

Top100 van 2012

's Lands beste marketeers

Welke 100 marketeers spraken het afgelopen jaar het meest tot de verbeelding? We vroegen het de marketeers zelf en keken vervolgens naar wapenfeiten, successen, budgetten, innovaties en vakinhoudelijke bijdragen. Er is een nieuwe nummer één: Colette Cloosterman-van Eerd van Jumbo.

Tekst **Elsbeth Eilander**
Beeld **Sabrina Bongiovanni**

We hebben de marketeers met de grootste impact van het afgelopen jaar een plek in de lijst gegeven. Daarbij keken we – net als andere jaren – eerst naar een aantal vaste criteria: innovaties, wapenfeiten en succes, vakbijdrage en budget. Weten marketeers te inspireren, zichzelf te vernieuwen en door te dringen tot de top van het bedrijf? Marketeers mochten net als andere jaren ook weer hun favorieten aangeven, ook wat betreft de lijst beste marketingadviseurs. Ten slotte kwamen we met ons eigen eindoordeel, want het blijft natuurlijk onze keuze. Dat leverde een levendige lijst met appels en peren op: van verborgen pareltjes tot succesnummers, van inspirators tot ijzervreters, van business-to-business tot internationale FMCG. Met dit jaar maar liefst 30 nieuwe binnenkomers.

1. (7)
Colette Cloosterman-van Eerd (45)
Formule & marketingdirecteur Jumbo Supermarkten

2011 stond in het teken van de marketingintegratie van het Super de Boer-bedrijf. De omzet van de nieuwe winkels groeide met 40 procent, in plaats van de verwachte 25 procent. Cloosterman: 'We hebben een brand key ontwikkeld met een duidelijke visie en missie, waardoor er veel meer vanuit het merk wordt gedacht en we mede daardoor als tweede sterkste merk van de supermarktketens worden gezien. Daarnaast hebben we de formule-uitgangspunten van Jumbo dusdanig toegankelijk gemaakt dat ze konden worden gedeeld met 30.000 medewerkers, waaronder 10.000 nieuwe collega's. Dat geldt ook voor 400 meesturende collega's.' De verpakkingen van de huismerkproducten kregen een nieuw design, Jumbo werd verkozen tot het Meest Klantvriendelijke Bedrijf 2011 in de categorie supermarkten, en won een Customer Centric DNA Award 2011, ook in de categorie supermarkten.

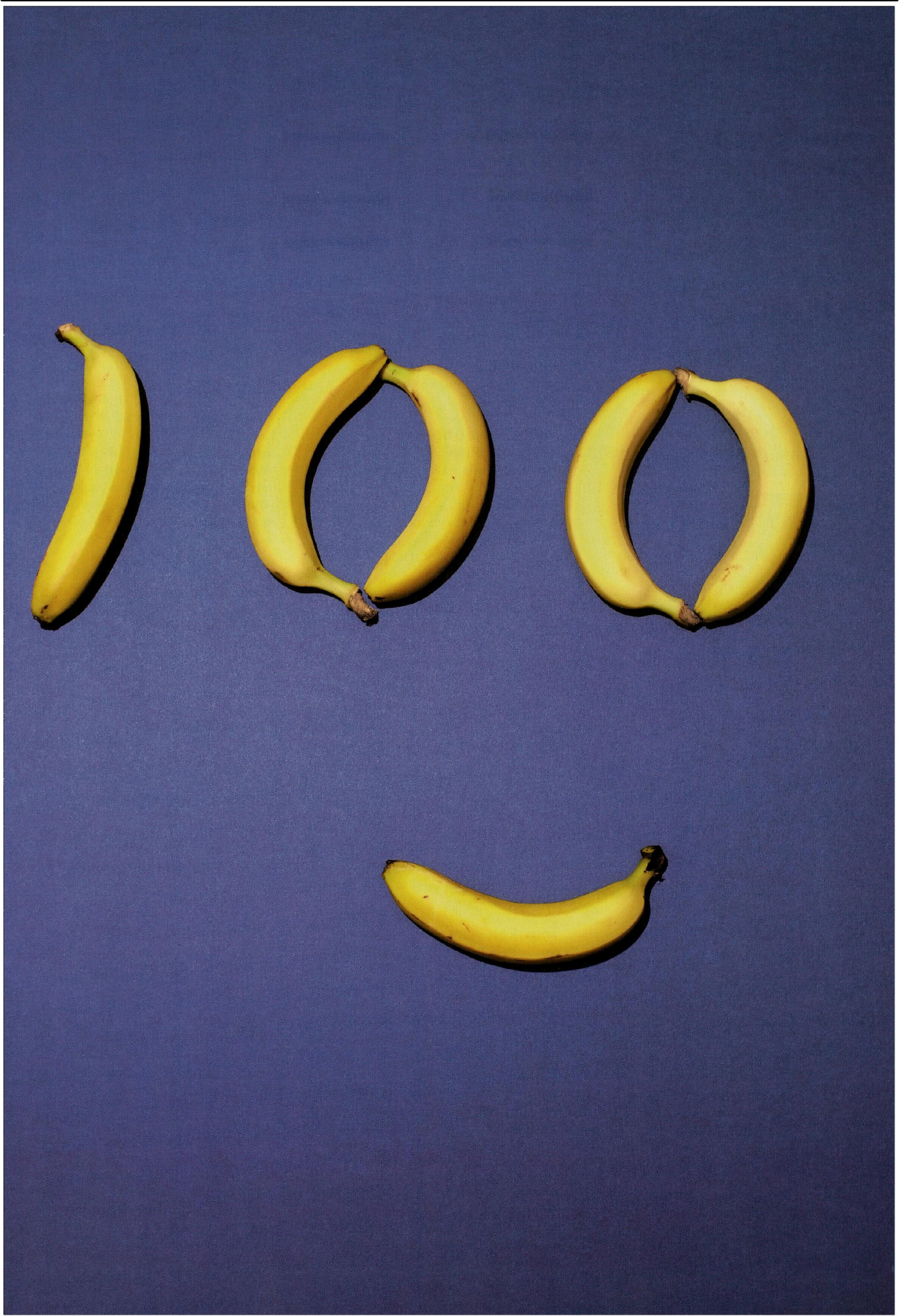
Jumbo was daarnaast winnaar van het GfK Kerstrapport 2011, de reclamecampagne 'Hallo Jumbo' won een San Accent en een bronzen Effie. Jumbo is genomineerd voor Nima Marketingbedrijf van het jaar 2011. Budget: circa 35 miljoen euro in 2011.

2. (1)
Michel Schaeffer (44)
Marketingdirecteur Bol.com

Schaeffer geeft al jaren het goede voorbeeld aan marketeers. Altijd terug te vinden in de bovenste regionen van de lijst. Een opmerkelijk succesvolle en consistente marketeer. Inmiddels tweemaal genomineerd voor Marketeer of the Year.

3. (8)
Sander van der Laan (44)
Coo Ahold Europe

Nam vorig jaar het stokje over van Dick Boer. Als directeur van Albert Heijn



Top100 Marketeers
De lijst van 2012



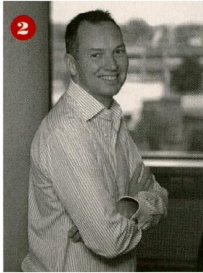
zette hij de toon met prijzenoorlogen, maar ook met de marketingcampagnes van Albert Heijn. Rolt nu Albert Heijn uit in Europa, en nam onlangs Alfred Levi van 3MO aan als nieuwe directeur marketing en format voor het merk Albert Heijn.

Turkije, Nieuw-Zeeland, Australië en Egypte, waarmee het een nieuwe global approach zou kunnen worden. Toch leuk dat dit vanuit Zeist bedacht en ontwikkeld is.'

9. (33)
Pim van der Feltz (46)

Managing director Google Benelux

Als een marketingdirecteur iets wil weten over online en search, belt hij of zij met Van der Feltz. Zoals een marketingdirecteur onlangs uitlegde: 'Waarom zou je met iemand anders bellen?'



4. (25)
Frank Weijers (47)

EVP chairman Unilever Benelux

Sinds september 2011 terug in Nederland als EVP Chairman Unilever Benelux, was tot april 2012 tevens head of marketing. Geeft leiding aan de grootste adverteerder van Nederland en België.

10. (3)
Nils van Dam (49)

Senior vice president Unilever België

Tot september 2011 head of marketing Unilever Benelux, nu VP CD en country manager België. Was Marketeer of the Year in België en genomineerd voor Marketeer of the Year 2011 in Nederland. Is samen met Harry Dekker de drijvende kracht achter Yunomi, met al 400.000 leden.



5. (5)
Hanneke Faber (42)

Vice president & global brand leader Pantene en Head & Shoulders Procter & Gamble

Verantwoordelijk voor twee van Procter & Gamble's grootste merken, met een gecombineerde omzet van meer dan vijf miljard euro, in meer dan 180 landen.

11. (13)
Luc Suykens (46)

Marketingdirecteur bij Procter & Gamble Benelux

Laveert behendig tussen de Belgische en Nederlandse marketeers, zonder in spaagt te eindigen.

6. (2)
René Repko (52)

Voorheen marketingdirecteur Hema

Laatste wapenfeit bij Hema: de outdoor-campagne rondom de push-up BH, gedragen door een vrouw die toch een man bleek te zijn. Daarna vertrok hij naar India voor een werkvakantie, vervolgens naar Harvard voor een zware marketing- en managementstudie.

12. (18)
Tex Gunning (61)

Managing director decorative paints AkzoNobel

Maakte zijn global merken flink socialer, en daardoor de verfsector een stuk leuker.

7. (-)
Derk Hendriksen

Senior global director portfoliostrategie bij The Coca-Cola Company

Sprak op het MarketingLive-congres van Tijdschrift voor Marketing, afgelopen mei. Hendriksen: 'Adapt, learn, lead or die.'

13. (17)
Gaby Vreeken (44)

Senior vice president global marketing Unilever Food Solutions

8. (9)
Mariken Kimmels (41)

Marketingdirecteur Heinz continental Europe

Op het Europese continent is de ketchup-business met 8 procent gegroeid, en dat ging ten koste van de private labels. Kimmels: 'Dit is gelukt omdat we ons consequent hebben gefocust op het verbeteren van de basics: distributieniveaus, instore visibility en top-of-mind awareness. Maar ook door waarde toe te voegen aan ons merk, met sterke innovaties en communicatie. Ook al zitten we midden in de crisis, door waarde te blijven toevoegen zal de consument altijd bereid zijn om je product te kopen, omdat daardoor de prijs-waardebalans goed blijft.' Is trots op de lancering van het nieuwe Heinz digitale platform, met een snelgroeiend aantal Facebook-fans. 'Dat wordt overgenomen door Japan,

14. (4)
Hans Hagens RM (50)

Commercieel directeur advies en kantoren ING Bank

15. (31)
Bas van den Berg RM (43)

Managing director FrieslandCampina Branded Netherlands/Belgium.

Vanaf maart 2012 weer terug in Nederland, na een aantal jaren Maleisië.

16. (-)
Harm Goossens (47)

EVP Unilever CEE & Poland & Baltics

Goossens was het afgelopen jaar verantwoordelijk voor de marketingstrategie van Unilever Europa. Heeft er voor gezorgd dat innovaties in meer landen werden uitgerold, dat acquisities als Sara Lee en Alberto Curver snel werden geïnte-

greed en dat er meer producten werden ontwikkeld aan de onderkant van de markt. Nu net benoemd tot EVP Unilever Centraal Oost Europa.

17. (23)
Aliette vd Wal (39)

Global head of brand & marketing consumer lifestyle bij Philips

18. (14)
Raymond Cloosterman (46)
Directeur/oprichter Rituals

19. (6)
Lilian Bours (44)
Global brand director voetbal Nike

20. (74)
Frans Cornelis RM (55)
Managing director group marketing & communications Randstad

21. (20)
Peer Swinkels (37)
Directielid Bavaria en verantwoordelijk voor de marketing wereldwijd, public relations en salesretail Nederland
Swinkels: 'De belangrijkste prestatie in 2011 was dat alle merken van Bavaria een behoorlijke groei hebben doorgemaakt. 2011 stond in het teken van de internationale uitrol van onze nieuwe merkuitstraling. Zo zijn we nu in ruim 100 landen als Bavaria bekend onder dezelfde overall look, waarbij we gebruik maken van de "tricoid" als herkenbaar iconische vorm. En in Nederland en Groot-Brittannië (Bavaria Shandy!) is het segment alcoholvrij bier volledig uit het slop getrokken.'

22. (-)
Mick van Ettinger,
Global SVP marketing Unilever core impulse brands ice cream

23. (15)
Baptiest Coopmans (46),
Tot april dit jaar directeur consumentenmarkt bij KPN
Sprak op Marketinglive dit jaar: 'Het gaat er vooral om wat je als marketeer achterlaat.'

24. (34)
Rob van den Aker,
Directeur marketing en verkoop particulieren Rabobank

25. (19)
Sander Arts (38),
Vice president branding & communications NXP Semiconductors

26. (-)
Bart Kuppens,
VP Brand Building Unilever

Adviseurs

'Noem de drie beste adviseurs' vroegen we aan marketingadviseurs, in een poging om 's lands beste marketingadviseurs in kaart te brengen. Dat leverde weinig op. Dus vroegen we het de marketeers. En de marketeers antwoordden als volgt:

Alfred Levi

Het meest genoemd door marketeers uit de Top100. 'Nog steeds...', 'Levi is intelligent, ervaren en aardig', 'Levi kan de complexiteit van media en middelen terug brengen tot de essentie van marketing.'

Paul Moers

Adviseerde onder andere Makro, Avero Achmea en Dekker Chry-santien. Als er nieuws over marketing is, belt het NOS Journaal (of Editie NL) met Moers.

Susanne Swinkels, Branddoctors Herman Toch

Adviseert Heineken, Philips, Heinz, VMMA en Colruyt. 'Ik ken niemand die conceptueel zo sterk is als Toch.'

Roland van der Vorst, They Adviseerde onder andere Vodafone. Zijn boek 'Nieuwsgierigheid' bereikt inmiddels de vijfde druk en er komt een nieuw boek aan, dat kijkt naar merkpositioneringen in overvolle markten.

Roland van Kralingen, Innoa Kijkt onder andere samen met Andy Mosmans naar het merkenportfolio van de Telegraaf Media Groep.

Paul Postma, Paul Postma Marketing Consultancy
Goos Eilander, Trendbox 'Eilander is een onmisbare merkstrateg. 'Hij weet op basis van consumententrends en consumer insights goed advies te geven over marketingcommunicatie en innovatiestrategie.'

Marcel Rijkenberg RM, Only Adviseerde Douwe Egberts over Pickwick. Gaat voor Unilever het merk Zwitsal verder internationaliseren.

Marnix Bügel, Mlcompany
Mike Dijkstra Taurel, Globrands
Stephan Linnenbank, Atos Consulting

Marc de Swaan Arons en Frank van den Driest, Effective Brands Cliënten noemen De Swaan Arons een consistente vernieuwer. Volgt zijn klanten over de hele wereld. Van den Driest adviseerde Akzo-Nobel over Let's Colour.

Job van Dooren, Brandwatch Werkte bij Frico Nederland, Unilever en Haust, adviseerde onder andere Grolsch, Holland Casino,

KPN, Friesland Coberco, Unilever, T-Mobile en Akzo Nobel.

Rik Riezebos, Eurib
Jan Oldenburger, Roorda Adviseert Unicef, VSM, Aldi en Friesland Bank.

David Taylor, The Brandgym
Onno Maathuis en Mary Hoogerbrugge, De Positioneers
Andy Mosmans, ARA

Klanten als NIBC, Hero Benelux, Zwitserleven, Yacht en De Hypotheek, maar ook Jillz van Heineken. Van zijn boek 'Branding NL' verschijnt binnenkort een nieuwe versie.

Maton Sonnemans en Beate van Dongen, VODW

Laurens Sloot, EFMI

Bas Verhart, THNK

Marco Derksen

Steven van Belleghem, Insites Consulting

'Hij zet sociale media op de kaart, maar geeft ook goed advies om dit concreet en actionable te maken.'

Rob Benjamins, US Brand Value Development

Jeroen de Bakker, co-founder van Lab111 en BrandWebbing. Adviseert Heineken en ING over digital, ontwikkelde samen met Mary Hoogerbrugge het model Brand Programming.

Patrick Stal, Interbrand

Leo van Sister, Merkkommissarissen

Michel Jansen, Heydays Adviseerde Perry Sport, Allsecor, Friesland Bank, DSM, Super de Boer, Praxis en Ahrend. Schreef meerdere boeken, waaronder 'Brand Flow' (2009).

Ton van Eijk
Digitaliseerde Wehkamp naar Wehkamp.nl, Marketeer of the Year 2010.

Diederick Hillenius en Poppe van Pelt, Selmore

Stephan Fellingner

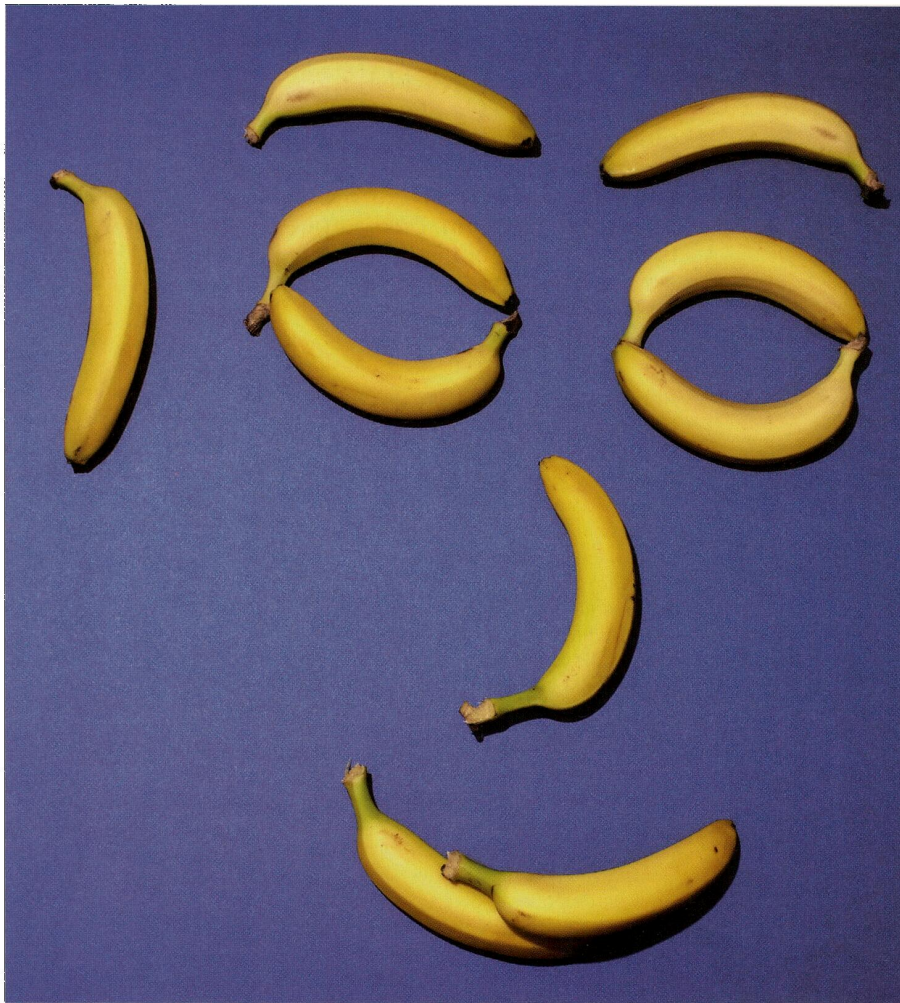
Mark Woerde, LEMZ

Jan-Willem Sieburgh
Adviseert de culturele en creatieve sector. Was zakelijk directeur van het Rijksmuseum, zat daarvoor bij TBWA

Marc Oosterhout, N=5

Adjan Kodde, Mirabeau 'Kodde begrijpt als geen ander op welke manier digitale media ingezet moeten worden als je structureel succes wilt hebben.'

Karel Smit RM, MoreValue Strategen



Global brand director Grolsch bij SAB Miller

Voor derde jaar op rij double digit-groei van Grolsch over de grenzen. Ontwikkelde een wereldwijd communicatieplatform, 'Choose interesting', dat wordt uitgerold in 25 markten. Werkt aan een nieuwe global brand identity en een nieuwe structurele designvisie. Lanceerde 'merkbars' in Boekarest en Johannesburg, en de 'embossed can', waarmee de gehele Grolsch-verpakkingsrange nu een uniform 3d-design heeft. Budget: 27 miljoen euro, omzet 335 miljoen euro.

33. (42)

Roy Scheerder (39),

Commercieel directeur Transavia.com (per 1 augustus)

Daarvoor vice president marketing voor KLM. In 2011 herpositioneerde hij de Europese citytrips (vanaf 99 euro...), wat een groei van 15 procent marktaandeel betekende. Het redesign van de customer care in Nederland had een retentieverbetere van 8 procent tot gevolg. Bouwde KLM.nl uit tot grootste online travelshop in Nederland. Integreerde sociale media in de merk- en activatiecampagnes. De crossmediasalescampagne Wereld Deal Weken zorgde voor 80 procent groei in omzet ten opzichte van 2010.

Scheerder werd verkozen tot DM Man van 2011, won een Thuiswinkel Award in de Reiscategorie, een Nima Award in de categorie 'digitale marketingorganisatie' en de Customer Passion Award 2011.

Vakinhoudelijk ontwikkelde hij een mediapartnershipmodel met Telegraaf Media Group en FD Media Group, sociale media best practises in campagnemanagement, introduceerde hij dialogue marketingtoepassingen in het High Value-segment van KLM (350.000 leden) en in het internationals segment (77.000 leden). Innovaties waren onder andere user generated advertizing in de Telegraaf Reiskrant, social promotions (waarbij consumenten stemmen op welke bestemmingen in de aanbieding gaan). Probeerde Repudo als activatiemiddel, werkte aan duurzaam en mobile ticketing bij de KLM Open en ontwikkelde campagnes die waren geoptimaliseerd voor mobiel en tablet.

34. (52)

Coen Olde Olthof,

Vice president marketing, alliances, portfolio & strategy bij Getronics

35. (43)

Frenkel Denie.

Consumer marketingdirecteur Benelux FrieslandCampina

Van bier naar melk. Doet vanaf eind 2011 de marketing voor alle merken behalve voor Riedel. 'Ik ga melk afstoffen', riep hij strijdbaar op MolBlog. Dus ging hij in zijn

Voorheen VP customer development P&G, in 2012 in dienst gekomen bij Unilever Benelux en eindverantwoordelijk voor Marketing Unilever Foods.

27. (28)

Boukje Bugel-Gabreëls (42), Commercieel directeur NS Retail

28. (29)

Bas Hoogland (50), Commercieel directeur Landal GreenParks

29. (-)

Freek Rijna, Coo consumer products Europe FrieslandCampina

30. (-)

Annemarieke de Haan VP marketing home en personal care Benelux Unilever

31. (-)

Cindy Tervoort, Marketingdirecteur Quaker UK bij PepsiCo

32. (40)

Ronald van Amerongen (52),

eerste werkweek echte koeien melken.
Genomineerd voor Marketeer of the Year 2010.

36. (-)
Robbert de Vreede,
VP marketing Unilever home & personal care Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland

37. (44)
Hans Böhm,
Marketingdirecteur Heineken Nederland

38. (45)
Oscar Diele (42),
Marketingdirecteur Spil Games
Verkozen tot Marketeer of the Year 2012.

39. (-)
Albert Spijkman (51),
Directeur marktstrategie bij Achmea
VODW-man Spijkman moet de marketing-functie van Achmea en zijn merken verder professionaliseren. Hij is bestuurslid bij de Koninklijke Nederlandse Hockey Bond (KNHB).

40. (49)
Bart Hofker (46),
Directeur consumentenmarkt Vodafone Nederland
Verantwoordelijk voor alle verkoop-, marketing- en marketingcommunicatieactiviteiten voor de consumentenmarkt.

41. (-)
Marga Mathijssen,
VP marketing Unilever foods North Asia

42. (53)
Günther Vogelpoel (42),
Ceo Tele2 Nederland en market area director Western Europe

43. (54)
Felix Tenniglo,
Mede-oprichter en managing partner Inshared
Genomineerd voor Marketeer of the Year 2010.

44. (58)
Jan Nales,
Directeur marketing Grolsch Nederland

45. (67)
Eric Jan Doorenbosch (50),
Directeur mobile bij KPN
Zag in 2011 het marktaandeel digitale televisie van KPN groeien met 2,5 procent. In het tweede kwartaal van 2012 groeide het marktaandeel televisie met 19 procent (ter vergelijking: 16 procent in Q2 van 2011). Introduceerde interactieve tv online via

40 bloggers. Is jurylid bij de Nima Awards en nam deel aan de rondetafeldebat 'Marketing Performers' van Tijdschrift voor Marketing.

46. (11)
Bert Habets,
Ceo RTL Nederland
Genomineerd voor Marketeer of the Year 2012.

47. (-)
Peter Boone,
VP marketing Unilever Australasia

48. (-)
Philip Lacor,
Director enterprise business unit Vodafone Nederland.
Verantwoordelijk voor alle sales- en marketingactiviteiten op de zakelijke markt. Daarnaast stuurt hij Enterprise Solutions aan, de afdeling die vaste en geïntegreerde communicatieoplossingen ontwikkelt.

49. (75)
Vincent van den Boogert,
Marketingdirecteur ING Retail

50. (10)
Imme Rog,
Managing director Nationale PostcodeWinkel

51. (51)
Rob Heesen (40),
Food & cateringdirecteur Hema

52. (-)
Vincent Deenen RM (45),
Director marketing Grodan
Voorzitter Nima Food & Agri Marketing, voorzitter jury VersMarketeer (jaarlijks event), geeft gastcolleges aan de Wageningen Universiteit over 'advanced management and marketing'. Deenen maakte van duurzaamheid een strategische marketingpilaar, die direct moet bijdragen aan het resultaat van de onderneming. Hij introduceerde b2c-elementen in de b2b-marketing van Grodan. Deenen: 'Alle activiteiten binnen de sector worden niet voor de sector gedaan, maar voor de consument!'

53. (-)
Reinier Willems MBA RM
International marketing director bij LeasePlan

54. (61)
Hadewych Kuiper,
Chief marketing officer Triodos Bank
De campagne 'Klein, het nieuwe Groot', die in juli van dit jaar van start ging, werd goed ontvangen door de marketingspers. >

Uit de lijst

Egbert van Acht
Muriel Arts
Arie Barendregt
Floris van Bommel
Linda de Borst
Jacha van den Dungen
Marnix Eikenboom
Karin Hille
Peter Hoitinga
Leendert den Hollander
Carel de Jong
Edgar Jorissen
Truus Koppelaar-Noort
Peter ter Kulve
Stephan Linnenbank
Joost Manassen
Dieneke Mandema
Jeroen Pietryga
Caroline Princen
Joke Pronk
Jan Willem Sieburgh
Raymond Spanjar
Marjon Stamsnijder
Sheila Struyck
Ardiaan Thierry
Harmen Treep
Niek van Exel
Bas Verheijen
Barbara Vulto
Mie-Leng Wong
Esther van Zeggeren

Nieuw in de lijst

Maurine Alma
Eric van Arendonk
Elise Bijkerk
Peter Boone
Paul van Boven
Vincent Deenen
Marit van Egmond
Mick van Ettinger
Aleks Fiege
Harm Goossens
Syto Goslinga
Annemarië de Haan
Anne-Gien de Haan
Derk Hendriksen
Ruud Huitenga
Marcel Joosten
Birgit Kamp
Susanne Klier
Patrick Kuijsters
Bart Kuppens
Philip Lacor
Marga Mathijssen
Freek Rijna
Marteyn Roose
Albert Spijkman
Karin Swart
Cindy Tervoort
Kai Tuk
Etelka Ubbens
Ronald Velten
Ludo Voorn
Robbert de Vreede
Vincent Weijers
Reinier Willems
Rolf van Woerkom

55. (-)
Patrick Kuijsters
directeur marketing services bij KPN

56. (77)
Dorkas Koenen MM RM
cmo Essent

57. (-)
Susanne Klier,
Marketingdirecteur Benelux bij
Schwarzkopf en Henkel

58. (92)
Huib van Bockel
marketingdirecteur Red Bull
Groot-Brittannië

59. (80)
Erik Beenen (44),
Directeur consumentenmarkt NS
Maakte de merkcampagne met 'De
Hoofdconductor' en Nick en Simon en
ontving een Zilveren Effie voor de OV
Chip-campagne. Hij introduceerde een
nieuwe abonnementsstructuur op de OV-
chipkaart, maakte het dalreizen met de
trein aantrekkelijker, lanceerde een nieu-
we online shop met packagedeals,
Spoordeelwinkel.nl: treinkaartjes in
combinatie met diverse bestemmingen.
In augustus 2011 leverde dat alleen al
800.000 klanten op. Maakte de marke-
tingacties meer accountable, waardoor er
meer inzicht is in de meer dan 100 mil-
joen omzet van deze acties. De Tiener-
tour werd opnieuw geïntroduceerd. Bud-
get: tussen de 40 en 50 miljoen euro.
Omzet: ruim 1,1 miljard euro. Zat in de
Effie-jury, categorie gedragscampagnes.

60. (-)
Etelka Ubbens,
General manager consumer lifestyle
Benelux bij Philips

61. (81)
Rob Coolen,
Directeur bij Achmea, particulieren
directe distributie Centraal Beheer en
FBTO

62. (35)
Isabelle Spindler (46),
Directeur retail Heineken

63. (36)
Mylène Heystek (47),
Voorheen marketingdirecteur Douwe
Egberts Nederland

64. (26)
Diederik Karsten (55),
Algemeen directeur UPC

65. (56)
Heleen Crielaard (45),

Hoofd sponsoring, lid MT, directoraat
communicatie Rabobank

66. (-)
Rolf van Woerkom (52),
Commercieel directeur Zwitserleven
In 2011 lanceerde Zwitserleven de cam-
pagne 'Het voordeel van vooruitdenken'.
Innovatie: het eerste netto pensioenpro-
duct op de Nederlandse markt. Van Woer-
kom: 'Daarnaast hebben we, in het kader
van de nieuwe klantfocusstrategie, de af-
sluitprovisie voor adviseurswerk afge-
schafte en werd NPS de belangrijkste KPI.'
Omzet: één miljard euro. Budget: >20
miljoen euro.

67. (-)
Ronald Velten,
Marketing- en communicatiedirecteur
bij IBM Benelux

68. (46)
Joris Aperghis (43),
Voorheen cmo G-Star

69. (59)
Edgar Jorissen,
Marketingdirecteur Oostenrijk,
Duitsland en Zwitserland bij Nike

70. (-)
Vincent Weijers,
VP supply chain Unilever Benelux

71. (65)
Roel Welsing,
Hoofd marketing en sales bij Triodos
bank Nederland

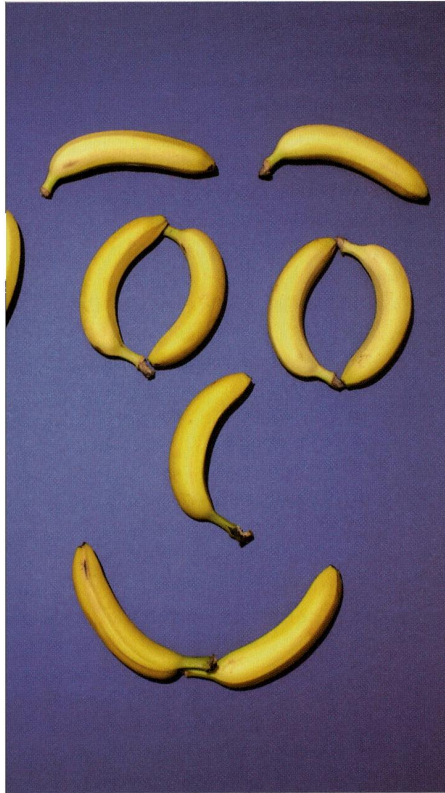
72. (68)
Franc Reefman (54)
Marketingdirecteur/global category
leader FrieslandCampina

73. (-)
Marcel Joosten (43),
Marketingdirecteur Ad van Geloven/
Mora snacks

74. (-)
Kai Tuk
Marketing director coffee and domestic
appliances bij Philips Consumer
lifestyle Benelux

75. (41)
Hanneke Willenborg,
Global marketing director B&J Ice
Cream Unilever
Recent benoemd tot director marketing
huishoudelijke reinigingsmiddelen Unile-
ver Europa.

76. (-) **Ruud Huitenga (48)**,
Marketingmanager Jumbo
Supermarkten



77. (37)
Jacqueline Smit (47),
Directeur consumer channel group bij
Microsoft Nederland

78. (39)
Harry Dekker,
Mediadirrecteur Unilever Benelux
Heeft het grootste mediabudget van
Nederland onder zijn beheer.

79. (85)
Jan Paul van Heemskerck,
Directeur marketing Holland Casino

80. (60)
Ard Bossema,
Marketing & new business director
Omega Pharma
Nederland Herintroduceerde een online
platform voor Predictor, dat meer dan
500.000 unieke bezoekers trok. De app
'Mijn biologische klok' is inmiddels meer
dan 5.000 keer gedownload.
Het marktaandeel van Biodermal groei-
de met meer dan 50 procent in de
markt van gezichtsverzorgingsproduc-
ten. Davitamon kreeg 20 procent meer
marktaandeel binnen vitamines. Zette
een e-commerceplatform neer in samen-
werking met Onlinedrogist.nl.
Werkzaam bij de Reclame Code Commis-
sie. Zette een intern programma neer
voor Nima-medewerkers. Is gastdocent
merkmanagement aan de Academie voor
Management in Groningen. Innovaties:
voor Biodermal een transparante zonne-
spray en een anti-age lijn. Zuigtabletten

voor Davitamon, een Predictor Early test
en XLS medical gewichtsmanagement.
Budget: meer dan 12 miljoen euro. Markt-
omzet: Meer dan 80 miljoen euro.

81. (-)
Maurine Alma,
Group category leader FMCG bij
Google

82. (-)
Ludo Voorn MM RM,
Marketingdirecteur Zwitserleven

83. (94)
Jochem Schouten (41),
Marketingdirecteur Nederland HJ Heinz
Lid MT Heinz Benelux. Schouten leidt een
portfolio met zeer bekende Nederlandse
foodmerken, zoals Venz, Honig, Brinta,
Roosvicee en De Ruijter, maar ook Wijko,
Karvan Cevitam en Amoy. Wijko liet dubbe-
le groeicijfers zien dankzij een paar innova-
ties en een nieuwe commercial. Maakte de
Heinz-commercial die daarna in heel Euro-
pa is gebruikt. Nam deel aan de rondetafel-
discussie van Tijdschrift voor Marketing in
samenwerking met CHE en Herman Wijf-
fels over duurzame marketing. 'Duurzaam-
heid is onderdeel gemaakt van onze merk-
strategie voor alle HJ Heinz-merken.
Bijvoorbeeld 100 procent UTZ-gecertificeer-
de chocola voor De Ruijter.'
Introduceerde Honig Vezelrijk (winnaar
Jaarprijs Goede Voeding 2011), KC Fris
(nominatie Wheel of retail en FoodAward),
De Ruijter Specials (nominatie Wheel of
retail en FoodAward + tiende plaats intro
top20) en De Ruijter Royale Hagel (nomi-
natie Wheel of Retail). Consumentenomzet
retail in IRI: 304 mljoen euro (exclusief
DetailResult, drug- en out of home-
kanaal).

84. (-)
Paul van Boven,
Marketingdirecteur decorative
coatings EMEA
West bij AkzoNobel Per april 2012 mar-
keteer bij AkzoNobel, daarvoor was hij
marketingdirecteur Unilever Foods Ne-
derland.

85. (62)
Melanie Meskers,
Marketingdirecteur Unilever Spreads
Europa

86. (-)
Anne-Gien de Haan,
Marketingdirecteur Hema

87. (70)
Paul Vreeburg (46),
Directeur Vodafone Retail
Integreerde de twee retailformules Bel-
company en Vodafone (300 winkels) in

één organisatie. Met elk hun eigen positionering, waarbij de winkelformule van Belcompany werd geherpositioneerd. Waar in samenwerking met Tweakers ook reviews in de winkels gegeven kunnen worden via tablets, die daar als demo beschikbaar zijn. Verkopers worden vanaf nu ook beoordeeld op basis van klanttevredenheid, in plaats van alleen op verkoopresultaten. Vreeburg is examinerator bij SRM Marcom B en ontwikkelde een interne positioneringsworkshop.

88. (64)
Marjan Skotnicki-Hoogland (45).

country businessmanager Nestlé
Nutrition bij Nestlé Nederland

89. (-)
Marit van Egmond (38),
Commercieel directeur Gall & Gall

90. (47)
Diederik van Thiel RM,
Mede-oprichter The Cool House of
Financial Media

91. (79)
Fokke de Jong,
Oprichter Suit Supply

Een van de beste marketeers van Nederland, ondanks het feit dat hij zichzelf geen marketeer vindt.

92. (-)
Aleks Fiege (38),
Marketingdirecteur Unilever Benelux
Fiege is sinds juni 2011 marketingdirecteur voor de categorieën vlees en soep. Onder het motto 'Eerlijk Hollands Eten van vandaag' werd dierenwelzijn driver van groei, innovatie en onderscheidend vermogen. En dat leverde één Beter Leven-ster op voor de Unox rookworst, plus de introductie van de Boeren Scharrelworst met twee Beter Leven-sterren. In 2013 volgen de eerste introducties met plofkipvrije producten. Het Unox-merk is het grootste merk van Unilever in de Benelux en het zesde merk in de Nederlandse retail. Het merk kende een zeer zwakke periode, maar laat in 2011 weer groei zien: 5 procent, terwijl het marktaandeel 200 basispunten groeide. De Becel Pro Activ-campagne met Karin Bloemen leverde 8 procent volumegroei op, en de margarine-categorie liet dubbele groeicijfers zien. De Pietertje-campagne (Gouden Loekie 2010, twee keer een ADCN-Lamp en een San Accent) voor Calvé Pindakaas zorgde voor 11 procent groei. Fiege is bestuurslid bij de SAN en geeft diverse gastcollege's op de Rotterdam School of Management. Hij is mentor van drie trainees en uit zijn marketingteam werd Marieke Bos verkozen tot Marketingtalent of the Year 2012.

93. (76)
Fleur Dujardin,
Commercieel directeur Ohra, Delta
Lloyd Groep

94. (-)
Marteyn Roose,
Manager marketing Achmea

95. (66)
Francine van Dierendonck (35),
Senior director online flagshipstore
Philips

96. (-)
Birgit Kamp (43),
Marketingmanager Tetra Pak

97. (-)
Elise Bijkerk,
Marketingdirecteur Danone Nederland

98. (-)
Eric van Arendonk MBA RM,
Manager marketing & communicatie

99. (-)
Syto Goslinga RM (50),
Directeur De Bouwer & Partners

100. (-)
Karin Swart (37),
Marketingmanager Nike Nederland
Recent wapenfeit: de lancering van het nieuwe, zwarte, uit-shirt van het Nederlands elftal. Anton Corbijn schoot de beelden, geïnspireerd door de Hollandse Meesters uit de zeventiende eeuw. Swart: 'Van een relatief klein moment hebben we een grensoverschrijdende campagne weten te maken. Door de zogenaamde "Nieuwe Meesters"-zeven inspirerende, Nederlandse boegbeelden – werd het mogelijk om sport te verbinden met kunst, film, dans, sociale media en muziek.' Naast voetballers Wesley Sneijder en Gregory van der Wiel werden ook Afrojack en Doutzen Kroes op de gevoelige plaat vastgelegd. De actie was de meest succesvolle Nike Nederlands elftal-campagne ooit, met een uitverkocht uit-shirt als gevolg. •