



MUZIEK MONITOR

ZOMER 2025

MUZIEK MONITOR

ZOMER 2025

Uitgevoerd door:



In opdracht van:



De Muziekmonitor

De Muziekmonitor in het kort

NVPI brengt met de Muziekmonitor de trends in demografische kenmerken en gedrag van de Nederlandse muziekconsumenten in beeld. Dit gebeurt aan de hand van marktonderzoek in de vorm van een online vragenlijst. In dit rapport worden de belangrijkste resultaten gepresenteerd. Het veldwerk van het onderzoek is verricht door onderzoeksbureau GfK. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van NVPI Muziek.

Belangrijkste inzichten

Iedere generatie luistert op hun eigen manier muziek

- De radio is nog steeds de meest dominante manier om muziek te ontdekken en muziek te luisteren
- Jongere generaties ontdekken vaker muziek via social media en/of streamingdiensten
- De meeste uren muziek worden geluisterd via streamingdiensten.
- 15-17 jarigen kopen het meest ‘fysieke’ muziek, niet vanwege de geluidskwaliteit, maar vanwege het plezier in het verzamelen en bezitten ervan.
- Geen onderbrekingen en luisteren naar wat je wilt, wanneer je wilt zijn de belangrijkste redenen om te betalen voor een muziekstreamingdiensten.
- De meeste voorkomende reden om niet te betalen voor een muziekstreamingdienst zijn de kosten.
- Ruim zeventig procent van de Nederlanders vindt het belangrijk dat muziek door een mens is gemaakt, en niet door AI. En als het wel met AI gemaakt is dan moet dat duidelijk aangegeven worden (zo vindt bijna zeventig procent).
- 13-14 jarigen hebben de minste moeite met AI-muziek of muziek gemaakt m.b.v. AI.
- Driekwart van de respondenten geeft aan dat muziek belangrijk is voor hun welzijn.
- Een kwart van de 18-34 jarigen luistert minder muziek omdat ze ook naar podcasts luisteren.
- Een derde van de 15-17 jarigen luisteren het liefst naar een heel album van begin tot eind.
- Ondanks de opkomst van muziekstreamingdiensten hecht twee derde van respondenten nog belang aan radio.

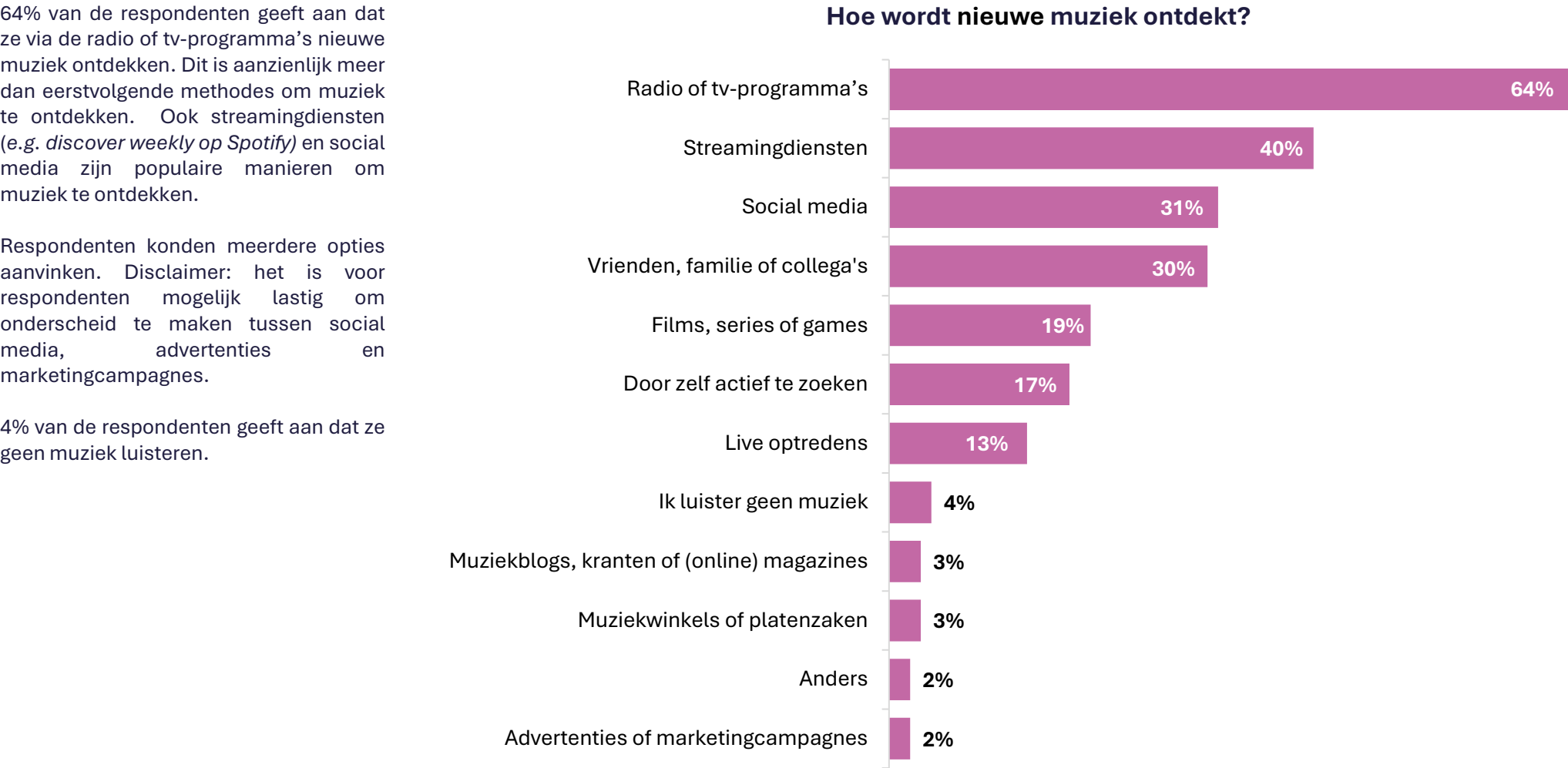
MUZIEK ONTDEKKEN

Radio meest voorkomende manier om nieuwe muziek te ontdekken

64% van de respondenten geeft aan dat ze via de radio of tv-programma's nieuwe muziek ontdekken. Dit is aanzienlijk meer dan eerstvolgende methodes om muziek te ontdekken. Ook streamingdiensten (e.g. *discover weekly op Spotify*) en social media zijn populaire manieren om muziek te ontdekken.

Respondenten konden meerdere opties aanvinken. Disclaimer: het is voor respondenten mogelijk lastig om onderscheid te maken tussen social media, advertenties en marketingcampagnes.

4% van de respondenten geeft aan dat ze geen muziek luisteren.

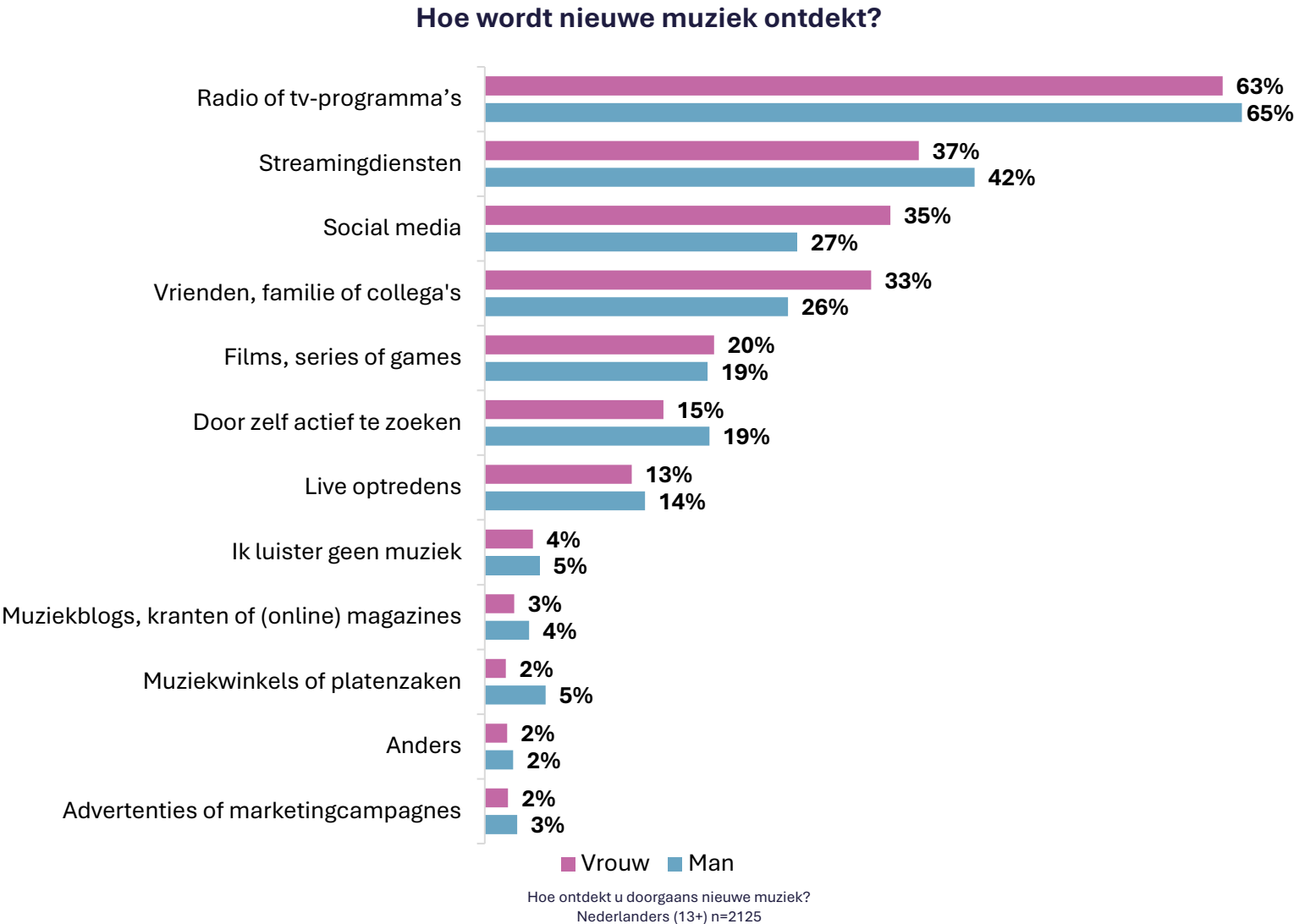


Hoe ontdekt u doorgaans nieuwe muziek?
Nederlanders (13+) n=2125

Vrouwen ontdekken vaker muziek via vrienden en familie, mannen via streamingdiensten

Tussen mannen en vrouwen is er onderscheid in hoe ze nieuwe muziek ontdekken. We zien dat mannen vaker aangeven dat ze via radio of tv-programma's, streamingdiensten en door zelf actief te zoeken nieuwe muziek ontdekken. En vrouwen geven aan dat ze vaker via social media of vrienden, familie en collega's nieuwe muziek ontdekken.

Muziek ontdekken via films, series of games, of via live optredens komt bijna even vaak voor bij mannen als bij vrouwen.



Jongeren ontdekken muziek via social media, ouderen via de radio

Als we kijken naar verschillende leeftijdscategorieën dan zien we dat jongeren van 13-14 jaar grotendeels via social media (e.g. *TikTok*) nieuwe muziek ontdekken (75%). Respondenten tussen de 15 en 34 jaar doen dit vooral via streamingdiensten. En 35-plussers gebruiken de radio of tv-programma's om nieuwe muziek te ontdekken.

Live optredens zijn voor alle leeftijdsgroepen een belangrijke manier om nieuwe muziek te ontdekken, behalve voor de 13-14 jarigen. Dit kan ook komen omdat zij nog minder naar live optredens gaan.

	Hoe wordt nieuwe muziek ontdekt?					
	13-14	15-17	18-34	35-49	50-64	65+
Radio of tv-programma's	25%	40%	54%	66%	75%	73%
Streamingdiensten	55%	68%	59%	44%	30%	16%
Social media	75%	60%	48%	31%	17%	12%
Vrienden, familie of collega's	41%	53%	39%	30%	24%	18%
Films, series of games	26%	36%	28%	19%	18%	8%
Door zelf actief te zoeken	24%	26%	23%	15%	17%	11%
Live optredens	3%	20%	20%	15%	12%	5%
Ik luister geen muziek	3%	4%	2%	3%	4%	9%
Muziekblogs, kranten of (online) magazines	3%	2%	3%	3%	4%	3%
Muziekwinkels of platenzaken	5%	4%	3%	3%	1%	2%
Anders	5%	0%	2%	2%	2%	3%
Advertenties of marketingcampagnes	3%	4%	5%	3%	4%	2%

MUZIEK **LUISTEREN**

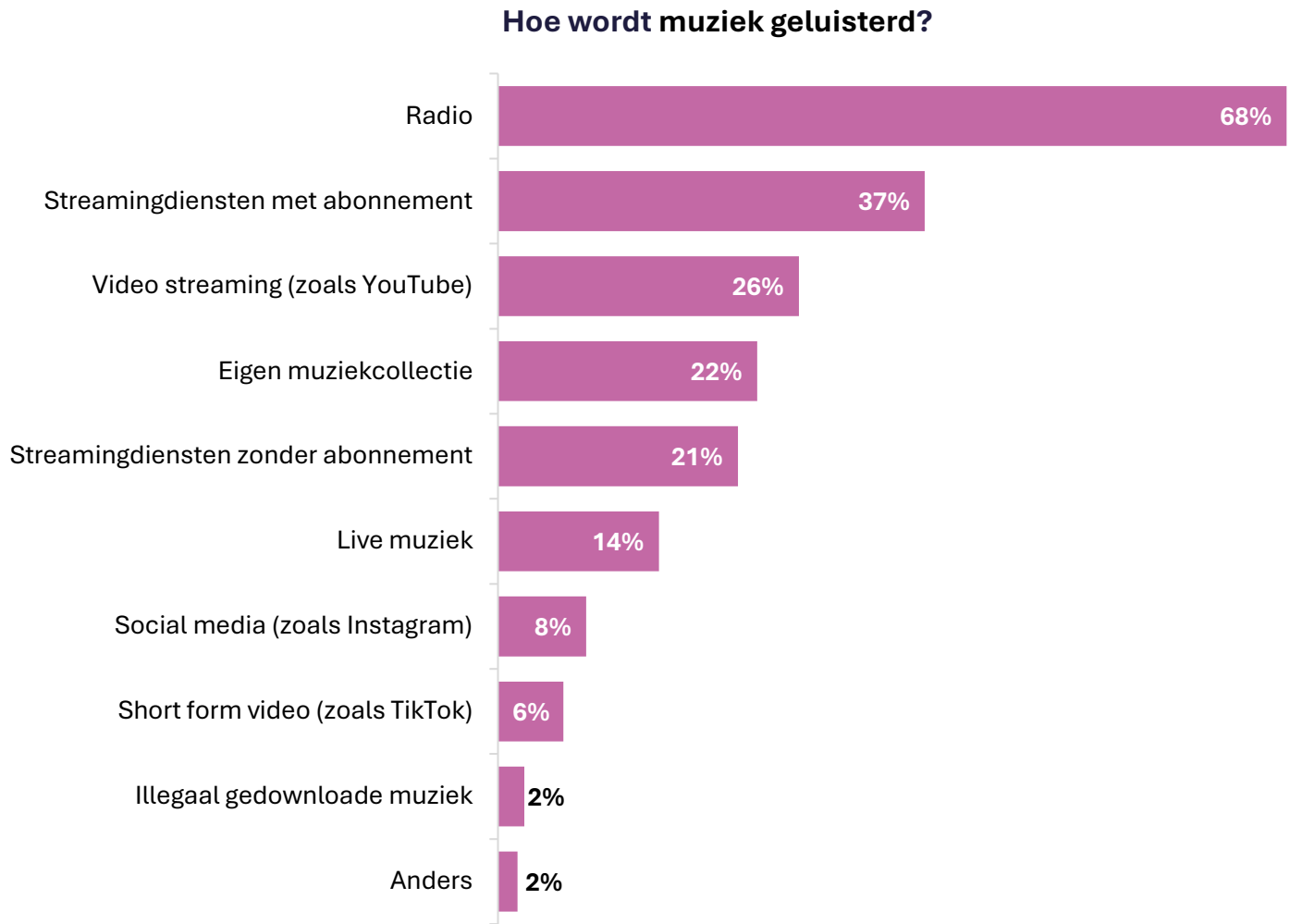
De respondenten luisteren het vaakst naar de radio

De radio is de belangrijkste manier om muziek te luisteren. Ruim twee derde van de respondenten die muziek luisteren geeft aan dat ze dit via de radio doen.

Ook streamingdiensten met een abonnement zijn populair om muziek te luisteren (37%), populairder dan streamingdiensten zonder een abonnement (21%).

Het luisteren naar illegaal gedownloade muziek wordt maar door 2% van de respondenten gedaan. In werkelijkheid zal dit percentage hoger liggen omdat niet iedereen weet wanneer ze daadwerkelijk naar illegale muziek luisteren.

Respondenten konden meerdere antwoorden kiezen.

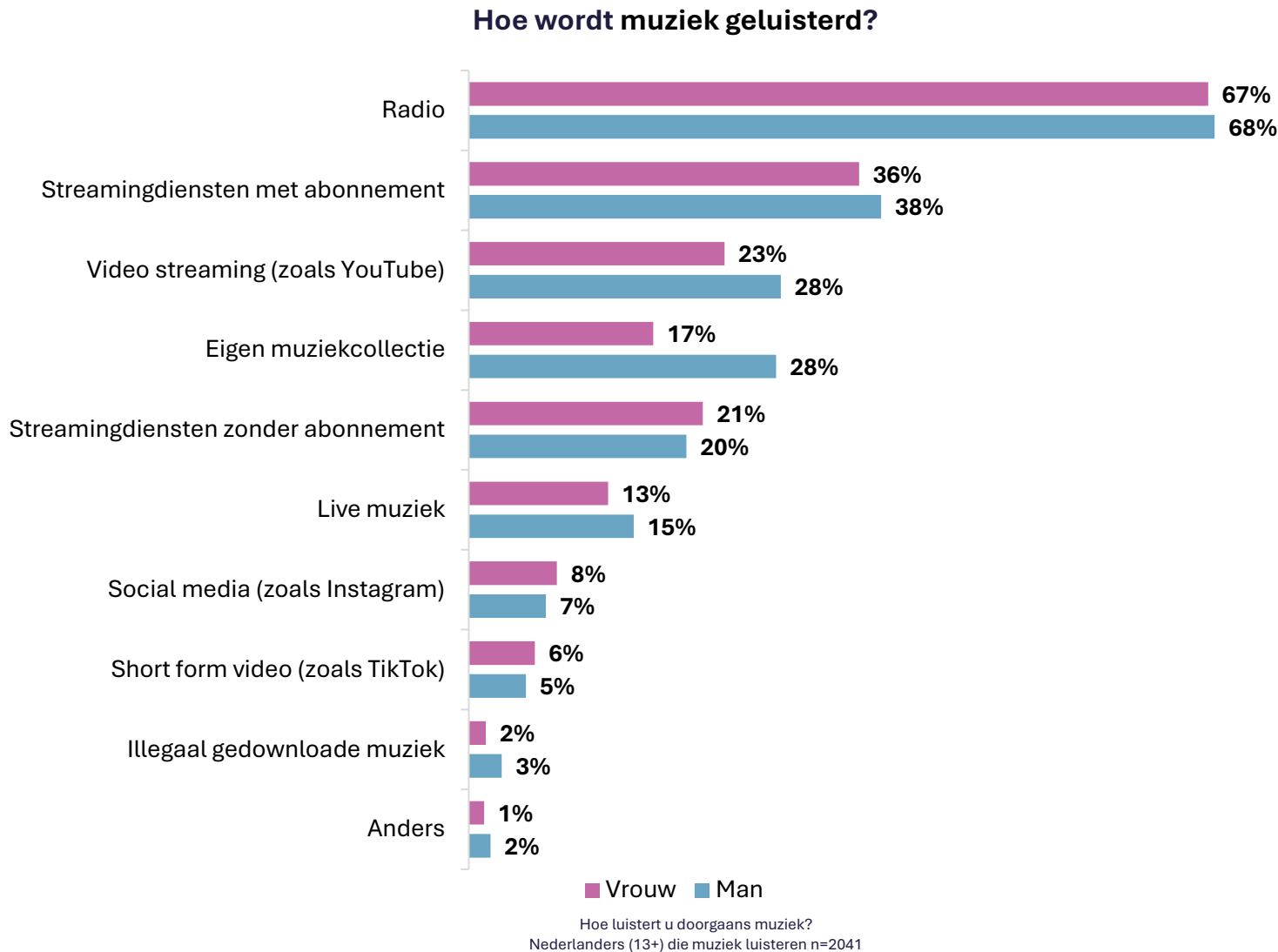


Hoe luistert u doorgaans muziek?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren n=2041

Mannen luisteren meer muziek via hun eigen muziekcollectie

Mannen luisteren aanzienlijk meer muziek via hun eigen muziekcollectie (28%) t.o.v. vrouwen (17%). Ook geven mannen aan dat ze vaker via programma's als YouTube muziek luisteren (28%) t.o.v. vrouwen (23%).

Voor de andere manieren om muziek te luisteren zijn er geen grote verschillen tussen mannen en vrouwen.



Radio populair bij ouderen, streaming en YouTube bij jongeren

13-14 jarigen luisteren aanzienlijk meer muziek via YouTube, social media (e.g. *Instagram*) en short form video (e.g. *TikTok*). De 15-17 jarigen luisteren het liefst via streamingdiensten met een abonnement. En de 18-plussers luisteren de meeste muziek via de radio.

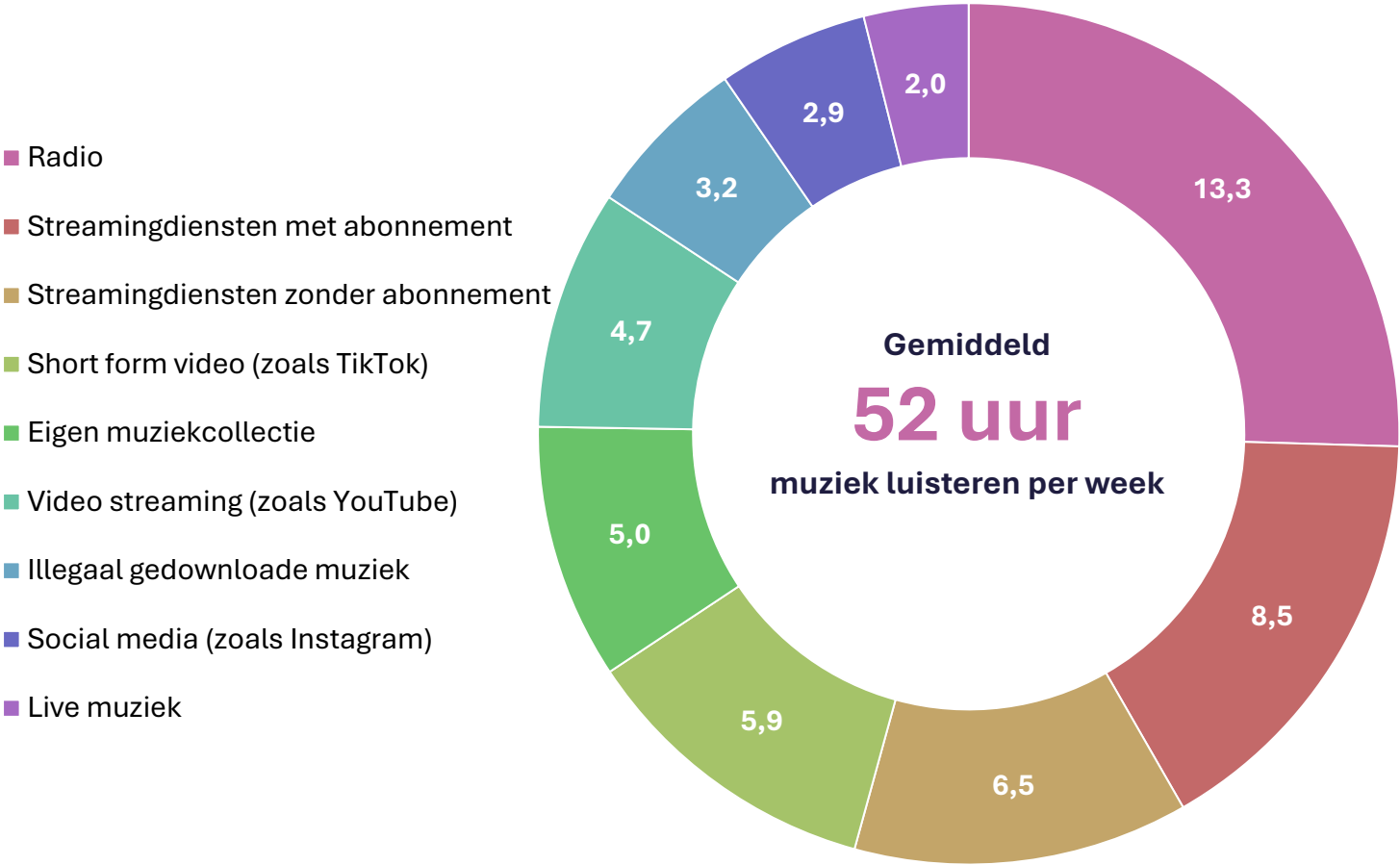
	Hoe wordt muziek geluisterd?					
	13-14	15-17	18-34	35-49	50-64	65+
Radio	21%	27%	55%	69%	82%	84%
Streamingdiensten met abonnement	43%	53%	54%	41%	31%	13%
Video streaming (zoals YouTube)	45%	25%	34%	28%	19%	17%
Eigen muziekcollectie	9%	16%	18%	17%	28%	30%
Streamingdiensten zonder abonnement	33%	34%	25%	21%	15%	16%
Live muziek	8%	10%	17%	13%	17%	10%
Social media (zoals Instagram)	26%	16%	11%	6%	5%	2%
Short form video (zoals TikTok)	38%	19%	6%	5%	1%	1%
Illegaal gedownloade muziek	1%	6%	3%	2%	1%	2%
Anders	3%	0%	0%	2%	2%	2%

Meeste uren worden besteedt aan de radio

Radio wordt door de meeste mensen gebruikt om muziek te luisteren, al besteden Nederlanders in totaal meer tijd aan (muziek)streaming (met abonnement en zonder abonnement bij elkaar opgeteld).

Gemiddeld luisteren de respondenten 52 uur muziek per week. Disclaimer: het grote aantal uren valt op, mogelijk is iets van bias ontstaan door de vraagstelling waarbij respondenten per methode uren moesten invullen.

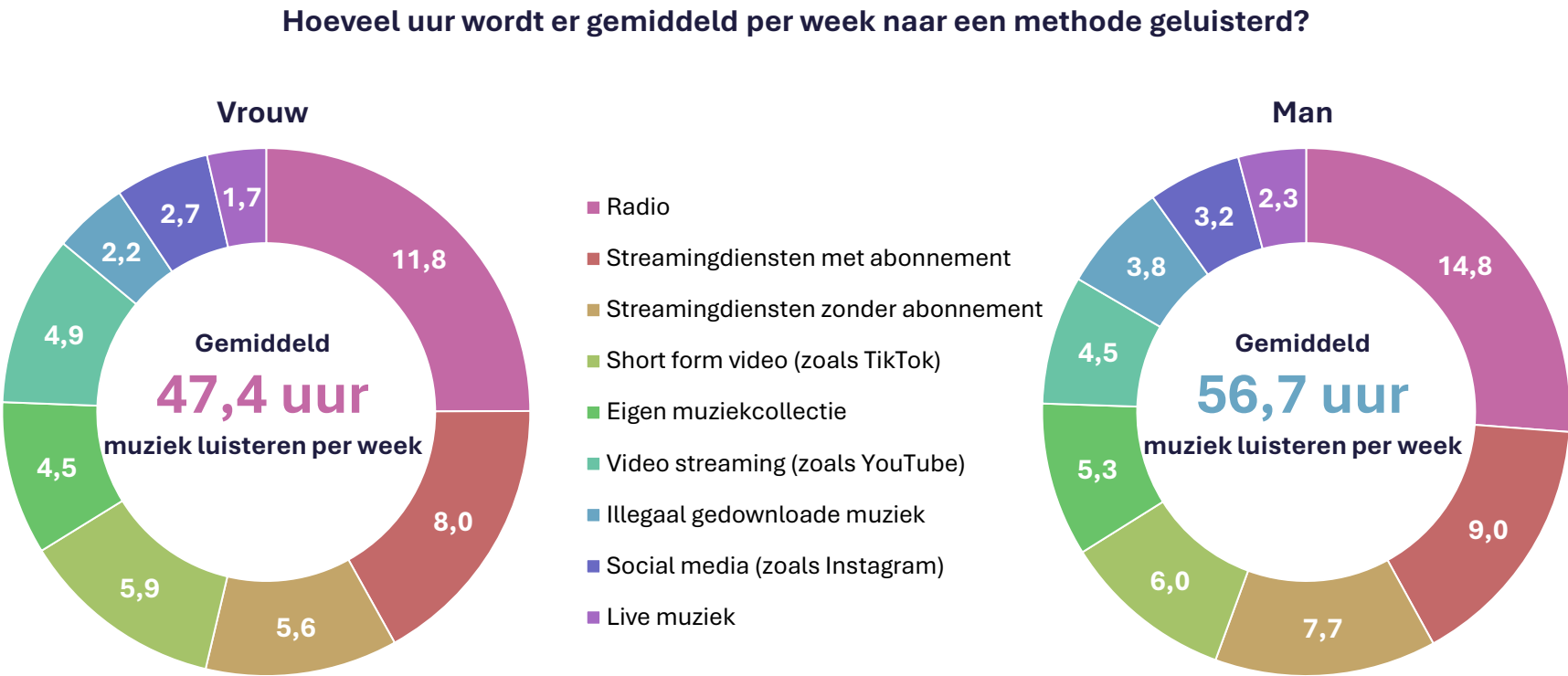
Hoeveel uur wordt er gemiddeld per week naar een methode geluisterd?



In een typische week, hoeveel uur besteedt u aan het luisteren via onderstaande methode?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren n=2041

Mannen luisteren meer muziek

Mannen luisteren aanzienlijk meer muziek dan vrouwen. Mannen luisteren gemiddeld 56,7 uur per week naar muziek, met name naar radio en streamingdiensten. En vrouwen luisteren gemiddeld 47,4 uur per week naar muziek.



In een typische week, hoeveel uur besteedt u aan het luisteren via onderstaande methode?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren n=2041

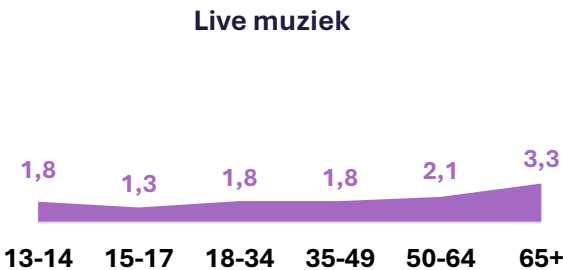
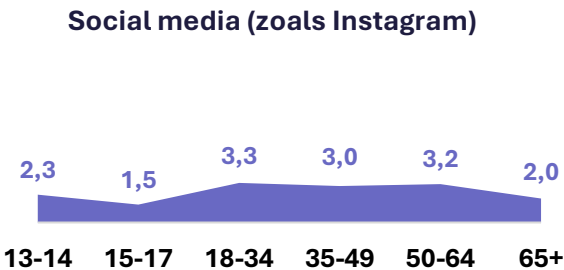
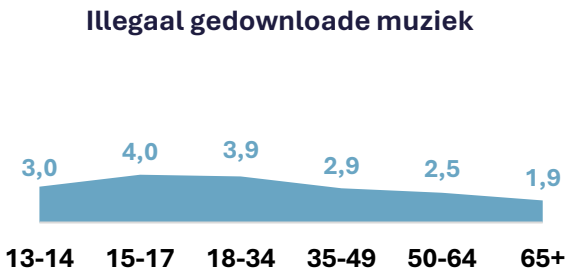
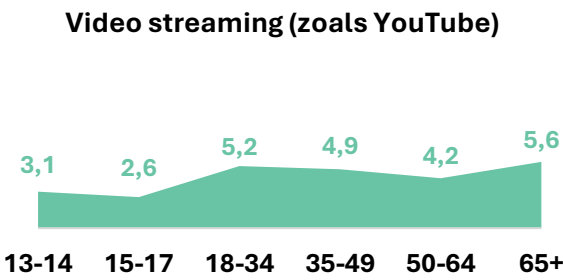
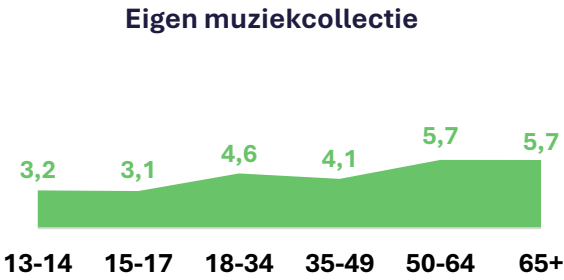
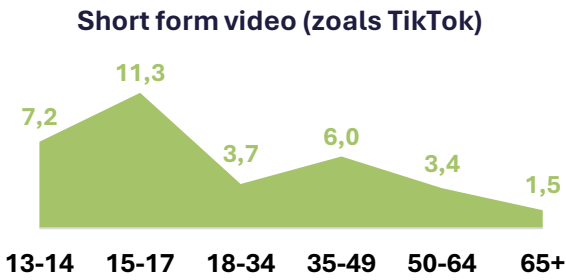
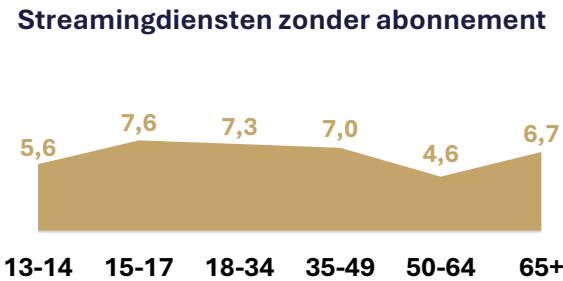
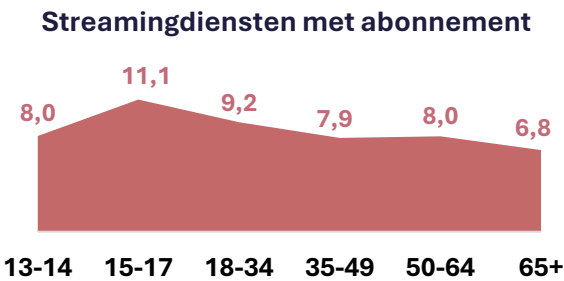
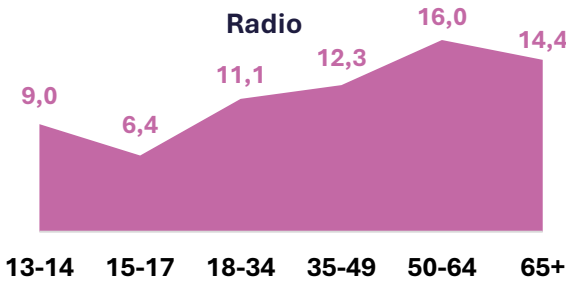
Iedereen luistert naar de radio, maar 15-17 jarigen luisteren het meest via TikTok

Onder jongere generaties zijn streamingdiensten, TikTok en illegaal gedownloade muziek het populairst, terwijl de oudere generaties juist meer uren muziek luisteren via radio, YouTube en de eigen muziekcollectie.

In onderstaande tabel staat hoeveel uur er gemiddeld per week naar muziek wordt geluisterd per leeftijdscategorie. Iedereen luistert bijna 50 uur per week naar muziek, waarbij de jongeren van 13-14 jaar de minste muziek per week luisteren.

13-14	43,2 uur
15-17	48,9 uur
18-34	50,1 uur
35-49	49,9 uur
50-64	49,8 uur
65+	47,8 uur

Hoeveel uur wordt er gemiddeld per week naar een methode geluisterd?



In een typische week, hoeveel uur besteedt u aan het luisteren via onderstaande methode?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren n=2041

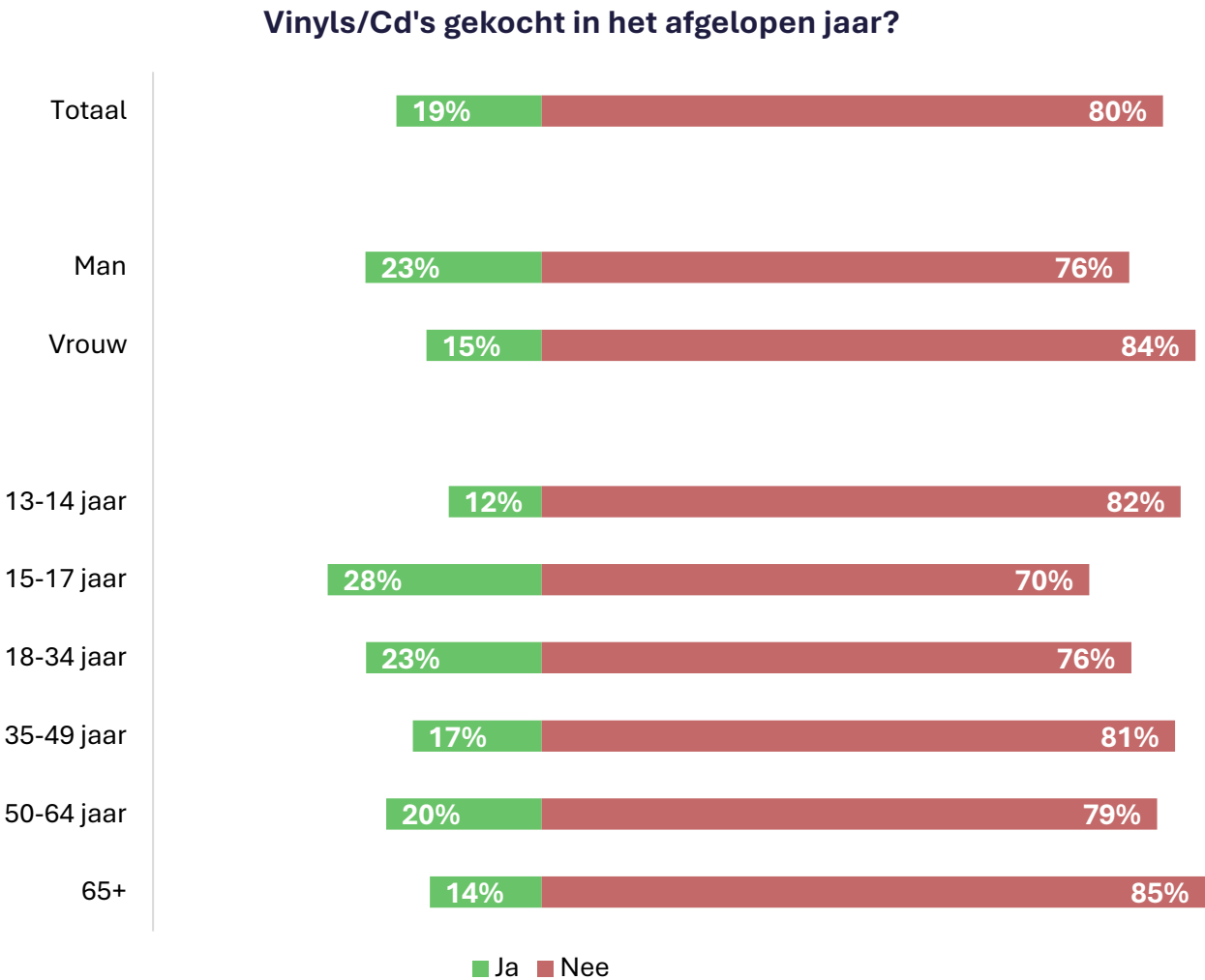
FYSIEKE MUZIEK

15-17 jarigen kopen de meeste vinyls en cd's

19% van de respondenten die muziek luisteren heeft in het afgelopen jaar ‘fysieke’ muziek als vinyl of cd’s gekocht.

We zien dat mannen vaker dan vrouwen ‘fysieke’ muziek hebben gekocht.

Vooraf opvallend is de leeftijdsgroep van 15-17 jarigen. 28% van deze groep geeft aan dat ze lp’s of cd’s hebben gekocht in het afgelopen jaar. Binnen deze groep zijn het iets vaker jongens dan meisjes die dat hebben gedaan.



Heeft u in het afgelopen jaar ‘fysieke’ muziek gekocht?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren n=2023

De meeste mensen vinden het vooral leuk om fysieke muziek te verzamelen

Respondenten geven vooral aan dat ze het leuk vinden om ‘fysieke’ muziek te bezitten en te verzamelen (61%). Daarnaast beleven ze ook veel plezier aan de fysieke ervaring (46%) en de esthetiek van platen (35%). Onder ‘anders’ wordt ook vaak benoemd dat respondenten cd’s kopen voor gebruik in de auto.

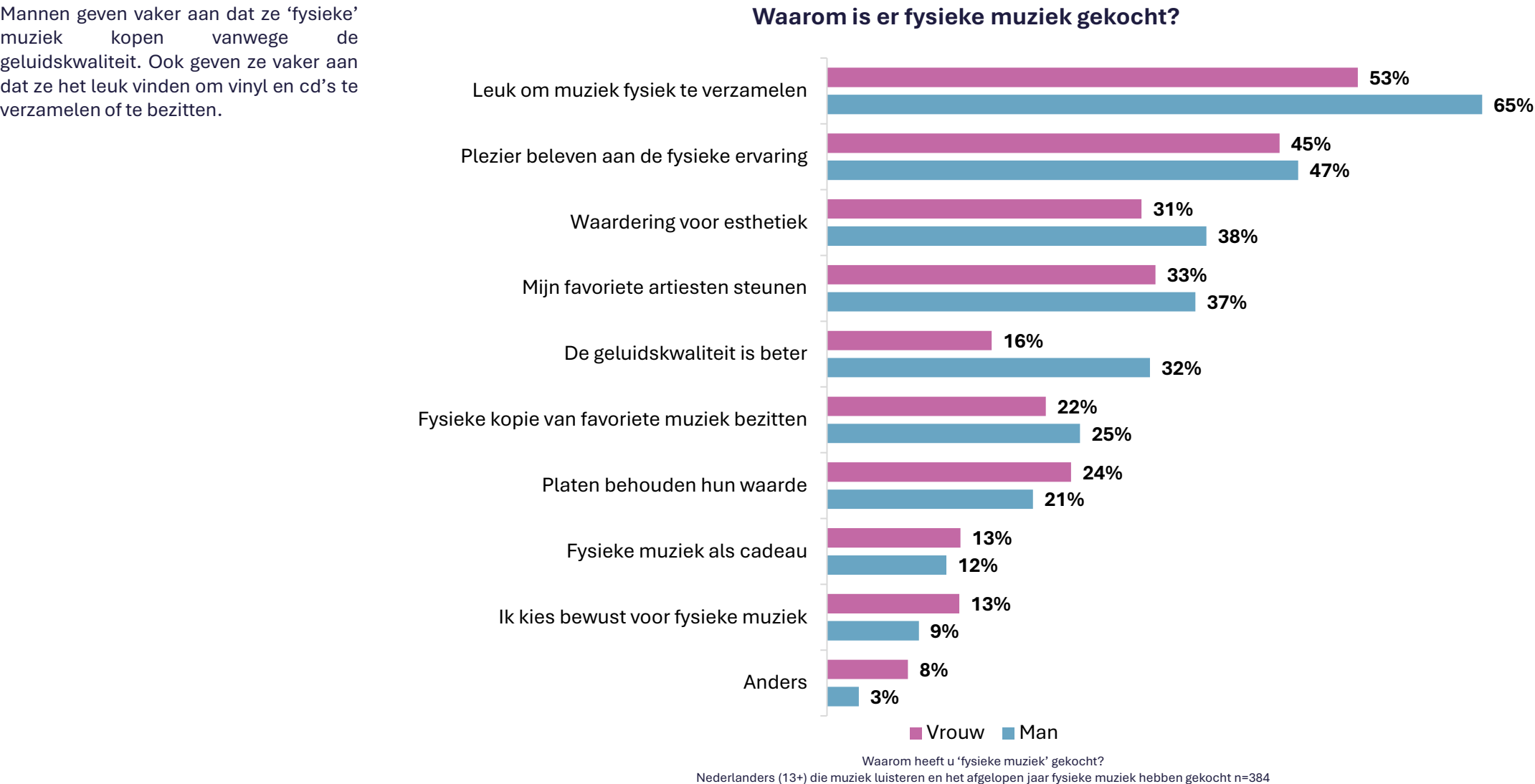
Respondenten konden meerdere antwoorden kiezen.



Waarom heeft u ‘fysieke muziek’ gekocht?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren en het afgelopen jaar fysieke muziek hebben gekocht n=384

Mannen gaan voor geluidskwaliteit

Mannen geven vaker aan dat ze ‘fysieke’ muziek kopen vanwege de geluidskwaliteit. Ook geven ze vaker aan dat ze het leuk vinden om vinyl en cd’s te verzamelen of te bezitten.



Jongeren hechten minder waarde aan geluidskwaliteit

Waar de jongeren van 15-17 jaar het vaakst aangeven dat zij vinyl of cd's kopen, zien we ook dat zij dit vooral doen voor het verzamelen, de fysieke ervaring en de esthetiek. De geluidskwaliteit is voor hen geen belangrijke reden.

Alle leeftijdsgroepen kopen 'fysieke' muziek voornamelijk vanwege het plezier in het verzamelen en bezitten hiervan.

Waarom is er fysieke muziek gekocht?						
	13-14	15-17	18-34	35-49	50-64	65+
Leuk om muziek fysiek te verzamelen	34%	49%	68%	52%	66%	55%
Plezier beleven aan de fysieke ervaring	26%	34%	50%	32%	54%	51%
Waardering voor esthetiek	16%	34%	46%	33%	35%	21%
Mijn favoriete artiesten steunen	8%	25%	44%	30%	39%	27%
De geluidskwaliteit is beter	10%	9%	19%	27%	31%	38%
Fysieke kopie van favoriete muziek bezitten	17%	32%	35%	26%	19%	6%
Platen behouden hun waarde	7%	34%	20%	20%	21%	29%
Fysieke muziek als cadeau	17%	9%	11%	20%	11%	8%
Ik kies bewust voor fysieke muziek	0%	0%	7%	11%	11%	22%
Anders	7%	7%	5%	6%	4%	4%

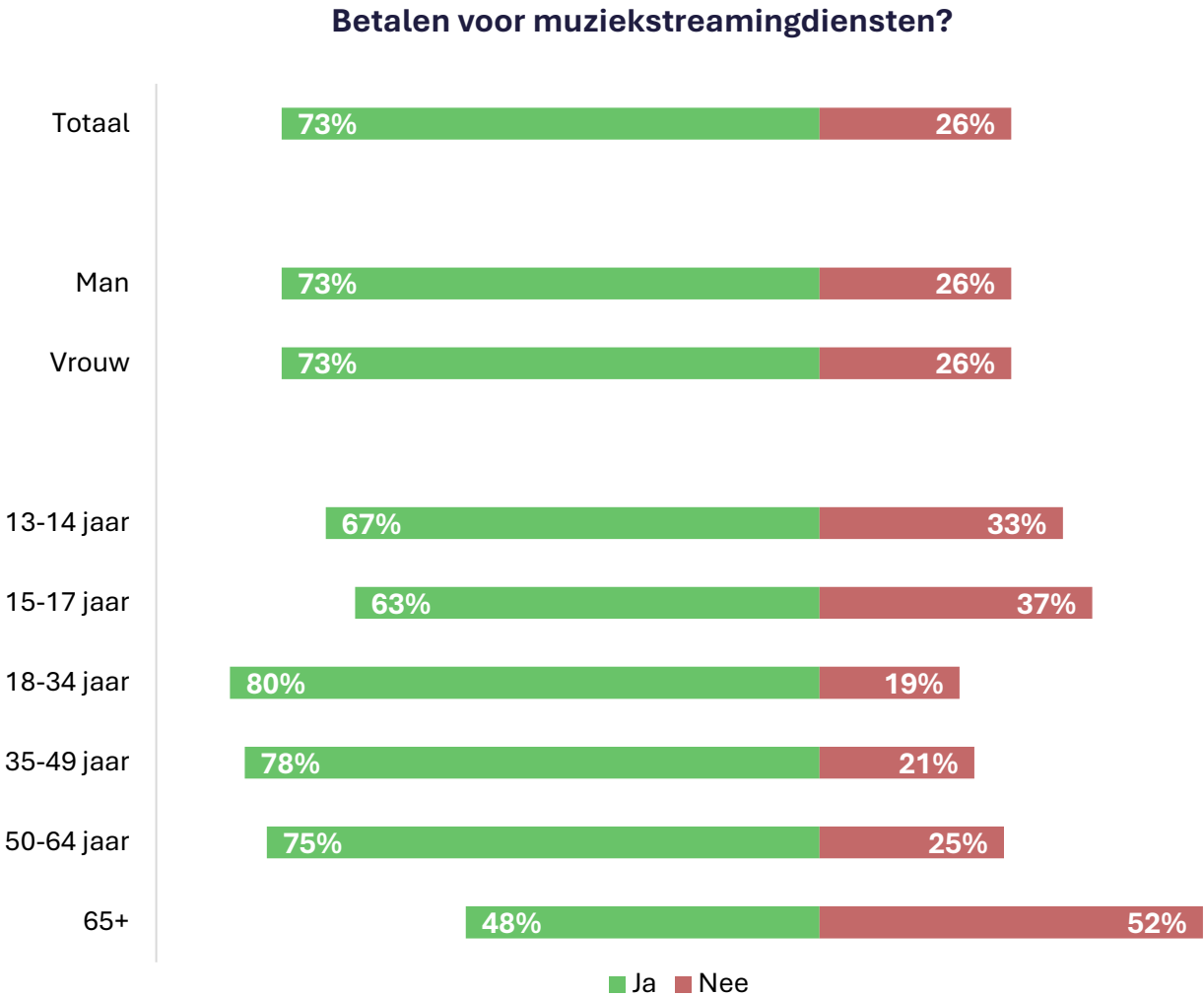
Waarom heeft u 'fysieke muziek' gekocht?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren en het afgelopen jaar fysieke muziek hebben gekocht n=384

MUZIEKSTREAMINGDIENSTEN

65-plussers betalen het minst vaak voor een muziekstreamingdienst

Ongeveer driekwart van de respondenten die muziek luisteren via muziekstreamingdiensten geeft aan dat ze hiervoor betalen.

Twee derde van de jongeren van 13-17 jaar betalen voor een streamingdienst. En de helft van de ouderen van 65+ betalen voor een muziekstreamingdienst.



Betaalt u momenteel voor een muziekstreamingdienst?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren via streamingdiensten n=1176

Mensen willen luisteren naar muziek zonder reclame

De twee belangrijkste redenen om gebruik te maken van betaalde muziekstreamingdiensten is omdat respondenten willen luisteren naar muziek zonder onderbrekingen (73%) en omdat ze willen luisteren naar wat ze willen, wanneer ze willen (70%).

Ook zit er vaak een muziekstreamingdienst bij een internetpakket, waardoor deze ook vaker gebruikt worden.

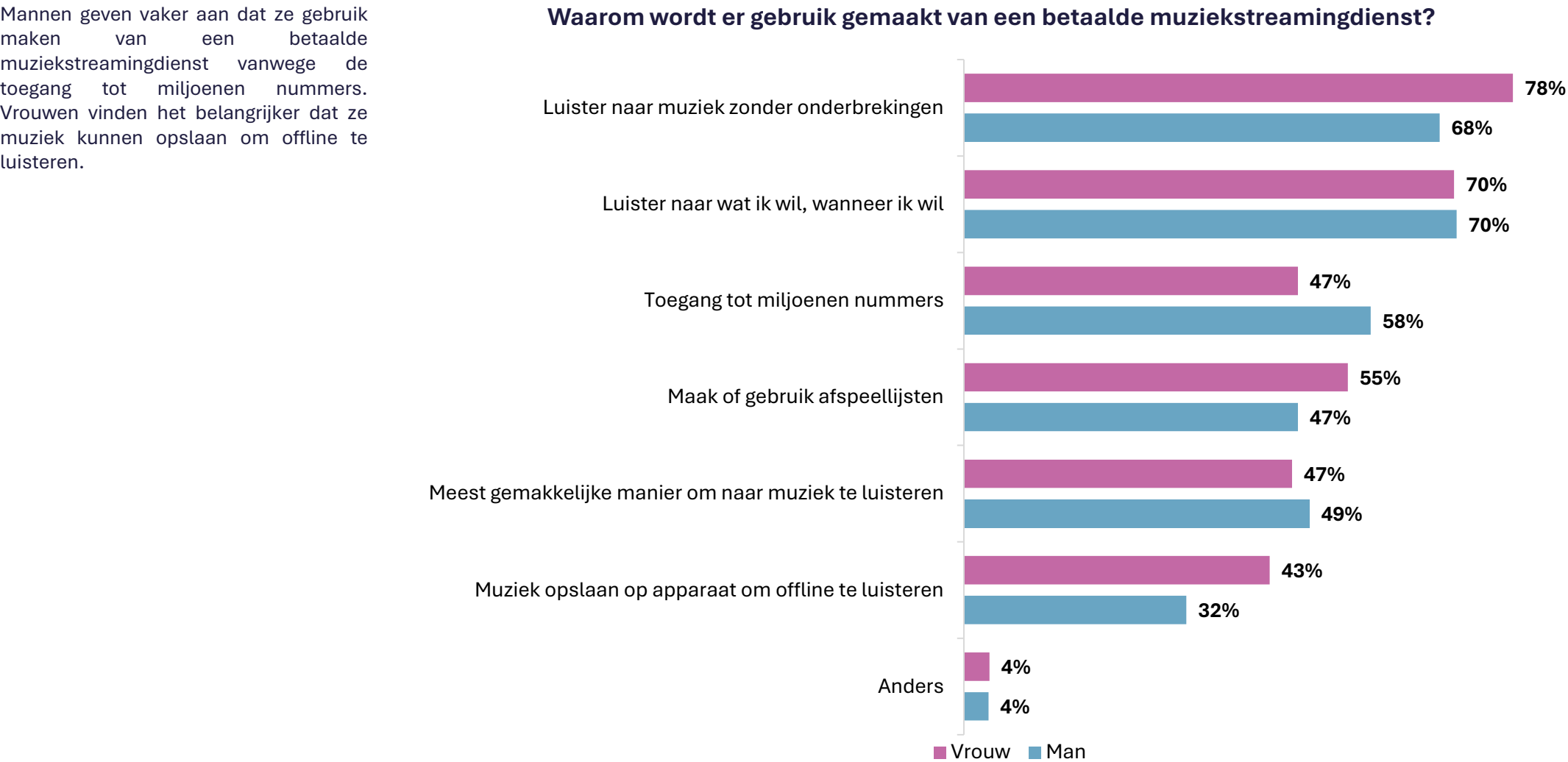
Respondenten konden meerdere antwoorden kiezen.



Waarom betaalt u momenteel voor het gebruik van een muziekstreamingdienst?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren via een muziekstreamingdienst en hiervoor betalen n=879

Mannen hechten meer waarde aan een groot aanbod

Mannen geven vaker aan dat ze gebruik maken van een betaalde muziekstreamingdienst vanwege de toegang tot miljoenen nummers. Vrouwen vinden het belangrijker dat ze muziek kunnen opslaan om offline te luisteren.



Waarom betaalt u momenteel voor het gebruik van een muziekstreamingdienst?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren via een muziekstreamingdienst en hiervoor betalen n=879

Muziek luisteren zonder reclames, en luisteren wanneer je wilt zijn het belangrijkste

Over alle leeftijdscategorieën zien we vergelijkbare resultaten over het gebruik van betaalde muziekstreamingdiensten. Het uitblijven van reclames en luisteren naar wat je wil, wanneer je wil zijn de meest prominente redenen om gebruik te maken van een muziekstreamingdienst.

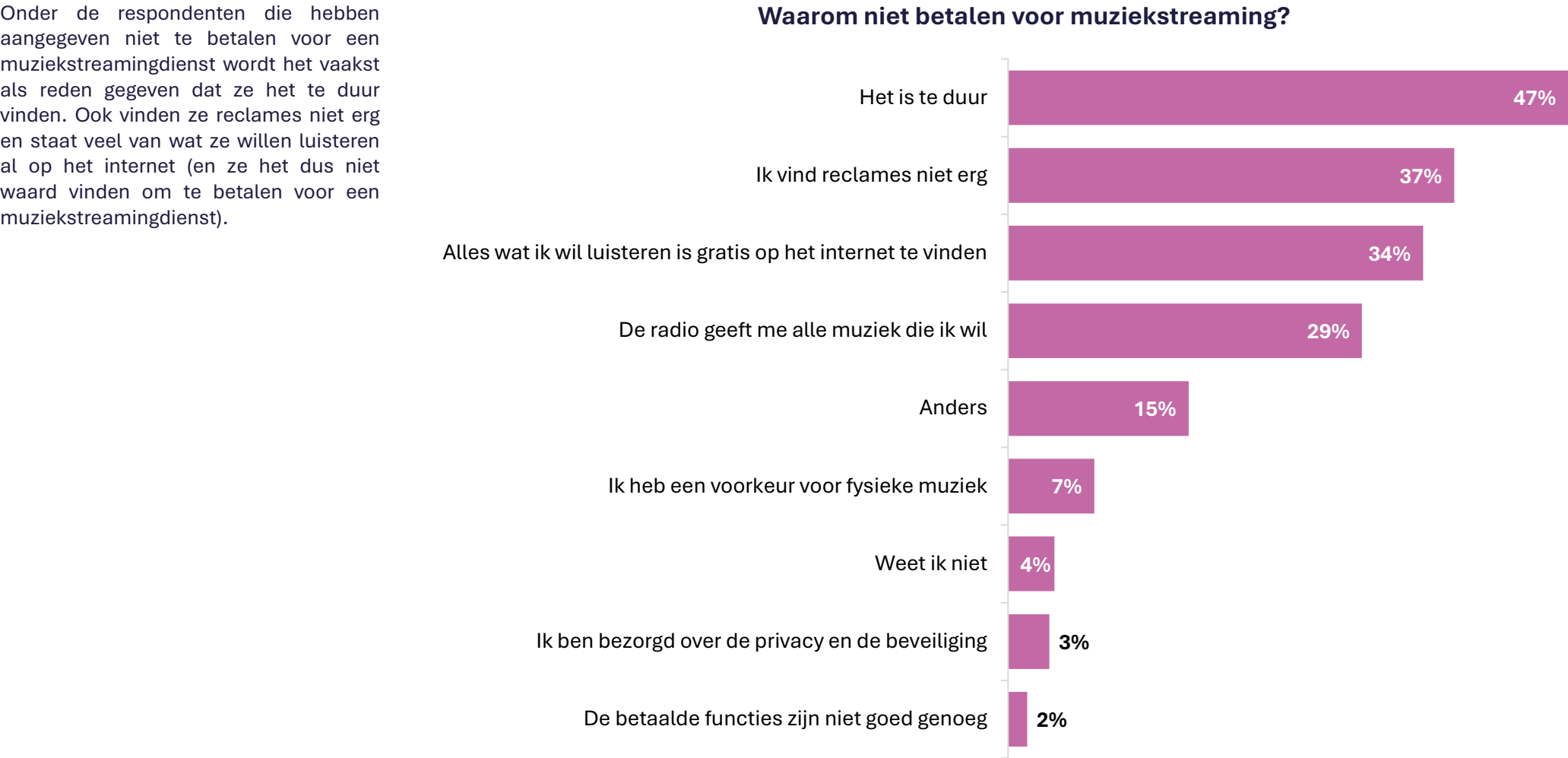
Waarom wordt er gebruik gemaakt van een betaalde muziekstreamingdienst?

	13-14	15-17	18-34	35-49	50-64	65+
Luister naar muziek zonder onderbrekingen	61%	78%	78%	70%	70%	67%
Luister naar wat ik wil, wanneer ik wil	70%	75%	70%	68%	72%	70%
Toegang tot miljoenen nummers	40%	51%	49%	56%	60%	51%
Maak of gebruik afspeellijsten	47%	48%	50%	53%	55%	45%
Meest gemakkelijke manier om naar muziek te luisteren	44%	68%	48%	44%	51%	43%
Muziek opslaan op apparaat om offline te luisteren	46%	75%	41%	35%	30%	20%
Anders	6%	0%	4%	2%	6%	2%

Waarom betaalt u momenteel voor het gebruik van een muziekstreamingdienst?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren via een muziekstreamingdienst en hiervoor betalen n=879

Prijs is de hoofdreden om niet te betalen voor een muziekstreamingdienst

Onder de respondenten die hebben aangegeven niet te betalen voor een muziekstreamingdienst wordt het vaakst als reden gegeven dat ze het te duur vinden. Ook vinden ze reclames niet erg en staat veel van wat ze willen luisteren al op het internet (en ze het dus niet waard vinden om te betalen voor een muziekstreamingdienst).



Waarom betaalt u momenteel niet voor het gebruik van een muziekstreamingdienst?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren via een muziekstreamingdienst en hiervoor niet betalen n=287

Mannen vinden hun muziek vaker buiten de streamingdiensten dan vrouwen

Mannen geven vaker aan dat ze niet voor een muziekstreamingdienst betalen omdat ze hun muziek op andere manieren vinden, zoals de radio of via andere manieren op het internet.

Vrouwen geven vaker aan dat ze niet betalen voor een muziekstreamingdienst vanwege de kosten.



Waarom betaalt u momenteel niet voor het gebruik van een muziekstreamingdienst?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren via een muziekstreamingdienst en hiervoor niet betalen n=287

Oudere generaties vinden de radio toereikend genoeg

De kosten zijn voor veel leeftijdscategorieën het grootste obstakel om te betalen voor een muziekstreamingdienst. De oudere generaties van 50+ geven daarnaast ook aan dat ze via de radio alle muziek kunnen luisteren die ze willen.

	13-14	15-17	18-34	35-49	50-64	65+
Het is te duur	59%	34%	49%	62%	30%	46%
Ik vind reclames niet erg	30%	48%	27%	38%	44%	41%
Alles wat ik wil luisteren is gratis op het internet te vinden	58%	42%	39%	32%	18%	35%
De radio geeft me alle muziek die ik wil	9%	0%	13%	31%	51%	49%
Anders	17%	23%	21%	6%	19%	8%
Ik heb een voorkeur voor fysieke muziek	4%	6%	6%	7%	12%	6%
Weet ik niet	11%	8%	2%	2%	4%	3%
Ik ben bezorgd over de privacy en de beveiliging	9%	0%	1%	4%	5%	4%
De betaalde functies zijn niet goed genoeg	0%	0%	2%	0%	5%	0%

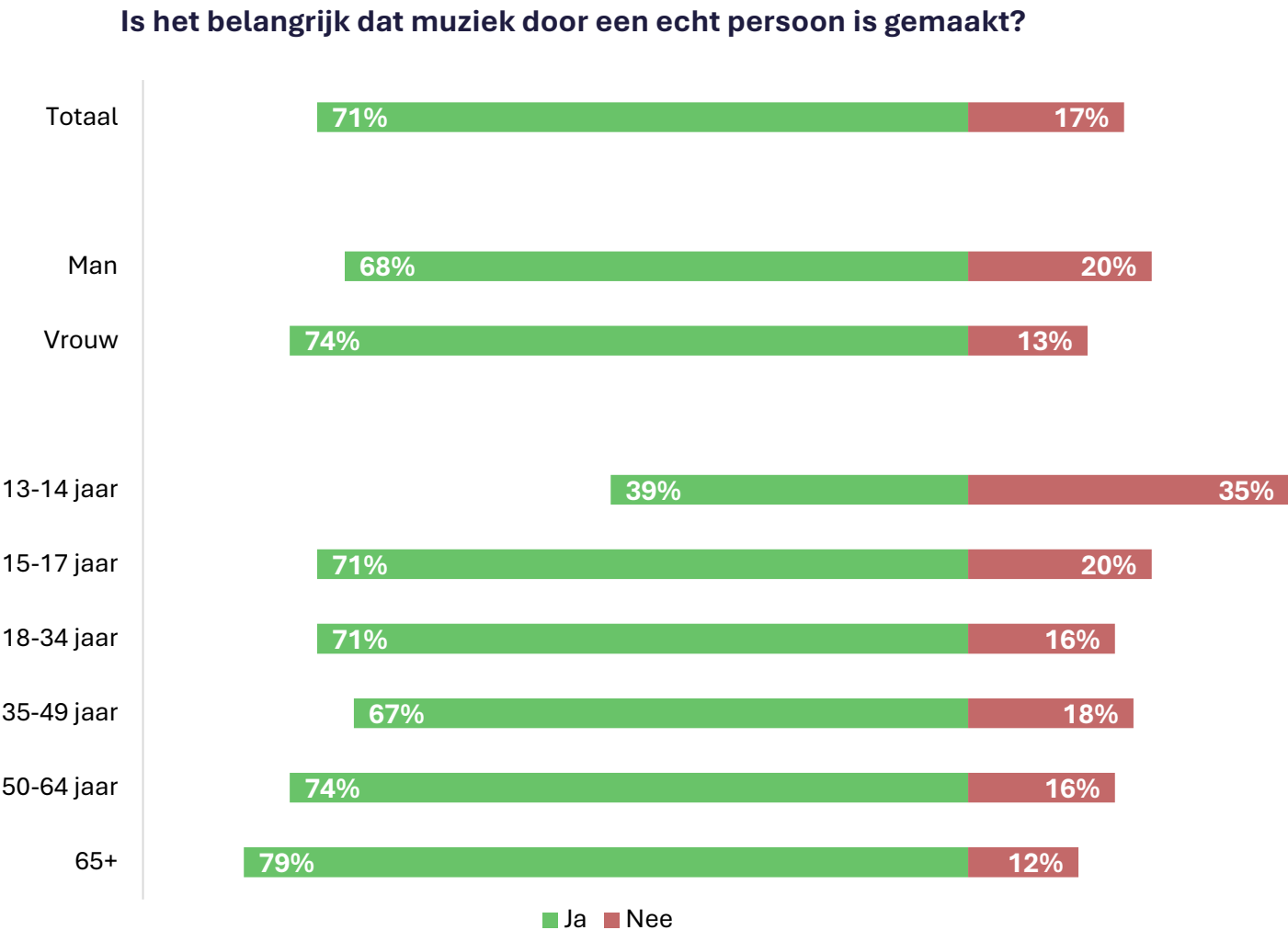
Waarom betaalt u momenteel niet voor het gebruik van een muziekstreamingdienst?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren via een muziekstreamingdienst en hiervoor niet betalen n=287

AI GEGENEREERDE MUZIEK

13-14 jarigen hechten het minste belang aan muziek gemaakt door echte personen

Ruim zeventig procent van de respondenten die muziek luisteren geeft aan dat ze het belangrijk vinden dat muziek gemaakt wordt door een echt persoon. Vrouwen vinden dit belangrijker dan mannen.

Jongeren van 13-14 jaar hechten het minste belang aan muziek gemaakt door echte personen. Maar 39% vindt het belangrijk, terwijl 35% dit niet belangrijk vindt. In de groep van 15-17 jarigen vindt. In de groep van 15-17 jarigen verandert dit beeld, en zien we vergelijkbare resultaten met de oudere groepen.

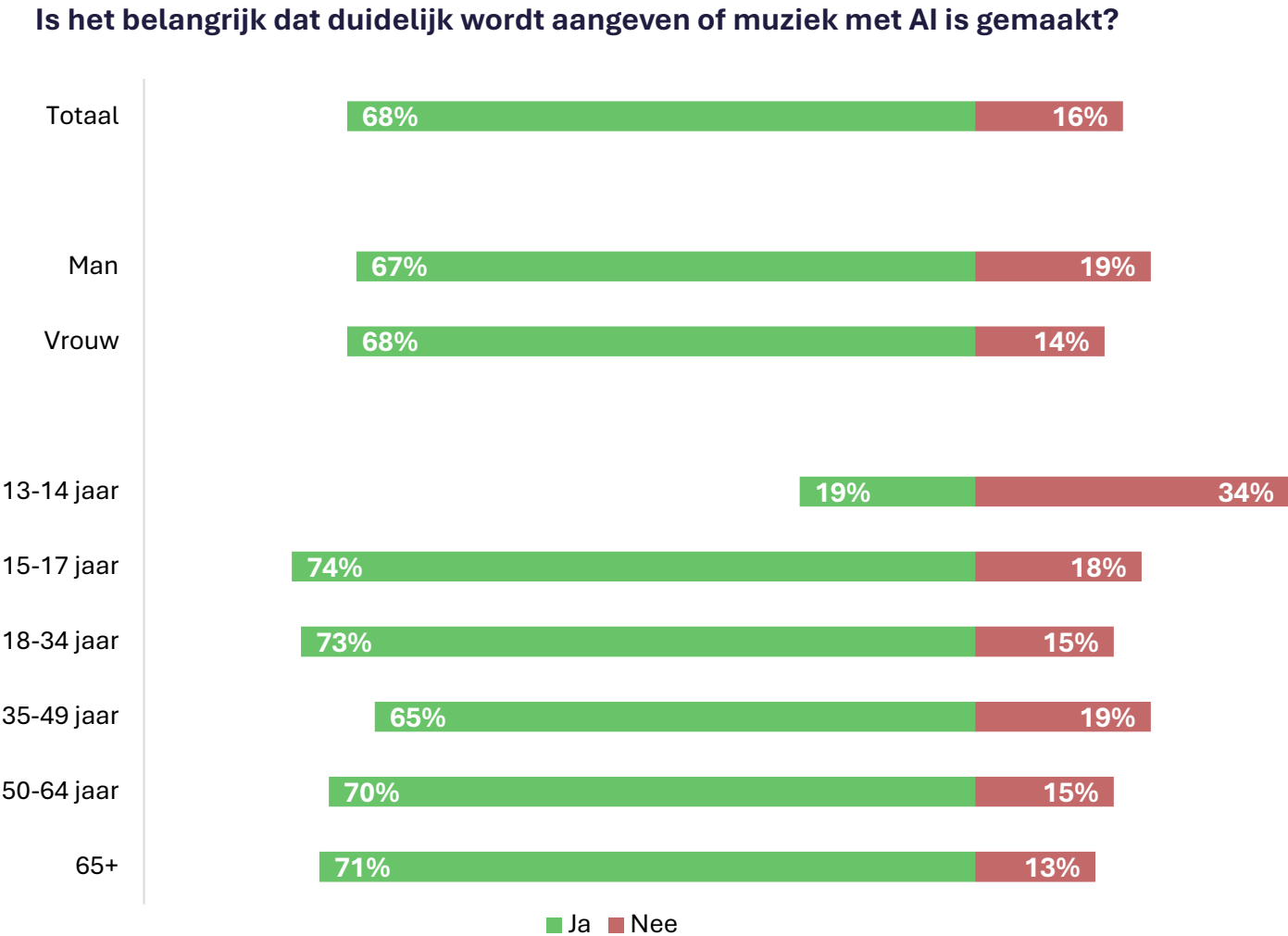


Is het voor u belangrijk dat muziek door een echt persoon gemaakt is?
Nederlanders (13+) die muziek luisteren n=2023

Twee derde van de respondenten wil duidelijkheid over het gebruik van AI

68% van de respondenten vindt het belangrijk dat duidelijk wordt aangegeven als muziek is gemaakt met AI. Mannen en vrouwen vinden dit even belangrijk.

De jongeren van 13-14 jaar vinden dit het minst belangrijk. Maar 19% geeft aan dat ze het belangrijk vinden dat duidelijk staat aangegeven dat muziek gemaakt is met AI. En zelfs 34% van deze leeftijdscategorie geeft aan dat ze dit niet belangrijk vinden. Vanaf 15 jaar zien we het beeld alweer veranderen, en zijn de resultaten vergelijkbaar met het totaal.



Vindt u het belangrijk dat duidelijk wordt aangegeven of muziek met AI gemaakt is?
 Nederlanders (13+) die muziek luisteren n=2023

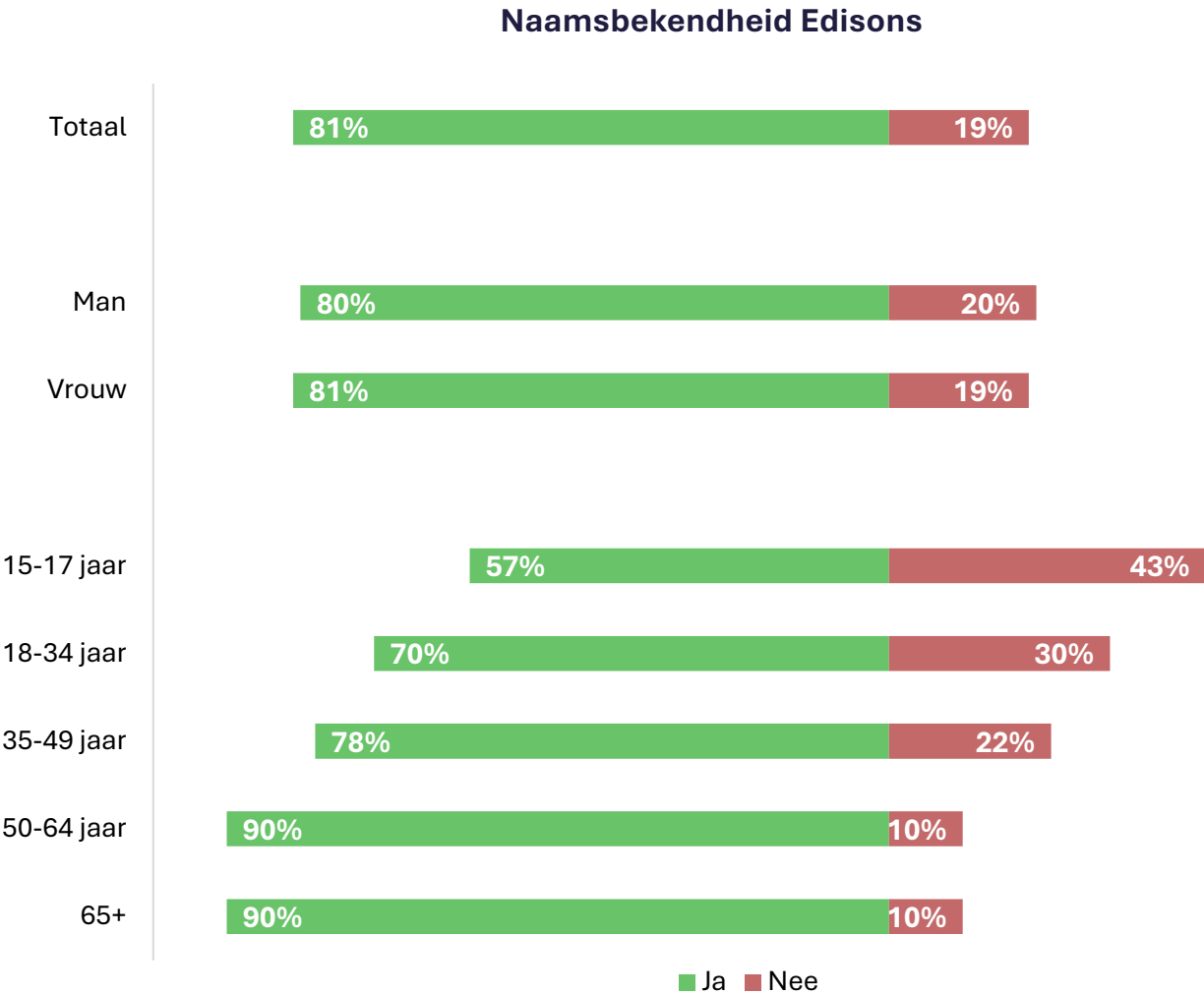
MUZIEK STELLINGEN

Edisons bekender bij de oudere generaties

81% van de respondenten is bekend met de Edisons. Met name onder de oudere leeftijdscategorieën is de bekendheid zeer groot (90%). We zien een verschil in de verschillende leeftijdscategorieën. Hoe jonger een respondenten, hoe kleiner de kans is dat deze bekend is met de Edisons. Van de 15-17 jarigen is maar 57% bekend met de Edisons.

De 13-14 jarigen zijn niet meegenomen in deze vraag omdat er eerder onderzoek is gedaan naar de naamsbekendheid van de Edisons, waarin deze groep ook niet meegenomen was (*Edisons naamsbekendheid, april 2024*).

In juli 2023 was de naamsbekendheid 79%, en april 2024 was dit 80%. Met name bij de 15-17 jarigen zien we een groei in naamsbekendheid, dit was in juli 2023 nog 45% en in april 2024 52%.



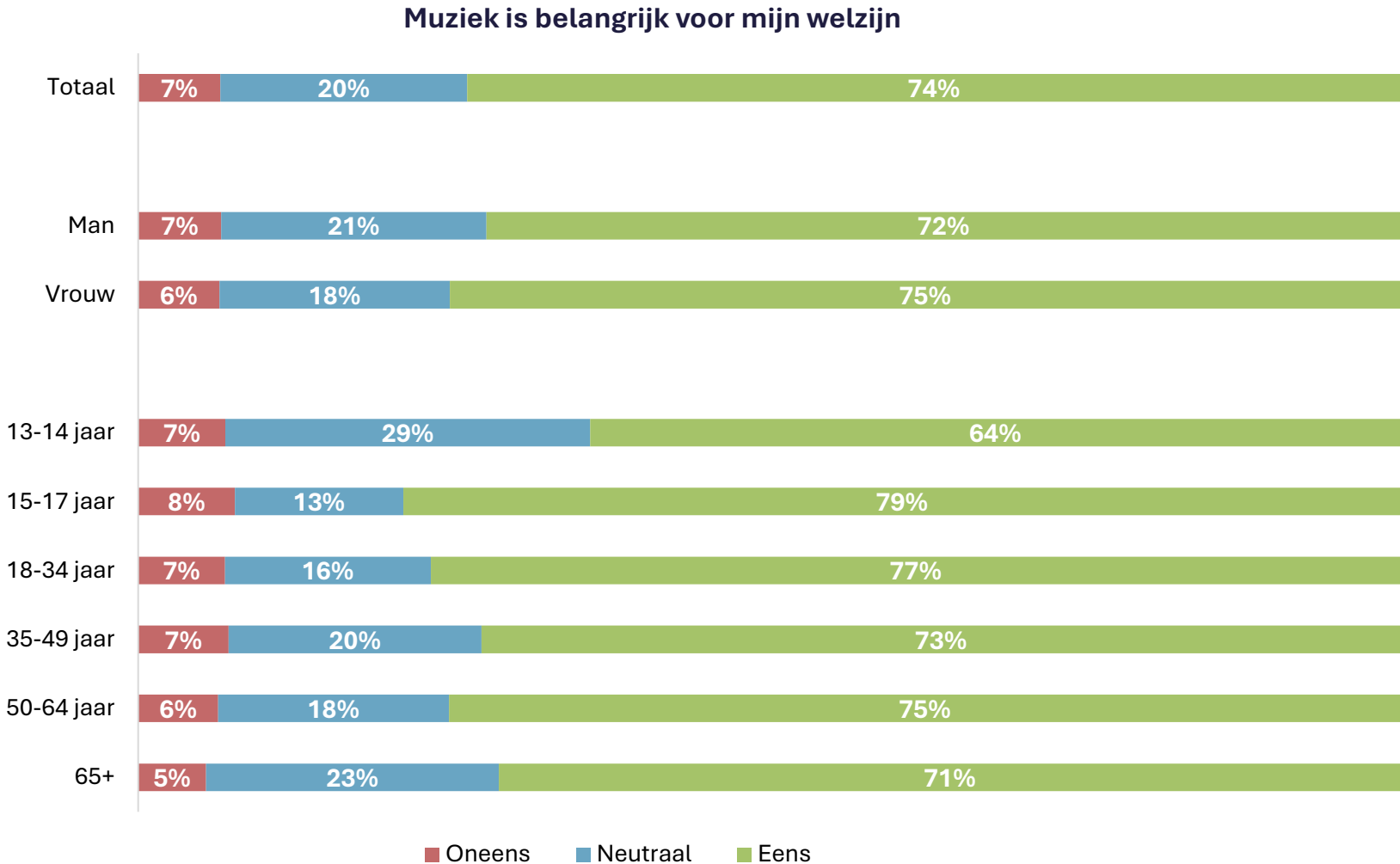
Kent u de muziekprijs Edisons, al is het alleen van naam?
Nederlanders (15+) die muziek luisteren n=1934

Driekwart van de respondenten vindt muziek belangrijk voor het welzijn

Driekwart van de respondenten geeft aan dat muziek belangrijk is voor het welzijn. Vrouwen vinden het nog net iets belangrijker dan mannen.

Alleen de jongeren tussen de 13-14 jaar hechten iets minder belang aan muziek voor hun welzijn. 29% staat hier neutraal tegenover, en 64% is het eens met de stelling.

In de *IFPI Music Consumer Study* van december 2022 was 'maar' 67% van de Nederlanders het eens met deze stelling. Meer mensen zijn muziek dus belangrijk voor hun welzijn gaan vinden.

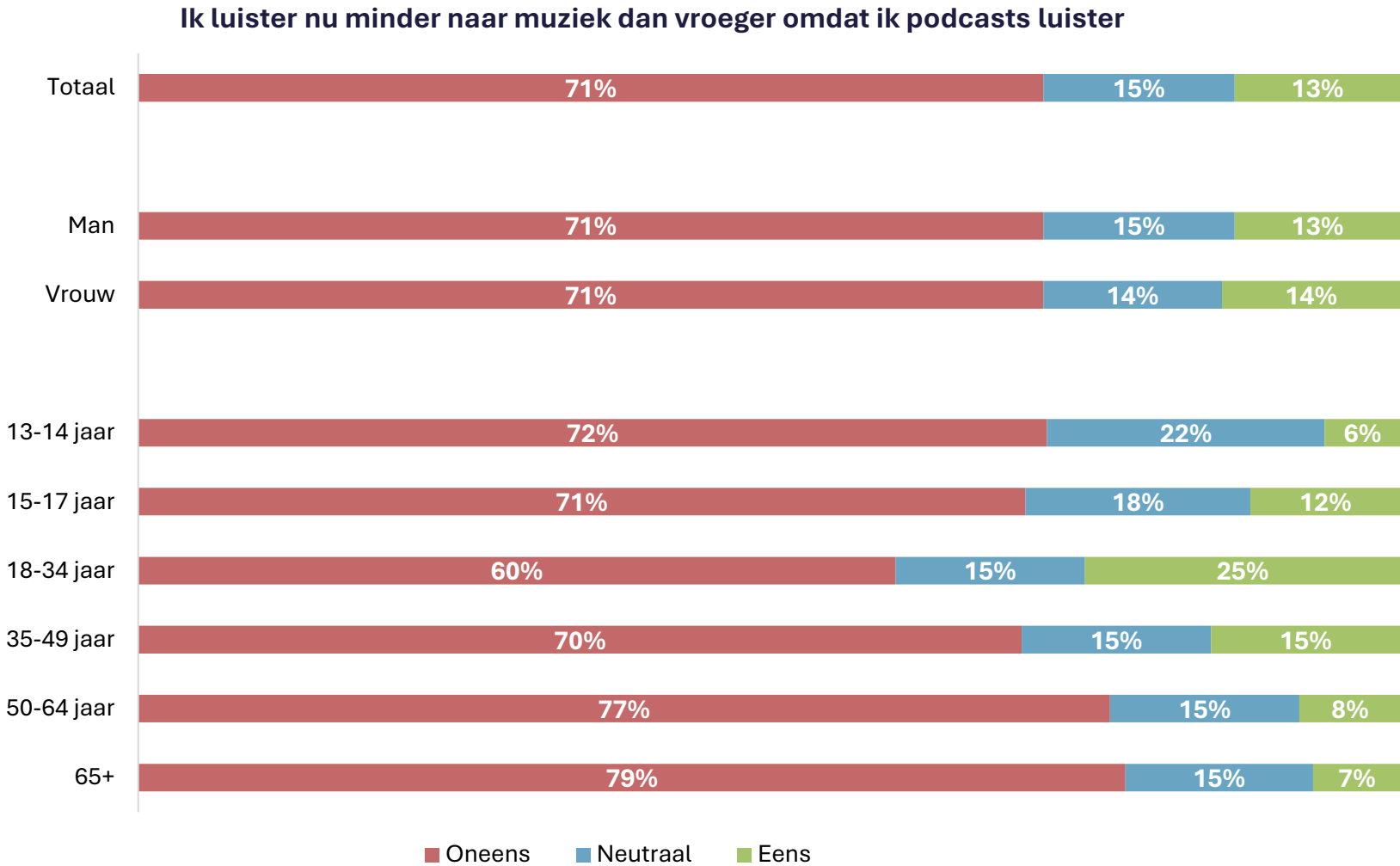


In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? - Muziek is belangrijk voor mijn welzijn
Nederlanders (13+) n=2125

18-34 vervangen vaker muziek voor podcasts

71% van de respondenten luistert nog steeds evenveel muziek, ondanks de opkomst van podcast.

Alleen in de groep van 18-34 jarigen zien we een afwijking van het gemiddelde. Een kwart van deze groep geeft aan dat ze minder muziek luisteren omdat ze meer podcasts luisteren.

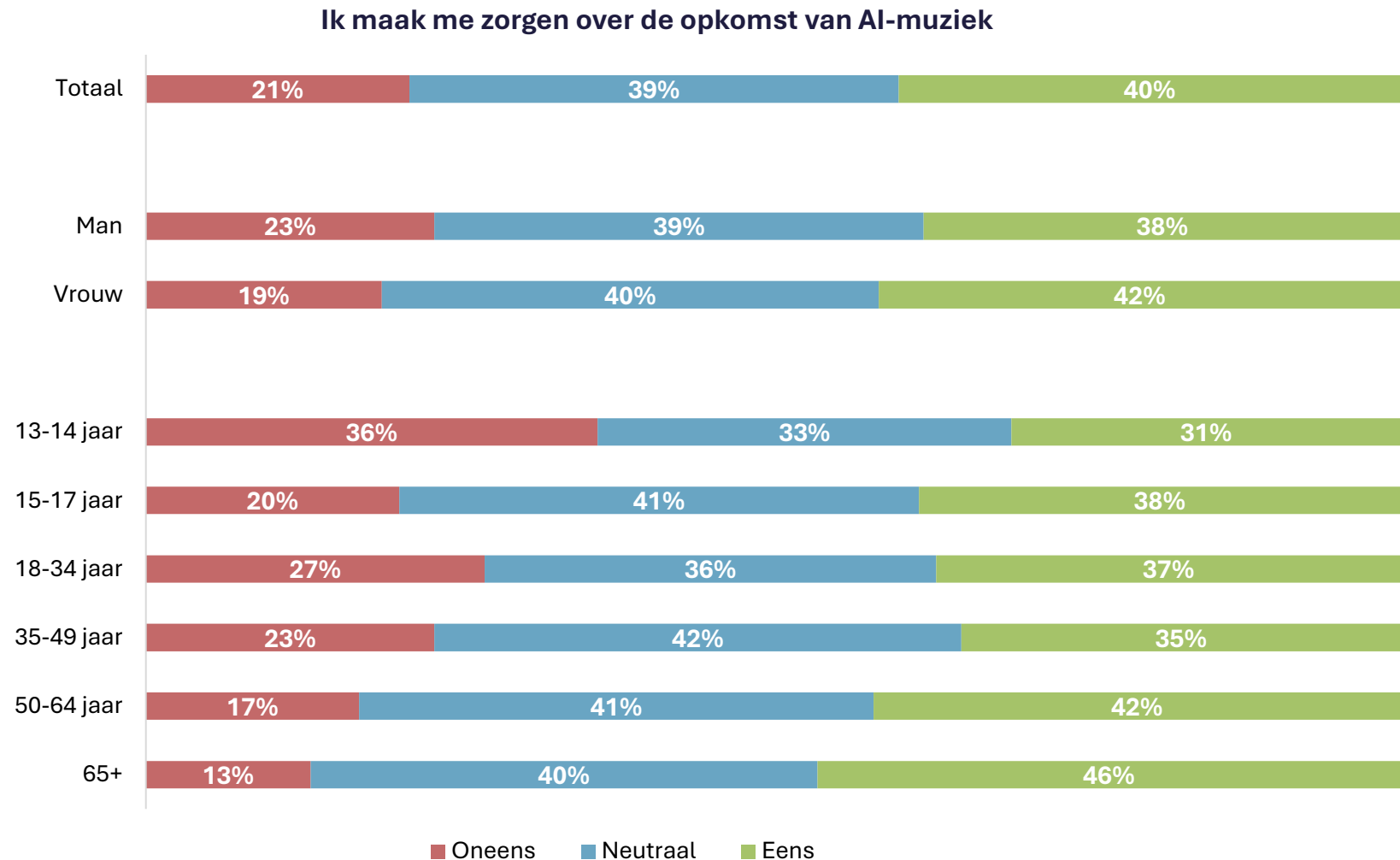


In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? - Ik luister nu minder naar muziek dan vroeger omdat ik podcasts luister
Nederlanders (13+) n=2125

Oudere generaties maken zich meer zorgen over AI-muziek

40% van de respondenten maakt zich zorgen over de opkomst van AI-muziek. Vrouwen maken zich iets vaker zorgen dan mannen.

We zien dat er meer zorgen zijn omtrent AI-muziek onder oudere personen. Bij 13-14 jarigen maakt 31% zich maar zorgen, terwijl 46% van de 65 plussers zich zorgen maakt.

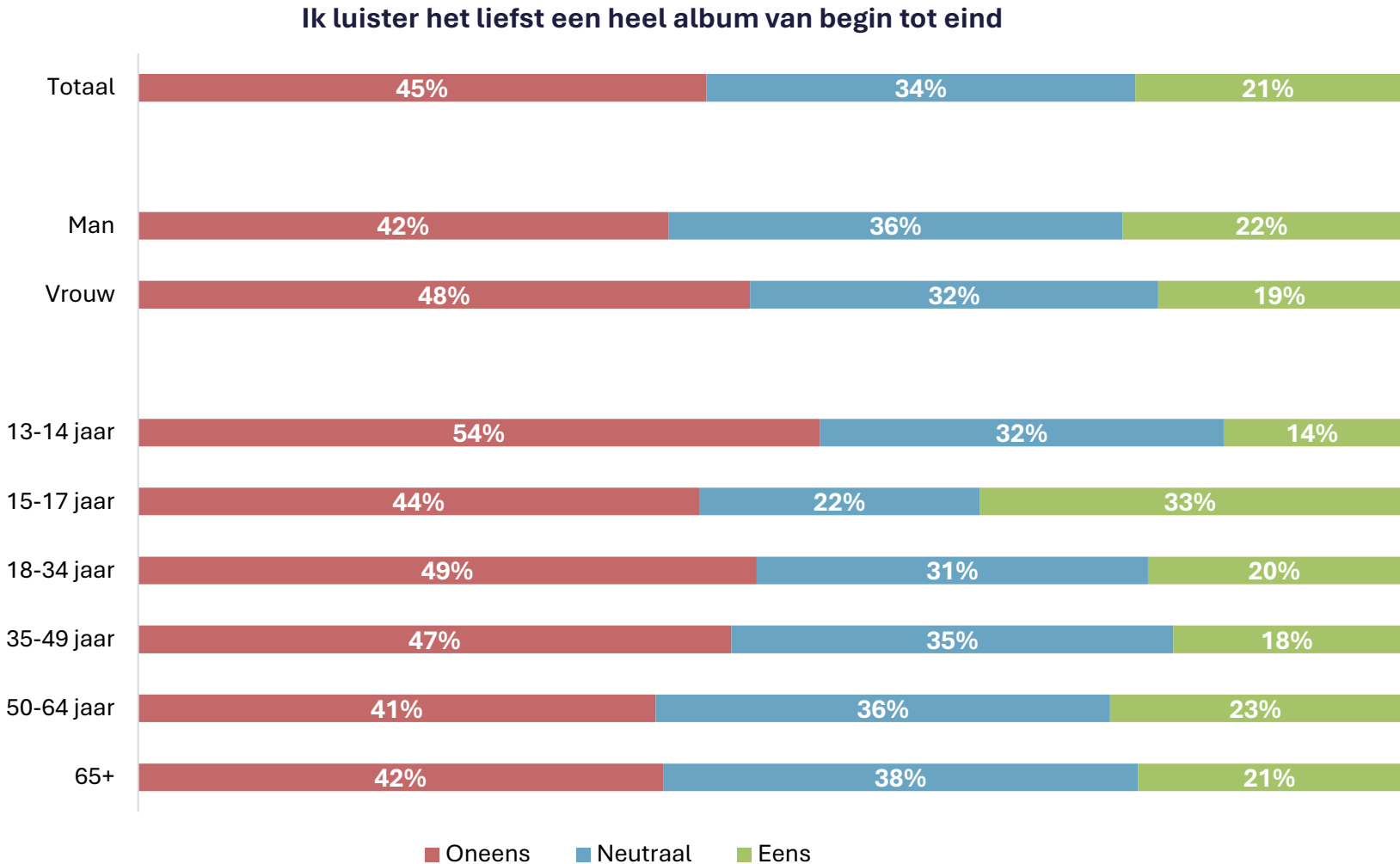


In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? - Ik maak me zorgen over de opkomst van AI-muziek
Nederlanders (13+) n=2125

Een derde van de 15-17 jarigen luisteren het liefst naar een heel album

21% van de respondenten geeft aan dat ze het liefst een album van begin tot eind luisteren. Mannen doen dit vaker dan vrouwen.

Een derde van de jongeren tussen de 15-17 jaar luisteren het liefst een heel album van begin tot eind. Dit wijkt af van de andere leeftijdscategorieën.

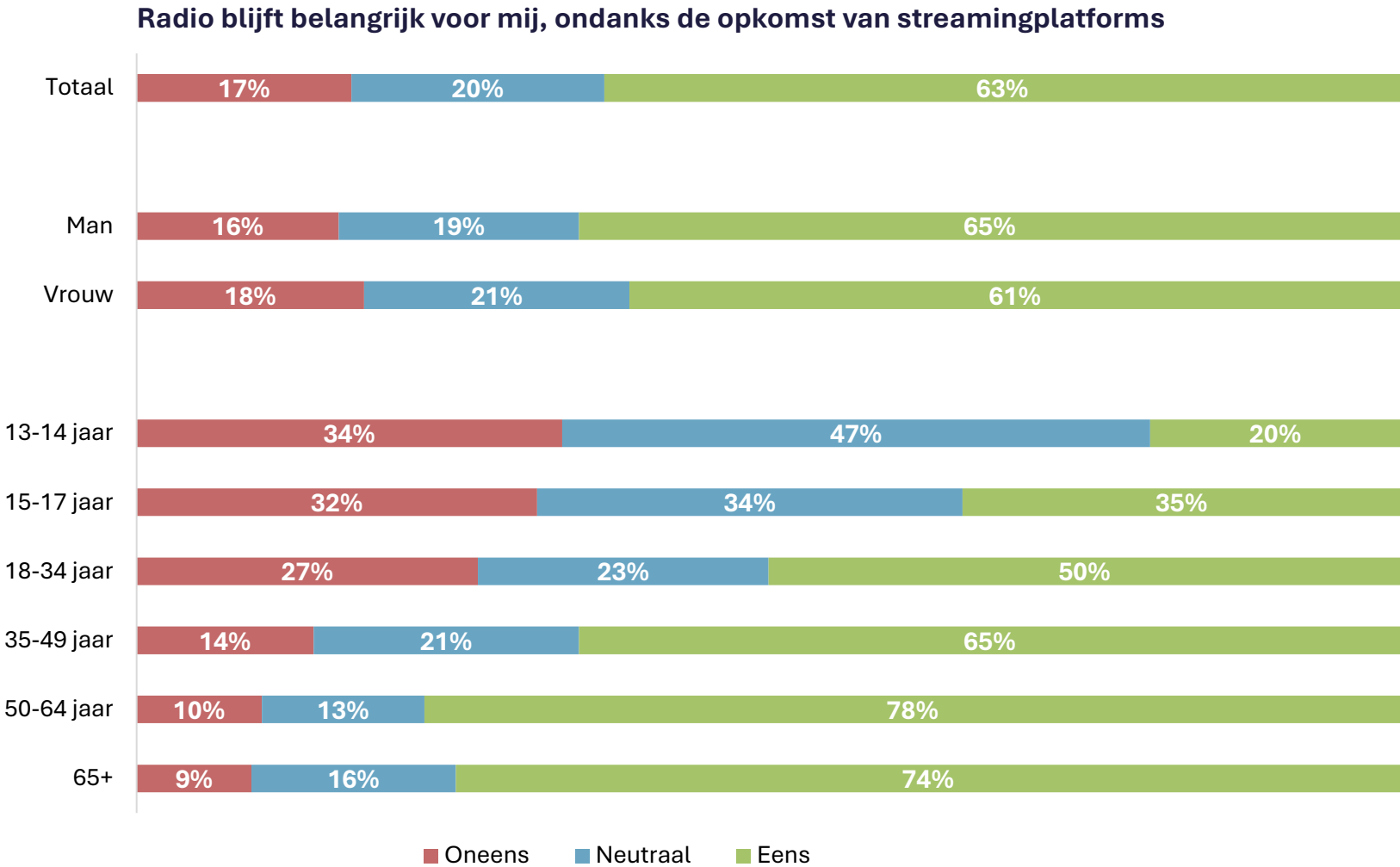


In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? - Ik luister het liefst een heel album van begin tot eind
Nederlanders (13+) n=2125

Belang van radio neemt toe in oudere leeftijdscategorieën

Ongeveer twee derde van de respondenten geeft aan belang te blijven hechten aan de radio, ondanks de opkomst van streamingplatforms. Mannen iets vaker dan vrouwen.

Tussen de leeftijdscategorieën zien we dat jongere generaties minder belang hechten aan de radio, of hier neutraal tegenover staan. Terwijl het belang toeneemt in de oudere leeftijdscategorieën.



In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? - Radio blijft belangrijk voor mij, ondanks de opkomst van streamingplatforms
Nederlanders (13+) n=2125



ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Opdrachtgevers

NVPI Muziek

**Uitvoerder**

NVPI (de brancheorganisatie van filmdistributeurs en muziekproducenten)

**Uitvoerder veldwerk**

GfK

**Doel onderzoek**

Dit onderzoek is bedoeld om trends en ontwikkelingen in kaart te brengen van het muziekconsumptiegedrag van Nederlanders.

Methode

Kwantitatief onderzoek in de vorm van een online enquête. Het veldwerk is uitgevoerd door onderzoeksbureau GfK.

Opzet, analyse en rapportage

Daan Bos, NVPI

Veldwerkperiodes

Mei 2025

Onderzoeksdoelgroep

Nederlanders (13+)

Netto respons

Circa n=2000

Weging

De resultaten zijn gewogen op de kenmerken van Nederlanders (13+) op basis van leeftijd en geslacht (gouden standaard).

Steekproef en representativiteit

De meting is verricht in het respondentenpanel van GfK met een respons van gemiddeld 2000 mensen. Deze groep vormt een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder. Deze representativiteit wordt gewaarborgd doordat GfK respondenten in het panel op representatieve wijze uitnodigt voor het onderzoek. Voor 13- tot 15-jarigen zijn deze vragen voorgelegd aan ouders of voogden. Hiervoor wordt de gouden standaard gehanteerd (een ijkingsinstrument voor nationale en regionale steekproeven). Waar nodig wordt tijdens het veldwerk aangestuurd op onderzoeksgroepen waar de respons achterblijft. Na afronding van het veldwerk worden alle resultaten gewogen op de variabelen leeftijd, geslacht, stedelijkheid, opleiding en (wanneer nodig) op gezinscyclus.

Puntschattingen

In dit onderzoeksrapport is ervoor gekozen om te werken met zogenaamde puntschattingen in plaats van betrouwbaarheidsintervallen. Een voorbeeld: 64% van de respondenten van 13 jaar en ouder heeft aangegeven via radio nieuwe muziek te ontdekken. Omdat het hier een steekproef betreft, is het onwaarschijnlijk dat het werkelijke percentage 64% is. Bij het gebruik van betrouwbaarheidsintervallen zou gesteld kunnen worden dat het percentage ligt tussen de 62% en 66%. Een puntschatting wordt daarentegen uitgedrukt in een enkele waarde; in dit geval 64%.

Afrondingsverschillen

In sommige gevallen kunnen percentages genoemd in de tekst afwijken van de percentages in grafieken en in sommige gevallen tellen de percentages in grafieken niet exact op tot 100%. Het gaat in dit geval om afrondingsverschillen.

Vragen, opmerkingen en/of verzoeken voor aankomende metingen?

Neem contact op met Daan Bos (daan.bos@nvpi.nl)