

tekst Jan Roekens, hoofdredacteur Daily Data Bytes

ONDERZOEKSBRANCHE HOUDT GELOOF IN DE TOEKOMST

VEERKRACHT TEGEN DE CORONADIP

Voor veel branches is 2020 een jaar dat ze het liefst overslaan. Nogal wat bedrijven hebben de grootste moeite om overeind te blijven en aan vooruitkijken komen ze nog niet echt toe. Hoe zit dat bij de onderzoeksbranche? Beter dan je denkt, als je naar de cijfers kijkt. Ja, een coronadip is er zeker, maar de tegenvallers zijn te overzien en het geloof in de toekomst is er niet minder om.



	TOTAL FTE	TURNOVER	Brand-positioning/lifestyle-/image-research	Communication/concept-testing/advertisement	Customer and/or employee satisfaction	Product development-/usage- and behavioural-research	Other	Fast moving consumer goods	Durables & electronics/(non-food consumer goods)	Pharmaceutical & Healthcare	Automotive	Financials (Bank en verzekeringswezen)	ICT/telecom/internet/mail	Advertising (Media/teclame en communicatie)	Utilities (nutsbedrijven - geen telecom)	Public sector (Overheid/Onderwijs/educatie)	Retail	Transport & Leisure (Vervoer/vrije tijd en toerisme)	other services (overige zakelijke dienstverlening)	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	
1	286	25.000.001 - 50.000.000	0	6	7	45	42	8	9	0	1	4	0	30	2	5	0	0	5	12	23	1	24	75	70	25	85	15	
2	167	25.000.001 - 50.000.000	43	7	14	10	26	37	6	1	5	5	3	5	1	19	2	1	6	4	5	9	91	0	90	10	68	32	
3	137	15.000.001 - 20.000.000	30	14	15	21	20	14	8	9	1	14	0	0	2	5	0	5	12	30	0	21	74	0	100	0	70	30	
4	95	10.000.001 - 15.000.000	25	35	10	25	5	30	20	5	5	10	5	5	5	5	5	0	0	0	0	3	97	0	90	5	20	80	
5	91	7.500.001 - 10.000.000	70	5	15	10	0	25	5	10	0	10	5	15	5	15	0	10	0	0	0	15	85	0	80	18	98	2	
6	90	10.000.001 - 15.000.000	17	14	6	7	56	6	3	1	2	18	9	10	8	25	7	8	2	1	0	19	72	6	93	5	96	4	
7	62	7.500.001 - 10.000.000	40	30	5	25	0	15	15	5	0	15	10	0	20	10	5	0	5	0	0	100	0	100	0	90	5	60	40
8	59	7.500.001 - 10.000.000	25	25	25	25	0	0	0	1	0	0	0	0	10	85	1	2	0	1	0	15	75	0	95	3	100	0	
9	56	5.000.001 - 7.500.000	20	20	20	40	0	25	5	0	0	10	15	0	5	10	10	0	0	5	15	15	83	0	95	0	80	20	
10	50	7.500.001 - 10.000.000	0	0	0	100	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	100	0	70	30	
11	50	5.000.001 - 7.500.000	10	20	50	10	10	5	0	0	0	30	10	0	0	35	10	10	0	0	0	20	80	0	80	20	95	5	
12	50	7.500.001 - 10.000.000	20	30	0	30	20	50	10	20	5	5	5	0	0	0	0	5	0	0	0	20	75	0	90	5	10	90	
13	47	5.000.001 - 7.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0	
14	44	5.000.001 - 7.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0	
15	40	5.000.001 - 7.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	20	0	100	0	0	0	
16	38	5.000.001 - 7.500.000	15	15	54	16	0	7	2	10	1	18	1	3	5	18	7	7	16	3	2	7	81	2	73	25	99	1	
17	33	4.000.001 - 5.000.000	20	15	25	25	15	0	85	0	0	0	0	0	0	15	0	0	0	0	0	30	65	0	90	0	45	55	
18	33	3.000.001 - 4.000.000	45	45	0	10	0	15	10	0	15	5	16	12	10	7	5	5	0	0	0	5	90	0	35	35	70	30	
19	25	3.000.001 - 4.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	90	10	0	100	0	0	0	
20	25	4.000.001 - 5.000.000	15	10	40	15	20	5	0	5	0	5	0	0	5	63	5	2	5	5	0	0	100	0	100	0	97	3	
21	23	7.500.001 - 10.000.000	34	9	1	45	11	62	35	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	45	55	0	99	0	73	27	

De overzichten op deze pagina's zijn allemaal gebaseerd op het aantal FTE's bij de onderzoeksbureaus. Naast het algemene overzicht van FTE's zijn tien branche-overzichten opgenomen. De top-50 is dit jaar een top-54 geworden, zodat in het staartje nog een paar bureaus konden meedoen met een gelijk aantal FTE's. De top-10 laat geen al te grote veranderingen zien in ranking. GfK staat evenals vorige jaren bovenaan, zij het met een kleine terugval. FTE-stijgers zijn Markeffect en de DVJ Research Group (nieuw in de top-10). De andere bureaus bleven stabiel of zakten iets in FTE's.

Lichte daling omzet

Voor een nog beter beeld kijken we naar de totale FTE-score en naar de omzet. In 2020 is het aantal FTE's bij de onderzochte bureaus gedaald met 0,8%, van 3.010 in 2019 naar 2.985 in 2020. Aan de omzet kun je de coronadip wel duidelijk aflezen. In 2019 bedroeg die bijna 430 miljoen euro, in 2020 zal naar verwachting een omzet worden behaald van ruim 406 miljoen euro. Dat is een daling van 5,3%.

Gemiddeld genomen daalt de omzet per FTE van 142.000 euro in 2019 naar 136.000 euro in 2020. De bureaus maakten verder een schatting van hun omzet in 2020 in vergelijking met die van vorig jaar. Bij de grotere bureaus denkt 40% in dit jaar minder om te zetten, maar 50% verwacht een hogere omzet, en 10% een gelijk resultaat. Bij de middelgrote bureaus ziet 24% meer omzet en zijn de cijfers voor mindere en stabiele omzet ongeveer



gelijk. De kleine bureaus zien het wat somberder: 41% denkt minder omzet te draaien, 15% blijft stabiel en 30% verwacht een beter resultaat. Waar de coronacrisis toch wel de kop steekt, is bij de ZZP'ers: 55% zegt minder om te zetten, 15% is stabiel en 30% verwacht een verhoging. Een voorzichtige conclusie is op zijn plaats dat vooral de ZZP'ers de klappen opvangen en de bureaus er verhoudingsgewijs beter uitkomen.

Meer online

De bureaus hebben - net als andere bedrijven - hun activiteiten flink moeten aanpassen. Opdrachtgevers moesten snel schakelen of namen even pauze, iedereen ging thuis aan het werk, er waren veel minder fysieke ontmoetingen met respondenten en er was ook geen fysiek kwalitatief onderzoek meer. Het heeft een behoorlijke weerslag gehad. Dat leidde ertoe dat veel werk nog verder naar online verschoof, nog meer dan de tendens al was. Vooral in het kwalitatief onderzoek is dat het geval. Bureaus verwachten dat deze verandering zich gaat nestelen, zo bleek uit een

regelmatige rondvraag die we dit jaar voor Daily Data Bytes - de nieuwe wekelijkse nieuwsbrief van de MOA - deden.

Profiteren van inzicht

Al met al zorgde de coronatijd ervoor dat bureaus nieuwe methoden ontwikkelden om snel inzicht te geven in consument en markt. En gelukkig bleken er voldoende opdrachtgevers te zijn die niet bleven wachten, maar juist wilden profiteren van door bureaus ontwikkelde inzichten. Over het algemeen

zijn de bureaus er door deze flexibele en inventieve houding redelijk goed vanaf gekomen. Noem het veerkracht.

Optimisme

Wat gaat het worden in het nieuwe jaar? We vroegen de bureaus naar de verwachtingen voor de gehele markt, dus niet alleen voor het bureau zelf. Was de verwachting die ze een jaar geleden uitspraken al hoog - 62% zag meer omzet in 2020 - nu is het optimisme even groot, zelfs soms

FLEXIBELE EN INVENTIEVE HOUDING REDT BUREAUS

nog iets hoger. De grote en middelgrote bureaus verwachten tussen 60 en 80% meer omzet in de totale markt. De kleine bureaus doen er niet veel voor onder met 55%. Alleen de ZZP'ers blijven het toch wat somber zien. Lagere, stabiele en hogere omzet scores daar elk eenderde. Conclusie: een iets minder jaar, hoewel de klappen over het algemeen meevallen. De toekomst moet uitwijzen hoe snel de branche corona achter zich laat, maar de bureaus hebben er vertrouwen in. Voor de gehele onderzoeksbranche een goed teken.

MOA
De wereld van marketinginsights, onderzoek en analytics 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 in kaart brengen van menselijk gedrag en behoeften, ongeacht de methode van dataverzameling en analyse. Het MOA Expertise Center is een betrouwbaar en deskundig kennisplatform voor professionals die op dit terrein werkzaam zijn.



	TOTAL FTE	TURNOVER	Brand-/positioning-/lifestyle-/image-research	Communication/concepttesting/advertising	Customer and/or employee satisfaction	Product development-/usage- and behaviour-research	Other	Manufacturing + B2B	Financial services incl. insurance	Utilities	Public sector, Local/central government	Communication and advertising	Research agencies	Service industry other	Unknown	Fast moving consumer goods	Durables & electronics	Pharmaceutical & ITC	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	
22	Store Support	22	2.500.001 - 3.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0	
23	Ruigrok NetPanel	22	2.000.001 - 2.500.000	30	20	10	30	10	5	0	0	15	15	5	5	25	15	5	5	0	5	45	55	0	100	0	99	1	
24	Integron	22	2.000.001 - 2.500.000	10	0	90	0	0	5	0	10	5	15	0	5	5	5	10	5	35	0	15	85	0	100	0	75	25	
25	DAN DNA	22	2.500.001 - 3.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	80	0	25	75	0	0	
26	Totta Research	20	2.500.001 - 3.000.000	25	20	20	15	20	1	5	0	10	5	5	12	40	5	5	0	0	0	15	45	10	60	15	90	10	
27	Duo Market Research	19	2.000.001 - 2.500.000	0	0	0	0	100	0	0	0	15	8	8	0	40	0	0	20	10	0	20	80	0	100	0	100	0	
28	Zorgfocuz	18	2.000.001 - 2.500.000	25	25	25	25	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	0	0	20	60	0	70	20	100	0	
29	AnalitiQs	16	1.500.001 - 2.000.000	50	10	20	10	10	30	20	10	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	1	98	0	90	0	95	5	
30	Global Data Collection Company	15	2.000.001 - 2.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0	
31	Coöperatieve Vereniging KWH u.a.	15	2.000.001 - 2.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0	
32	Kien Panel Wizard	15	2.000.001 - 2.500.000	25	40	20	10	5	15	10	0	25	5	25	5	0	10	5	0	0	0	0	100	0	100	0	95	5	
33	Underlined	15	1.000.001 - 1.500.000	0	0	100	0	0	10	0	0	50	0	0	20	0	20	0	0	0	0	0	100	0	0	0	100	0	
34	Mare	15	2.000.001 - 2.500.000	35	35	5	15	10	10	2	2	3	20	20	10	2	25	0	2	2	0	90	2	2	95	5	90	10	
35	Panteia	15	2.000.001 - 2.500.000	5	10	60	25	0	0	0	0	20	0	0	0	40	0	10	0	30	0	10	90	0	80	20	100	0	
36	Customeyes	15	1.000.001 - 1.500.000	0	0	100	0	0	0	0	5	5	5	0	5	20	0	0	0	60	0	20	80	0	100	0	100	0	
37	Multiscope	14	1.000.001 - 1.500.000	30	30	20	10	10	15	10	5	10	5	15	15	0	5	0	10	0	10	0	100	0	100	0	85	15	
38	Netprofiler	13	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0	
39	Moventem	13	1.000.001 - 1.500.000	25	0	25	50	0	0	0	0	0	0	0	0	55	0	45	0	0	0	20	80	0	90	5	100	0	
40	Epiphany - Research Based Consultancy	12	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	80	0	80	20	0	0	
41	Altuition	12	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	20	0	100	0	0	0	
42	Braingineers	12	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0	
43	Haystack Consulting	12	2.000.001 - 2.500.000	15	10	15	60	0	60	10	0	10	10	0	0	0	10	0	0	0	0	30	65	0	80	10	80	20	
44	Newcom Research & Consultancy	12	1.000.001 - 1.500.000	40	10	40	10	0	0	0	40	0	0	20	0	30	0	10	0	0	0	10	80	0	90	10	90	10	
45	Ipsos Norm	12	2.000.001 - 2.500.000	0	0	0	0	100	70	15	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	90	0	0	0	10	90	
46	Perspective	11	500.000 - 1.000.000	10	10	0	80	0	5	0	0	5	30	25	5	20	10	0	0	0	0	45	10	35	100	0	90	10	
47	Neurensics	11	500.000 - 1.000.000	40	35	1	20	4	0	5	0	20	10	45	0	10	10	0	0	0	0	5	90	0	55	7	91	9	
48	De Cooperatieve H3ROES u.a.	10	1.000.001 - 1.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0	0	
49	ResearchNed bv	10	1.000.001 - 1.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60	40	0	80	20	0	0	
50	Flycatcher Internet Research	10	500.000 - 1.000.000	15	15	60	10	0	0	0	15	0	10	0	15	0	40	0	10	10	0	5	90	0	100	0	90	10	
51	SKB	10	500.000 - 1.000.000	0	0	80	5	15	0	0	30	0	10	0	0	20	0	0	35	5	0	0	80	0	100	0	96	4	
52	KCM Survey	10	2.000.001 - 2.500.000	0	0	100	0	0	0	0	0	15	10	0	10	40	10	5	5	5	0	15	75	0	90	10	90	10	
53	Right Marktonderzoek & Advies	10	1.000.001 - 1.500.000	20	20	50	10	0	10	4	1	0	10	10	10	0	30	5	5	10	5	0	25	65	0	90	10	90	10
54	CHOICE Insights + Strategy	10	1.000.001 - 1.500.000	25	25	40	10	0	0	0	15	0	0	0	0	25	40	5	15	0	0	30	70	0	85	5	100	0	



BRANCHE OPTIMISTISCH OVER 2021

COMMUNICATION/ CONCEPTTESTING/ADVERTISEMENT

1	MetrixLab	33
2	Ipsos	19
3	DVJ Research Group	19
4	GfK Netherlands	17
5	Skim	15
6	Validators	15
7	I&O Research	15
8	Motivaction International	13
9	Kantar Netherlands	12
10	Blauw Research	11

FAST MOVING CONSUMER GOODS

1	Kantar Netherlands	62
2	Normec Sensory	50
3	MetrixLab	28
4	Skim	25
5	GfK Netherlands	23
6	Markteffect	23
7	Ipsos	19
8	InSites Consulting	14
9	Blauw Research	14
10	DVJ Research Group	9

ADVERTISING (MEDIA/RECLAME EN COMMUNICATIE)

1	GfK Netherlands	86
2	Markteffect	14
3	Motivaction International	9
4	Kantar Netherlands	8
5	Neurensics	5
6	MetrixLab	5
7	Validators	4
8	Kien Panel Wizard	4
9	BTC Mediatest	3
10	Newcom Research & Consultancy	2

CUSTOMER AND/OR EMPLOYEE SATISFACTION

1	MWM2	25
2	Kantar Netherlands	23
3	Ipsos	21
4	MarketResponse	21
5	GfK Netherlands	20
6	Integron	20
7	Underlined	15
8	Customeyes	15
9	I&O Research	15
10	Markteffect	14

FINANCIALS (BANK EN VERZEKERINGSWEZEN)

1	Ipsos	19
2	Motivaction International	16
3	MWM2	15
4	GfK Netherlands	11
5	MetrixLab	10
6	DVJ Research Group	9
7	Markteffect	9
8	Kantar Netherlands	8
9	Underlined	8
10	MarketResponse	7

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

1	Kantar Netherlands	72
2	Markteffect	64
3	Ipsos	41
4	DVJ Research Group	25
5	MetrixLab	24
6	Motivaction International	15
7	Validators	15
8	I&O Research	15
9	Blauw Research	11
10	Skim	10

ONLINE RESEARCH

1	Kantar Netherlands	129
2	MetrixLab	83
3	Markteffect	65
4	DVJ Research Group	62
5	Blauw Research	42
6	MWM2	38
7	Skim	30
8	Motivaction International	29
9	MarketResponse	26
10	Validators	22

PHARMACEUTICAL & HEALTHCARE

1	Ipsos	12
2	Skim	10
3	Markteffect	9
4	Samhealth	9
5	Newcom Research & Consultancy	5
6	MetrixLab	5
7	Facit onderzoek	4
8	MarketResponse	4
9	Etil research & marketing	4
10	DVJ Research Group	3

PRODUCT DEVELOPMENT- USAGE- AND BEHAVIOURAL-RESEARCH

1	GfK Netherlands	129
2	Normec Sensory	50
3	Ipsos	29
4	MetrixLab	24
5	Blauw Research	22
6	Kantar Netherlands	17
7	DVJ Research Group	16
8	Skim	15
9	I&O Research	15
10	InSites Consulting	10

PUBLIC SECTOR (OVERHEID_ ONDERWIJS_EDUCATIE)

1	I&O Research	50
2	Kantar Netherlands	32
3	Motivaction International	22
4	ZorgfocuZ	18
5	MWM2	18
6	Desan Research Solutions	16
7	GfK Netherlands	14
8	Markteffect	14
9	DVJ Research Group	12
10	Totta Research	8



Toelichting puntenverdeling en ranking

De omzetsopgave, het aantal FTE en de onderverdeling van de omzet naar de verschillende onderzoeken adverteerderssegmenten is opgegeven door het betreffende onderzoeksbureau. 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 marktonderzoeksbureau. 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). Al met al levert dit overzicht een inschatting van de marktomvang per bureau per adverteerderssector. Het onderzoek werd uitgevoerd in de maand november 2020. Het project werd aangestuurd door het MOA-secretariaat. Diederik Rietberg (Intellex) was verantwoordelijk voor de verwerking van de data. De volledige lijst van deelnemende bureaus leest u op marketingtribune.nl/maobureaulijst.