FAST
MOVING
CAREERS

FMCG

Headhunter Huub Terpstra schrijft regelmatig voor zijn social media volgers op LinkedIn vanuit zijn rubriek *Fast Moving Careers* (30.000 volgers).
Hij interviewt managers uit zijn FMCG-netwerk met vragen over zijn of haar carrière.
Dit keer **Martijn Sonneveldt, Interim Directeur / General Manager / CCO**

“Met tegenwind ben ik op mijn best”

Wat was je eerste échte baan in FMCG en hoe is dat verlopen?
Mijn eerste baan was Global Brandmanager Sikkens bij Akzo Nobel, een supermooi bedrijf. Maar ik wilde graag naar een bedrijfstak met meer dynamiek, kortere lead times, sterker concurrentie en veel uitdaging. Ik wilde meer snelheid en resultaatgerichtheid. Dat werd dus Fast Moving Consumer Goods (FMCG): Innovatie Manager bij Sara Lee voor het merk Stegeman. Ik was met mijn team verantwoordelijk voor het hele traject; van strategie, concept ontwikkeling, productie tot introductie. Een prachtige tijd!

Bij welk bedrijf werk je nu?
Ik werk nu in een interim rol bij “Het Blauwe Huis” dat biologische en bio-dynamische kruiden en kruidenthee maakt. Dit bedrijf is bezig met een ambitieuze transformatie om klantgerichter te werken en ik neem daarbij Marketing en Sales onder mijn hoede.
Het is een bijzondere en mooie organisatie met gepassioneerde mensen met sterke idealen. Ik geniet er echt van om de idealen rondom goede duurzame voedselproductie te vertalen naar ambitieuze groei en klantgerichtheid in het direct-to-consumer kanaal.

Wat wilde je als kind graag worden?
Als kleine jongen wilde ik archeoloog worden. Nee, dat is niet gelukt 😉.

Het is nog steeds een échte passie van me en recent heb ik in Amersfoort nog geholpen met een archeologische opgraving van graven uit de IJzertijd (800 – 12 voor Chr.).
Dat was fantastisch, maar ik ben heel blij dat ik in mijn werk echt in het Hier & Nu en met de actuele spannende uitdagingen bezig ben.

Wat is dé onderscheidende stap in je carrière geweest die voor versnelling zorgde?
Ik werkte vanuit België als Marketing Director bij Bel voor de Benelux en werd gevraagd voor de rol General Manager voor Bel Nederland. Een prachtige stap én uitdaging!
Niet lang daarna zaten we vol in de Coronapandemie (2020). Een lastige tijd voor veel mensen, zowel privé als op het werk. Het had ook enorme invloed op ons merk portfolio. Het was een totaal nieuwe situatie voor iedereen, zonder houvast uit het verleden. Dus super "kort op de bal" spelen, goed communiceren met elkaar, het grotere geheel blijven delen, goed op elkaar letten, mensen aansporen om echt mee te denken en met nieuwe creatieve oplossingen te komen. Dat is goed gelukt; Incl. de "carve out" van Leerdammer naar Lactalis in die tijd. Ik kijk terug op een uitdagende maar mooie tijd bij Bel.

Wat is een bijzondere hobby van je?
Ik lees alles wat ik voor ogen krijg met betrekking tot de 2e Wereld Oorlog.
De keuzes die mensen hebben gemaakt en de moed die sommige mensen hebben laten zien, vind ik erg inspirerend. Wat drijft een mens in die tijd? De een tot heldendaden en de ander tot wreedheden? Het blijft een hobby en op vakantie bezoek ik altijd wel op een dag een plek die een link heeft met WOII, dat blijft boeiend!

Waar ben je (zakelijk) het meest trots op?
Met de Bel Groep waren we de eerste in Nederland met een merk propositie in het koel-schap bij Hard Discount; Het merk Leerdammer bij Aldi. Nu volstrekt normaal, nog maar niet lang geleden was dat absoluut niet logisch en niet normaal. Met een groep zeer enthousiaste "enthousiastelingen" hebben we in de spreekwoordelijke avonduren een Plan van Aanpak gemaakt, compleet met uitgewerkte business case, timing, risicoanalyse en mogelijke oplossingen in kaart gebracht.

En bovenal een nieuwe productrange ontwikkeld speciaal voor Hard Discount. Ik heb nog nooit zo'n goed team-gevoel ervaren als met deze mensen. Het was hard werken, avonden/nachten doorhalen, een uitdagend traject maar al met al een echt succes!

Op welke eigenschap van jezelf ben je het meest trots?

Ik hou van verandering, een stevige uitdaging en ben niet bang voor het onbekende.
Ik hou ervan als ik alle zeilen bij moet zetten en echt uitgedaagd wordt: met tegenwind smaakt elke strijd en elke zege zoeter. Dan ben ik op mijn best.

Wat is een fout of mislukking in je carrière geweest?

Ik heb wel eens nieuwe producten geïntroduceerd waarbij alle marktonderzoeken wezen op toekomstig succes, terwijl veel mensen om mij heen intuïtief twijfels hadden maar dit niet uitspraken. Wat ik geleerd heb is dat het enorm belangrijk is om ook naar deze "tegengeluiden" te luisteren. Vaak zitten hier waardevolle inzichten in.
En.., durf op tijd zelf te stoppen voordat de klant of de consument de stekker uit je project trekt of een nieuw product "killt". Hier zijn genoeg voorbeelden van (!)

Wie of wat ben je verloren onderweg tijdens je carrière?

Ik heb met veel "mooie mensen" samengewerkt die ik vertrouwde en waarvan ik veel heb kunnen leren. Ik heb echter ook wel enkele keren meegemaakt dat er dingen gebeurden die echt niet door de beugel konden; mijn waarden en normen werden aangetast op dat moment. Mijn onschuld ben ik inmiddels wel kwijt.

Wat zou je anders gedaan hebben als je de tijd kon terugdraaien?

Dat ik nog eerder in mijn carrière echt voor mijn (onderbouwde) mening zou zijn gaan staan. Aan het begin van mijn carrière dacht ik misschien nog te veel dat anderen het beter wisten omdat ze meer ervaring hadden. Soms was dat ook zo, maar lang niet altijd. Ik was lange tijd te bescheiden en wat voorzichtig, terwijl ik nu goed weet wanneer je moet opstaan en gas moet geven. Dat heeft ook met (levens)ervaring te maken.

Welk topmerk in FMCG spreekt je het meeste aan? En waarom?

Het bedrijf Avantium steekt daar met kop en schouders bovenuit voor mij. Die hebben écht baanbrekend werk gedaan. Dit is een Nederlands bedrijf (spin-off van Shell) dat een verpakkingsmateriaal heeft ontwikkeld dat de eigenschappen heeft van plastic, maar 100% Plant-Based en recyclable is. Ze hebben een lange uitdagende reis afgelegd en nu staat er een grote proeffabriek en zijn zij partner van grote bedrijven als Albert Heijn (Ahold) en Coca-Cola.

Maar ik ken je Huub…, je wil een A-merk horen! Het bedrijf en merk HAK spreekt mij ook enorm aan. Met hun voortrekkersrol in verduurzaming en het succesverhaal van de HAK bonen-categorie spreken zij tot de verbeelding.

Met welke beroemdheid zou je een dag willen ruilen en waarom?

André Kuipers. Ik zou er misschien wel een ledemaat voor over hebben om de aarde vanuit de ruimte te ervaren, dat moet magisch zijn.

En hij zet zijn ervaringen in om de aarde zo veel mogelijk te beschermen en duurzaam te maken, daar heb ik heel veel respect voor.

Wie ben je het meest dankbaar als je terugkijkt op je carrière tot nu toe?

Een clichéantwoord maar dat is echt mijn vrouw Hilde. Die heeft me altijd de ruimte gegeven om er vol voor te gaan, jarenlang door de weeks in het buitenland door te brengen, lange dagen te maken.

Daarnaast ben ik mensen als Vincent van Kuijen en Denis Gayout (uit Frankrijk) van Bel erg dankbaar. Ze hebben me vertrouwen gegeven en ik heb van hen veel geleerd; strategisch denken, te handelen vanuit het grotere geheel, mensen mee te nemen, door te zetten bij tegenslag, nieuwe routes te bedenken als een route niet werkt, altijd plan B en plan C.

In het kort: “managerial courage”, managementlessen in de praktijk.

Wat is je lijfspreuk of een slogan die bij je past?

Verleg elke dag je grenzen. Streef ernaar om elke dag iets nieuws en uitdagends te proberen. “Doe iedere dag iets dat niet mag” zeg maar, zorg dat je comfortabel bent met uit je comfort zone te gaan. Dan kom je ver en leer je elke dag!

Welke levensles zou je allen – en jonge mensen in het bijzonder – mee willen geven?
“Begin with the end in mind”, één van “The Seven Habits of Highly Effective People” van Steven Covey. Als je niet weet waar je naar toe wilt, ben je stuurloos.
En combineer vision & facts; steeds meer zaken zijn inzichtelijk en meetbaar, maak daar gebruik van. Vaak zijn de verhalen die mensen in organisaties aan elkaar vertellen (en die iedereen voor lief neemt) niet de waarheid. Met de juiste combinatie van visie en feiten kun je écht het verschil maken, beweging creëren en vooruitkomen.

https://www.linkedin.com/in/martijn-sonneveldt-4a45534/

Juli 2025

FAST MOVING CAREERS

FMCG



