

Amsterdam, 30 augustus 2022

Ton Schoonderbeek en Patricia Sonius gaan Nationaal Media Onderzoek leiden

Ton Schoonderbeek en Patricia Sonius gaan vanaf heden het ambitieuze en wereldwijd unieke crossmediale onderzoek naar een volgende fase brengen en een organisatie vormgeven die past bij de langetermijnambities van het Nationaal Media Onderzoek (NMO).

Ton Schoonderbeek brengt meer dan 35 jaar ervaring in nationale en internationale reclame en media mee. Hij was meest recent actief als Global Chief People Officer bij mediabureau Mindshare en als Chairman Mindshare Nederland. Hij maakte ook onderdeel uit van het GroupM Global People Team. Als bestuurslid is Ton actief betrokken geweest bij VEA, MWG, SUMMO, SIRE en sinds april dit jaar bij de Reclame Code Commissie. Ton is enthousiast over de grote ambities die bij zijn nieuwe rol als Algemeen Directeur NMO horen: *"Ik kan me de eerste gesprekken over wat nu het Nationaal Media Onderzoek is nog goed herinneren; iets wat toen een brug te ver leek. Het was nog nergens ter wereld gelukt. Kortom, een stoere en indrukwekkende ambitie waar nu daadwerkelijk sinds de lancering van het concept in 2021 aan wordt gewerkt en waar de eerste successen nu zichtbaar worden. Het voelt als een privilege om samen met Patricia en alle teams en stakeholders, NMO naar een volgende fase te brengen en om daadwerkelijk commercieel inzetbaar te maken voor de gehele industrie; van content creators tot media investment teams en van planners tot marketeers."*

Patricia Sonius komt van Ster waar zij meer dan vier jaar Research & Development Manager was. Daarvoor werkte zij jarenlang voor nationale en internationale klanten bij het snelgroeiende InSites Consulting. Sinds 2019 was zij bestuurslid van Audify en het Nationaal Luister Onderzoek. Patricia kijkt ernaar uit om, met haar meer dan 10 jaar ervaring in het vak, als Directeur Onderzoek NMO een waardevolle bijdrage te kunnen leveren aan de verdere opbouw van NMO en de vele innovaties die daarmee samenhangen. Patricia zegt hierover: *"Het Nationaal Media Onderzoek staat in de startblokken en iets wat onmogelijk leek wordt nu werkelijkheid: het grootste, meest innovatieve onderzoek dat continu het mediagedrag van de Nederlandse bevolking in kaart brengt. Als onderzoeker in hart en nieren voel ik mij vereerd om samen met Ton verder te bouwen aan wat de JIC's en VINEX zijn gestart. We gaan bedrijven echt in staat te stellen om campagnes en content optimaal en impactvol te plannen door tijdig inzicht te geven in het volledige crossmediale mediagebruik van de Nederlander."*

Einde persbericht

Noot voor de redactie:

Voor een toelichting of meer informatie kunt u contact opnemen met Ton Schoonderbeek, Algemeen Directeur Nationaal Media Onderzoek, via:

m: 06 5156 6324

e: ton.schoonderbeek@nationaalmediaonderzoek.nl

Over NMO:

Het Nationaal Media Onderzoek (NMO) is een initiatief van de organisaties voor mediabereiksonderzoek in Nederland: Stichting KijkOnderzoek (SKO), Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO), Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) en de Verenigde Internet Exploitanten (VINEX). Via deze organisaties zijn alle grote Nederlandse media-exploitanten en omroepen betrokken, alsmede de bond van adverteerders (bvA) en het Platform Media Adviesbureaus (PMA). Recent maakte de Stichting Buitenreclame Onderzoek (BRO) de samenwerking met het NMO bekend. Buitenreclame-onderzoek zal op termijn volwaardig onderdeel uitmaken van NMO.

Onder de vlag van NMO wordt het bereik van televisie, radio, print en online gemeten en zal het op termijn de huidige standaarden vervangen. Elk afzonderlijk bereiksonderzoek wordt daarbij vernieuwd en sterk verbeterd en zal het crossmediale karakter van mediaconsumptie verder worden doorgevoerd. De introductie van NMO zal in 2022-2023 gefaseerd plaatsvinden. De eerste datasets zijn reeds verschenen. Deze kunnen meteen door bureaus, adverteerders en media-exploitanten worden gebruikt.

NMO wordt uitgevoerd door de marktonderzoeksbureaus Kantar en Ipsos.

Meer informatie: nationaalmediaonderzoek.nl