

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

BUREAUS KIJKEN MET VERTROUWEN NAAR 2023

ONDERZOEKBRANCHE SCOORT BIJNA 9% MEER OMZET

Bij de presentatie van het *Trendrapport Marktonderzoekbureaus 2021* begin 2022 hadden we nog last van pandemieperikelen. Dat duurde niet lang, maar de perikelen wisselden wel van eigenaar en zo kwamen we terecht in een jaar van oorlog, inflatie en nogal wat maatschappelijke onrust. Waar de marktonderzoekbranche het jaar 2021 goed doorstond, was het afwachten wat de doorwoekerende onzekerheid zou brengen. Ondanks alles is er toch weer goed nieuws, want de omzet is gestegen met bijna 9%.

TOP-50 OP BASIS VAN AANTAL FTE

		TOTAL FTEs	OMZET	Brand-positioning-/lifestyle-/image-research	Communication/concepttesting/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
1	GfK Netherlands BV	200	25.000.001 - 50.000.000	35	30	0	30	5	25	28	2	1
2	Kantar Netherlands B.V.	189	25.000.001 - 50.000.000	35	20	6	13	26	31	5	1	2
3	Ipsos B.V.	165	25.000.001 - 50.000.000	30	24	15	25	6	13	5	7	1
4	Markteffect/Direct research	100	10.000.001 - 15.000.000	70	5	15	10	0	25	5	10	0
5	Motivaction International B.V.	92	10.000.001 - 15.000.000	14	16	8	5	57	5	3	1	3
6	DVJ Research Group	87	10.000.001 - 15.000.000	45	30	5	20	0	20	20	5	5
7	MetrixLab B.V.	83	10.000.001 - 15.000.000	0	0	0	0	100	0	0	0	0
8	Skim	80	10.000.001 - 15.000.000	0	25	0	20	55	40	10	20	5
9	I&O Research	78	10.000.001 - 15.000.000	25	25	25	25	0	0	0	1	0
10	Blauw Research	65	7.500.001 - 10.000.000	15	12	22	32	19	21	4	0	0
11	Epiphany - Research Based Consultancy	62	7.500.001 - 10.000.000	30	0	35	35	0	20	25	5	0
12	MWM2	50	7.500.001 - 10.000.000	5	35	60	0	0	5	0	0	0
13	Normec Sensory	50	7.500.001 - 10.000.000	10	10	0	80	0	100	0	0	0
14	MarketResponse	48	5.000.001 - 7.500.000	15	16	54	15	0	8	2	7	1
15	Onderzoek, Informatie en Statistiek	44	5.000.001 - 7.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	USP Marketing Consultancy	44	5.000.001 - 7.500.000	20	10	35	20	15	0	80	0	0
17	Validators	41	4.000.001 - 5.000.000	40	45	0	15	0	15	8	0	15
18	IQVIA Solutions BV	40	5.000.001 - 7.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	Zorgfocuz B.V.	34	3.000.001 - 4.000.000	5	3	90	2	0	0	0	60	0
20	InSites Consulting B.V.	33	5.000.001 - 7.500.000	0	0	0	0	100	0	0	0	0



De omzetontwikkeling in de afgelopen jaren kent meer ups dan downs. In 2019 was de omzet 430 miljoen euro, het jaar erna 406 miljoen en 2021 sloot op 446 miljoen. Doe er bijna 9% bij en je komt op 484 miljoen euro voor 2022. Maar wat voor omzet geldt, hoeft nog niet te gelden voor het aantal medewerkers. Daarom kijken we even naar de Top-50 van FTE, en dan speciaal de Top-10. Bovenaan staat, evenals vorig jaar, GfK, maar wel met 40 FTE minder. Op 2 (was 3) staat nu Kantar met 189 (was 150), en Ipsos op 3 (was 2) met 165 (was 156). Markteffect/DirectResearch is standvastig op 4 met 100 FTE, Motivaction gaat van 6 naar 5 (met + 4 FTE), DVJ steeg een plaats (+ 16 FTE) en MetrixLab zakt van 5 naar 7 (- 12 FTE). Op 8 staat een nieuwkomer in de top-10: Skim (van 50 naar 80 FTE), I&O Research gaat van 8 naar 9 (maar wel met + 8 FTE) en op 10 (was 9) staat Blauw Research (+ 6 FTE).

Meer FTE, meer omzet per FTE

De cijfers geven al een trend aan en, inderdaad, het aantal FTE is in 2022 gestegen. Ook hier een vergelijking: in 2019 waren er 3.010 FTE, in 2020 zakte dat tot 2.985 om in 2021 >>

Financials (Bank en verzekeringswezen)	ICT/telecom/internet/mail	Advertising (Media/reclame 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	Secondary analysis/desk research	Other then Qualitative/Quantitative/Secondary	Active data collection	Passive data collection	Data science - combination of passive & active handling of data sources
5	0	20	3	0	14	2	0	0	0	5	90	5	0	70	20	10
7	5	12	0	13	6	3	14	1	0	8	84	0	8	85	15	0
16	1	22	1	10	4	0	0	0	0	17	75	8	0	87	10	3
10	5	15	5	15	0	10	0	0	0	15	85	0	0	80	10	10
22	9	10	8	28	5	6	0	0	0	21	70	7	2	91	2	3
15	5	10	0	10	5	5	0	0	0	0	100	0	0	90	5	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	75	0	10	0	0	0
5	5	0	0	0	0	10	0	0	0	25	65	10	0	80	10	10
0	0	0	10	85	1	2	0	1	0	20	78	2	0	95	3	2
15	15	2	5	8	12	5	5	0	0	22	78	0	0	85	15	0
35	0	0	5	0	10	0	0	0	0	27	70	3	0	90	0	10
30	5	0	0	40	20	0	0	0	0	20	80	0	0	70	30	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0
20	1	2	6	21	6	9	17	0	0	11	73	15	1	69	25	6
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	100	0	0
0	0	0	0	5	0	0	5	10	0	20	70	10	0	100	0	0
5	16	12	6	10	0	8	3	2	0	5	90	5	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	20	0	0	100	0	0
0	0	0	0	40	0	0	0	0	0	20	70	10	0	70	20	10
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0

>> weer te stijgen naar 3.070. En we stijgen door: in 2022 waren er 3.148 FTE werkzaam in de sector. Kijk je naar de gemiddelde omzet per FTE dan zie je eenzelfde patroon: in 2019 bedroeg die 142.000 euro, het jaar erna 136.000 euro en in 2021 steeg het bedrag naar 145.000 euro. En in 2022? Een verdergaande stijging die uitkomt op 155.000 euro per FTE.

Nieuwkomers in de Top-50

In de Top-50 staan vijf nieuwkomers. Op 28

komt Blue Field Agency binnen (met daarin Totta dat vorig jaar op 42 stond), op 31 vinden we Multi Value, op 44 Goudappel Coffeng, op 46 Miles Research en op 50 Perspective.

Deelbranches

Er zijn tien deelbranches opgenomen. De getallen duiden op een puntenverdeling (zie uitleg in kader). In vergelijking met vorige jaren vallen een paar zaken op. GfK heeft de hoogste ratio's in Advertising, Communication, Product Development en Online Research. In



		TOTAL FTES	OMZET	Brand-/positioning-/lifestyle-/image-research	Communication/concepttesting/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
21	Underlined BV	31	1.500.001 - 2.000.000	0	0	100	0	0	0	0	0	0
22	Etil research & marketing	29	4.000.001 - 5.000.000	20	10	35	35	0	0	0	10	0
23	Ruigrok onderzoek & advies	28	3.000.001 - 4.000.000	30	20	10	30	10	5	0	0	0
24	Norstat	27	4.000.001 - 5.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	Desan	25	4.000.001 - 5.000.000	13	9	42	10	26	3	0	6	0
26	Duo	25	3.000.001 - 4.000.000	15	10	50	25	0	5	0	5	0
27	Integron BV	25	3.000.001 - 4.000.000	10	0	90	0	0	5	0	10	0
28	Blue Field Agency	24	3.000.001 - 4.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	KCM Survey B.V.	24	4.000.001 - 5.000.000	0	0	95	5	0	1	1	1	1
30	Mobiel Centre Marktonderzoek 'veldwerk+'	24	5.000.001 - 7.500.000	84	0	10	6	0	6	0	0	0
31	Multi Value B.V.	20	2.500.001 - 3.000.000	10	0	70	20	0	10	10	10	30
32	Excap B.V.	15	2.500.001 - 3.000.000	0	0	100	0	0	20	0	10	10
33	Global Data Collection Company	15	2.000.001 - 2.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	Customeyes	15	1.000.001 - 1.500.000	0	0	100	0	0	0	0	0	0
35	Panteia BV	15	1.500.001 - 2.000.000	5	10	60	25	0	0	0	0	0
36	Right Marktonderzoek & Advies B.V.	15	1.000.001 - 1.500.000	20	20	50	10	0	5	5	10	10
37	Mare	15	2.000.001 - 2.500.000	35	35	10	5	15	10	2	2	3
38	Moventem	15	1.500.001 - 2.000.000	10	0	40	50	0	0	0	0	0
39	Kien Panel Wizard	15	2.500.001 - 3.000.000	0	80	0	20	0	40	0	0	0
40	Newcom Research & Consultancy	14	1.000.001 - 1.500.000	40	10	40	10	0	0	0	35	0
41	Q&A Insights BV	14	1.000.001 - 1.500.000	20	20	60	0	0	10	0	0	0
42	Coöperatieve Vereniging KWH u.a.	14	2.500.001 - 3.000.000	1	0	99	0	0	0	0	0	0
43	Essensor b.v.	14	2.000.001 - 2.500.000	15	10	0	75	0	80	0	5	0
44	Goudappel Coffeng BV	14	2.000.001 - 2.500.000	0	0	95	5	0	0	0	0	0
45	Netprofiler	13	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46	Miles Research	13	1.500.001 - 2.000.000	8	5	70	10	7	0	0	10	0
47	Altuition B.V.	12	1.500.001 - 2.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
48	Haystack Consulting	12	3.000.001 - 4.000.000	15	10	15	60	0	65	5	0	0
49	Multiscope	12	1.000.001 - 1.500.000	30	30	15	15	10	15	10	5	20
50	Perspective	12	1.000.001 - 1.500.000	10	10	10	70	0	5	5	5	5

Advertising is de ratio voor GfK gezakt van 72 naar 40, in Online Research is de ratio 171, veel hoger dan in andere jaren. ZorgfocuZ leidt voor het eerst bij Customer employee en Pharmaceutical. Nog het vermelden waard: Skim staat bovenaan bij omzet in het buitenland en neemt daarbij de positie van MetrixLab over.

Geloof in eigen kunnen

In de dataverzameling liep ook een vraag mee naar de verwachtingen voor 2023. Hoe zien bureaus de omzet voor het bureau zelf? Behoorlijk

93% BUREAUS VERWACHT VOOR 2023 GELIJKE OF HOGERE OMZET

positief: 34% denkt aan een gelijke omzet en 59% aan een hogere omzet. Iets minder jubelend zijn de verwachtingen voor de totale branche. 19% denkt dat de omzet omlaag gaat, 42% verwacht een gelijk resultaat en 39% ziet een hogere omzet. Geloof in eigen kunnen overheerst dus, en er is een iets afwachtender houding als het om de hele sector gaat.

Rol in onzekere tijden

Als je terugkijkt op de afgelopen jaren, dan mag je het een prestatie noemen dat de sector zo >>

Financials (Bank en verzekeringswezen)	ICT/telecom/internet/mail	Advertising (Media/reclame 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	Secondary analysis/desk research	Other then Qualitative/Quantitative/Secondary	Active data collection	Passive data collection	Data science - combination of passive & active handling of data sources
70	0	0	0	20	0	0	10	0	0	0	0	0	100	0	0	100
10	0	5	0	60	10	0	0	0	0	15	55	30	0	35	35	30
20	15	5	5	20	15	5	5	0	5	42	58	0	0	99	1	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27	80	-7	0	25	75	0
3	0	0	2	73	2	3	4	4	0	0	100	0	0	100	0	0
5	10	10	0	40	5	0	0	20	0	75	25	0	0	100	0	0
5	15	0	5	5	5	10	5	35	0	15	85	0	0	100	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	100	0	0
4	4	1	19	37	5	1	20	5	0	20	60	20	0	85	5	5
0	0	0	0	84	10	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0
10	5	0	0	0	20	5	0	0	0	20	70	10	0	50	30	10
10	0	0	0	0	20	20	10	0	0	30	70	0	0	20	70	10
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	100	0	0
0	0	0	0	10	0	0	0	90	0	20	80	0	0	100	0	0
20	0	0	0	40	0	10	0	30	0	10	90	0	0	80	20	0
5	5	5	5	20	5	5	10	5	0	25	70	5	0	90	10	0
20	10	10	2	30	0	5	0	5	0	90	2	6	2	95	5	0
0	0	0	0	95	0	5	0	0	0	25	70	5	0	95	5	0
20	0	40	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0
0	0	25	0	25	0	15	0	0	0	10	80	10	0	90	10	0
0	0	0	0	0	70	0	20	0	0	2	93	5	0	0	100	0
0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	11	84	5	0	10	90	0
0	0	0	0	0	13	0	0	2	0	5	90	5	0	95	0	5
0	0	0	0	75	0	25	0	0	0	5	50	15	30	100	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	0	100	0	0
75	2	0	2	4	3	4	0	0	0	7	83	10	0	85	10	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	20	0	0	100	0	0
15	5	0	0	0	10	0	0	0	0	30	65	5	0	80	10	10
5	15	15	5	0	10	0	0	0	0	0	100	0	0	100	0	0
20	20	0	20	5	0	0	15	0	0	60	10	10	20	95	5	0

>> goed overeind is gebleven. De sector is teruggekomen en zelfs met een groei van jaarlijks zo'n 10%. Het zal er ook mee te maken hebben dat research en insights een belangrijke rol spelen in onzekere tijden. Wat vindt en doet de consument? Hoe houden bedrijven, producten en diensten zich staande? Hoe bied je het hoofd aan pieken en dalen in een wereldwijde economische achtbaan? Het zijn zaken die continu vragen om snelle en adequate duiding en een gerichte vooruitblik. De sector heeft die vragen uitstekend opgevangen en beantwoord. Het jaar 2023 wordt door de gehele branche dan ook met vertrouwen tegemoet gezien. Maar enige voorzichtigheid is geboden, want ook in de marktonderzoeksector zullen de kosten - en de zoektocht naar goede medewerkers - van invloed blijven.

SECTOR
LEVERT
SNELLE EN
ADEQUATE
DUIDING
EN EEN
GERICHTE
VOORUIT-
BLIK



COMMUNICATION/ CONCEPTTESTING/ADVERTISING

1	GfK Netherlands BV	60
2	Ipsos B.V.	40
3	Kantar Netherlands B.V.	38
4	DVJ Research Group	26
5	Skim	20
6	I&O Research	20
7	Validators	18
8	MWM2	18
9	Motivaction International B.V.	15
10	Kien Panel Wizard	12

FAST MOVING CONSUMER GOODS

1	Kantar Netherlands B.V.	59
2	Normec Sensory	50
3	GfK Netherlands BV	50
4	Skim	32
5	Markteffect/Direct research	25
6	Ipsos B.V.	21
7	DVJ Research Group	17
8	Blauw Research	14
9	Epiphany - Research Based Consultancy	12
10	Essensor b.v.	11

ADVERTISING

(MEDIA/RECLAME EN COMMUNICATIE)

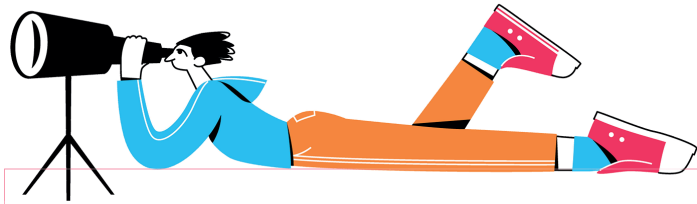
1	GfK Netherlands BV	40
2	Ipsos B.V.	36
3	Kantar Netherlands B.V.	23
4	Markteffect/Direct research	15
5	Motivaction International B.V.	9
6	DVJ Research Group	9
7	Kien Panel Wizard	6
8	Validators	5
9	"Choice Insights + Strategy	4
10	Newcom Research & Consultancy	4

CUSTOMER AND/OR EMPLOYEE SATISFACTION

1	ZorgfocuZ B.V.	31
2	Underlined BV	31
3	MWM2	30
4	MarketResponse	26
5	Ipsos B.V.	25
6	KCM Survey B.V.	23
7	Integron BV	22
8	Epiphany - Research Based Consultancy	22
9	I&O Research	20
10	USP Marketing Consultancy	15

MOA

De wereld van marketing insights, analytics en data science is voortdurend in ontwikkeling. MOA begeleidt - als expertisecenter voor data en insights - organisaties 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. De MOA is een betrouwbaar en deskundig kennisplatform voor professionals die op dit terrein werkzaam zijn.



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

1	Markteffect/Direct research	70
2	GfK Netherlands BV	70
3	Kantar Netherlands B.V.	66
4	Ipsos B.V.	50
5	DVJ Research Group	39
6	Mobiel Centre Marktonderzoek 'veldwerk+'	20
7	I&O Research	20
8	Epiphany - Research Based Consultancy	19
9	Validators	16
10	Motivaction International B.V.	13

Toelichting puntenverdeling en ranking

De volledige lijst van deelnemende bureaus staat op marketingtribune.nl/maabureaulijst. 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 FMCGt 20 punten (50% van 40).

Het onderzoek werd uitgevoerd in de maand november 2022. Het project werd aangestuurd door het MOA-secretariaat. Diederik Rietberg (Intellex) was verantwoordelijk voor de verwerking van de data.

ONLINE RESEARCH

1	GfK Netherlands BV	171
2	Kantar Netherlands B.V.	135
3	Ipsos B.V.	103
4	DVJ Research Group	87
5	Markteffect/Direct research	68
6	Skim	52
7	Blauw Research	50
8	Epiphany - Research Based Consultancy	43
9	MWM2	38
10	Motivaction International B.V.	34

PRODUCT DEVELOPMENT-/USAGE- AND BEHAVIOURAL-RESEARCH

1	GfK Netherlands BV	60
2	Ipsos B.V.	41
3	Normec Sensory	40
4	Kantar Netherlands B.V.	25
5	Epiphany - Research Based Consultancy	22
6	Blauw Research	21
7	I&O Research	20
8	DVJ Research Group	17
9	Skim	16
10	Essensor b.v.	10

PUBLIC SECTOR

(OVERHEID/ONDERWIJS/EDUCATIE)

1	I&O Research	66
2	Motivaction International B.V.	26
3	Kantar Netherlands B.V.	25
4	Mobiel Centre Marktonderzoek 'veldwerk+'	20
5	MWM2	20
6	Desan Research Solutions	18
7	Etil research & marketing	17
8	Ipsos B.V.	16
9	Markteffect/Direct research	15
10	Moventem	14

FINANCIALS (BANK EN VERZEKERINGSWEZEN)

1	Ipsos B.V.	26
2	Underlined BV	22
3	Epiphany - Research Based Consultancy	22
4	Motivaction International B.V.	20
5	MWM2	15
6	Kantar Netherlands B.V.	13
7	DVJ Research Group	13
8	Markteffect/Direct research	10
9	GfK Netherlands BV	10
10	Blauw Research	10

PHARMACEUTICAL & HEALTHCARE

1	ZorgfocuZ B.V.	21
2	SKIM	16
3	Ipsos B.V.	12
4	Markteffect/Direct research	10
5	samhealth B.V.	10
6	Newcom Research & Consultancy	5
7	DVJ Research Group	4
8	GfK Netherlands BV	4
9	SKB	4
10	MarketResponse	3