

## Data & Insights Bureau van het jaar 2026

### De jury

De juryleden van de D&IN Awards categorie Data & Insights Bureau van het jaar 2026 zijn: Jorrit Lang (voorzitter), Roelof Smalenburg, Neeltje Martens, Mirte van Deursen, Aziz Mohammadi, Prisca Metz, Erwin Boom.

### Juryrapport

In het voorjaar van 2026 selecteerde de jury uit een brede en diverse groep inzendingen drie bureaus die zich duidelijk wisten te onderscheiden: DVJ Insights, Hiiper en The Conversation Studio. Na deze eerste beoordeling op basis van de ingezonden presentaties volgde de volgende stap: de bezoeken aan de bureaus zelf op 19 mei, waarin de jury haar beeld verder kon verdiepen en aanscherpen. Hoewel de inzendingen al een goed beeld gaven van visie, aanpak en resultaten, lag tijdens de bezoeken de nadruk nadrukkelijk de ervaring bij het bureau.

De jury ging niet uit van een vaste scorelijst, maar zocht vooral het verhaal achter het bureau: hoe werkt de bedrijfsvoering, hoe wordt er samengewerkt en hoe komt de ambitie tot leven? Daarbij kwamen steeds dezelfde kernvragen terug. Hoe ontwikkelt het bureau zich commercieel? Op welke manier wordt geïnvesteerd in mensen en talent? Welke rol speelt innovatie, zowel methodologisch als technologisch? En hoe verhoudt het bureau zich tot een snel veranderende markt en het bredere vakgebied?

Naast deze inhoudelijke aspecten telde dus ook de totaalindruk mee. Samen met alles wat de jury vooraf had gelezen, vormde dat gezamenlijk de basis voor het uiteindelijke oordeel. De bezochtdag zelf gaf bovendien een mooi inkijkje in de grote verschillen onderling. De jury startte in Utrecht bij DVJ Insights, waar innovatie en onderzoeksdiepgang centraal staan. Daarna werd doorgereisd naar Amsterdam voor een bezoek aan Hiiper, dat zich onderscheidt met zijn datagedreven en disruptieve aanpak. De dag eindigde in het centrum van Amsterdam bij Conversation Studio, waar creativiteit en activatie van inzichten een belangrijke rol spelen. Potentieel dus alle drie winnaars.

#### DVJ Insights

DVJ Insights heeft zich nadrukkelijk gepositioneerd als een bureau dat het researchvak niet alleen uitstekend beheerst, maar ook actief vernieuwt. Wat de jury bijzonder aanspreekt, is de manier waarop het bureau een heldere toekomstvisie koppelt aan tastbare innovaties en concrete toepassingen in de praktijk. Daarbij gaat het niet alleen om aansprekende AI-voorbeelden, zoals synthetische persona's op basis van klantdata en nieuwe kwaliteitsmetrics, maar ook om bredere vernieuwingen in AI-ondersteunde werkprocessen en andere methodologische ontwikkelingen die laten zien dat innovatie hier structureel is ingebed.

Tijdens het bezoek werd dat beeld verder versterkt. De jury zag een bureau waar onderzoekspassie, technologie en methodologische diepgang op een geloofwaardige manier samenkomen. Het eigen Lab speelt daarin een onderscheidende rol en laat zien dat innovatie bij DVJ Insights geen losse belofte is, maar een vast onderdeel van de organisatie en de manier van werken. Ook de samenwerking met wetenschap en universiteiten draagt bij aan die inhoudelijke stevigheid.

Daarnaast maakt DVJ Insights indruk met de aandacht voor medewerkers, talentontwikkeling en eigenaarschap. De jury zag een organisatie waarin jonge onderzoekers zichtbaar ruimte en verantwoordelijkheid krijgen, ontwikkeling serieus wordt genomen en medewerkers op verschillende niveaus actief

bijdragen aan het verhaal van het bureau. Dat geeft vertrouwen in de toekomstbestendigheid van de organisatie. DVJ is inhoudelijk heel sterk, breed georiënteerd en zeer consistent. Er wordt met overtuiging geïnvesteerd in de toekomst van data, research en insights. Duidelijk een bureau dat door onderzoekers met passie is opgebouwd.

## Juryrapport

### Hiiper

Hiiper weet zich nadrukkelijk te onderscheiden met een unieke en disruptieve propositie van marktinzichten. De jury is er vooral van onder de indruk dat het bureau erin is geslaagd een zeer omvangrijke en rijke databron op te bouwen, gebaseerd op financiële transactiedata van consumenten. Door deze data slim te combineren met kassabonnen en AI-ondersteunde classificatie ontstaat een dataset die een uitzonderlijk compleet beeld geeft van aankoopgedrag over branches, kanalen en momenten.

Wat Hiiper bijzonder maakt, is dat het inspeelt op een duidelijk gat in de markt. In een tijd waarin traditionele afbakeningen van markten en kanalen vervagen en concurrentie steeds diffuser wordt, biedt het bureau een oplossing die het totale speelveld veel beter inzichtelijk maakt dan de bestaande partijen. De jury waardeert de scherpe visie achter deze propositie en de manier waarop technologie wordt ingezet om complexe data toegankelijk en bruikbaar te maken voor opdrachtgevers.

Tijdens de beoordeling kwam ook het ondernemende en vernieuwende karakter van Hiiper naar voren.

Als relatief jonge speler laat het bureau zien hoe een data-gedreven start-up in korte tijd een relevante positie kan claimen binnen het Data & Insights-domein. Tegelijkertijd ziet de jury dat de propositie momenteel nog sterk leunt op technologie en dat er ruimte is voor verdere ontwikkeling op het gebied van advies, klantcases. Ook Hiiper zelf ziet nog veel potentie in de basis die nu al goed staat.

Daarnaast bleven er bij de jury vragen rond thema's als privacy, dataveiligheid en de motivatie van deelnemers om data te delen - aspecten die essentieel zijn voor langdurig vertrouwen en verdere groei.

Alles bij elkaar is Hiiper een opvallende en vernieuwende kandidaat, die met zijn onderscheidende data-model en duidelijke visie een waardevolle bijdrage levert aan de toekomst van inzichten in markten.

### The Conversation Studio

The Conversation Studio laat zich zien als een onderscheidende speler binnen het Data & Insights-domein. De jury waardeert vooral de energie, creativiteit en duidelijke eigen signatuur waarmee het bureau zich in de markt positioneert. De 3I-benadering - Customer Insights, Human Intelligence en Artificial Intelligence - vormt daarbij een helder uitgangspunt en laat zien hoe technologie en menselijk inzicht elkaar kunnen versterken in plaats van vervangen. Waarbij het motto 'No More Crappy Products' een wezenlijke motivatie is om klanten echt verder te helpen.

Wat tijdens de beoordeling en het bezoek opvalt, is de manier waarop The Conversation Studio verder gaat dan het leveren van inzichten alleen. Het bureau zet nadrukkelijk in op het activeren van organisaties, bijvoorbeeld door sterke visualisaties, creatieve formats en sessies waarin inzichten daadwerkelijk tot leven worden gebracht. Daarmee weten zij opdrachtgevers niet alleen te informeren, maar ook te inspireren en in beweging te krijgen.

Daarnaast maakt het bureau indruk met een groeiend klantenbestand, een internationale oriëntatie. Het

internationale team is zichtbaar betrokken bij het verhaal en de ontwikkeling van de organisatie. De jury zag een gedreven en divers team waarin ruimte is voor talent en waarin een sterke cultuur en gedeelde visie duidelijk voelbaar zijn.

Tegelijkertijd zijn er ook aandachtspunten. Zo blijft het soms nog zoeken naar een scherp verwoorde onderscheidende positie. De nadruk licht sterk op creativiteit en uitvoering, terwijl een vast omlijnt aanbod en verdere verdieping in methodologie en bewijsvoering het verhaal nog krachtiger zou maken.

Alles bij elkaar is The Conversation Studio een verfrissende en energieke kandidaat, die met zijn eigenzinnige aanpak en duidelijke visie een waardevolle bijdrage levert aan de vernieuwing van het vakgebied.

### Wie wint de award voor Data & Insights Bureau van het jaar 2025?

Aan het einde van de bezochtdag kwam de jury bijeen om tot een definitieve keuze te komen. Ook dit jaar bleek dat geen eenvoudige opgave. Drie heel verschillende partijen en diverse voorkeuren binnen de jury.

Ondanks deze verschillen delen de drie bureaus een belangrijke overeenkomst: ze laten ieder op hun eigen manier zien hoe je heel goed om kan gaan met innovatie en je aanpassen aan nieuwe mogelijkheden die geboden worden. Ze zijn gedreven, relevant en weten opdrachtgevers binnen te halen met hun aanpak en resultaten.

Na discussie waarin juryleden ook veranderde van voorkeur op basis van argumenten, kwam de jury tot een nipte voorkeur voor een partij. De winnaar is een bureau dat niet alleen sterke inzichten levert, maar er ook in slaagt deze om te zetten in actie en impact. Een bureau dat creativiteit en inhoud overtuigend weet te combineren en daarmee opdrachtgevers daadwerkelijk in beweging brengt.

## De Award voor Data & Insights Bureau van het Jaar 2026

De winnaar is:

**Conversation Studio**

## Data & Insights Organisatie van het jaar 2026

### De jury

De juryleden van de D&IN Awards categorie Data & Insights Organisatie van het jaar 2026 zijn: Stephanie La Grouw (voorzitter), Jürgen Warnecke, Rishi Bhugwansing, Vera Hulsebosch, Hans Zijlstra, Renske Hoekstra-Dings, Vincent Libeton.

### Juryrapport

#### Huispedia

Huispedia heeft een heldere missie: iedereen op de Nederlandse woningmarkt verdient dezelfde informatie als een makelaar. Dit onafhankelijke platform, dat maandelijks door miljoenen Nederlanders wordt gebruikt, vertaalt die visie consequent naar de praktijk.

Tijdens het bedrijfsbezoek viel de strategische pivot op waarmee het bedrijf het verdienmodel klaar maakt voor de toekomst. De wendbaarheid van de organisatie is opvallend. Er heerst een datagedreven cultuur waarin medewerkers vertrouwen krijgen en ruimte voor eigenaarschap. Transparant inzicht en het ontbreken van interne drempels maken dat een innovatieve mindset wordt aangewakkerd. Besluiten worden cijfermatig onderbouwd en met experimenten getoetst.

Voor alle woningen in Nederland houdt Huispedia een actuele waardebeoordeling bij, gevoed door tientallen bronnen waaronder kadastragegevens en live marktgegevens. AI-modellen leren doorlopend van nieuwe transacties én van klantfeedback om gepersonaliseerd advies te genereren, terwijl eigen AI complexe marktinzichten vertaalt naar begrijpelijke taal voor de consument. Bij Huispedia zijn data & insights niet ondersteunend aan het primaire proces, data & insights zijn het primaire proces. Dat maakt de inzending wezenlijk anders.

Ook de maatschappelijke impact is zichtbaar. Zo denkt Huispedia mee over nieuwe spelregels voor de sector, waaronder transparantie in het biedlogboek. En publiceert Huispedia kwartaalrapporten over de Nederlandse woningmarkt.

Wat de jury het meest waardeert, is de combinatie van een wendbare cultuur, technische slagkracht, lef en maatschappelijke betrokkenheid. **Met deze combinatie mag Huispedia zich met recht en trots Data & Insights Organisatie van het Jaar 2026 noemen.**

#### Rabobank

Na het jurybezoek aan Rabobank werd opnieuw zichtbaar hoe groot de organisatie is: de op een na grootste particuliere werkgever van Nederland. Duizenden van haar tienduizenden medewerkers werken in data & insights. Die schaal levert een ongekeerde pool aan talent en middelen, maar brengt ook complexiteit. Hoewel de omvang van de organisatie nauwelijks te vatten is, liet het team overtuigend zien hoe er met een samenhangende aanpak over domeinen heen wordt gestuurd op inzichten en impact.

De bank bundelt economisch onderzoek, klant- en marktonderzoek, CX- en UX-onderzoek en geavanceerde data-analytics tot een samenhangend beeld van klantgedrag en marktgegevens. Inzichten komen uit interne data, klantfeedback, digitale gedragsdata en kwalitatieve en kwantitatieve methoden, en worden zichtbaar toegepast op strategisch, tactisch en operationeel niveau. Verantwoord da-

tagedreven werken is geen randzaak. Strakke kaders voor datakwaliteit, privacy, security en AI-gebruik zijn verankerd in processen, tooling en besluitvorming. Dat vormt een robuust fundament voor innovatie in een streng gereguleerde sector en toont dat compliance en vooruitgang elkaar niet uitsluiten.

Tegelijkertijd investeert Rabobank in een datagedreven cultuur en bereidt zij medewerkers voor op een AI-gedreven toekomst. Onderzoekers en analisten fungeren als sparringpartners voor de business, waardoor data breed worden begrepen en benut. Dat leidt tot nieuwe proposities, betere dienstverlening en scherper onderbouwde besluiten. De trots gepresenteerde ZZP-case, waarin Rabobank in korte tijd opnieuw marktleider werd onder startende ondernemers, illustreert dat het verschil tussen een systeembank en een neobank veel kleiner is dan vaak gedacht.

Rabobank laat zien hoe een organisatie van deze omvang de kracht van schaal combineert met de wendbaarheid en innovatie die vaak alleen aan neobanken wordt toegeschreven. Een meer dan terechte genomineerde voor Data & Insights Organisatie van het Jaar 2026.

### Essent

Essent laat zien hoe een organisatie in een sterk veranderende energiemarkt data, insights en AI overtuigend inzet als integraal onderdeel van haar strategische en operationele aanpak. In de nasleep van de energiecrisis heeft Essent een duidelijke keuze gemaakt: niet meegaan in de brede, generieke aanpak die veel spelers in de markt hanteren, maar consequent inzetten op een klantgerichte en maatschappelijk bewuste benadering waarin data een sturende rol speelt.

Wat Essent onderscheidt, is hoe diep data en AI zijn verweven in het DNA van de organisatie. Niet als losstaande discipline, maar als integraal onderdeel van de strategie. Die verankering begint al bij onboarding en wordt doorgetrokken naar alle lagen van het bedrijf. De investeringsbereidheid is zichtbaar, en interne initiatieven zoals de CX Awards maken de impact van datagedreven werken concreet en herkenbaar voor de hele organisatie. Dat dit inmiddels cultuur is geworden, en geen project, is misschien wel het knapste resultaat.

Waar concurrenten vaak gebruik maken van mass marketing, kiest Essent voor real-time klantadviezen op maat. Dat vraagt niet alleen technisch vernuft, maar ook een organisatie die daarop is ingericht, inclusief medewerkers voor wie een negen-tot-vijfmentaliteit niet meer past bij het werk. Multidisciplinaire teams werken nauw samen vanuit een gedeeld vertrekpunt: het klantprobleem. De jury ervoer dat als één team met een opvallend positieve energie. Dat Essent binnen haar moederbedrijf EOn inmiddels geldt als best in class, verbaast dan ook niet.

Met een aanpak die zowel strategisch als operationeel beklijft, is Essent een meer dan terechte genomineerde voor Data & Insights Organisatie van het Jaar 2026.

## De Award voor Data & Insights Organisatie van het Jaar 2026

De winnaar is:

**HUISPEDIA**

## Insights Professional bureauszijde van het jaar 2026

### De jury

De juryleden van de D&IN Awards categorie Insights Professional bureauszijde van het jaar 2026 zijn: Sandra van Vemden (voorzitter), Marloes Flink, Dennis Hoogervorst, Ronnie van Diemen-Teeuwen, Lianne Janssen Andeweg, Brigitte van Buggenum, Onno 't Sas.

### Juryrapport

#### Diana Derval | Derval Research

Geen van de juryleden was zich voor haar nominatie bewust van Diana's meer dan indrukwekkende 'track record'. De jury was zeer onder de indruk van haar presentatie. Ze durft anders te denken, is een meester in het leggen van verbindingen en komt zo tot verrassende invalshoeken om problemen van haar klanten op te lossen. De gebaande paden zijn niet aan haar besteed en ze is lastig in een hokje te plaatsen, maar met 12 internationale boeken, waarvan de laatste zelfs met een endorsement vanuit Philip Kotler, is de jury van mening dat ze ook in Nederland een groter podium verdient. Ze legt de link tussen commerciële vraagstukken, wetenschap en gezondheidszorg en was twintig jaar geleden al bezig met het strategisch inzetten van sensorische inzichten. Vanwege haar baanbrekend onderzoek op het gebied van het microbiom, de invloed van hormonen en zelfs een uitstapje naar de ruimte, is **Diana de welverdiende winnaar van Insight Professional Bureauszijde 2026.**

#### Eric Landwaart | Miles Research

Eric is een professional die laat zien hoe nieuwsgierigheid en ondernemerschap elkaar versterken. Vanuit zijn rol als ondernemer én onderzoeker zoekt hij continu de grens op van wat mogelijk is binnen het vakgebied. Juist complexe en uitdagende klantvragen vormen voor hem de grootste drijfveer. Hij vertaalt graag complexe vraagstukken naar vernieuwende onderzoeksmethoden en tools, waarbij hij steeds opnieuw kijkt hoe technologie slimmer en effectiever kan worden ingezet. Eric noemt de huidige tijd de mooiste tijd ooit om in het marktonderzoeksvak werkzaam te zijn! Een tijd waarin technologie, en in het bijzonder AI, nieuwe deuren opent. In zijn visie gaat het niet om mens versus technologie, maar om de versterking ervan. Waarbij snelheid, verrijking en verbinding samen gaan met blijvend menselijk inzicht. Die combinatie van visie, drive en vernieuwingskracht maakt Eric tot een inspirerende professional binnen het vakgebied.

#### Johan Goedhart | Blauw

Johan heeft de jury op een authentieke en gedreven wijze meegenomen in hoe hij ervoor gezorgd heeft dat zijn klanten dankzij zijn innovaties actionable inzichten hebben gekregen. Hij heeft duidelijk passie voor zijn werk en vertelt daar graag over, ook op congrespresentaties en gastcolleges. Sinds zijn overstap naar Blauw heeft hij meerdere geslaagde projecten ontwikkeld. Zo heeft zijn Brand Power Framework inzichten uit de brand tracker van Blauw naar een hoger niveau gebracht. Johan heeft ook een belangrijke rol gespeeld in het introduceren van de Retail Media Impact Advisor. En door middel van 'Echo' kunnen klanten makkelijk real life journeys in kaart brengen, zelfs met inzicht in het daadwerkelijke aankoopgedrag. De jury kijkt uit naar wat voor mooie ontwikkelingen Johan in de toekomst nog meer gaat brengen, zeker omdat hij de helft van zijn tijd aan innovatie

mag besteden. Zijn drive en creativiteit is opgevallen en zichtbaar is geworden dat er potentie is om nog meer impact te genereren voor zijn klanten.

**De Award voor Insights professional van het Jaar 2026**

De winnaar is:

**DIANA DERVAL**

## Data & Insights Professional bedrijfszijde van het jaar 2026

### De jury

De juryleden van de D&IN Awards categorie Data & Insights Professional bedrijfszijde van het jaar 2026 zijn: Paulien Schieven (voorzitter), Maurice Palmen, Sander Noorman, Judith Kramer, Hans van Avendonk, Elianne Anemaat, Joris van der Zwan.

### Juryrapport

De jury sprak dit jaar met drie sterke kandidaten. Alle drie lieten zij zien hoe breed, relevant en invloedrijk het vak Data & Insights is geworden: van klantonderzoek tot AI, van interne verandering tot externe zichtbaarheid, en van strategische keuzes tot concrete impact in de praktijk.

Wat de drie kandidaten bovendien verbindt, is hun brede blik op het vak. Alle drie hebben ervaring aan zowel bureauezijde als opdrachtgeverszijde. Daardoor begrijpen zij heel goed hoe inzichten moeten landen in organisaties, hoe ze besluitvorming kunnen beïnvloeden en hoe verandering in de praktijk tot stand komt. Tegelijkertijd hebben zij ook een stevige basis in onderzoek, data en methodiek. Juist die combinatie maakt hen sterk: ze kennen de inhoud van het vak én weten hoe je inzichten relevant maakt voor de organisatie.

Bij de beoordeling keek de jury naar vier criteria: impact, innovatie, exposure en visie. Voor de jury was het een mooie, maar moeilijke taak om uit drie sterke kandidaten één winnaar te kiezen.

#### Margot Schuil | Lamb Weston

##### **De energieke verbinder**

Margot Schuil heeft bij Lamb Weston indrukwekkend gebouwd aan de positie van customer en consumer insights. Zij begon als vrijwel enige insights professional en bouwde stap voor stap aan meer structuur, zichtbaarheid en invloed binnen de organisatie.

Met de introductie van action standards zorgde Margot voor duidelijke afspraken over onderzoek, besluitvorming en de consequenties van resultaten. Daarmee hielp zij de organisatie om betere keuzes te maken en projecten tijdig bij te sturen of zelfs te stoppen.

De jury was onder de indruk van haar rustige, overtuigende en verbindende manier van werken. Margot helpt een organisatie voorbij de eigen aannames te kijken. Of, zoals mooi werd gezegd: niet alles door de aardappelbril bekijken. Zij brengt energie, inhoud en verbinding samen op een manier die het vak sterker maakt.

Ook naar de toekomst kijkt Margot nuchter en nieuwsgierig. Zij ziet ruimte om het vak sterker uit te dragen in een wereld waarin data en onderzoek nog niet overal vanzelfsprekend zijn. De jury ziet in haar een sterke bouwer van het vak: iemand die met geduld en inhoud laat zien hoe insights meer invloed krijgen op strategie, innovatie en commerciële keuzes.

## Pascal Wortel | Centraal Beheer / Achmea

### De gedreven superexpert

Pascal Wortel overtuigde de jury met zijn vakmanschap, nieuwsgierigheid en verbindende kracht. Hij laat zien hoe belangrijk het is dat iemand binnen een grote organisatie de stem van de klant blijft bewaken, vernieuwen en doorvertalen.

Zijn case rond het toekomstbestendig maken van NPS over drie merken is daar een goed voorbeeld van. Een verouderd onderzoek, dalende respons en jongeren die moeilijker bereikbaar werden, vroegen niet om een kleine reparatie, maar om een echte herijking. Pascal werkte aan dagelijks meten, betere respons, het nabellen van jongeren, de inzet van AI en een forse kostenbesparing.

De jury waardeert vooral hoe Pascal mensen, merken en onderdelen bij elkaar brengt. Hij werkt over merken heen, verbindt teams, klanten en bureaus, en zorgt dat de stem van de klant niet ergens in een PowerPoint blijft hangen. Via klantpanels, klantarena's en kennissessies brengt hij klantinzichten praktisch terug de organisatie in.

Pascal is nieuwsgierig naar nieuwe methoden, maar zonder zijn gezonde verstand te verliezen. Niet alles wat nieuw is, is automatisch beter. En niet alles wat glimt, is goud. Ook buiten Achmea zoekt hij zichtbaarheid via gastcolleges, presentaties en LinkedIn. De jury ziet in Pascal een echte vakman en superexpert: gedreven, nieuwsgierig en met liefde voor onderzoek én mensen.

## Max de Jong | Albert Heijn

### De daadkrachtige vernieuwer

Max de Jong maakte indruk met een verhaal dat groot, concreet en toekomstgericht is. Binnen Albert Heijn verbindt hij onderzoek, bonuskaartdata, media, campagne-effectiviteit en AI op een manier die direct helpt om betere keuzes te maken.

Zijn werk heeft schaal: een groot team, veel onderzoeken, miljoenen bonuskaarthouders, veel leveranciers en duizenden campagnes. Maar het gaat niet alleen om aantallen. Wat Max vooral sterk laat zien, is dat insights steeds eerder in het proces komen: niet pas achteraf meten of iets gewerkt heeft, maar vooraf helpen om het beter te maken.

Ook op innovatie springt Max eruit. Hij gebruikt creatietesten in context, maakt optimalisaties snel inzichtelijk en zet AI in als hulpmiddel om campagnes scherper te maken. AI is bij hem geen wondermiddel. Technologie blijft een middel; de creatieve en strategische verantwoordelijkheid blijft bij mensen. Zijn visie is helder: insights bestaan om keuzes beter en sneller te maken. In een wereld met steeds meer data is de uitdaging niet om nóg meer cijfers op tafel te leggen, maar om duidelijk te maken wat ertoe doet en welke beslissing daardoor beter wordt.

Daarnaast is Max zichtbaar buiten Albert Heijn via events, NIMA, IAB Europe, podcasts en retail media platforms. Daarmee draagt hij niet alleen bij aan zijn eigen organisatie, maar ook aan de ontwikkeling van het vakgebied.

## Winnaar

De winnaar van de titel Data & Insights Professional van het Jaar 2026 aan de bedrijfszijde is:  
**Max de Jong. Van harte gefeliciteerd, Max!**

De jury had dit jaar de luxe én de lastige taak om te kiezen uit drie heel sterke kandidaten. Margot Schuil maakte indruk als energieke verbinder. Zij zette bij Lamb Weston het consument en klantperspectief stevig op de kaart en bracht met volharding een andere manier van kijken in de organisatie.

Pascal Wortel liet zien hoe waardevol een gedreven vakman kan zijn. Met nieuwsgierigheid, inhoudelijke diepgang en gevoel voor mensen geeft hij de stem van de klant een duidelijke plek binnen Achmea. En toch kiest de jury uiteindelijk voor Max de Jong.

Max overtuigt door de breedte en samenhang van zijn verhaal. Hij combineert impact, innovatie, exposure en visie op een manier die laat zien waar het vak naartoe beweegt. Niet alleen beter meten, maar vooral beter beslissen.

Wat de jury sterk vindt, is dat Max Data & Insights dichter bij de praktijk brengt. Hij maakt inzichten relevant op het moment dat keuzes worden gemaakt, niet pas achteraf. Daarmee vergroot hij de invloed van het vak op strategie, campagnes en commerciële besluitvorming.

Max doet dat op grote schaal, maar met een duidelijke menselijke en inhoudelijke blik. Technologie en data zijn bij hem geen doel op zich, maar middelen om scherpere keuzes te maken. Juist die combinatie van schaal, vernieuwing en praktische relevantie maakt hem een sterk boegbeeld voor het vak. Daarmee is Max de Jong een terechte winnaar van de titel Data & Insights Professional van het Jaar 2026 aan de bedrijfszijde.

**De Award voor Data & Insights professional bedrijfszijde van het Jaar 2026**

De winnaar is:

**MAX DE JONG**

## Data Professional bureauszijde van het jaar 2026

### De jury

De juryleden van de D&IN Awards categorie Data Professional bureauszijde van het jaar 2026 zijn: Kevin Laan (voorzitter), Lotte Cornelissen, Marijke Wiersma, Annemijn Schoenmaker.

### Juryrapport

Na een voorselectie op basis van de schriftelijke inzendingen nodigde de jury de drie genomineerden uit voor een persoonlijke presentatie. Daarin liette de jury op vakinhoudelijke kennis en ervaring, de persoonlijke bijdrage naast de teamprestaties, de mate van innovatie en doorontwikkeling, en de actieve kennisdeling binnen én buiten de eigen organisatie.

Alle drie de kandidaten toonden overtuigend aan hoe zij, elk vanuit hun eigen invalshoek, een waardevolle bijdrage leveren aan het vak.

#### Harm Hartman | Ipsos

Harm Hartman heeft een brede carrière in het vakgebied opgebouwd en wist de jury direct te raken met zijn aanstekelijke passie. In zijn presentatie schetste hij een heldere visie op de toekomst van het vak en illustreerde zijn ervaring aan de hand van drie cases: een complexe opdracht voor IKEA naar segmentatie, een onderzoek naar optimalisatie van mediabereik in Uganda en zijn betrokkenheid bij de Exitpoll van de tweede kamerverkiezingen.

De verkiezingscase presenteerde hij gestructureerd vanuit meerdere perspectieven. Overtuigend liet hij zien hoe stakeholdermanagement en publieke opinie het vertrouwen in een dataproduct beïnvloeden, en hij benadrukte het belang van een gedegen diagnose als fundament voor goed analytisch werk en dat hij zelf nog aan de knoppen zit.

Wat de jury opviel: Harm hoeft zichzelf niet te verkopen. Hij wordt gevraagd op basis van zijn inhoudelijke autoriteit. Dit blijkt uit de vele positieve reacties van collega's, klanten en partners in zijn nominatie. Met een klein team werkt hij nog steeds zelf mee, terwijl hij kennisdeling binnen én buiten zijn organisatie hoog in het vaandel heeft, onder meer via zijn actieve rol in verschillende vakcommunities zoals DIN en NPSO. Met zijn specialisatie in data fusie en synthetische data draagt hij veel bij aan de vakvolwassenheid en doorontwikkeling van deze onderwerpen.

Indrukwekkend is zijn aandacht voor de volgende generatie, aan wie hij zijn kennis en werkwijze bewust overdraagt. Hij leert hen door realistisch om te gaan met tegenslag en hoe je jezelf door de jaren heen blijvend kan ontwikkelen. Harm is creatief, een bouwer en naar eigen zeggen 'een deadline werker'. Harm laat zien wat een ervaren data professional kenmerkt!

#### Irene Strikkers | Online Dialogue

Irene Strikkers viel op door haar opvallende nieuwsgierigheid en haar vermogen om zich in korte tijd écht te verdiepen in de meest uiteenlopende onderwerpen die ze tegenkomt. Daarmee daagt ze haar klanten en collega's uit op een manier die hen daadwerkelijk verder helpt. Irene beschrijft haar eigen bijdrage helder en concreet, en benadert zowel haar technologische keuzes als de toepassing daarvan doordacht en kritisch. Wat haar tot een veelzijdige professional maakt is dat ze trajecten met klanten van begin tot eind kan begeleiden van projectplan en gedegen aanpak tot eindpresentatie. Haar speci-

alisme richt zich vooral op CRO's en de doorontwikkeling van dit vakgebied. Zo werkt ze van persona's naar cluster analyses om zo een meer datagedreven basis als fundament te gebruiken.

Ze heeft een heldere blik op hoe zij haar vakgebied ziet veranderen: slimmere metrics, (gen)AI & verbinding met stakeholders. Daarbij is zij gedreven, kritisch, enthousiast, en zeer leergierig. Leergierigheid komt duidelijk terug in haar antwoorden. Ze besteedt veel tijd om zich sterk te verdiepen in de problemen en tools die ze tegenkomt. Hierdoor gaat ze grondig te werk en zal ze als data specialist altijd voor kwaliteit staan. Haar talent ligt op het vlak van analyseren en dit door te vertalen naar concrete acties.

### Harm van der Schans | ScanmarQED

Harm van der Schans heeft de jury laten zien dat hij een gedreven data professional is die voortdurend bezig is met innovatie en doorontwikkeling. Dit jaar presenteerde hij een door hemzelf ontwikkelde analysemethode voor een datagedreven SWOT-analyse door toevoeging van een merk- en markteffect. Een analyse die bij uitstek van waarde kan zijn voor FMCG partijen. Een frisse aanpak die hij stap voor stap met de jury deelde, inclusief een demo van het bijbehorende PowerBI-dashboard. Daarnaast heeft hij over deze methode een webinar verzorgd, wat zijn bereidheid onderstreept om kennis actief te delen met de buitenwereld.

Harm heeft een kritische blik op de status quo en is in staat om end-to-end oplossingen te bedenken, ontwikkelen en implementeren bij zijn opdrachtgevers. Hij is daarbij open over waar hij nog groei zoekt. Hij heeft behoefte aan sparringpartners om zijn methode verder te ontwikkelen en te toetsen bij bestaande klanten: hij wil daarin doorgroeien en doelen halen. Dat Harm ook in 2025 al een nominatie ontving, maakt zijn innovatiekracht extra inzichtelijk. Het laat zien dat zijn drive om het vak verder te brengen geen eenmalige prestatie is, maar een consistent patroon.

### De winnaar

**De Jury roept Harm Hartman uit tot de Data Professional van het jaar Bureauzijde 2026.**

Met 35 jaar ervaring (mark)tonderzoek is Harm Hartman een echte vakman. Hij belichaamt wat een ervaren dataprofessional kenmerkt: brede kennis, scherp oog voor kwaliteit, inhoudelijke autoriteit en een oprechte passie voor het vak die aanstekelijk werkt op iedereen om hem heen. Harm schetste niet alleen een heldere visie op waar het vak naartoe beweegt, maar onderbouwde dit met concrete, complexe praktijkcases.

Zijn vermogen om stakeholdermanagement en publieke opinie te verbinden aan het vertrouwen in een dataproduct liet zien dat hij het vak in de volle breedte beheerst: van technische analyse tot organisatorische impact. Maar misschien wel het meest indrukwekkend is hoe Harm naar de toekomst kijkt. Hij deelt zijn kennis actief in vakcommunities en draagt zijn ervaring bewust over aan de volgende generatie. Dat maakt hem niet alleen een vakexpert, maar ook een ambassadeur voor het vak.

**De Award voor Data professional bureauzijde van het Jaar 2026**

De winnaar is:

**HARM HARTMAN**

## Young Talent van het jaar 2026

### De jury

De juryleden van de D&IN Awards categorie Young Talent van het jaar 2026 zijn:

Sandra van Vemden (voorzitter), Marloes Flink, Dennis Hoogervorst, Ronnie van Diemen-Teeuwen, Lisanne Janssen Andeweg, Brigitte van Buggenum, Onno 't Sas.

### Juryrapport

#### Gabi Verstappen | Beautiful Lives

Gabi heeft de jury geraakt met haar nieuwsgierigheid, ambitie en heldere visie op de toekomst van kwalitatief onderzoek. Ze laat zien dat innovatie niet draait om sneller of makkelijker werken, maar juist om technologie op een slimme en menselijke manier in te zetten om tot nieuwe inzichten te komen. Wat Gabi bijzonder maakt, is haar drive om dingen anders te durven doen.

Ze combineert een frisse blik met de energie om anderen mee te nemen in innovatie en nieuwe toepassingen tastbaar te maken. Daarmee bewijst zij dat zij een meer dan terechte nominatie is voor de Young Talent Award. De jury ziet in Gabi een vooruitstrevend talent dat met overtuiging en enthousiasme haar eigen pad kiest. Haar presentatie maakte duidelijk hoe gedreven zij is om onderzoek relevanter, creatiever en mensgerichter te maken.

Met haar frisse blik, lef en passie voor innovatie is zij zonder twijfel een talent om de komende jaren in de gaten te houden. Ze mag trots zijn op deze mooie nominatie!

#### Roos Coolen | Conversation Studio

Roos heeft ons als jury gegrepen met haar enthousiasme, haar aanstekelijke energie en de passie die ze heeft voor het vakgebied. Het is indrukwekkend om iemand te ontmoeten die in minder dan een jaar dat ze fulltime in het insights-domein werkzaam is, al zo'n steile leercurve heeft laten zien. Ze voert zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeken uit, presenteert deze op heldere, energieke wijze en opereert al als een volwaardige sparringpartner voor haar klanten.

De sprongen die ze in zo'n korte tijd heeft gemaakt, haar gedrevenheid en haar passie voor het begrijpen van de achterliggende drijfveren van consumentengedrag zijn voor ons een prachtige weerspiegeling van Young Talent. We hopen dat ze deze nominatie viert als de enorme mijlpaal die het is.

Als ze dicht bij haar eigen energie blijft, vragen blijft stellen en haar aanstekelijke nieuwsgierigheid behoudt, herbergt zij de toekomst van ons vak. Roos is een ruwe diamant waar we de komende jaren ongetwijfeld nog van gaan horen. Namens de gehele jury, ontzettend gefeliciteerd met deze prachtige nominatie.

#### Dennis Hulsebos | DVJ Research Group

Dennis heeft geen traditionele marktonderzoekachtergrond, maar nu hij geland is bij DVJ Insights kijkt hij vanuit de techniek met een frisse blik en onmiskenbaar slim denkwerk naar ons vakgebied. Hij begrijpt dat echte innovatie niet begint bij nieuwe tools, maar bij een krachtige infrastructuur en schaal-

baarheid. Door historisch gegroeide, handmatige processen om te bouwen naar een geïntegreerde pipeline, bracht hij werk dat vroeger dagen duurde terug naar slechts enkele minuten. Hierdoor staat data centraal en is er meer tijd voor de klant.

Met baanbrekende projecten zoals de Innobot, Spenderlog en de award-winnende Cognitive Demand-studie benut hij de mogelijkheden en bewijst hij de impact van AI. Omdat hij zijn kennis bovendien volop deelt en die ook duidelijk weet uit te leggen, slaat Dennis de brug tussen complexe technologie en toepasbaar onderzoek.

De jury gelooft na zijn presentatie nog meer in zijn talent en ambitie, en kijkt er naar uit wat hij kan bereiken wanneer hij zijn technische kennis en kunde nog meer in dienst stelt van het beter begrijpen van mensen, drijfveren en gedrag. We verwachten dat hij de stap kan zetten voorbij snellere, goedkopere en geautomatiseerdere nieuwe technologie en daadwerkelijke verbetering zal weten te bewerkstelligen.

Dennis is de definitie van een Young Talent die de sector kan helpen om de weg naar de toekomst te vinden.

## De Award voor Young Talent van het Jaar 2026

De winnaar is:

**DENNIS HULSEBOS**