



# Insights Scientist van het jaar - Juryrapport

**Andreas Bayerl** is Universitair Docent Marketing aan de Erasmus School of Economics, Erasmus Universiteit. Andreas is een rijzende ster op het gebied van onderzoek naar de effectiviteit van influencer marketing. Eén van zijn recente wetenschappelijke artikelen dat zich richt op de ROI van verschillende typen influencers, gepubliceerd in de Journal of Marketing, is inmiddels al meer dan 30.000 keer gedownload. Naast deze publicatie heeft Andreas nog belangrijke wetenschappelijke bijdragen in de Harvard Business Review en MIT Sloan Management Review. Andreas neemt ook veel initiatieven om zijn wetenschappelijke inzichten te delen met de praktijk. Zo heeft hij een ronde tafel discussie geleid op een praktijkcongres voor CMOs in Barcelona en zijn wetenschappelijke bevindingen gepresenteerd op een "Research meets practice event," georganiseerd door het NIMA in samenwerking met de Erasmus Universiteit. Tot slot zet hij ook bij studenten het onderwerp 'Influencer marketing' op de kaart, onder andere door scripties op dit onderwerp te begeleiden en door het geven van gastcolleges.

**Eva van Reijmersdal** is Universitair Hoofddocent bij de afdeling Communicatiewetenschappen van de Universiteit van Amsterdam. Ze doet al bijna tien jaar onderzoek naar de effectiviteit van influencer marketing en ze is, met zo'n 20 wetenschappelijke publicaties op haar naam, zeker één van de meest toonaangevende onderzoekers op dit onderwerp in Nederland. Dit wordt ook onderstreept door diverse NWO en ZonMW onderzoek subsidies die ze heeft ontvangen. Eva is ook regelmatig in de media te zien om een maatschappelijke bijdrage te leveren aan het debat over de invloed van influencers. Voorbeelden hiervan zijn haar interview voor de documentaire reeks 'Trap er niet influencer' van PowNed, maar ook haar optredens bij de televisieprogramma's Kassa en 1Vandaag. Daarnaast is Eva als adviseur betrokken geweest bij het opstellen van de 'Social Code: YouTube' en bij de herziening van de 'Reclamecode Social Media & Influencer Marketing.' Tot slot slaat ze met haar blogs voor de Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Commerciële Communicatie (SWOCC) en haar boek over influencer marketing voor reclameprofessionals een goede brug naar de praktijk.





# Insights Scientist van het jaar - Juryrapport

**Lotte Willemsen** is Bijzonder Hoogleraar Strategische Communicatie (Logeion Chair) bij de afdeling Communicatiewetenschappen van de Universiteit van Amsterdam en tevens Lector 'Communication in the Networked Society' aan de Hogeschool Rotterdam. Lotte is een toonaangevend expert op het gebied van virtuele influencers en een toonaangevend artikel hierover zeer recent gepubliceerd in the International Journal of Advertising. Lotte heeft door haar wetenschappelijke inzichten op een sterke manier bijgedragen aan de totstandkoming van de eerste virtuele influencer in Nederland, namelijk Esther Olofsson. Ze heeft daartoe sterk samengewerkt met het Rotterdamse bureau RAUWcc, waaruit ook duidelijk haar commitment blijkt om een brug tussen wetenschap en praktijk te slaan. Tevens deelt ze haar wetenschappelijke expertise met de praktijk door middel van lezingen en advieswerk. Tot slot heeft ze ook in het onderwijs initiatief genomen om digitale mensen, zoals virtual influencers, bij studenten onder de aandacht te brengen in de nieuw opgezette minor 'Digital humans & Conversational A.I.'

## Keuze van de winnaar

De definitieve winnaar is bepaald na afloop van het symposium "The Value of Influencers for building Brands" dat gehouden is op donderdag 22 mei 2025 in De Balie (Amsterdam). Tijdens dit symposium hebben de genomineerden een presentatie gegeven, waarbij alle juryleden aanwezig waren.

Na dit symposium hebben alle juryleden een Excel spreadsheet ingevuld, waarin ze de kandidaten moesten scoren (van 1 tot 10) op de volgende criteria:

### CV:

- Wetenschappelijke kwaliteit
- Link wetenschap-praktijk
- Link naar topic "Sustainable Marketing and Consumer Behavior"

### Ingezonden artikel(en)/boek:

- Innovatief
- Goede concepten
- Kwaliteit data
- Belangrijke implicaties

### Presentatie tijdens symposium:

- Inhoud / concepten
- Presentatiestijl
- Link naar praktijk





# Insights Scientist van het jaar - Juryrapport

De scoreformulieren zijn na het symposium, aan de juryvoorzitter gemaild. De juryvoorzitter heeft op basis van de scores gekeken hoe vaak een kandidaat de hoogste score van een jurylid kreeg en wat voor iedere kandidaat de gemiddelde score was over alle juryleden heen. De gemiddelde beoordelingen voor de drie kandidaten lagen dit jaar nog dichter bij elkaar dan anders en iedere genomineerde werd door tenminste één jurylid als winnaar aangewezen. Andreas en Eva kwamen 3x op een (gedeelde) 1e plek en Lotte 2x. Daarom is er in een tweede ronde nog een keer gestemd en overleg geweest tussen de voorzitter van de jury en alle juryleden om op basis hiervan een keuze te maken tussen Eva en Andreas. De jury roemde de hoge wetenschappelijke kwaliteiten van Andreas en de internationale impact die hij met zijn co-auteurs met hun Journal of Marketing artikel over de effectiviteit van influencers heeft weten te creëren. Bij Eva was men zeer onder de indruk van haar CV met diverse grants die blijken van waardering voor haar onderzoek op het gebied van influencer marketing. Ook werd nog gewezen op het feit dat Lotte zeer professioneel overkwam tijdens haar presentatie en super interessant onderzoek heeft gedaan op het gebied van virtuele influencers, een heel nieuw onderzoeksdomein op het gebied van influencer marketing. Uiteindelijk heeft de impact die Eva met haar onderzoek en media-optredens in Nederland heeft gehad, heeft de doorslag gegeven om haar tot winnaar uit te roepen.

De juryvoorzitter heeft na deze tweede consultatieronde een mail aan alle juryleden gestuurd met als voorstel om Eva van Reijmersdal tot winnaar van de D&IN Insights Scientist Award 2025 uit te roepen. Alle juryleden hebben dit voorstel ondersteund.

De winnaar van de "D&IN Insights Scientist Award 2025 – The Value of Influencers for Building Brands" is: dr. Eva van Reijmersdal.

