

tekst **Jan Roekens**, hoofdredacteur Daily Data Bytes

DATA EN INSIGHTS GEVEN VERTROUWEN IN 2<sup>DE</sup> CORONAJAAR

# ONDERZOEKS- BRANCHE ZET RUIM 10% MEER OM IN 2021



**TOP-50**  
OP BASIS VAN AANTAL FTE

		TOTAL FTE	TURNOVER	Brand-/positioning-/lifestyle-/image-research	Communication/concepttesting/advertisement	Customer and/or employee satisfaction	Product development-/usage- and behavioral-research	Other	Fast moving consumer goods	Durables & electronics(non-food consumer goods)	Pharmaceutical & Healthcare	Automotive
1	GfK Netherlands BV	240	25.000.001 - 50.000.000	0	6	7	45	42	8	9	0	1
2	Ipsos B.V.	156	25.000.001 - 50.000.000	29	25	15	23	8	14	4	8	1
3	Kantar Netherlands B.V.	150	25.000.001 - 50.000.000	39	24	9	9	19	38	5	1	2
4	Markteffect/Direct research	100	10.000.001 - 15.000.000	70	5	15	10	0	25	5	10	0
5	MetrixLab B.V.	95	10.000.001 - 15.000.000	30	25	5	40	0	30	20	5	5
6	Motivaction International B.V.	88	10.000.001 - 15.000.000	16	15	7	7	55	5	3	1	3
7	DVJ Research Group	71	10.000.001 - 15.000.000	35	35	5	25	0	15	20	0	5
8	I&O Research	70	10.000.001 - 15.000.000	40	25	15	20	0	0	0	1	0
9	Blauw Research	59	7.500.001 - 10.000.000	35	15	15	35	0	15	5	0	0
10	Epiphany - Research Based Consultancy	56	7.500.001 - 10.000.000	0	0	0	0	100	27	0	3	0
11	Normec Sensory	50	7.500.001 - 10.000.000	0	0	0	100	0	100	0	0	0
12	SKIM	50	10.000.001 - 15.000.000	20	30	0	30	20	50	10	20	5
13	MWM2	50	7.500.001 - 10.000.000	10	20	50	10	10	5	0	0	0
14	Onderzoek, Informatie en Statistiek	44	5.000.001 - 7.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	IQVIA Solutions BV	40	5.000.001 - 7.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	Validators	39	3.000.001 - 4.000.000	40	45	0	15	0	15	8	0	15
17	USP Marketing Consultancy	39	5.000.001 - 7.500.000	30	15	0	20	35	0	95	0	0
18	MarketResponse	37	5.000.001 - 7.500.000	14	14	57	15	0	9	3	7	1
19	Underlined BV	32	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	100	0	0	0	0
20	Norstat Group (Respondenten.nl en CG Research)	30	4.000.001 - 5.000.000	25	25	0	25	25	15	10	5	5

## Waren we begin 2021 nog van plan corona achter ons te laten, zitten we er een jaar later nog mee. We gaan wel met horten en stoten de goede kant, maar die onzekerheid... Wat betekende 2021 voor de marktonderzoekbureaus? Eigenlijk dat ze fors overeind zijn gebleven. Het was een jaar van consolidatie in de personele bezetting, en, verrassing... van groei in de omzet.

De hoofdmoot van het Trendrapport is de Top-50 van bureau-FTE's. De nummer 1 is net als vorig jaar GfK Netherlands, maar het heeft wel wat ingeleverd, van 286 FTE in 2020 naar 240 in 2021. Op de plaatsen daarna is stuivertje gewisseld. Ipsos staat nu op 2 (van 137 naar 156 FTE) en Kantar op 3 (van 167 naar 150). Op 4 en 5 zijn MetrixLab en Markteffect (door de fusie met Direct Research) van plaats gewisseld. De Top-10 kent verder één wijziging: Epiphany veroverde de 10<sup>de</sup> plek en dat ging ten koste van Normec Sensory dat nu op 11 staat.

Kijken we verder in de Top-50 dan zien we een paar nieuwe namen. Hoogste binnenkomer is Norstat Group (waarin opgenomen Respondenten.nl en CG Research) op plaats 20, en verder Etil Research & Marketing (23), Centrum voor Woononderzoek (20), Q&A Insights (38), Essensor (41) en Altuition (50).

### Meer FTE

Na de dip van 2020 is de opgaande lijn van 2021 niet mis te verstaan. In 2019 bedroeg de omzet 430 miljoen euro, in 2020 zakte die naar 406

miljoen en voor 2021 wordt een omzet verwacht van bijna 446 miljoen euro - ruim 10% hoger dus. Hetzelfde zien we bij de FTE's. In 2019 stond het aantal op 3.010, het jaar erna zakte het naar 2.985 en in 2021 is er weer sprake van stijging tot wel 3.070. Ook de gemiddelde omzet per FTE laat eenzelfde patroon zien. In 2019 was die 142.000 euro, in 2020 zakte het bedrag naar 136.000 euro en in 2021 stijgt de gemiddelde omzet weer en komt uit op ruim 145.000 euro per FTE.

Hoe ziet de branche de eigen bureau-omzet? In de peilperiode (november) dacht een kwart dat de omzet gelijk zou blijven, ruim 4% zag het somber in en maar liefst 70% zag een beter resultaat aan de horizon. En 2022? Zoals het een goede ondernemer betaamt, is voorspellen een zaak van voorzichtig optimisme en dat blijkt ook uit de verwachting voor de gehele branche. 40% denkt aan een gelijke omzet en 55% verwacht meer.

>>

Financials (Bank en verzekeringswezen)	ICT/telecom/internet/mail	Advertising (Media/reclame en communicatie)	Utilities (nutshedrijven - geen telecom)	Public sector (Overheid/Onderwijs/educatie)	Retail	Transport & Leisure (Vervoer/vrije tijd en toerisme)	other services (overige zakelijke dienstver. lening)	other Business to Business	other customer type	Qualitative	Quantitative	Other then Qualitative/Quantitative/Secondary	Active data collection	Passive data collection	Turnover invoiced to national clients	Turnover invoiced to international clients
4	5	30	2	0	5	0	5	12	19	1	24	75	70	25	85	15
14	0	20	1	10	0	0	0	9	0	19	74	0	92	5	72	28
4	2	5	0	17	7	2	7	4	6	7	93	0	92	8	78	22
10	5	15	5	15	0	10	0	0	0	15	85	0	80	18	98	2
10	5	5	5	5	5	5	0	0	0	5	95	0	90	5	20	80
22	9	10	8	28	5	6	0	0	0	15	70	5	92	2	98	2
20	5	0	0	20	10	5	0	0	0	0	100	0	90	5	60	40
0	0	0	12	85	1	0	0	1	0	15	75	0	96	2	100	0
10	20	5	5	15	15	2	2	4	2	20	80	0	90	10	90	10
42	14	0	4	0	10	0	0	0	0	15	85	0	62	38	15	85
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	70	0
5	5	0	0	0	0	5	0	0	0	20	75	0	90	5	10	90
30	10	0	0	35	10	10	0	0	0	20	80	0	70	30	95	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	20	0	100	0	0	0
5	16	12	6	10	8	3	0	2	0	5	90	0	40	30	70	30
0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	30	60	0	100	0	20	80
18	1	2	6	19	7	9	17	1	0	9	79	2	70	26	96	4
70	10	0	0	10	10	0	0	0	0	0	0	100	0	0	90	10
20	10	10	10	5	5	0	5	0	0	0	2	98	100	0	90	10

# 95% VAN DE BUREAUS VOORSPELT GELIJKE OF HOGERE BRANCHE- OMZET IN 2022



		TOTAL FTE	TURNOVER	Brand-/positioning-/lifestyle-/image-research	Communication/concepting/advertisement	Customer and/or employee satisfaction	Product development-/usage- and behaviour-research	Other	Manufacturing + B2B	Financial services incl. insurance	Utilities	Public sector, Local/central government
21	InSites Consulting B.V.	30	7.500.001 - 10.000.000	35	20	5	40	0	51	41	0	0
22	ZorgfocuZ B.V.	29	2.500.001 - 3.000.000	25	10	60	5	0	0	0	56	0
23	Mobiel Centre Marktonderzoek 'veldwerk+'	25	3.000.001 - 4.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	DESAN Research Solutions	25	4.000.001 - 5.000.000	15	10	40	10	25	3	0	5	0
25	DUO Market Research	24	2.500.001 - 3.000.000	20	15	50	10	5	5	0	15	0
26	Ruigrok NetPanel	24	2.500.001 - 3.000.000	30	20	10	30	10	5	0	0	0
27	Etil research & marketing	23	3.000.001 - 4.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	Integron BV	22	2.500.001 - 3.000.000	10	0	90	0	0	5	0	10	0
29	DAN DNA	22	3.000.001 - 4.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	Excap	22	3.000.001 - 4.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	Centrum voor Woononderzoek	20	1.000.001 - 1.500.000	0	0	60	0	40	0	0	0	0
32	Panteia BV	16	2.500.001 - 3.000.000	5	10	60	25	0	0	0	0	0
33	KWH	16	2.500.001 - 3.000.000	5	0	95	0	0	0	0	0	0
34	Kien PanelWizard	15	2.500.001 - 3.000.000	35	40	0	25	0	25	10	0	0
35	Newcom Research & Consultancy	15	1.000.001 - 1.500.000	20	20	50	10	0	0	0	40	20
36	MARE	15	2.000.001 - 2.500.000	35	35	5	20	5	6	2	2	5
37	Global Data Collection Company	15	2.000.001 - 2.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	Q&A Insights BV	15	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	100	0	0	0	0
39	Customeyes	15	1.000.001 - 1.500.000	0	0	100	0	0	0	0	0	0
40	Multiscope	14	1.000.001 - 1.500.000	30	30	15	15	10	15	10	5	20
41	Essensor B.V.	14	2.000.001 - 2.500.000	0	15	0	85	0	85	0	10	0
42	Totta Research	14	1.500.001 - 2.000.000	15	15	65	5	0	0	0	10	5
43	Right Marktonderzoek & Advies B.V.	13	1.000.001 - 1.500.000	25	25	40	10	0	5	5	5	5
44	Netprofiler	13	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	Haystack Consulting	12	2.500.001 - 3.000.000	15	10	15	60	0	60	10	0	0
46	Ipsos NORM B.V.	12	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47	Moventem	12	1.000.001 - 1.500.000	5	0	40	55	0	0	0	0	0
48	Altuition B.V.	12	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
49	KCM Survey B.V.	11	2.000.001 - 2.500.000	0	0	100	0	0	5	0	0	0
50	SKB	10	1.000.001 - 1.500.000	0	0	85	5	10	0	0	35	0

>> **Branches in beweging**

In dit overzicht zijn tien deelbranches opgenomen. Over het geheel genomen is er ook hier sprake van consolidatie, met hier en daar wat meer beweging. Verschillen van meer dan 10% in de ratio (zie kader voor toelichting) ten opzichte van 2020 zijn er bij Advertising en Product development (beide omlaag met meer dan 10%) en bij Communications, Financials, Pharmaceutical en Public Sector (alle vier meer dan 10% hoger). Verklaarbare verschillen in coronatijd.

Buiten deze lijstjes zijn het noemen waard kwalitatief onderzoek (met op nummer 1: Onderzoek, Informatie en Statistiek met ratio 44), kwantitatief onderzoek (Kantar, 140), omzet in het buitenland (MetrixLab, 76) en in Nederland (GfK, 204).

**Andere benadering werkt**

Het was, kortom, een goed jaar, en dat was in 2021, waarin de ups en de downs elkaar net zo vrolijk omver kegelden, niet zo gewoon. Opdrachtgevers verkeren nog vaak in onzekerheid over hun oriëntatie, aanbod, afzetgebieden, marketing, communicatie en over de stemming bij de klant - die er net zo onzeker aan toe is. In zo'n sfeer moet je goed kunnen anticiperen en manoeuvreren, en ben je volledig afhankelijk van insights, analytics en data-science om een beeld te krijgen van klanten, hun gedrag en hun voorkeuren. Hoe pak je dat als bureau aan? In *Daily Data Bytes* van begin 2021 zei een bureaudirecteur het zo: 'De markt voor marktonderzoek maakt een enorme verandering door. Denk aan de beschikbaarheid van data, de rol van data-fusion en AI, de toevloed >>

Communication and advertising	Research agencies	Service industry other	Unknown	Fast moving consumer goods	Durables & electronics	Pharmaceutical & HC	Automotive	Unknown Man	Qualitative	Quantitative	Secondary analysis/desk research	Other	Active data collection	Passive data collection	Turnover invoiced to national clients	Turnover invoiced to international client
0	0	0	2	0	2	0	2	0	0	45	55	0	99	0	0	0
0	0	0	0	44	0	0	0	0	0	25	60	0	70	20	100	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	90	10	0	100	0	0	0
3	0	0	3	69	3	4	5	5	0	1	99	0	100	0	90	10
10	0	0	0	45	0	0	0	25	0	15	85	0	90	0	90	10
20	15	5	5	20	15	5	5	0	5	45	55	0	100	0	100	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0
5	15	0	5	5	5	10	5	35	0	15	85	0	100	0	70	30
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	80	0	25	75	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	60	10	30	100	0	100	0
20	0	0	0	40	0	10	0	30	0	10	90	0	80	20	100	0
0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	14	86	0	5	95	100	0
15	5	20	5	0	15	5	0	0	0	0	100	0	100	0	90	10
0	0	20	0	20	0	0	0	0	0	20	75	0	90	10	100	0
18	18	6	4	30	2	4	2	1	0	90	2	4	95	5	90	10
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	88	0	0	0	95	5
0	0	0	0	40	0	0	0	60	0	20	80	0	100	0	100	0
5	15	15	5	0	10	0	0	0	0	0	100	0	100	0	85	15
0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	5	90	0	100	0	85	15
3	5	5	5	35	20	3	2	2	5	7	69	20	75	5	98	2
10	5	5	5	15	5	5	15	5	10	35	60	0	85	10	90	10
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0
10	10	0	0	0	10	0	0	0	0	30	65	0	80	10	80	20
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	70	0	30	0	0	0	10	85	0	95	5	100	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	20	0	100	0	0	0
5	0	0	5	50	10	5	20	0	0	0	99	0	10	85	91	9
5	5	0	0	20	0	0	30	5	0	0	70	0	100	0	97	3

>> van nieuwe aanbieders of concurrenten en de toenemende onzekerheid en de daaraan gekoppelde groeiende behoefte aan vertrouwen. Hoewel binnen de nauwe benadering van het vak de markt voor marktonderzoek in 2020 is gekrompen, mede door corona, zien wij juist door de andere benadering de vraag sterk toenemen.' Het vak bewijst dat zo'n 'andere benadering' volop is aangeslagen en dat die werkt. •

# IN 2021 KEGELDEN DE UPS EN DE DOWNS ELKAAR NET ZO VROLIJK OMVER

## COMMUNICATION/ CONCEPTTESTING/ ADVERTISEMENT

1 Ipsos	39
2 Kantar Netherlands	36
3 DVJ Research Group	25
4 MetrixLab	24
5 Validators	18
6 I&O Research	18
7 Skim	15
8 GfK Netherlands	14
9 Motivaction International	13
10 MWM2	10

## FAST MOVING CONSUMER GOODS

1 Kantar Netherlands	57
2 Normec Sensory	50
3 MetrixLab	28
4 Markteffect/Direct research	25
5 Skim	25
6 Ipsos	22
7 GfK Netherlands	19
8 InSites Consulting	15
9 Epiphany - Research Based Consultancy	15
10 Essensor	12

## MOA

De wereld van marketing insights, analytics en data-science is voortdurend in ontwikkeling. MOA biedt de expertise om organisaties te begeleiden naar een professioneel, toekomstbestendig data- en insightsmanagement. MOA bestrijkt het hele terrein van het in kaart brengen van menselijk gedrag en menselijke behoeften, ongeacht de methode van dataverzameling en analyse. De MOA is een betrouwbaar en deskundig kennisplatform voor professionals die op dit terrein werkzaam zijn.

## ADVERTISING

(MEDIA/RECLAME EN COMMUNICATIE)

1 GfK Netherlands	72
2 Ipsos	31
3 Markteffect/Direct research	15
4 Motivaction International	9
5 Kantar Netherlands	8
6 MetrixLab	5
7 Validators	5
8 BTC Mediatest	4
9 Kien PanelWizard	3
10 Newcom Research & Consultancy	3

## CUSTOMER AND/OR EMPLOYEE SATISFACTION

1 MWM2	25
2 Ipsos	23
3 MarketResponse	21
4 Integron	20
5 ZorgfocuZ	17
6 GfK Netherlands	17
7 KWH	15
8 Markteffect/Direct research	15
9 Customeyes	15
10 Kantar Netherlands	14

## FINANCIALS (BANK EN VERZEKERINGSWEZEN)

1 Epiphany - Research Based Consultancy	24
2 Underlined	22
3 Ipsos	22
4 Motivaction International	19
5 MWM2	15
6 DVJ Research Group	14
7 Markteffect/Direct research	10
8 GfK Netherlands	10
9 MetrixLab	10
10 MarketResponse	7

## BRAND-/POSITIONING-/ LIFESTYLE-/IMAGE-RESEARCH

1	Markteffect/Direct research	70
2	Kantar Netherlands	58
3	Ipsos	45
4	MetrixLab	28
5	I&O Research	28
6	DVJ Research Group	25
7	Blauw Research	21
8	Validators	16
9	Motivaction International	14
10	USP Marketing Consultancy	12

## ONLINE RESEARCH

1	Kantar Netherlands	124
2	Ipsos	90
3	MetrixLab	81
4	Markteffect/Direct research	71
5	DVJ Research Group	71
6	Epiphany - Research Based Consultancy	48
7	Blauw Research	46
8	MWM2	38
9	Motivaction International	34
10	Skim	30

## PHARMACEUTICAL & HEALTHCARE

1	ZorgfocuZ	16
2	Ipsos	12
3	Markteffect/Direct research	10
4	Skim	10
5	Samhealth	7
6	Newcom Research & Consultancy	6
7	MetrixLab	5
8	Duo Market Research	4
9	SKB	4
10	MarketResponse	3

## Toelichting puntenverdeling en ranking

De volledige lijst van deelnemende bureaus staat op [marketingtribune.nl/moabureaulijst](http://marketingtribune.nl/moabureaulijst). De omzetopgave, het aantal FTE en de onderverdeling van de omzet naar de verschillende onderzoek- en adverteerderssegmenten is opgegeven door het betreffende bureau. De MOA neemt geen verantwoordelijkheid voor de juistheid van die opgaven. Voor dit overzicht is het aantal FTE gerelateerd aan de omzetsectoren (FTE maal percentage omzet). Dat levert een puntenaantal op dat bruikbaar is om per omzetsector het gewicht te bepalen van een bij MOA aangesloten marktonderzoekbureau. Een bureau met 100 FTE dat volgens eigen zeggen 10% van zijn omzet haalt uit klanten in de fmcg, scoort daarmee 10 punten (10% van 100). Een bureau met 40 FTE dat 50% van zijn omzet haalt uit fmcg scoort 20 punten (50% van 40). Het onderzoek werd uitgevoerd in de maand november 2021. Het project werd aangestuurd door het MOA-secretariaat. Diederik Rietberg (Intellex) was verantwoordelijk voor de verwerking van de data.

## PRODUCT DEVELOPMENT-USAGE- AND BEHAVIOURAL-RESEARCH

1	GfK Netherlands	108
2	Normec Sensory	50
3	MetrixLab	38
4	Ipsos	36
5	Blauw Research	21
6	DVJ Research Group	18
7	Skim	15
8	I&O Research	14
9	Kantar Netherlands	14
10	InSites Consulting	12

## PUBLIC SECTOR

(OVERHEID\_ONDERWIJS\_EDUCATIE)

1	I&O Research	60
2	Kantar Netherlands	26
3	Motivaction International	25
4	MWM2	18
5	Desan Research Solutions	17
6	Ipsos	16
7	Markteffect/Direct research	15
8	DVJ Research Group	14
9	ZorgfocuZ	13
10	Duo Market Research	11

