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 ***Maarten Hoffer - Algemeen Directeur Nederlandse Basketball Bond***

"Leave the Jersey in a better Place"

Wat was je eerste échte baan en hoe kwam je daar terecht?
Mijn eerste echte baan was eigenlijk niet mijn eerste baan, maar mijn eerste kans.
Ik begon als stagiair bij sportmarketingbureau Trefpunt, destijds organisator van het Holland Heineken House (Olympische Winterspelen Turijn 2006) en een van de meest gewilde stageplekken. Ik kwam erbinnen door van mijn sollicitatiebrief een krant te maken met artikelen over mezelf. Dat idee kwam vanuit de opmerking van mijn docent sportmarketing, oud-basketball international Kees Renzenbrink, die zei dat als je iets wil bereiken je moet zorgen dat je opvalt en zelf de kans pakken!
Na mijn stage kreeg ik mijn eerste baan aangeboden bij sportmarketingbureau Trefpunt.

Wat was je vervolgbaan of verloop van begin van je carrière?

Na 5 jaar Trefpunt overgestapt naar een ander sportmarketingbureau Pro Sport. Als Account-Director gewerkt op mooie klanten als Unit4, Maandag, Engie en KNVB.
Na 3 jaar vroeg Chris Bakker (KNVB) of ik hem wilde opvolgen als Marketing Manager en zo rolde ik de bondenwereld in.
Nog 2,5 jaar gewerkt als CEO voor VoetbalTV, een initiatief van KNVB en Talpa Network.

Bij welk bedrijf werk je nu? En wat is er zo leuk/bijzonder aan?

Nu ben ik – sinds 2022 - Algemeen Directeur van de Nederlandse Basketball Bond.
Bij Trefpunt kwam ik in aanraking met sponsoring en sportmarketing. Ik zag daar hoe merken (verrassend vaak FMCG met klanten als Heineken en Unilever), sport en (maatschappelijke) impact samen konden brengen. Dat vond ik fascinerend. Vanaf dat moment wist ik: ik wil werken op het snijvlak van commercie, sport en betekenis.
Nu doe ik dat in het basketball, wat ik sinds mijn 11e ook zelf speel. Het is heel bijzonder om je sport te mogen helpen groeien, zowel in populariteit als in sportieve en commerciële resultaten. https://basketball.nl/

Wat wilde je als kind graag worden? En is dat gelukt?

Ik wilde altijd al in de sport werken. Maar, ik dacht onterecht dat dat als gymleraar zou zijn. Op de Academie Lichamelijke Opvoeding (Groningen) was ik er hard naar op weg tot ik tijdens stages merkte dat het misschien wel het allerleukste beroep was voor dat moment, maar dat ik te veel ambitie had om dat voor altijd te gaan doen.
Met een omweggetje – via HEAO CE Sport & Entertainment - ben ik toch nog in de sport terecht gekomen en daar ben ik heel blij mee.

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

De stap van specialist naar eindverantwoordelijke. Op een gegeven moment moet je stoppen met alleen je eigen vakgebied te optimaliseren en verantwoordelijkheid nemen voor het geheel. Dat vond ik spannend. Ineens gaan besluiten niet meer over marketing, maar over mensen, cultuur, financiën, topsport, politiek en strategie. Breder denken, eindverantwoordelijk zijn als MT-lid/Directie. Bij mij gebeurde deze stap toen ik bij de KNVB voorstelde om een marketingafdeling te gaan bouwen. Het is bijna niet voor te

stellen met de sterke marketing van de KNVB, maar in 2013 was er nog geen echte marketingafdeling. Die heb ik samen met Jan Kok, net weg als Director Customer Base Marketing bij Essent, opgezet (in sneltreinvaart van 4 naar 25 fte)
De belangrijkste les? Het kan van een afstandje lijken alsof kansen worden gegeven, of dat kansen voorbijkomen. Ik geloof erin dat je kansen kan creëren. Pak die kans!

Waar ben je goed in en waar ben je minder goed in?
Ik ben goed in groot dromen en in mensen enthousiasmeren om in de droom mee te gaan. Waar ik minder goed in ben? Geduld. Als ik een kans zie, wil ik soms sneller dan de werkelijkheid toelaat. Gelukkig heb ik collega's die me daar regelmatig aan herinneren.

Vertel eens iets verrassends over jezelf! Heb je een bijzondere gewoonte/hobby?
Een van de minst geloofwaardige dingen op mijn cv is dat ik yogadocent ben.
Op papier kan ik yogales geven. In de praktijk besteed ik mijn dagen vooral aan basketball, strategie, sponsoring en vergaderingen. Toch heeft yoga me misschien wel een van de belangrijkste lessen geleerd: soms bereik je meer door even stil te staan dan door harder te rennen.

Waar ben je (zakelijk) het meest trots op?
Ik zat tijdens het “gouden schot” van Worthy bij de 3X3 finale in Parijs courtside met Prinses Amalia na een dag hard strijden met de Local Organizing Committee om haar bij de finale binnen te krijgen. In die omstandigheden Olympisch goud met een winnend schot krijg je niet snel uit je hoofd en heeft ongelooflijke impact in wat we met basketball willen bereiken.
Waar ik zakelijk nog steeds heel trots op ben is hoe ik samen met Robbert Bernink – toen brand manager bij Heineken en tegenwoordig directeur Q-Music en Joe – voor nog geen 10k de Heineken Jagershoed in 2006 alle WK 2006-campagnedoelstellingen liet halen, terwijl de echte WK campagne nog moest beginnen (en dat terwijl Budweiser de officiële biersponsor van het WK was). Een paar weken voor het WK won Jong Oranje het EK Jeugd in Portugal. Wij gingen met 2 tassen vol hoedjes naar de finale in Portugal en vlogen 2 dagen later terug met het team. Daardoor, en door de dwingende ogen van

bondscoach Foppe de Haan vlak voor de landing, stapte iedere speler het vliegtuig uit met een gepersonaliseerde Jagershoed op de kop. Hilarisch en supergaaf!
Klaas-Jan, Urby, Demy..., alle TV-Journaals, de voorpagina van iedere krant. De beste PR-actie die ik ooit gedaan heb en zo'n beetje het eerste waar we over beginnen als we elkaar zien.

Wat is je ultieme vakantieland?
Amerika stond hoog op mijn lijst. Vooral vanwege de National Parks. Ik kan enorm genieten van plekken waar de natuur zo groot is dat je vanzelf wat stiller wordt.
Yosemite, Zion, Horseshoe Bend in de USA.
Tegelijkertijd heb ik hetzelfde gevoel gehad in Costa Rica. Niet alleen door de natuur, maar ook door de mensen. Ik heb zelden zo'n vriendelijk land meegemaakt.
En twintig jaar geleden op Koh Lipe in Thailand had ik nog het gevoel dat je op een plek terecht kon komen waar de rest van de wereld even niet bestond.

Misschien is dat uiteindelijk wat ik zoek op vakantie. Niet een specifiek land, maar een paar momenten die perspectief geven... Gewoon buiten zijn; kijken, wandelen, zwemmen. En telkens weer beseffen dat de wereld zoveel meer is dan je eigen omgeving.

Wat is je favoriete muziek?
Mijn playlist is complete chaos. En 50% melancholisch gok ik. The Boss is bij mij de baas. Maar ook Eva Cassidy. Bryan Adams live. Hallelujah van Jeff Buckley. Jason Mraz, Jose James, Chris Stapleton. Habibi van Tamino. Country, soul, blues, softrock, klassiek.

Heb je een favoriete podcast waar je naar luistert?
Ik word enorm vrolijk van de Bill Simmons podcast. Hij scheef overigens nog beter dan hij praat (met als hoogtepunt het prachtige boek "The Book of Basketball"). Zijn Grantland periode bij ESPN waren briljante columns. Zijn 9-11 column raakt me nu nog. Een paar jaar geleden richtte hij The Ringer op. Een sports en pop culture website. Dat is wat basketball ook is. Je hoeft geen bal te dribbelen om basketballer te zijn.

De muziek in je oortjes of de sneakers om je voeten kunnen je al basketballer laten zijn. En The Ringer podcasts, en die van hem in het bijzonder, geven me altijd nieuwe ideeën.

Wat is je lievelingsfilm? En waarom?

Een vrij recente. Slow Horses. Omdat het laat zien dat helden niet perfect zijn. De beste teams bestaan vaak uit mensen met rafelrandjes. Maar net als met reizen zijn het ook vaak momenten uit series of films die me misschien nog wel meer raken. De two knocks in House of Cards, de “fuck”-scene in The Wire, de Al Pacino speech in Scent of a Woman.

Welke sporten doe je?

Basketball, yoga, fitness. Met lekker weer skate ik graag een rondje. En af en toe squash met mijn dochter van 10, heerlijk!

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

Ik denk nieuwsgierigheid. Wie nieuwsgierig blijft, blijft leren. En wie blijft leren, blijft groeien. En gek genoeg ook twijfel. Ik hou van de twijfel tussen zwart en wit, omdat je daardoor op zoek blijft gaan naar een laagje dieper.

Wie of wat ben je verloren onderweg tijdens je carrière?

De behoefte om iedereen tevreden te houden. Hoe hoger je verantwoordelijkheid wordt, hoe vaker je keuzes moet maken waar niet iedereen blij van wordt. Dat vond ik vroeger lastiger. Inmiddels begrijp ik dat duidelijkheid vaak waardevoller is dan populariteit.

Welke opleiding heb je gedaan? En waarom deze keuze?

Ik begon met de ALO, om gymleraar te worden. Na 1,5 jaar stopte ik toen ik realiseerde dat ik meer ambitie had. Toen heb ik Sport & Entertainment marketing gestudeerd. En daarna een master in International Business en Marketing. Voor mij heeft het altijd gedraaid om sport en de emotie van sport gebruiken om commerciële en maatschappelijke impact te maken. Misschien wel de leukste was een twee weken durende Branding course bij Kellogg School of Management aan Northwestern

University. Twee weken op campus in Chicago USA onderdompelen in de nuances van branding en marketing.

Welk topmerk spreekt je het meeste aan? En waarom?

Als sportliefhebber kies ik dan vanzelfsprekend voor Nike.
Niet vanwege schoenen, maar vanwege hun vermogen om sport te verbinden aan identiteit, cultuur en maatschappelijke relevantie. Ze verkopen zelden producten. Ze verkopen altijd een gevoel.
Maar binnen FMCG ben ik fan van Holie's. Misschien omdat ik een zwak heb voor uitdagers. Organisaties die niet de grootste zijn, maar wel geloven dat het beter kan.
Dat herken ik ook in basketball. Soms hoef je niet groter te zijn dan de concurrentie, je moet alleen scherper zijn in waar je voor staat *("Huub, dat zeg jij toch ook altijd...!")*

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

Adam Silver. Geen beroemdheid in Nederland. De baas van de NBA. Ik ben oprecht benieuwd hoe hij naar de toekomst van basketball kijkt. De relatie met FIBA, de opkomst van 3X3, de internationale groei van de sport, de rol van technologie en media. Er zijn maar weinig mensen die zo'n uniek uitzicht hebben op waar sport naartoe beweegt.
Maar ook om erachter te komen hoeveel van zijn dag daadwerkelijk over basketball gaat en hoeveel over advocaten, mediarechten, politiek en crisismanagement.

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

Als ik eerlijk ben, ben ik vooral dankbaar voor de mensen die mij een kans hebben gegeven voordat ik volledig bewezen had dat ik er klaar voor was. Als je terugkijkt op een carrière zijn het vaak niet de opleidingen of de functies die het verschil maken, maar die paar mensen die potentieel zien voordat de resultaten zichtbaar zijn.
Zoals o.a. Peter Rovers van Pro Sport en Jean Paul Decossaux van de KNVB. Maar ook het Bestuur van de Basketballbond om mij de kans te geven, toen in 2022.

Wat is de beste les die je van je ouders hebt meegekregen?

Werk hard, maar neem jezelf niet te serieus.

Ik denk dat veel problemen ontstaan wanneer mensen zichzelf belangrijker gaan vinden dan ze zijn. Uiteindelijk willen we allemaal proberen gelukkig te zijn en misschien onderweg iets moois achter te laten. That's all…

Hoe zie jij de nabije toekomst van je carrière?

Mijn ambitie is niet per se een grotere functie. Mijn ambitie is een grotere impact. Ik denk dat er met basketball nog veel meer impact te maken is. Dus ik hoop dat in de nabije toekomst te mogen blijven doen. Vooral gedreven door passie!

Heb je lijfspreuk die bij je past?

Ik ben gek op de mantra van de All Blacks: ***"Leave the jersey in a better place".*** Omdat het je eraan herinnert dat niets echt van jou is. Je bent slechts een passant. Je krijgt iets in handen waar anderen voor jou aan hebben gebouwd en waar anderen na jou weer mee verder gaan. De vraag is niet wat je eruit haalt, maar wat je toevoegt. Dat vind ik misschien wel de mooiste definitie van leiderschap die ik ken.

Wat is een mening die je jaren geleden had, waar je inmiddels anders over denkt?

Vroeger dacht ik dat ambitie vooral ging over de volgende functie, de volgende stap of meer verantwoordelijkheid. Tegenwoordig denk ik dat ambitie veel meer gaat over impact. Een grotere titel maakt je leven niet automatisch interessanter. Het verschil maken voor meer mensen wel.

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

Het leven is geen rechte lijn dus je hoeft niet alles te plannen.
Als ik terugkijk op de belangrijkste momenten in mijn leven en carrière, had ik er bijna geen een kunnen voorspellen. Werk hard, wees nieuwsgierig, zeg vaker ja dan nee en vertrouw erop dat niet alles vooraf zichtbaar hoeft te zijn.
Daar is overigens een mooi boek over geschreven – en hier bij Fast Moving Careers vaker genoemd – "Connect the Dots – The Art of Science of Creating Good Luck"

Welk advies heb je gekregen dat je bewust hebt genegeerd?

Toen ik bij basketball begon waren er genoeg mensen die zich afvroegen waarom ik in vredesnaam Bondsdirecteur wilde zijn? En waarom ik na de KNVB/Voetbal bij het basketball zou gaan werken? Gelukkig heb ik daar nooit naar geluisterd.

Ik geloof dat groei vaak begint bij iets zien wat nog niet iedereen ziet.

Oktober 2026

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



