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). *"Een groot online platform dat op inspirerende wijze een inkijk geeft in zowel iemands zakelijke carrière als persoonlijke kant – voor meer exposure en ter inspiratie!"*
Hij interviewt managers uit zijn FMCG-netwerk met vragen over zijn of haar carrière.

Dit keer **Menno Bax – Managing Director MSC DACH & BeNeLux**

"Alles is mogelijk, geen grenzen en ook doorgaan bij weerstand"

Wat was je eerste échte baan in FMCG?
Ik ben na mijn studie direct begonnen bij ***Boas Gourmet Foods – Wessanen,*** *een grote distributeur in Zoetermeer van diverse A-merken waaronder het merk:* ***John West****.*
Hier heb ik een start gemaakt in Sales & Key Account Management Retail & OOH, maar al snel kon ik door naar de Marketingafdeling – met dank aan Leon van Dorst (Sales en Marketing Manager) – en mocht ik het vis-in-blik merk John West in Nederland tot marktleider brengen met wereldwijd bekende TV-campagne ***"Fighting Kung Fu Bear"*** *uit 2000. Een gigantisch succes (in de tijd zónder AI..).*
https://www.youtube.com/watch?v=gP92j-uEnps

Wat was je vervolgbaan en het vervolg van je carrière?
Sinds de oprichting in 1863 is Boas actief als distributeur van levensmiddelen, o.a. Royal Mail en de merken Patak's, Tabasco en John West. Maar het succes van deze merken bracht ook kapers op de kust; Heinz besloot de distributie van John West naar zich toe te trekken.

*In 2001 werd Boas overgenomen door **Koninklijke Wessanen**, met bekende merken als Beckers en Zonnatura (in 2001 gekocht van Numico). De opdracht was: merken bouwen!*

*Na het succes met John West bij Boas mocht ik het merk **Zonnatura** bij Wessanen nieuw leven in blazen middels innovaties, merkcampagnes, nieuw verpakkingsdesign en merk-identiteit. Dit deed ik samen met mijn "buddies in crime": Johan Spriensma en Martijn van Weele. We gingen gezamenlijk-naar de handel om de merk- en categorie-visie van Zonnatura opnieuw te vertellen. O.a. succesvol bij Albert Heijn. Hierbij in deze mooie tijd heel fijn samengewerkt met Bas Hauwert en Edo Abels van Albert Heijn.*
Maar het punt was dat de Retailers in die tijd allemaal Private Label (PL) lanceerde in concurrentie op Zonnatura en dat Nutricia bij verkoop van het merk Zonnatura aan Wessanen hun nieuwe merk Vitaminepillen in het schap lanceerde met de bekende Sunwell range. Een hele mooie en uitdagende periode waar het Zonnatura-merk echt een boost moest krijgen en dat is gelukt. Dit kwam met name door het verbeteren van de Inkoop (synergie en schaalvoordelen) en Innovaties op biologische en gezondheids-producten. Hierbij heb ik ook heel fijn samengewerkt met collega Huub Pijnenborgh, Field Sales Manager bij Wessanen.

Ook vermeldenswaardig is de lancering van het "Kikkerconcept" bij McDonald's als onderdeel van het Happy Meal concept, hiermee kwam Zonnatura als merk voor het eerst bij McDonalds als natuurlijk, gezond alternatief met karakter Kikker (Max Velthuijs boekenserie). Groente- fruitsap en knijpfruit om te kiezen in het bekende Happy Meal.

Hierna heb ik een mooie stap kunnen maken binnen Wessanen op Europees niveau en mocht ik Europese merk-innovaties ontwikkelen die lokaal werden uitgerold onder de diverse werkmaatschappijen met merken als Zonnatura, Bjorg, Whole Earth. In die tijd heel fijn gewerkt met Fred Alkemade – VP Royal Wessanen en Niels Onkenhout – Lead Royal Wessanen Europe. Een fantastische leerschool gehad hier bij Wessanen, met Europese innovatieprojecten en nieuwe ontwikkelingen en samenwerking met de lokale werkmaatschappijen binnen Wessanen. Een prachtige, boeiende periode voor mij.

Na Wessanen heb ik een (opvallende) stap gemaakt (buiten Food) naar een pionierend en strategisch bureau IN10 (Rotterdam). Actief in internet en online activaties van merken. Bij IN10 kreeg ik alle vrijheid van de co-owners Vincent Luyendijk, Arno Wolterman en Xander Zuidgeest en heb ik diverse strategische partners mogen adviseren voor online activatie campagnes en merk- positionering voor merken als Tefal (van Groupe SEB), Boursin roomkaas (met o.a. Vincent van Kuijen en Joanny Lijbers van Bel Group), Snickers en Mars van Effem/Mars Nederland. Het is Jorg Oostdam van Snickers die hier ons als bureau deze kans gaf om de online activatie van het merk Snickers – "Mannenbrandstof" te lanceren.

Daarna ben ik overgestapt naar Princes Foods in Europa, te Rotterdam, als Marketing Director. Hier was ik verantwoordelijk voor de Europese (merk)strategie en innovaties voor het Princes merken portfolio in Europa. Denk hierbij aan merken als Princes (NL), Vier Diamanten (AT) en Wielkopolski (PL). Met het Princes merk marktleiderschap kunnen behalen (we waren nr. 3 in de markt en namen de koppositie over van Deep Blue) met een weloverwogen categorie-aanpak met Princes als kwaliteitsmerk en Statesman als prijs/kwaliteitsmerk bij Albert Heijn (o.a. met Erik Kieftenburg). Vele nieuwe innovaties kunnen ontwikkelen in o.a. Vegetarische Tonijn, Verduurzaming (100% MSC) Tonijn en Check je Vis – Princes (waarbij je "van zee tot retailschap" de reis van de vis kan volgen in een blockchain ondersteund platform).
In de laatste periode hier ook nauw mogen samenwerken met de Princes Chairman – Kazuhito Suematsu (nu GM Board Mitsubishi Corporation) en uiteraard GM Remmelt Jongkind, Peter van der Waal (Sales Director), Gijs Vosmer, Kenneth Ruigrok (Marketing) en Misja De Schepper (Sales).

Bij welk bedrijf werk je nu? In wat voor functie?
Op dit moment werkzaam bij ***MSC – Marine Stewardship Council****, in de regio DACH & BeNeLux. Twee iconische markten voor MSC. Hier de kans gekregen van Erin Priddle – MSC Regional Director Northern Europe – om deze twee iconische markten voor MSC samen te voegen tot één grote regio. Een fantastisch mooie rol met een visie om de wereldwijde oceanen te beschermen (visie: "Teeming With Life") en zorg te dragen dat we vis en zeevruchten veiligstellen voor huidige en toekomstige generaties.*

Door mijn verantwoordelijkheid voor DACH & BeNeLux zit ik om de paar weken in Berlijn én Brussel én op ons kantoor in Den Haag. Hier werken we als gepassioneerde "Ocean Warriors" elke dag hard met onze partners (o.a. Nomad Foods/Iglo, Princes, John West, Bolton/Rio Mare en Cornelis Vrolijk (voorheen samenwerking Niels Bontje), retailers en stakeholders. Ik heb deze fantastische kans ook gekregen door COO – Alene Wilton en CPO – Nicolas Guichoux.

Leuk om te vermelden: Het MSC-keurmerk is ontstaan in 1997 als een initiatief van het Wereld Natuur Fonds (WWF) en Unilever (Iglo) om de overbevissing aan te pakken.

Wat wilde je als kind graag worden? En is dat gelukt?
Als klein kind wilde ik niet zoiets als politieman of brandweerman worden, maar later als tienerkind had ik altijd al de droom om eindverantwoordelijke te worden van een mooi merk, bedrijf of organisatie en hier écht impact maken.
Met MSC is die droom in vervulling gegaan, hier werk je aan impact, purpose en kan je samen met partners en stakeholders echt het verschil maken voor bescherming van de oceanen en het veiligstellen van vis en zeevruchten voor de toekomstige generaties.

Wat is dé onderscheidende stap in je carrière geweest die voor versnelling zorgde?
Ik heb altijd kansen gekregen om door te groeien, te ontwikkelen en hiermee stappen te maken. Eerst het grote merk ***John West****, en vanuit hard werken en succes mocht ik* ***Zonnatura*** *gaan doen binnen Wessanen. Hierna naar Wessanen Europe voor innovaties op de health categorie. Voor mij de ontwikkeling van lokaal/NL naar Europees Marketing.*

Bij ***Princes*** *begonnen met het ontwikkelen van de Europa-strategie en hier kansen gekregen om als Marketing Director het Princes-merk echt op de kaart te zetten en in de Europese landen merken (en PL) te ontwikkelen, te versterken. Daarnaast veel bezig geweest met CSR, duurzaamheid, innovatiebeleid en algemene, commerciële plannen. Vanuit hard werken, commitment, goede plannen en dan impact maken en leveren, krijg je kansen om je carrière verder te ontwikkelen.*
Daarbij altijd leergierig en nieuwsgierig, dit is wel de rode draad denk ik en dit geldt ook voor ***MSC*** *waar ik nu werk: altijd doorgaan en geen "nee" accepteren.*

Waar ben je goed in en waar ben je minder goed in?

Goed in strategie ontwikkelen en dan mensen meenemen hierop en dit in beweging krijgen. Ook als anderen om me heen zeggen dat het "niet kan of lastig wordt", dit dan toch gaan realiseren. Weerstand geeft mij de drive om door te gaan!

Mogelijk een minder goede kant is dat ik wat ongeduldig van aard ben en het liefst zaken sneller zie gebeuren, maar hier ook goed geleerd door de jaren heen, dat het stap voor stap gaat, zeker in transities van teams en organisaties.

Wat is een bijzondere hobby van je? Vertel eens iets verrassends over jezelf!

Vanuit het wedstrijdzwemmen heb ik 35 jaar met heel veel plezier waterpolo gespeeld.

En 3 jaar geleden een fundamentele switch gemaakt door te starten via Personal Training en Fitness en hier intensieve lessen te volgen eerst, nu vol aan de slag met Crossfit Workouts Naast Crossfit in Nederland, ook regelmatig nu in een vaste Crossfit-locatie in Berlijn te vinden en op vakantie loop ik ook graag de lokale Crossfit locatie binnen om de volgende uitdaging aan te gaan en mijn grenzen te verleggen, en te blijven groeien.

Naast werk zoek ik de uitdaging graag op in de sport. Inmiddels al enkele jaren actief in sportevents als Hyrox, Gymrace, Spartan, bootcamps te vinden, met als doel jezelf continue uit te dagen.

Ook op hardloopgebied zeer actief en ben ik dan ook regelmatig bij diverse mooie events te vinden. Het heeft mogelijk iets verslavends, iets obsessiefs, iets uitdagends, iets grensverleggende en zal ook iets met mijn energie en drive en discipline te maken hebben, ik vind het heerlijk en kan mijn energie goed kwijt hier (in werk én sport).

Waar ben je (zakelijk) het meest trots op?

Recent na een 3 jaar proces van bouwen aan een team en organisatie binnen MSC voor de regio DACH & BeNelux met het team een nieuwe Check je Vis campagne over de hele regio mogen uitrollen in 6 landen en 2 grote en succesvolle Awards-events mogen organiseren in Duitsland en in Antwerpen. De eerste Awards in Duitsland en de eerste in de BeNelux (John West won MSC Award dit jaar voor beste A-merk). Dit geeft aan dat we als team, organisatie DACH & BeNelux grote stappen voorwaarts maken, we zaken hebben kunnen bouwen, organiseren en succesvol maken en met impact!

En dat het team dit nu met volle enthousiasme verder gaan aanpakken en versterken. Heel mooi om te zien en ervaren.
En als 2e waar ik heel trots op ben zijn alle innovaties en marketingprojecten bij Princes in de loop der jaren (13,5 jaar), zie eerder in dit interview vermeld.

Wat is je ultieme vakantieland of -stad? En waarom?
Qua stad is Rome wel echt een museum om doorheen te lopen. Ook met MSC hier een werkbezoek mogen hebben en dan in de avond door de stad lopen is echt een ware ervaring. Daarnaast ben ik nu voor MSC regelmatig te vinden in Berlijn. Ook Berlijn heeft mijn hart gestolen, wat een vibe van vrijheid, internationaal en historie! Een hele fijne stad om in te werken en te wonen (ik heb mijn kinderen ook hier naartoe meegenomen!).

Heb je een favoriete muziek-artiest of muziekband?
Nee, niet echt een favoriete band of song.
Ik houd wel ongelooflijk van muziek luisteren. Ik stem graag mijn muziek, song keuze af op wat ik doe, of wat de mood is: bij hardlopen en Crossfit is dance, techno muziek wel fijn om lekker op te lopen. Maar om lekker op de bank naar te luisteren is popmuziek weer fijn. Ik luister ook veel muziek op reis. Dus brede keuze en interesse hier.

Wat is je lievelingsfilm (of TV-serie) en waarom?
Nu met mijn actieve sport en grenzen aan weerbaarheid, ja dan kom je wel uit bij "Kamp van Koningsbrugge" en hier dan mensen fysiek, mentaal zien strijden.
Recent ook een 5 uur durende bootcamp zelf mogen ervaren van "Alles is Mindset", ja een groeiproces met jezelf, fysiek en mentaal jezelf tegenkomen.
Dit dan op TV bij "Kamp van Koningsbrugge" te zien, deze keer opgenomen in Suriname, waarbij kandidaten deze weerbaarheid ultiem getest krijgen, is een fantastische ervaring om te zien.

Welke eigenschap helpt je het meest op weg in je carrière?
Doorzettingsvermogen, commitment en een doel hebben en dit vervolgens realiseren met het team en impact maken. Vooral bij weerstand en als anderen "nee" zeggen ga ik door. Dat heeft me veel en ver gebracht.

Welke opleiding heb je gedaan?

Haagse Hogeschool (HEAO) – Commerciële economie en Master of Brand Management. Altijd veel interesse gehad in commerciële economie, FMCG, merken, organisaties, verkoop, sales & marketing, innovaties. Ik heb vanuit deze interesse ook later nog een Master of Brand Management gevolgd aan de Erasmus – Rotterdam (EURIB).

Welk topmerk spreekt je het meeste aan?

Merken met een purpose en een visie, waarin duurzaamheid in hun DNA, kernwaarden en identiteit verankerd zitten. Denk aan bekende merken als Zonnatura, Ben & Jerry, Fish Tales, Follow Food, Tony Chocolonely etc. Deze merken inspireren ook, dat is mooi!

Welke beroemdheid zou je graag eens ontmoeten of een dag mee willen ruilen?

CEO's van grote ondernemingen, zoals bijvoorbeeld Bill Gates. Ik denk dat het mooi is dat de CEO's het verschil gaan (en kunnen) maken in duurzaamheid. Bill Gates als tech-miljardair heeft nu aangekondigd om over 20 jaar een groot deel van zijn vermogen van ongeveer 200 miljard aan zijn filantropische stichting – Gates Foundation – te schenken voor goede doelen. YouTube-film: https://www.youtube.com/watch?v=h8Nm39l8l3E

Een dag met deze rijken der aarden, de CEO's van machtige bedrijven spreken over toekomst, de fondsen en hier samen het verschil maken qua duurzaamheid voor de volgende generaties is denk ik hard nodig. Dit zouden huidige CEO's als Elon Musk ook moeten doen! Samen het verschil maken op duurzaamheid is nu echt nodig... en CEO's van bedrijven en organisaties kunnen deze beweging mede gaan bepalen en leiden door hun organisaties purpose driven in te steken.

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

Uiteraard mijn ouders, mijn gezin. Zij hebben mij altijd ondersteund bij mijn plannen en in mijn carrière: ook in de moeilijke tijden, met het vele reizen, het weg zijn van huis, en dan ook – samen – de mooie ontwikkelingen doormaken. Heel bijzonder en zeer dankbaar.

Daarnaast in mijn werk vele managers, directeuren en collega's die mij de kans gaven om mij te ontwikkelen en door te gaan en te inspireren. Ik heb enkele hierboven al eerder genoemd en hoop dat ik niemand te kort doe, met de meesten heb ik nu nog steeds goed contact.

Heb je een lijfspreuk die persoonlijk bij je past?

"Alles kan, als je het wilt, durft, en er je vol voor in zet..."
Er zijn geen beperkingen ("Dream Big & Bold") en bij weerstand of "nee" ga ik door!
En maak dit stap voor stap waar ("Live the Dream"). Ik heb deze spreuken al eerder voorbij zien komen in prachtige interviews en boeiende verhalen met mensen die jij eerder geïnterviewd hebt.

Welke levensles zou je alle – en jonge mensen in het bijzonder – mee willen geven?

In het leven komen er mensen op je pad, die je coachen, die je iets leren of bijbrengen, inspireren, energie geven. Neem dit altijd ter harte, dit maakt je sterker, geeft je kansen en ontwikkelingen (het is een groeiproces zonder grenzen). Ik hoop dat ik dit ook voor anderen kan zijn en bieden...
Daarnaast: volg altijd je hart, intuïtie, dromen en ambities, dan ga je er komen en het bereiken. Niks is onmogelijk, bedenk, visualiseer het en ga ervoor... met volle discipline en motivatie. En dit dan stap voor stap en geniet van het groeiproces!

December 2025

https://www.linkedin.com/in/mennobax/

FAST MOVING CAREERS

FMCG



