men
graag nieuwe
podcasts?

Ja
46%

Wat moet je als podcastmaker weten over het luistergedrag?

Mannen en vrouwen luisteren naar **hele** verschillende onderwerpen



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



1. Gezondheid
2. (True) crime/ Verhalen
3. Psychologie
4. Lifestyle
5. Nieuws & Politiek



Meer dan de helft luistert ook **anderstalige podcasts (vnl. Engels)**

44% Luistert alleen Nederlandstalige podcasts

53% Luistert zowel Nederlandstalige als anderstalige podcasts

3% Luistert enkel anderstalige podcasts

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



■ Ik sta hier waarschijnlijk/zeker voor open

■ Ik sta hier waarschijnlijk/zeker niet voor open

■ Weet ik niet

Eerder uitgebrachte podcasts blijven beluisterd worden



Ik luister podcasts die...

**Recent zijn
uitgebracht**

71%

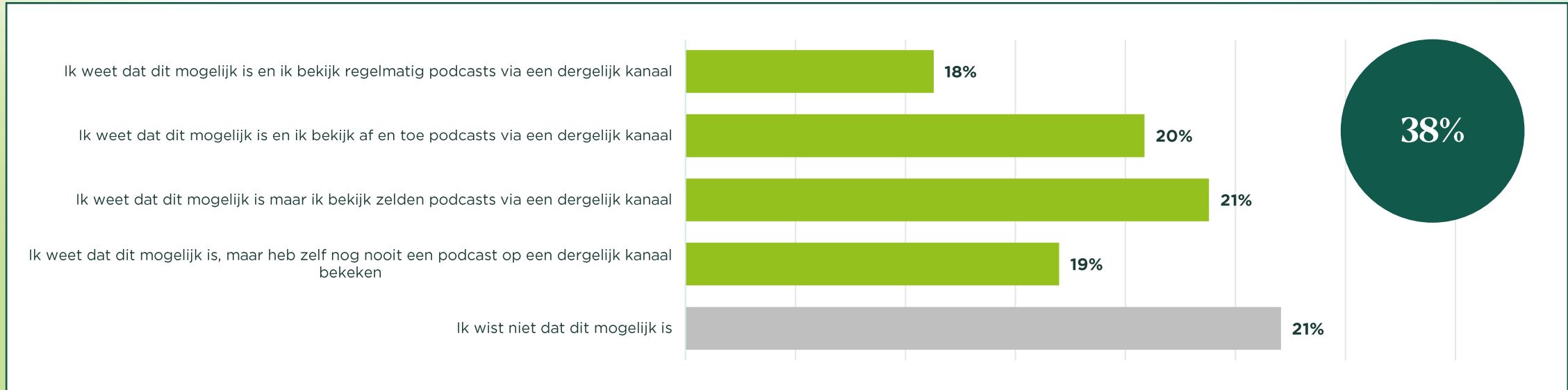
**Meer dan een half jaar
geleden zijn
uitgebracht**

49%

**Meer dan een jaar
geleden zijn
uitgebracht**

31%

Het **kijken naar een podcast** wordt steeds populairder



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



4%
Erg veel interesse

46%
Enige interesse

50%
Geen interesse

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

Op de hoogte blijven laatste ontwikkelingen in vakgebied



...inspireert mij en brengt mij op nieuwe ideeën



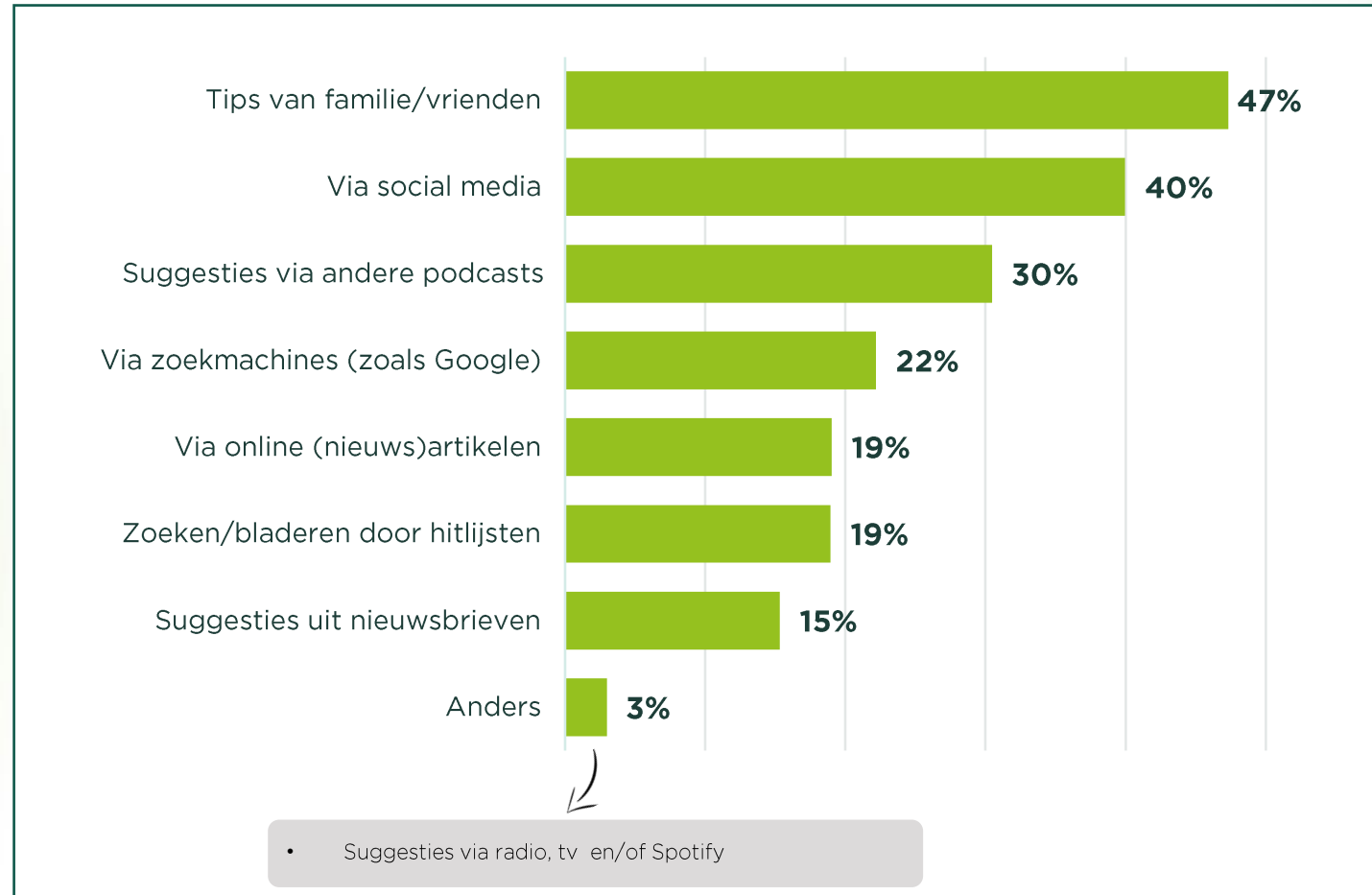
...mijn dagelijkse werkzaamheden (beter) uitvoeren



...hebben mijn kijk op mijn vakgebied veranderd



Men doet vooral inspiratie op bij vrienden & familie voor nieuwe podcasts



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?

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

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

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% heeft ooit een live event bezocht

20% overweegt dat ooit te gaan doen

**Welke 5 verschillende type
podcastluisteraars zijn er?**

De podcastluisteraars in beeld

Markteffect



DE FANATIEKELING (17%)

Bij de Fanatiekeling is de podcast een vast onderdeel van zijn routine en luistert (bijna) dagelijks. Hij wil alles volgen, het liefst geen aflevering missen en volgt veel verschillende podcasts. Is erg nieuwsgierig, wil zich ontwikkelen en is bereid te betalen voor specifieke en interessante content.

Dagelijks

- TV & Film
- Verhalen & Crime
- Sport

- Luistert aandachtig naar een podcast: ★★★★★
- Belang van amusement in de aflevering: ★★★★★
- Belang van inhoud van de aflevering: ★★★★★
- Luistert vaak naar dezelfde podcast: ★★★★★
- Podcast is onderdeel van hun routine: ★★★★★
- Bereidheid om te betalen voor podcast: ★★★★★



DE VERHALENVERSLINDER (19%)

Dit type luisteraar is gek op true crime en podcastverhalen en zij kunnen zich hier helemaal in verliezen. Zij luisteren relatief weinig andere genres en zetten de podcast vaak aan tijdens dagelijkse routines, zoals huishoudelijke taken. De podcast is belangrijk in hun leven.

Enkele keren per week

- Verhalen & Crime
- Nieuws & Politiek
- Geschiedenis

- Luistert aandachtig naar een podcast: ★★★★★
- Belang van amusement in de aflevering: ★★★★★
- Belang van inhoud van de aflevering: ★★★★★
- Luistert vaak naar dezelfde podcast: ★★★★★
- Podcast is onderdeel van hun routine: ★★★★★
- Bereidheid om te betalen voor podcast: ★★★★★



DE SHOWBIZZVOLGER (13%)

De Showbizvolgers volgen alle ontwikkelingen rondom hun favoriete BN'ers, reality, gossip en juice op de voet. Dit segment bestaat vooral uit jongeren. Zij zijn erg actief op social media en de podcast brengt hen amusement en ontspanning. De Showbizvolger luistert daarnaast regelmatig naar true crime podcasts.

Meerdere keren per week

- Komedie
- Lifestyle
- Liefde & Relaties

- Luistert aandachtig naar een podcast: ★★★★★
- Belang van amusement in de aflevering: ★★★★★
- Belang van inhoud van de aflevering: ★★★★★
- Luistert vaak naar dezelfde podcast: ★★★★★
- Podcast is onderdeel van hun routine: ★★★★★
- Bereidheid om te betalen voor podcast: ★★★★★



DE ZELFONTWIKKELAAR (17%)

Voor de Zelfontwikkelaar is de podcast een zeer belangrijke bron van inspiratie en educatie, zowel zakelijke- als privé. Zij stellen regelmatig persoonlijke doelen en doen veel aan zelfreflectie. Zij zoeken actief naar relevante podcasts, waarderen diepgaande gesprekken en willen echt iets leren.

Meerdere keren per week

- Psychologie
- Nieuws & Politiek
- Samenleving & Cultuur

- Luistert aandachtig naar een podcast: ★★★★★
- Belang van amusement in de aflevering: ★★★★★
- Belang van inhoud van de aflevering: ★★★★★
- Luistert vaak naar dezelfde podcast: ★★★★★
- Podcast is onderdeel van hun routine: ★★★★★
- Bereidheid om te betalen voor podcast: ★★★★★



DE ONREGELMATIGE LUISTERAAR (34%)

Dit segment luistert met pieken en dalen. Als zij getipt worden over een interessante podcast, kunnen zij deze in een paar dagen bingep, maar vervolgens ook gerust enkele weken niet meer luisteren. Zij gaan 'aan' bij interessante onderwerpen, vinden de inhoud belangrijk en zijn verder erg onvoorspelbaar.

Enkele keren per maand

- Verhalen & Crime
- Nieuws & Politiek
- Gezondheid

- Luistert aandachtig naar een podcast: ★★★★★
- Belang van amusement in de aflevering: ★★★★★
- Belang van inhoud van de aflevering: ★★★★★
- Luistert vaak naar dezelfde podcast: ★★★★★
- Podcast is onderdeel van hun routine: ★★★★★
- Bereidheid om te betalen voor podcast: ★★★★★



17%

62% man, 38% vrouw

"De podcast is een vast onderdeel van zijn routine van zijn leven. Hij wil alles volgen en volgt veel verschillende podcasts. Is erg nieuwsgierig, wil zich ontwikkelen en is bereid te betalen."



**LUISTERFREQUENTIE:
DAGELIJKS**



112 MINUTEN PER WEEK

DE FANATIEKELING

FAVORIETE ONDERWERPEN

1. TV & Film
2. Verhalen & True Crime
3. Sport
4. Nieuws & Politiek
5. Geschiedenis

LUISTERGEDRAG

Hoewel ze vaak een persoonlijke band voelen met hosts en diepgaande interviews waarderen, wisselen ze regelmatig van afleveringen of shows. Kan op elk moment van de dag en van de week luisteren.

Ontspanning

Amusement

Informatie

BELANGRIJKE FACTOREN

Luistert aandachtig naar een podcast



Belang van amusement in de aflevering



Belang van inhoud van de aflevering



Luistert vaak naar dezelfde podcast



Podcast is onderdeel van hun routine



Bereidheid om te betalen voor podcast



LUISTERMOMENTEN

De voorkeur van de Fanatiekeling gaat uit naar het luisteren naar podcasts tijdens hun dagelijkse routine, zoals koken of schoonmaken.



19%

53% man, 47% vrouw

"Gek op true crime en podcastverhalen en kan zich hier helemaal in verliezen. Zet de podcast vaak aan tijdens dagelijkse routines, zoals huishoudelijke taken en onderweg. De podcast is belangrijk in hun leven."



LUISTERFREQUENTIE:
ENKELE KEREN PER WEEK



106 MINUTEN PER WEEK

DE VERHALENVERSLINDER

FAVORIETE ONDERWERPEN

1. Verhalen & True Crime
2. Nieuws & Politiek
3. Geschiedenis
4. Sport
5. Wetenschap

LUISTERGEDRAG

Podcasts maken deel uit van hun routines. De Verhalenverslinders hechten meer waarde aan de inhoud van de podcast dan aan wie de podcast presenteert. Worden graag getipt door anderen over de nieuwste podcasts.

Ontspanning

Vermaak

Afleiding

BELANGRIJKE FACTOREN

Luistert aandachtig naar een podcast



Belang van amusement in de aflevering



Belang van inhoud van de aflevering



Luistert vaak naar dezelfde podcast



Podcast is onderdeel van hun routine



Bereidheid om te betalen voor podcast



LUISTERMOMENTEN

Ze luisteren voornamelijk tijdens saaiere taken zoals schoonmaken of tijdens het reizen van en naar werk. Voor hen zijn podcasts een manier om saaiere momenten op te vullen met vermaak.



13%

59% vrouw, 41% man

"Voornamelijk geïnteresseerd in hun favoriete BN'ers, reality, gossip en juiste op de voet. Vooral jongeren die erg actief zijn op social media. Luisteren ook regelmatig naar true crime podcasts."



**LUISTERFREQUENTIE:
MEERDERE KEREN PER WEEK**



108 MINUTEN PER WEEK

DE SHOWBIZZVOLGER

FAVORIETE ONDERWERPEN

1. Komedie
2. Lifestyle
3. Liefde & Relaties
4. Verhalen & True Crime
5. Gezondheid

LUISTERGEDRAG

Deze luisteraar is trouw aan specifieke podcasts en blijft vaak luisteren, zelfs als de inhoud minder boeiend is, vanwege hun waardering voor de presentator of host. Luistert ter ontspanning en amusement.



BELANGRIJKE FACTOREN

Luistert aandachtig naar een podcast



Belang van amusement in de aflevering



Belang van inhoud van de aflevering



Luistert vaak naar dezelfde podcast



Podcast is onderdeel van hun routine



Bereidheid om te betalen voor podcast



LUISTERMOMENTEN

Deze luisteraars gebruiken podcasts als een manier om afleiding te vinden zoals het reizen naar school.



17%

52% vrouw, 48% man

"Ziet de podcast als zeer belangrijke bron van inspiratie en educatie (zakelijke & privé). De inhoud en het onderwerp is zeer het meest van belang."



**LUISTERFREQUENTIE:
MEERERE KEREN PER WEEK**



126 MINUTEN PER WEEK

DE ZELFONTWIKKELAAR

FAVORIETE ONDERWERPEN

1. Psychologie
2. Samenleving & Cultuur
3. Nieuws & Politiek
4. Gezondheid
5. Wetenschap

LUISTERGEDRAG

Voor de Zelfontwikkelaars zijn podcasts een belangrijk hulpmiddel om hun doelen te bereiken en hun persoonlijke aspiraties te ondersteunen.

Inspiratie

Motivatie

Zelfontwikkeling

BELANGRIJKE FACTOREN

Luistert aandachtig naar een podcast



Belang van amusement in de aflevering



Belang van inhoud van de aflevering



Luistert vaak naar dezelfde podcast



Podcast is onderdeel van hun routine



Bereidheid om te betalen voor podcast



LUISTERMOMENTEN

De Zelfontwikkelaar maakt van podcasts een vast onderdeel van hun dagelijkse routine en gebruiken deze tijd om te leren en zich te ontwikkelen.



34%

53% vrouw, 47% man

"Dit segment luistert met pieken en dalen. Als zij getipt worden over een interessante podcast, kunnen zij deze in een paar dagen bingen, maar vervolgens ook gerust enkele weken niet meer luisteren. Gaan 'aan' interessante onderwerpen, vinden de inhoud belangrijk en zijn verder erg onvoorspelbaar."



**LUISTERFREQUENTIE:
ENKELE KEREN PER MAAND**



50-100 MINUTEN PER WEEK

DE ONREGELMATIGE LUISTERAAR

FAVORIETE ONDERWERPEN

1. Verhalen & True Crime
2. Nieuws & Politiek
3. Gezondheid
4. Wetenschap
5. Psychologie

LUISTERGEDRAG

Dit segment kan in korte tijd zeer aandachtig luisteren en alles willen weten, maar vervolgens gedesinteresseerd andere podcasts (proberen te) luisteren. Het luistergedrag is erg onvoorspelbaar.

Amusement

Inspiratie

Ontspanning

BELANGRIJKE FACTOREN

Luistert aandachtig naar een podcast



Belang van amusement in de aflevering



Belang van inhoud van de aflevering



Luistert vaak naar dezelfde podcast



Podcast is onderdeel van hun routine



Bereidheid om te betalen voor podcast



LUISTERMOMENTEN

Niet gebonden aan specifieke momenten. Ze luisteren vooral thuis, waar de podcast dient als een bron van ontspanning en afleiding.

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

