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 **Steven Bres – Oprichter en eigenaar van WHATCH.nu**

"Praat met iedereen, wees vriendelijk en oprecht!"

Wat was je eerste échte baan (in FMCG) en hoe kwam je daar terecht?
Ik ben gestart in het marketingteam van ***PolyGram Records*** *als platenpromotor (plugger heette dat toen nog) in de bekende Wisseloord Studio's in Hilversum.*
Ik kwam hier terecht via mijn freelance baantje bij ***Radio Veronica*** *in de jaren '90 – als DJ op de "Veronica Drive-Inn Show" –. Een wilde en leuke tijd met fijne DJ-collega's als Edwin Evers, Jeroen van Inkel, Gijs Staverman, Rob Stenders, Edwin Diergaarde, DJ Sven, Lex Harding en Chiel van Praag. Toenmalig hoofd Promotie bij Warner Music – Martin Jessurun – had mij getipt bij PolyGram!*

Wat was je vervolgbaan en het verloop van het begin van je carrière?
PolyGram Records werd in 1998 overgenomen door ***Universal Music Group****, met labels als Motown, Mercury Records, Decca Records, Polydor Records, Def Jam Recordings.*
Ik werd toen platenpromotor in Nederland van bekende artiesten als U2, Bon Jovi, Dire Staits/Mark Knopfler, Shania Twain, Elton John, Lionel Richie en "PalingSound" met Jan Smit en BZN.

*Na 5 jaar werd ik gevraagd door **Warner Music Group** als Senior Promotor met bekende platenlabels als Atlantic Records, Geffen Records, maar ook labels voor hardrock / metal, punkrock en country. Met grote bands en artiesten als Red Hot Chili Peppers, Fleetwood Mac, Ilse de Lange, The Corrs en….. de internationale topper "Like a Virgin" – Madonna.*

*Dit heb ik na 2 jaar verruild voor een hogere functie bij **Sony Music**. Altijd op marketing en promotie gewerkt – wel internationaal ondertussen – met grote artiesten als Shakira, Beyoncé (Destiny's Child), Bruce Springsteen, George Michael, Céline Dion, Julio Iglesias en Nederlandse artiesten als Acda en De Munnik, Van Dik Hout etc. Toen nog in Hilversum, het oude VARA-pand.*

Ik was "plugger" en bedacht promotieplannen voor artiesten van de platenlabels waar ik voor werkte. Ik heb in helikopters gevlogen met artiesten, ik heb bovenop boorplatforms in zee gestaan, ik zette Ruud de Wild in de etalage van De Bijenkorf live op 3FM en ik deed de première van de nieuwste single van Madonna in Nederland. Dit alles om publiciteit te krijgen voor de artiesten en daarmee Airplay op de radio en TV, zodat singles en albums van de platenlabels verkocht werden in de muziekwinkels. Het draaide allemaal om gunning en netwerk.
Ik weet nog goed, MTV was al een hit op TV en Lex Harding begon toen net met TMF en was op zoek naar "leuke meiden" voor TV, ja leuke meiden kende ik wel uit mijn (bijzondere) Plugger-tijd… ☺mijn toenmalig vriendin getipt die tot op de dag van vandaag een mooie tv-carrière heeft.

In 10 jaar tijd (1995 – 2005) had ik alle drie de grootste muziekdistributeurs in de wereld gehad: Universal Music, Warner Music en Sony Music. Ik heb een supermooie en leuke tijd gehad. Nog in de tijd van de CD's die te koop waren bij o.a. de Free Record Shop, met later de opkomst van MP3 (eind jaren '90). Dus nog ver vóór de komst van streaming-diensten als Spotify (2008) en Apple Music (2015).

Sony Music ging in 2004 fuseren met BMG – Bertelsmann Music Group – een Duits mediabedrijf. Toen was het voor mij tijd om weg te gaan en mijn eigen bedrijf te starten.

*Ik ben **BMP – Promotiepartners** (een Artiesten Promotiebedrijf) gestart, met Sony direct weer als 1e klant en later heb ik het bedrijf omgedoopt naar **More Media Group** (MMG). Een onafhankelijk mediabureau met korte lijnen, creatief advies en een no-nonsense aanpak. Mijn ervaring en netwerk in de media-, music- en entertainmentbranche kwam goed van pas. Hierbij hebben wij veel samengewerkt Huub, o.a. Uniekaas – Tjiezi met The Voice Kids en later (advies) voor HARIBO en The Voice of Holland en daarnaast diverse mediacampagnes gedaan bij de Ster, RTL, SBS en Talpa (o.a. Utopia in 2014).*

*Later heb ik ernaast nog **Music & Friends** opgezet; muziek en entertainment op maat met bekende DJ's en Live-artiesten. We werden het exclusieve bureau achter de events in het land van 538. Radio10 en Slam! Met "538 DJ's On Tour", "Radio10" en "SLAM! On Tour".*

Bij welk bedrijf werk je nu?
Na 20 jaar succesvol met More Media Group (Laren) zagen we na corona de markt heel snel veranderen en ook de bestedingen liepen verder terug, tijd om te schakelen van "old school" naar nieuwe formats en kijken waar de markt wel groeit en behoefte aan heeft. De vraag van adverteerders werd anders, we zagen kansen in Online en vooral ook in AI.

***WHATCH** gestart; mijn nieuwe bedrijf in Advertising, Streaming en Digital Brand Formats. Ik ben naast eigenaar ook de denktank, dit is te leuk en kwam er nooit meer aan toe in m'n vorige functie, het gebruik van mijn creativiteit en netwerk is te gek om weer te doen.*

Wat wilde je als kind graag worden? En is dat gelukt?
DJ en dat is gelukt… al van kinds af aan plaatjes draaien op feestjes en soms op de radio. Ik woonde in Hilversum en mijn grote droom was DJ worden bij Veronica; ik werd op mijn 17e gevraagd en de rest is history… (zie "trip down memory lane" hierboven beschreven).

Dus zeker gelukt, en mijn guilty pleasure: ik doe het nog steeds in de weekenden. Het is elke week een uitdaging om je publiek zó te pakken dat ze uit hun dak gaan. Je brengt plezier en vrolijkheid en mensen beleven even dat geluksmomentje, dat is zo mooi!

Wat is dé onderscheidende stap in je carrière geweest die voor versnelling zorgde?
Stoppen in vaste dienst bij Sony Music heeft mij 21 jaar geleden op dit pad gezet. Ik had net mijn eerste kind, een nieuw huis en gelukkig genoeg geld en een mooi contract met o.a. Sony voor mijn net opgerichte bedrijfje BMP.
Dat gaf mij een enorme boost en een bak aan zelfvertrouwen!
Later tijdens de bankencrisis in 2010 was ook een turningpoint. Alles stond plotseling stil, marketinggeld werd niet meer uitgegeven en we werden niet meer gebeld. Ik ben toen met een aantal klanten in gesprek gegaan naar de behoefte en wensen "in hun ultieme wereld". We gingen veel meer meedenken in hun plannen, strategie, creatie, concepten en operatie. We waren geen standaard mediabureau meer en werkte met uurtarieven op strategische plannen. Dit werkte goed en dat hebben we toen ook kunnen waarmaken, dat was een enorme boost in de tijd met More Media Group.

Wat ik heb geleerd in de afgelopen jaren in je carrière?
Gouden regel: "Praat met iedereen en wees vriendelijk en oprecht". Je weet nooit waar ze later zitten en terechtkomen, kan maar zo je volgende opdrachtgever worden!

Waar ben je goed in en waar ben je minder goed in?
Ik ben goed in het eenvoudig maken van een probleem. In gesprekken met klanten vraag ik vaak "Leg het op tafel en gaandeweg bedenken we een oplossing".
Soms wil ik het onmogelijke maar ik heb gelukkig een fijn team dat alles wat ik bedenk toetst op mogelijkheden, uitvoert en aanvult. We maken elkaar beter en dat is fijn voor ons en de opdracht(gever). Patricia Hartman als Media Director en Yvonne Micklinghoff op Digital & Social Media.

Wat is een gekke gewoonte (of bijzondere hobby) van je?
Ik ben dus gek op bouwmachines, zagen, boren, timmeren en klussen. Bouwen of verbouwen; iets creëren is te gek. Samen met m'n maatje die een Private Equity bedrijf

heeft zijn we een soort "Buurman & Buurman", beetje klussen. Al hebben we de laatste tijd weinig tijd. En oh ja graafmachines ben ik ook gek op! Zo knap dat die mannen met zo'n groot ding iets kunnen. Ik heb er dus zelf ook 1 gekocht voor in mijn kwekerij, ik heb namelijk nog een bijbaantje...,ik kweek kerstbomen op mijn eigen kwekerij in Laren.

Welk moment heeft het meest indruk op je gemaakt en zal je niet snel vergeten?
Het moment dat een opdrtachtgever voor jou kiest is altijd mooi. Groot of klein.
Maar een bijzonder moment was toch wel DGN Retail in 2017 waarin we samen met het toenmalige Marketingteam en Interim Marketing Director Roderik Visser een complete turnaround bedachten voor HUBO. Dit in 8 maanden doorvoerden en HUBO tot 2 jaar geleden nog steeds prijzen mee won. Waaronder de beste slogan "Hubo helpt".

Andere mooie momenten met strategische samenwerkingen op TV en Radio zijn:

- *De "Evers Staat Op Run" een samenwerking tussen de 538 Ochtendshow en Intersport. Rennende BN'ers over 5380 meter halen met Edwin Evers 1,3 ton op!*
- *De partnerships voor "538 Koningsdag", incl. eigen logo ontwerp hiervoor.*
- *Voor Bruna de najaars- en zomercampagnes, zo ook de X-masacties.*
- *De diverse Perry Sport en Actiesport campagnes met partners.*
- *Maar ook de uitrol van **Stichting TButterfly**, die zich inzet voor de bewustwording van het gevaar van het gebruik van de smartphone, opgericht in 2015 door mijn goede vriend Michael Kulkens die zijn zoon Tommy Boy verloor door een verkeersongeval in Bussum. De stichting wordt gesteund door Voorrang voor Veiligheid, Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, BN'ers als **DJ Tiësto** en **Rico Verhoeven**. Maar ook via Interpolis met rapper **Snelle – "Smoorverliefd"***
    - *Zie hier filmpje: https://www.youtube.com/watch?v=8QLqYdspvEg*
    - *Zie hier website: www.appjelater.nl*

Wat is je ultieme vakantieland? En waarom?
In Zwitserland op de berg is gewoon ruimte en rust. Dat krijg ik ook meteen in mijn hoofd als ik er weer ben, ik noem het mijn thuis. In tegenstelling tot onze wereld waarin alles voorbijraast... hier niet; Beetje wandelen, met vrienden een drankje, in winter skiën! Het leven daar is overzichtelijk en rustig, leven met de elementen. Je weet in oktober moet

alles naar binnen en van de berg af, de winter komt eraan. Tot mei en dan alles weer de berg op en naar buiten! Dat is toch mooi.
Maar "Rondje varen op Loosdrecht" kan je me ook voor bellen hoor, doe ik graag. Kop in de wind en gaan!

Wat is je favoriete muziek? Heb je een lievelings song?
Dat vraag je aan een DJ? Ja natuurlijk heb ik die Huub!
*Ultieme plaat is "**September**" van Earth Wind & Fire… werkelijk een meesterwerk (1978). Daar zit alles in. September is de maand van overgang van zomer naar herfst, waarin je nog ff nadenkt over de zomer die zo mooi was! Het gaat ook over een mooie herinnering, het vieren van de liefde, het beleven van geluk, dansen, positiviteit meegegeven en nostalgie. Dus eigenlijk wel mijn levenslied en zoals ik in het leven wil staan.*
Disco en Club zijn mijn favoriete muziekstijlen. Gelukkig voor mij is dat veel oude disco nu omgezet worden naar club-tracks…. Heerlijk: "September – Do you remember…"

Welke eigenschap helpt je het meest op weg in je carrière?
Creativiteit en oplossend vermogen, de problemen niet uit de weg gaan.
Pak de telefoon en regel het!

Wie of wat ben je verloren onderweg tijdens je carrière?
Een aantal goudzoeker of meelifters. Succes trekt aan, dus erg is dit niet.
Je leert je echte vrienden kennen in mindere tijden.

Welke opleiding heb je gedaan? En waarom deze keuze?
Mavo, Havo en toen door naar de HTS. Techniek vond ik altijd fascinerend, maar haakte na 3 jaar af, plaatjes draaien was toch leuker. En daar ging ik….de muziek in bij Veronica

Welk FMCG-topmerk spreekt je het meeste aan? En waarom?
***Red Bull**, dat gaat allang niet meer over het energiedrankje zelf. Het (global) merk is zoveel sterker dan alleen het drankje, het is bijna bijzaak geworden in de wereld van Formule 1 en Max Verstappen en dat dan ook nog eens wereldwijd!*

Welke beroemdheid zou je graag eens ontmoeten?

Ik heb in mijn 10 jaar bij de 3 grootste platenmaatschappijen ter wereld de grote sterren en artiesten gesproken en soms meerdere dagen mee opgetrokken. Daar kan ik een apart interview of podcast mee vullen, en dat wordt een bestseller kan ik je vertellen!

- *Whisky gedronken met Bruce Springsteen in het Amstel Hotel in Amsterdam tijdens zijn "Rising Tour" in 2003. Hilarisch!!*
- *Eind jaren '90 voor de albumpromotie van Lionel Richie een middagje in Café Ome Ko in Muiden. Kletsen over het leven (hij zat toen in een scheiding) op het terras met uitzicht op de sluis (met alle perikelen, zeer relativerend voor Lionel)*
- *Middagje met Beyoncé bij Radio 538, mocht ze een uur lang haar eigen plaatjes draaien. Ter promotie, bedacht i.s.m. Dave Minneboo van Radio 538 (nu Talpa).*
- *In 1999 bij Kroymans Ferrari in Hilversum tijdens een interview sessie vertelde Mark Knopfler mij ooit waarom hij stopte met de Dire Straits. En dat heb ik altijd onthouden: Iedereen wil het succes, maar de roem moet je aankunnen en brengt je vaak in de problemen. Roem, bekendheid en aandacht zegt niets over je kwaliteit....!!*

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

Mijn meisje als eerste en al 24 jaar mijn baken en grote liefde. Daarnaast mijn vrienden (uit de buurt vroeger) sinds de middelbare school het vaste clubje "De Stoute Jongens". We lachen om dezelfde dingen en bij hen kan je altijd jezelf zijn. Uiteraard ook mijn collega's van de laatste 15 jaar, ik ben ze dankbaar dat we zover konden komen! En mijn klusmaat Hubert en compagnon Patrick (Patje) uiteraard.

Hoe zie jij de nabije toekomst van je carrière?

Het is een nieuw pad met mijn nieuwe bedrijf WHATCH. En het leuke van deze tijd is dat alles zo snel gaat dat niemand precies weet wat er over 2 jaar gaat gebeuren.
In alles is het "online first", o.a. met TikTok, Instagram, YouTube en distributie via grote streamers en platforms als Netflix, Videoland, Disney+, HBO Max en SkyShowtime.
De term "SAVOD" moet je onthouden: "Subscription Advertising Video On Demand", bijna 80% van de business gaat straks via die streamers (i.p.v. voorheen via traditionele Televisie).

We zijn druk bezig met een merkactivatie voor Intersport met een bekende influencer en we werken aan een sociale-serie i.s.m. een groot skimerk. We hebben een social-serie bedacht voor de "Pechgeneratie" op het gebied van jongeren en wonen. We hebben een "B&B-achtig" concept in de Caraïben. En vanaf 1 januari 2026 hebben we een nieuwe tool ***Lin-i*** *waarmee we in het B2B segment op LinkedIn succesvolle partnerships gaan sluiten, hou dit vooral in de gaten! Alles onder 1 dak: Home of Advertising, Streaming and Digital Brand Formats. Daar komt overigens ook steeds vaker AI bij, zeer boeiend!*

Van welke slogan ben je je fan? Of heb je lijfspreuk die bij je past?

"Alles wat je aandacht geeft kan groeien" - "Fouten zijn brandstof" - "Gewoon doen, de rest volgt

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

Tijd is je aller kostbaarste bezit, besteed dit goed. En fouten maken is zuurstof, dus je hebt het nodig! Alleen maak niet 2 keer dezelfde fout. En kijk NIET op tegen de grote ondernemers. Ook zij zijn klein begonnen, met vallen en opstaan. Leer daarvan!

December 2025

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

FAST MOVING CAREERS

FMCG




MADONNA