

Twee derde van podcastluisteraars luisterde meer podcasts tijdens lockdown

06-10-2020 12:49



Bijna een op de vijf consumenten geeft aan dat tijdens de 'coronalockdown' dit voorjaar hun luistergedrag compleet is veranderd. Twee derde van de podcast luisteraars geeft aan in die periode meer podcasts te zijn gaan luisteren. Dat blijkt uit het vandaag verschenen Online Radio en Podcast Onderzoek 2020 van de [verenigde-Online Radiostations \(v-OR\)](#), uitgevoerd door onderzoeksbureau [DVJ Insights verricht](#) onder 501 Nederlandse consumenten. De onderzoeksresultaten zijn gepubliceerd in aanloop naar de [Online Radio Awards 2020](#) vanmiddag.

In september 2019 heeft de v-OR ook een onderzoek laten uitvoeren door DVJ Insights om meer kennis te vergaren over het luistergedrag en de ontwikkeling daarvan op het gebied van online radio en podcasts. Dit jaar is het onderzoek opnieuw in dezelfde periode uitgevoerd om te kijken of ontwikkelingen zich voortzetten of dat er nieuwe ontwikkelingen te zien zijn.

Buiten de coronaperikelen om werd ook gevraagd in hoeverre de online audiovormen impact hebben op consumptie van traditionele media. Net als vorig jaar stelt bijna de helft van de respondenten, die naar podcasts/online radio luisteren, minder reguliere radio te luisteren vanwege podcasts en online radio. Driekwart denkt ook dat online audiovormen belangrijke media worden of al zijn.

'Reguliere of FM? radio is ouderwets'

Opvallend is ook dat 32% van de respondenten aangeeft dat door de komst van de nieuwe audio-vormen zij de reguliere audio-vormen als ouderwets zien. In de nieuwe onderzoekscijfers blijkt ook dat reguliere radio geassocieerd wordt met termen 'gezellig', 'makkelijk' en 'muziek', maar ook de term 'reclame' als negatieve associatie bij veel consumenten naar voren komt.

Groei in online audiovormen

Uit het onderzoek blijkt verder dat alle online audiovormen, waaronder online radio, on-demand streaming diensten (vooral Spotify en Youtube) en podcasts een groei laten zien ten opzichte van 2019. Online radio wordt door 35% van de consumenten gebruikt, on-demand streamingplatformen 44% en podcasts 17%.

Meer audio in het onderwijs

Op scholen wordt er naar school TV gekeken en moeten er verplicht boeken worden gelezen. Zou er in het onderwijs ook meer aandacht voor audio (luisterboeken, podcasts etc.) moeten zijn? Iets meer dan de helft van de respondenten (56%) vindt dat er meer aandacht moet zijn voor audio in het onderwijs. Dit wordt als belangrijk gezien en passend bij deze tijd en de toekomst.

Reclame is steeds minder een probleem

Reclameboodschappen zijn voor de meeste (online) radiostations en podcasts de belangrijkste inkomstenbronnen. 41% procent ergert zich niet aan reclameboodschappen in (online) radioprogramma's en podcasts en snappen dat het nodig (dit was vorig jaar 35%). Een derde van de respondenten 'zapt weg' bij een reclameboodschap en 21% kiest bewust voor een audiomedium zonder reclame, zoals Apple Music of Spotify premium. Opvallend is dat 61% er voor open staat als geen reclameblokken meer worden ingezet, maar reclame als 'branded content' in de (online) radioprogramma's of podcast worden vermengd. Relevantie is hierbij wel belangrijk volgens de respondenten.

Betalen voor audio het nieuwe normaal?

Een alternatief voor reclamevrij audio luisteren zijn premium streamingdiensten zoals Spotify Premium en Deezer. Meer dan de helft (65%) betaald niet voor on-demand/online radio. Iets minder dan de helft geeft aan hier ook niet toe bereid te zijn, terwijl iets meer dan de helft wel verwacht dat dit over 5 jaar gebruikelijker zal worden om te doen.

40% is echter wel bereid om te betalen voor een reclamevrij (online) radiostation of podcast. Daarnaast geeft 17% aan dat dit afhankelijk is van het tarief.

Het Online Radio en Podcast Onderzoek 2020 werd tussen 11 t/m 14 september uitgevoerd door onderzoeksbureau [DVJ Insights](#) onder een consumentenpanel van 501 respondenten in opdracht van de [verenigde-Online Radiostations](#). Doelstelling is om op de dag van de [Online Radio Awards 2020](#) het consumentengebruik van podcasts en online radio in kaart te brengen.