

AI EN DATA ZETTEN DE TREND

MARKTONDERZOEKBRANCHE

GROEIT VERDER IN 2024

In de vorige editie van het trendrapport schreven we al dat AI de turbo zou zetten op de ontwikkelingen in het vak. Nou, die turbo ging erop. Niet dat iedereen volop aan de gang is met AI, maar het is van buzzword uitgegroeid tot levensechte tool, met genoeg discussie eromheen, trouwens. De branche draaide ondertussen, al dan niet met AI, door. De omzet steeg weer verder, met iets meer dan 3%.

Het jaar 2024 mag dan wel het jaar van AI zijn, er is veel meer aan de hand. Dat kun je goed merken als je events van het Data & Insights Network bekijkt. Het gaat daar niet alleen om AI (47% van de onderzoekers gebruikt het al, volgens Qualtrics), maar ook om alle vormen van data: data-analytics, -science en -insights. Nieuwe loot aan de stam is synthetic data. Wat in dit alles voorop staat is de mens, want dat is de crux: het gaat om echte data van echte mensen.

Van 516 naar 533 miljoen

Voor een goed beeld van de omzet kijken we weer even terug naar de afgelopen drie jaar. In 2022 bedroeg de omzet 484 miljoen euro, om een jaar later te stijgen naar 516 miljoen, het half miljard voorbij. Het jaar 2024 laat ook een stijging zien, maar het is niet zo'n grote stap als daarvoor. De omzet komt uit op bijna 533 miljoen euro en dat is een toename van iets meer dan 3%. Hoe zit het met de groei wereldwijd? Uit cijfers van Esomar blijkt dat de wereldwijde omzet zo'n 140 miljard dollar bedraagt, en dat is ten opzichte van 2023 een stijging met 10 miljard, rond de 7,5%. Nederland komt in omzetgrootte achter landen als Spanje en Italië.

Top-51

Geen top-50, maar een top-51, want die 51 telt net zoveel FTE als 49 en 50. Bovenaan is er in vergelijking met 2023 wel wat veranderd. In 2023 stond GfK bovenaan. Dat ging op in Nielsen's NIQ en die naam prijkt nu op plaats 2. Op 1 staat nu de nieuwe combinatie Ipsos I&O, die respectievelijk op 3 en 9 stonden. Kantar gaat van 2 naar 3. Markteffect gaat van 4 naar 5 en op 4 staat DVJ, dat zich - ongefuseerd - verder omhoogwerkt. 6, 7 en 8 zijn ongewijzigd (Metrix, Motivaction en Skim). Blauw Research stijgt een plaats (van 10 naar 9) en op 10 zien we nieuwkomer YouGov.

Zes nieuwkomers

Bij de 51 in de lijst staan zes nieuwkomers: Blue Field Agency (26), Annalect (28), ABF Research (31), Customeyes (33), Right Marktonderzoek & Advies (39) en Global Data Collection (40).

Meer omzet per FTE

Het aantal FTE schommelt al een aantal jaren rond de 3.000. 2024 wijkt daar niet noemenswaard van af. Wat wel is veranderd, en dat is in lijn met de omzetstijging, is de omzet per FTE. Die stond in 2021 op 145.000 euro, in 2022 op 155.000 euro en in 2023 op 160.000 euro. Daar komt dit jaar nog eens 20.000 euro bij. Eindstand 180.000, en dat is een stijging van 9%. Meer omzet per FTE, stabiel aantal FTE... is dat de eerste bijdrage van AI? Volgend jaar verder.

Deelbranches

Er zijn 11 deelbranches opgenomen. De getallen duiden op een puntenverdeling (zie uitleg in kader). De branches zijn dit jaar anders gekozen dan in 2023 en daarvoor. Zo staan er nu een paar die sterk verband houden met data. Bij 'active data' zien we - en dat is geen verrassing - de grote bureaus terug. In 'data-analytics' laat MetrixLab nog eens zien dat het een leidende

positie heeft, en aan de lijst bij 'data-science' kun je merken dat dit specialisme al goed is doorgedrongen in de sector, en dat geldt ook voor 'analytics voor marketing- en consumer-insights'.

En wat doet 2025?

Ook in 2024 werden de bureaus onderworpen aan 'predictive analytics'. Wat verwachten zij voor het jaar 2025? Efamro (de Europese branchevereniging) zocht het uit. De eerste vraag

'HET GAAT OM ECHTE DATA VAN ECHTE MENSEN'

ging over de verwachting voor het eigen bureau. In Nederland verwacht bijna een kwart een lagere omzet, en maar liefst driekwart (77%) ziet meer omzet. Alleen Noorwegen en Spanje zien het nog wat rooskleuriger. Als de bureaus een oordeel moeten geven over de (nationale) branche, dan zien wij het in Nederland voor 13% somber in, 41% denkt dat het allemaal hetzelfde blijft en 46% gaat voor de winst. Ook hier denken Noorwegen en Spanje hetzelfde als Nederland. Over heel Europa gezien verwacht de helft meer omzet voor het eigen bureau en denkt 35% aan consolidatie. De verwachting voor de totale branche pakt wat anders uit: 46% denkt aan een gelijkje omzet, 28% aan minder omzet en 22% verwacht groei. Conclusie van alle cijfers: zelf doen we het goed, de branche is wat afwachtender. Dat is ook niet zo vreemd in een wereld die grote maatschappelijke en economische verschuivingen achter de rug heeft, en nog voor de boeg, maar het is goed dat vertrouwen in eigen kunnen de overhand heeft. ●

TOP-51

OP BASIS VAN AANTAL FTE

	TOTAL FTEs	OMZET	Active data collection, including all quantitative and qualitative research	Passive data collection	Automotive	Agriculture - livestock farming	Construction & housing sector	Communication - advertising	Communication - Media: print, TV, Radio, video etc.	Durables & electronics(non-food consumer goods)	Education	Pharmaceutical-healthcare and well being	Fast moving consumer goods	Financials (Banking and insurance)	ICT/Telecom	Non-profit NGOs	Public sector (excluding education)	Retail/Wholesale	Tourism, Travel & Leisure	Utilities (electricity, gas, water, mail excluding telecom)	Lifestyle features	Positioning	Image	Brand trackers	Communication	Concept testing	Media/reach	Other	CX - Customer satisfaction/experience
1 Ipsos I&O	242	25.000.001 - 50.000.000	99	1	0	0	0	0	10	4	5	3	12	9	0	4	43	0	0	0	30	2	2	14	16	26	44	97	
2 NIQ	213	25.000.001 - 50.000.000	17	83	1	0	0	0	8	24	0	0	51	1	1	0	1	10	1	1	10	10	30	40	10	30	60	0	40
3 Kantar Netherlands	176	25.000.001 - 50.000.000	80	20	2	0	0	3	1	4	0	2	42	9	2	0	2	10	7	6	0	25	0	75	20	10	70	0	90
4 DVJ Insights	110	15.000.001 - 20.000.000	100	0	3	0	0	10	5	15	0	0	15	15	10	0	10	10	2	5	0	20	0	80	40	50	10	0	100
5 Markteffect	100	10.000.001 - 15.000.000	90	10	0	0	0	20	0	5	10	0	25	30	0	0	0	0	10	0	0	25	25	50	50	25	25	0	75
6 MetrixLab	98	20.000.001 - 25.000.000	95	5	0	0	0	0	5	25	0	5	30	13	5	2	0	5	5	5	0	25	0	75	50	30	20	0	90
7 Motivaction International	95	10.000.001 - 15.000.000	80	20	1	2	4	7	8	5	4	3	8	8	9	10	14	4	6	4	23	18	13	11	29	29	13	29	13
8 SKIM	90	15.000.001 - 20.000.000	85	10	5	0	0	0	0	10	0	15	40	5	10	0	0	0	10	5	0	34	33	33	60	40	0	0	100
9 Blauw Research	65	10.000.001 - 15.000.000	100	0	1	0	0	5	5	2	1	0	11	15	15	2	10	10	3	10	5	25	25	45	45	45	10	0	95
10 YouGov	63	10.000.001 - 15.000.000	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0
11 MarketResponse	52	7.500.001 - 10.000.000	90	10	0	0	0	5	5	0	0	0	0	40	0	10	20	0	0	20	0	80	0	20	80	20	0	0	70
12 MWM2	50	7.500.001 - 10.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	5	0	40	20	0	5	0	50	50	0	90	10	0	0	90
13 Normec Sensory	49	7.500.001 - 10.000.000	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	100	0	0	0

TOP-51

OP BASIS VAN AANTAL FTE

	TOTAL FTE	OMZET	Active data collection, including all quantitative and qualitative research	Passive data collection	Automotive	Agriculture - livestock farming	Construction & housing sector	Communication - advertising	Communication - Media: print, TV, radio, video etc.	Durables & electronics(non-food consumer goods)	Education	Pharmaceutical-healthcare and well being	Fast moving consumer goods	Financials (Banking and insurance)	ICT/telecom	Non-profit NGO's	Public sector (excluding education)	Retail/Wholesale	Tourism, Travel & Leisure	Utilities (electricity, gas, water, mail excluding telecom)	Lifestyle features	Positioning	Image	Brand trackers	Communication	Concept testing	Media/reach	Other	CX - Customer satisfaction/experience
14 Onderzoek, Informatie en Statistiek	44	7.500.001 - 10.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
15 ZorgfocuZ	43	4.000.001 - 5.000.000	90	10	0	0	0	0	0	0	0	90	0	0	0	0	10	0	0	0	0	50	50	0	100	0	0	0	35
16 Validators	41	5.000.001 - 7.500.000	70	30	15	0	0	10	8	8	3	0	10	5	5	9	15	5	5	2	5	10	35	50	40	30	30	0	100
17 IQVIA Solutions BV	40	5.000.001 - 7.500.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
18 USP Marketing Consultancy	38	5.000.001 - 7.500.000	100	0	0	0	85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0	0	20	20	60	30	30	40	0	95
19 Verian	34	5.000.001 - 7.500.000	75	20	0	0	0	3	0	0	3	3	0	0	0	5	75	0	8	3	5	30	40	15	55	20	20	5	80
20 Etil research & marketing	30	4.000.001 - 5.000.000	30	70	0	20	10	2	3	0	10	0	0	5	0	0	48	0	0	2	10	10	70	10	50	50	0	0	70
21 Integron BV	29	3.000.001 - 4.000.000	100	0	0	5	5	5	0	5	5	10	5	10	10	10	5	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	100	50
22 Norstat	27	4.000.001 - 5.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
23 Ruigrok	25	2.500.001 - 3.000.000	99	1	0	0	0	5	5	5	10	5	5	25	5	0	20	5	0	5	10	30	30	30	40	30	30	0	80
24 Desan Research Solutions	25	4.000.001 - 5.000.000	100	0	0	4	4	0	0	0	7	3	1	2	0	0	72	1	2	2	0	0	100	0	100	0	0	0	95
25 MCM Research	25	4.000.001 - 5.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
26 Blue Field Agency	24	4.000.001 - 5.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
27 Human8	23	7.500.001 - 10.000.000	95	5	0	0	0	0	0	21	0	3	70	0	0	0	0	0	3	3	35	25	20	20	35	40	25	0	50
28 Annalect	23	4.000.001 - 5.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
29 Mare	22	2.000.001 - 2.500.000	100	0	2	0	0	5	5	0	0	0	10	15	25	0	31	0	0	2	5	75	20	0	40	50	10	0	0
30 Duo Market Research	22	3.000.001 - 4.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
31 ABF Research	20	3.000.001 - 4.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
32 Moventem	18	1.500.001 - 2.000.000	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	95	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	100	100
33 Customeyes	15	1.500.001 - 2.000.000	100	0	0	0	30	0	0	0	10	0	0	0	30	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	100
34 Multiscope	15	1.000.001 - 1.500.000	100	0	30	0	0	10	0	5	0	3	7	5	10	5	5	10	2	3	0	25	25	50	50	50	0	0	50
35 Miles Research	15	2.000.001 - 2.500.000	95	5	0	0	0	0	5	0	0	5	0	75	0	0	5	0	0	10	30	30	30	10	30	40	30	0	60
36 Panteia BV	15	2.000.001 - 2.500.000	80	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0	60	0	0	0	25	25	25	25	100	0	0	0	50
37 Kien Panel Wizard	15	2.500.001 - 3.000.000	100	0	0	0	0	60	0	10	0	0	10	10	0	10	0	0	0	0	0	20	20	60	20	80	0	0	100
38 Newcom Research & Consultancy	15	1.000.001 - 1.500.000	90	10	10	0	0	10	20	0	10	30	0	0	0	0	20	0	0	0	20	40	10	30	40	40	20	0	60
39 Right Marktonderzoek & Advies	15	2.000.001 - 2.500.000	95	5	0	0	0	0	0	95	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	40
40 Global Data Collection Company	15	2.500.001 - 3.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
41 Coöperatieve Vereniging KWH u.a.	15	2.500.001 - 3.000.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
42 Excip	15	2.500.001 - 3.000.000	90	10	25	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	25	20	0	0	0	0	0	0	0	0	100	90
43 Essensor	14	2.500.001 - 3.000.000	100	0	0	0	0	0	0	15	0	0	85	0	0	0	0	0	0	0	0	50	50	0	0	0	0	100	0
44 samhealth	13	1.500.001 - 2.000.000	100	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	0	25	0	0	100	0	0
45 Q&A Insights BV	12	1.500.001 - 2.000.000	98	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0	0	90	0	0	0	45	30	25	0	0	0	100	100
46 Choice Insights + Strategy	12	1.500.001 - 2.000.000	75	25	0	0	5	5	0	0	15	0	10	0	0	0	30	35	0	0	5	35	30	30	80	10	10	0	90
47 Haystack Consulting	12	3.000.001 - 4.000.000	90	10	0	0	0	0	5	5	0	0	70	10	0	0	0	10	0	0	0	70	20	10	10	0	90	0	100
48 Braingineers	12	2.000.001 - 2.500.000	87	10	2	1	3	5	5	3	6	9	15	8	3	3	19	6	3	3	6	29	20	16	35	21	13	32	62
49 Gibbs Analytics Consulting	11	1.000.001 - 1.500.000	0	100	20	35	0	0	0	5	5	5	0	0	20	0	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0
50 Perspective	11	1.000.001 - 1.500.000	90	10	3	0	0	0	0	0	5	0	5	25	15	2	25	0	0	20	0	100	0	0	100	0	0	0	80
51 SKB	11	1.000.001 - 1.500.000	100	0	0	0	0	0	0	0	5	40	0	0	0	0	20	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0

'VERTROUWEN IN EIGEN KUNNEN HEEFT DE OVERHAND'

ACTIVE DATA COLLECTION, INCL. QUANTITATIVE AND QUALITATIVE

1	Ipsos I&O	240
2	Kantar Netherlands	141
3	DVJ Insights	110
4	MetrixLab	93
5	Markteffect/Direct research	90
6	SKIM	76
7	Motivaction International	76
8	Blauw Research	65
9	YouGov	63
10	Normec Sensory	49

COMMUNICATION

1	SKIM	54
2	Markteffect/Direct research	50
3	MetrixLab	49
4	MWM2	45
5	DVJ Insights	44
6	ZorgfocuZ	43
7	MarketResponse	42
8	Ipsos I&O	39
9	Kantar Netherlands	35
10	Blauw Research	29

ANALYTICS FOR MARKETING AND CUSTOMER INSIGHTS

1	Kantar Netherlands	158
2	MetrixLab	98
3	NIQ	75
4	Motivaction International	67
5	SKIM	54
6	Markteffect/Direct research	50
7	ZorgfocuZ	43
8	Validators	20
9	MarketResponse	16
10	Right Marktonderzoek & Advies	15

CONCEPT-TESTING

1	Kantar Netherlands	141
2	NIQ	43
3	Markteffect/Direct research	34
4	MetrixLab	29
5	SKIM	27
6	Validators	20
7	Motivaction International	19
8	ZorgfocuZ	17
9	Verian	14
10	Haystack Consulting	12

HET DATA & INSIGHTS NETWORK STAAT VOOR KRACHTENBUNDELING, INSPIRATIE EN GRIP

Het Data & Insights Network (D&IN) verbindt iedereen die zich professioneel (bureaus, opdrachtgevers, freelancers, wetenschappers) bezighoudt met human data, insights en onderzoek. Het biedt opleiding, advies en inspiratie en bundelt de krachten onder meer voor zaken die je als branche wilt regelen op het gebied van standaarden, tools, ISO, compliance en de kwaliteit van data en inzichten. D&IN draagt bij aan een sterke positie van de branche door inzicht in menselijk gedrag te ondersteunen ten behoeve van beleidsvorming en het nemen van beslissingen op strategisch, tactisch en operationeel niveau.

DATA-ANALYTICS

1	MetrixLab	64
2	NIQ	43
3	Kantar Netherlands	35
4	Markteffect/Direct research	33
5	Motivaction International	24
6	SKIM	22
7	ZorgfocuZ	22
8	MarketResponse	16
9	Right Marktonderzoek & Advies	15
10	Verian	14

DATA-SCIENCE

1	Kantar Netherlands	141
2	NIQ	43
3	Markteffect/Direct research	34
4	MetrixLab	29
5	SKIM	27
6	Validators	20
7	Motivaction International	19
8	ZorgfocuZ	17
9	Verian	14
10	Haystack Consulting	12

FAST MOVING CONSUMER GOODS

1	NIQ	109
2	Kantar Netherlands	74
3	YouGov	63
4	Normec Sensory	49
5	SKIM	36
6	MetrixLab	29
7	Ipsos I&O	29
8	Markteffect/Direct research	25
9	DVJ Insights	16
10	Human8	16

TOELICHTING PUNTENVERDELING EN RANKING

De volledige lijst van deelnemende bureaus staat op marketingtribune.nl/????. De omzetopgave, het aantal FTE en de onderverdeling van de omzet naar de verschillende onderzoek- en adverteerderssegmenten is opgegeven door het betreffende bureau. Het D&IN 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 D&IN 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). Het onderzoek werd uitgevoerd in november en december 2024. Het project werd aangestuurd door het D&IN. Diederik Rietberg (Intellex) was verantwoordelijk voor de verwerking van de data.

PHARMACEUTICAL-HEALTHCARE AND WELL BEING

1	ZorgfocuZ	39
2	SKIM	14
3	samhealth	13
4	Ipsos I&O	7
5	MetrixLab	5
6	Newcom Research & Consultancy	4
7	SKB	4
8	Onderzoek, Informatie en Statistiek	4
9	IQVIA Solutions BV	4
10	Kantar Netherlands	4



PRODUCT TESTING

1	MetrixLab	31
2	Normec Sensory	27
3	DVJ Insights	14
4	Essensor	10
5	Kantar Netherlands	9
6	SKIM	7
7	Ipsos I&O	6
8	Blauw Research	6
9	Markteffect/Direct research	5
10	USP Marketing Consultancy	5

PUBLIC SECTOR (EXCLUDING EDUCATION)

1	Ipsos I&O	104
2	Verian	26
3	MWM2	20
4	DESAN Research Solutions	18
5	Moventem	17
6	Etil research & marketing	14
7	Motivaction International	13
8	DVJ Insights	11
9	MarketResponse	10
10	Panteia BV	9