FAST
MOVING
CAREERS

FMCG

Hplus Select is hét recruitmentbureau voor toptalent en dé specialist in het vinden van de beste kandidaten voor commerciële sales- en marketingfuncties binnen FMCG.
Scherper – Selectiever – Sneller!

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!"*

Huub interviewt managers uit zijn FMCG-netwerk met vragen over zijn of haar carrière. Dit keer **Arjen Stege – Head of Marketing & Brand Partnerships bij Moooi**

"Stop the Boring Business"

Wat was je eerste échte baan en hoe kwam je daar terecht?
Eerste 10 jaar aan bureauzijde gewerkt. Start in 2000 bij ***Bex Communicatie*** *o.a. gewerkt voor* ***Lucky Strike*** *en* ***Burger King***
Ik kwam daar doordat ik tijdens mijn studie stage had gelopen bij Bex en na mijn studie daar aan de slag kon als trainee, een hele leuke en leerzame tijd waarbij ik mijn manager Peter van den Besselaar heel dankbaar ben dat hij mij deze kans gaf. Ik heb de opdracht van Lucky Strike binnengehaald, om hun sponsoring van het BAR Honda F1 team PR-matig uit te nutten (British American Racing). Daarbij heb ik zeer prettig gewerkt met Jaap van den Weg van Lucky Strike – BAT.

Ik werkte ook voor Burger King en heb veel guerrilla marketing gedaan, o.a. – gestoken in het Ronald McDonald pak – de Whopper van Burger King bij "Evers Staat Op" in de ochtend onder de aandacht gebracht. Een groot succes en veel rumoer!

Wat was je vervolgbaan of verloop van begin van je carriere?
Na 5 jaar ben ik overgestapt naar buro ***Publicis****, o.a.* ***Philips Nederland****, met de Wake-Up Light introductie, Ambilight-TV introducties en "experiental marketing activaties" voor de "Sense & Simplicity" campagne (omdat men de propositie niet direct begreep…).*

Inmiddels was de financiële crisis uitgebroken en werden alle marketingbudgetten gestopt of teruggeschroefd (2009) en ben ik in 2010 naar ***Fatboy*** *gegaan als Global Marketing Manager (bekend van de kleurrijke zitzakken).*

Dit was slechts een tussenstap voor het echte grote(re) werk; in 2012 startte ik als Marketing Manager Benelux bij ***20th Century Fox Home Entertainment****. Een geweldig mooie tijd – nog voor de "streamingdiensten" en Video On Demand stond toen nog in de kinderschoenen. Het was nog de tijd van DVD's en Blue Ray. Hierbij kwam ik ook meer in aanraking met grote FMCG-merken en Retailers als Bol.com, Albert Heijn, Kruidvat, Boekenvoordeel en Free Record Shop. O.a. de introductie van Ice Age 4 en Ice Age 5, X-men en de James Bond films "Sky Fall" en "Spectre" met Daniel Craig als 007. Overigens zijn dit de twee meest succesvolle Bond-films qua wereldwijde opbrengst. Ik heb hier 5 jaar gewerkt, o.a. met Managing Director Martijn Hol. (Helaas werd het Benelux-kantoor opgeheven tijdens de verkoop van 20th Century Fox Home Entertainment door Rupert Murdoch aan The Walt Disney Company).*

Ik ben medio 2018 gestart bij ***MGA Entertainment*** *en werkte als Marketing Manager op merken als "L.O.L Surprise", "Little Tikes" en "BABY Born".*
Een jaar later werd ik gevraagd door ***BIP Holland*** *als International Marketing Manager met prachtige licenties als Disney, SpongeBob en Playmobil. BIP was de leuke, ideale combinatie voor kinderen tussen snoep en mini speelgoed. Ook fijn samengewerkt met Rogier Korsmit als creatieve en ondernemende Managing Director van BIP.*

Bij welk bedrijf werk je nu? In wat voor functie?

Begin 2020 werd ik benaderd door ***Moooi*** *in Breda. De basis is "Furniture & Lighting" met vestigingen in Milaan, Amsterdam, New York en Los Angeles in USA en Changhai/China. Zij zochten een Marketing Manager voor hun luxury brand Moooi en in 2025 werd ik Head of Marketing & Brand Partnerships. Ik ben verantwoordelijk voor alle business die Moooi zelf niet doet, dan moet je denken aan Moooi als licentiegever.*
Ik werk in een creatieve omgeving – er gebeurt altijd wat – en ben intensief bezig het merk Moooi te bouwen en lange termijn waarde te creëren. Dit doe ik met een Marketingteam en vele creatieven, w.o. uiteraard Marcel Wanders als Founder en Creative Director.

Wat is dé onderscheidende stap in je carrière geweest die voor versnelling zorgde?

Na 10 jaar bureauzijde besefte ik dat ik pas word ingehuurd als belangrijke analyses en beslissingen al genomen zijn. Daarom wilde ik overstappen naar klantzijde. Graag naar een omgeving waar de niet-tastbare waarde (merken) vermarkt/uitgenut moet worden. Dus de switch van buro naar klantzijde, dus mijn overstap naar Fatboy en later 20th Fox. Met de belangrijkste les: "De lange termijn is altijd belangrijker dan de korte termijn".

Ook mijn Masterstudie EURIB – in diezelfde periode – heeft veel bijgedragen aan de versnelling zoals ik nu werk bij Moooi. ***"Stop the Boring Business"*** *zeggen we hier altijd.*

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

+/+) Ik ben energiek, enthousiast en authentiek.
Ik ben van "niet verhalen vertellen, maar verhalen verkopen" - "don't tell it, just sell it"
-/-) Ik ben nogal snel afgeleid door steeds weer nieuwe ideeën en projecten.
Mijn hoofd loopt dan over, je kent het wel ;-)

Vertel eens iets verrassends over jezelf!

Iedereen weet dat ik een zeiler ben (al vanaf m'n twaalfde), maar komende zomer ga ik voor de eerste keer de Atlantische Oceaan over zeilen, niet cruisen, maar echt racen! Van Washington DC terug naar Portsmouth in UK, onderdeel van de "Clipper Round the World Race". Ik kijk uit naar de zomer van 2026 en ben nu al volop in training daarvoor.

Waar ben je (zakelijk) het meest trots op?

- *Ik heb hele gave acties mogen doen met media voor Lucky Strike F1 Sponsorship*
- *Ik heb prachtige prijs – "Digital Communications Award" – gewonnen voor Digitale Marketing voor introductie van een film op Home Entertainment met influencers op het eiland Pampus; "The Dutch Maze Runner" (2015).*
- *Ik ben trots op het Marketingteam en de samenwerkingen voor Moooi met o.a. LG, Arte en meer…*

Wat is je ultieme vakantieland? En waarom?

- ⇨ *Engeland, had als kind al een aantrekkingskracht op me.*
- ⇨ *Bretagne, instant verliefd op de rauwe kust, open landschap, warme mensen!*
- ⇨ *Toscane, daar gingen we altijd heen toen onze kinderen nog klein waren.*

Heb je een favoriete podcast waar je naar luistert?

"Boekestijn & De Wijk" – beetje op de hoogte blijven van de wereld waarin we nu leven.
"Marketing Architects" – omdat ze thema's behandelen obv wetenschappelijke studies.
Ik hou van research-based podcasts.

Heb je een favoriet boek dat je kan aanbevelen?

Ik was een "magazine-lezer", maar door mijn vrouw steeds meer boeken gaan lezen.
Mijn favoriet: ***"Life of Pi"*** *– over een 16-jarige Indiase jonge, wiens vader een dierentuin in India heeft. Wanneer de familie besluit het land te verlaten wordt de gehele dierentuin ingescheept. Maar het schip vergaat en de enige overlevenden zijn Pi, een hyena, een zebra met een gebroken teen en een tijger van 200 kilo. Een magistraal boek over essentiële levensvaardigheden. In Nederland al meer dan 200.000 van verkocht. En in mijn tijd bij 20th Century Fox HE hebben we de film uitgebracht (heeft zelfs nog een Oscar gewonnen 😉).*

Wat is je lievelingsfilm of "guilty pleasure"?

Mijn absolute guilty pleasure is "Four Weddings & a Funeral", wie niet…?
Maar ik kijk ook elke 007 als ze weer op TV zijn, alle James Bond films

Welke sporten doe je?

Zeilen, hockey (Breda H30-3), fitness/hardlopen

Welke eigenschap helpt je het meest op weg in je carrière? En waarom?

Dromen, creatieve ideeën en ambities creëren, tegelijk reëel blijven om haalbare doelen te bereiken. Ik hak het idee altijd in stukjes, als een "laddertje", om dan stap voor stap je doel te bereiken. Dat werkt heel goed en doeltreffend.

Wie of wat ben je verloren onderweg tijdens je carrière?

Je hele rol als "externe consultant" in mijn 1e 10 jaar aan bureau-zijde. Maar tegelijk probeer je er nog steeds naar te leven. Je blijft proberen een probleem goed te doorgronden voordat je oplossingen aandraagt. Toen was je een specialist op een bepaald terrein, nu heb ik een veel bredere kijk op zaken en dat is leuk.
Daarnaast, de kick van pitchen aan bureauzijde was wel echt heel gaaf, zeker als je won… de energie die er tijdens dat soort trajecten loskwam was echt geweldig.

Welke opleiding heb je gedaan? En waarom deze keuze?

Gestart met Nationale Vervoers Academie (Logistiek in 1994) omdat ik wel aardig wat kon organiseren. Maar dozen zeggen niks terug…
In 1996 geswitcht naar HBO Communicatie in Eindhoven en toen stagelopen bij BEX.

Later – in 2009/2010 – gevolgd door Master Brand Management bij EURIB (European Institute for Brand management), hét kennisplatform voor brand-, design- en reputation management, onafhankelijk en wetenschappelijk.

Welk topmerk spreekt je het meeste aan? En waarom?

Ik ben begeistert door een ***Patagonia*** *die hun durzaamheidsmissie zo sterk hebben doorgevoerd en verankerd. Ik geloof dat iedereen, elk merk en elke business trouw moeten blijven aan hun DNA. Dat is het meest unieke dat een merk/organisatie heeft, en dus kun je dat het makkelijkste inzetten… Bovendien zijn de NGO's eigenaar, bijzonder!*

- ⇨ *Ik heb in eerdere FMC-interviews vaker gelezen over het merk Patagonia…*

Welke beroemdheid zou je graag nog eens willen ontmoeten?

Walter Isaacson, Amerikaanse schrijver van verschillende biografieën (o.a. Steve Jobs, Elon Musk, Albert Einstein, Leonardo de Vinci, Henry Kissinger). Deze man heeft zoveel interessante mensen gezien en gesproken. Hij mocht overal – als een "fly on the wall" – meekijken, rondneuzen, etc…fantastisch.

Ik ben niet zozeer geïnteresseerd in die hele bijzondere Mavericks (Steve Jobs, Elon Musk etc.) maar in de mensen die ons kunnen helpen om ze te begrijpen…

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

Peter van den Besselaar, toenmalig teammanager die me bij Bex Communicatie heeft aangenomen en vertrouwen gaf. Hij zette mij direct op Lucky Strike F1 Sponsoring.

Hoe zie jij de nabije toekomst van je carrière? Heb je nog speciale wens(en)?

Mijn vader komt uit het onderwijs, veel vrienden vroegen zich vroeger af wanneer ik in het onderwijs terecht zou komen…who knows…, ik zou dat best leuk vinden.

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

- *"Keep Walking" van Johny Walker, staat voor optimisme, veerkracht en persoonlijke vooruitgang. Het is een oproep om, ondanks uitdagingen, altijd in beweging te blijven en te streven naar een betere toekomst. Het symboliseert vasthoudendheid en het voortdurend zetten van stappen, groot of klein*
- *"Never a dull moment" – ik trek het gewoon niet als het saai is*

  oftewel: ***"Stop the Boring Business"***

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

- *Ontwikkel je veerkracht (zie "Keep Walking") – het leven (en dus ook het werkende deel) is niet 100% planbaar/maakbaar. Je krijgt te maken met terugslagen/tegenslagen, verwacht en onverwacht. Bij de pakken neer zitten is geen optie. Degene die daar het beste mee om kan gaan en er de juiste dingen uit kan leren, zal zich het beste ontwikkelen en het verder schoppen. Je moet positief denken en blijven dromen/geloven in je ideeën.*

- *Het leven draait niet alleen om werk. Ik ben medeoprichter geweest van en Stichting waar kinderen met het Downsyndroom met hun gezin een weekend konden komen zeilen op de Friese Meren. Het respect en de waardering die ik toen na 1 weekend ontving, daar kon geen jaar werken met alle ups, bonussen, goede beoordelingen en wat al niet meer, tegenop.*

April 2026

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



