



WAGENINGEN  
UNIVERSITY & RESEARCH

# Bachelor Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen

Carrièreperspectief na de studie



---

# Algemene informatie

Bedrijf en consument staan centraal in de Bachelor Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen (BBC) en de Master Management, Economics and Consumerstudies (MME). De combinatie van deze twee opleidingen geeft studenten een goede start op de arbeidsmarkt. Studenten die afstuderen vinden vrij vlot een baan, zo is het grootste gedeelte binnen 4 maanden aan de slag (bron KLV: Alumni netwerk van Wageningen). De opleidingen zijn breed vanwege de verschillende disciplines die aan de orde komen (zie tabel 1) en bieden hierdoor zeer diverse mogelijkheden op de arbeidsmarkt.

Doordat de opleidingen breed zijn kun je in alle sectoren van de maatschappij terecht komen, variërend van het bedrijfsleven en de overheid tot non-profit instellingen. Afgestudeerden werken dan ook in zeer uiteenlopende functies: van marketing manager, projectmanager, consultant, beleidsmedewerker, zelfstandig ondernemer, voorlichter tot (markt)onderzoeker. In dit boekje vind je een overzicht van verschillende functies waarin afgestudeerden terecht komen. Aan de hand van persoonlijke verhalen krijg je inzicht in het studiepad dat afgestudeerden gelopen hebben en in de functie waarin ze terecht gekomen zijn.

---

Tabel 1. Disciplines die binnen Bedrijf en Consument aan de orde komen.

Bedrijf	Consument
Bedrijfseconomie	Communicatie
Bedrijfskunde	Consumentengedrag
Informatietechnologie	Consumententechnologie/ Productgebruik
Marketing	Sociologie van Consument en Huishoudens
Logistiek	Stedelijke en gedragseconomie



---

# Klaartje Wagenaar

Specialisatie Consument, afstudeerrichting Consumentengedrag

Consumer science & Sensory specialist bij Jacobs Douwe Egberts



Ik koos voor Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen en daar sta ik nog helemaal achter. Daar zijn een aantal redenen voor. Allereerst de opbouw van de studie, de vakken in je eerste jaar zijn algemeen en hoe verder je komt in je studie, des te meer gespecialiseerd je vakken worden en hoe meer het je eigen pad wordt. Ook de vrijheid die je krijgt om eigen keuzes te maken om zo binnen de studie je eigen studierpad te volgen heb ik altijd erg gewaardeerd.

Gedurende mijn studie begon ik steeds meer interesse te krijgen in het onderzoeken van consumentenkeuzes en hoe deze beïnvloed kunnen worden. Ik heb daarom dus ook de consumenten kant gekozen. Om te begrijpen hoe keuzes op de lange termijn beïnvloed worden heb ik verschillende extra vakken gevolgd- en een extra masterscriptie geschreven op het gebied van educatie. Tenslotte heeft de focus van de Wageningen Universiteit op 'food science' mij erg geholpen binnen mijn huidige baan.

Tijdens mijn master heb ik stage gelopen op de lokale marketingafdeling van Jacobs Douwe Egberts. Hier kwam ik erachter dat het bedrijfsleven goed bij mij past. Na mijn stage kreeg ik direct de kans om binnen het 'Global Consumer & Sensory science' team aan de slag te gaan. Voor mij is dit de ideale baan, want het sluit perfect aan bij mijn interesse in het onderzoek naar consumentenkeuzes en ik bevind me midden in het bedrijfsleven.

Voor mijn functie ben ik voornamelijk bezig met het onderzoeken van de kans dat een innovatie succesvol wordt in een bepaalde markt. Daarnaast kijken we per land of onze product portfolio's van de verschillende merken goed aansluiten bij wat consumenten lekker vinden en verwachten in dat land. Binnen mijn functie krijg ik geregeld de kans om verschillende landen te bezoeken voor mijn onderzoeken. Het is een superleuke en uitdagende functie en mijn studie is een goede voorbereiding op mijn huidige werkomgeving.

---

# Jamal Roskam

Specialisatie Bedrijf, afstudeerrichting Bedrijfseconomie

DLO-onderzoeker bij Wageningen Economic Research



Ik kijk met heel veel voldoening terug op zowel de Bachelor Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen (BBC) alsmede de Master Management, Economics and Consumerstudies (MME). BBC heeft mij een brede kennisbasis gegeven. Vooral in het eerste deel van deze studie kom je in aanraking met een breed scala aan onderwerpen. Dit geeft je de mogelijkheid om te kijken waar je interesses liggen. Via de specialisatiekeuze en de vrije keuzeruimte kun je jezelf verder verdiepen in de onderwerpen waar jouw interesses liggen. MME biedt vervolgens verschillende mogelijkheden om jezelf verder te specialiseren. Een groot deel van MME bestaat immers uit vrije keuzeruimte. Ook de stage en het afstudeeronderzoek bieden hier mooie handvatten voor. Zowel BBC als MME hebben mij de gelegenheid gegeven om mij optimaal voor te bereiden op een baan in onderzoek gerelateerd aan agrarische bedrijfseconomie, waarin mijn interesse gedurende BBC sterk was gegroeid.

Nadat ik MME succesvol had afgerond ben ik begonnen als Assistent in Opleiding (AIO), ofwel PhD Candidate, bij de leerstoelgroep Bedrijfseconomie van Wageningen University & Research. Het onderwerp van mijn promotieonderzoek was de bedrijfseconomische impact van het reduceren van antimicrobieel gebruik (zoals bijvoorbeeld antibiotica) in de veehouderij. Het onderzoek dat ik tijdens mijn promotietraject heb gedaan was onderdeel van een groot Europees project rondom antimicrobiële resistentie. Dit bood mij de mogelijkheid om, naast het doen van veel computerwerk, naar verschillende Europese bestemmingen te reizen voor projectbijeenkomsten. Daarnaast heb ik mijn werk mogen presenteren op meerdere internationale conferenties en seminars. Ik ervaar mijn promotietraject als enorm leerzaam.

Na mijn proefschrift te hebben afgerond (en te zijn gepromoveerd) ben ik als onderzoeker begonnen bij de kenniseenheid Performance en Impact Agrosectoren van Wageningen Economic Research (WEcR). WEcR is een van de onderzoeksinstituten van Wageningen University & Research. Hier houd ik mij voornamelijk bezig met bedrijfseconomische modellen. Mijn onderzoek richt zich op verschillende agrarische sectoren variërend van akkerbouw en visserij tot de melkveehouderij en de pluimvee- en varkenssector. De variatie in onderwerpen spreekt mij erg aan. WEcR is voor mij een ideale werkgever om mijn opgedane kennis toe te passen maar ook verder uit te breiden.



---

# Suzanne van der Werff

Specialisatie bedrijf, afstudeerrichting Bedrijfskunde

Bakker Barendrecht, R&D Specialist



Na mijn afstuderen wist ik nog niet precies welke richting ik op wilde: supply chain management, inkoop, kwaliteitsmanagement of toch marketing? Gelukkig kreeg ik bij Bakker Barendrecht, leverancier van bijna alle groente en fruit bij Albert Heijn, de mogelijkheid om in een tweejarig traineeship verschillende afdelingen te leren kennen. Zo gaf ik een half jaar leiding aan de verpakkingafdeling van mango's en avocado's. Omdat je elk half jaar op een andere afdeling zit en één dag per week aan een project op weer een andere afdeling werkt, leer je snel genoeg wat je echt leuk vindt en wat bij je past. Voor mij was dat een combinatie van duurzaamheid, productkwaliteit en contact met de telers.

Na mijn traineeship kon ik doorgroeien naar een functie als R&D specialist. In die functie combineer ik precies de drie aspecten die ik zo leuk vind. Ik ben verantwoordelijk voor duurzame teelt en help onze Nederlandse telers zich verder te ontwikkelen op het gebied van duurzaamheid en voedselverspilling. Daarnaast ben ik als R&D-er ook verantwoordelijk voor een bepaalde productgroep. In mijn geval zijn dat peulvruchten. Ik volg de ontwikkelingen in de markt en test samen met onze leveranciers nieuwe rassen die interessant zouden kunnen zijn voor de winkel. Het leukste aan het werken bij Bakker Barendrecht is voor mij de korte keten: het ene moment sta je in het veld bij een teler, het volgende ben je bezig met de consument die bij Albert Heijn zijn boodschappen doet. Juist die combinatie maakt het zo interessant en sluit daardoor ook perfect aan bij de studie. Het samenwerken met verschillende disciplines in de keten, met altijd de eindconsument in het achterhoofd!

---

# Willem Treep

Specialisatie Bedrijf, afstudeerrichting Bedrijfskunde en Marketing

Eigenaar van Fair Treep, mede-eigenaar van The Food Line-up,  
oprichter van Willem&Drees en Foodshed.nl



Nadat ik mijn bul ontving in Wageningen begon ik onverwacht als commercieel managementtrainee bij Heineken. Mijn beste vrienden vroegen zich af of ik al mijn idealen opzij had gezet om enkel voor het commerciële gewin te gaan. Na 8 jaar

Heineken en 3 jaar Unilever besloot ik om idealen en business met elkaar te combineren. Ik richtte mijn persoonlijke holding BV Fair Treep op. Die ontwikkelt business die fresh, fun en fair is. 'Fresh' staat hierbij voor 'inspirerend en vernieuwend', 'fun' voor 'plezier' en 'fair' voor 'oprecht'. Het bevalt me ontzettend goed om zelfstandig ondernemer te zijn. Je gaat er in eerste instantie in salaris op achteruit, maar daar komt vrijheid, zelfbeschikking en plezier voor terug.

Nu ben ik 10 jaar ondernemer en heb eerst met Drees Peter van den Bosch, ook alumnus van Wageningen Universiteit, Willem&Drees opgericht. Met Willem&Drees hebben we lokaal eten, korte ketens en transparantie met een eerlijke beloning voor iedereen in de voedselketen echt op de kaart gezet. Mijn ondernemershart ging na verloop van tijd weer harder kloppen en daarom ben ik sinds kort mede-eigenaar van The Food Line-up, een cateringbureau dat op evenementen zorgt voor een culinair spektakel met eten gemaakt door unieke chefs en foodspecialisten. Het is een bedrijf met een duurzame missie dat mensen wil raken door betekenis te geven aan evenementen met het eten dat wij serveren. Daarnaast ben ik onlangs met een tweede bedrijf begonnen. Het heet foodshed.nl. Met dit bedrijf gaan we kleine voedselproducenten helpen om hun waar te slijten aan zakelijke afnemers zoals horeca, individuele supermarkten en speciaalzaken.

---

## Jaap Wilting

Specialisatie Consument, afstudeerrichting Communicatie

Teamleider Buitencentra, Excursies en Evenementen bij Staatsbosbeheer



Na mijn afstuderen ben ik begonnen bij Staatsbosbeheer als medewerker Productontwikkeling. In de acht jaar dat ik voor Staatsbosbeheer werk, heb ik diverse functies gehad op het gebied van marketing en productmanagement. De rode draad in mijn loopbaan bij Staatsbosbeheer is het, voor meer mensen, beleefbaar maken van de natuur.

Staatsbosbeheer is het groene nutsbedrijf van Nederland en beheert ca. 270.000 ha natuur. Het ontwikkelt en beschermt het groene erfgoed van ons land. We streven naar een goede balans tussen het beleven, beschermen en benutten van de natuur. Al sinds mijn jeugd ben ik geïnteresseerd in natuur, milieu en duurzaamheid. Ik vind het dan ook belangrijk om te werken voor een maatschappelijk relevante organisatie. In mijn huidige functie als teamleider ben ik verantwoordelijk voor de buitencentra, excursies en evenemententerreinen van Staatsbosbeheer, waarbij ik de leiding heb



over acht locaties en ca. veertig medewerkers. We zijn dagelijks bezig met het verbeteren van onze gastgerichtheid. We doen dit door middel van customer journey onderzoek. Ook werken we samen met onderzoeksbureaus die mystery shoppers inzetten om onderzoek te doen naar de beleving van onze klanten. Tijdens mijn studie ben ik vooral bezig geweest met het vraagstuk rondom de verschuiving van aanbod- naar vraaggericht produceren/ontwikkelen van de klantbehoefte. Hier ben ik nu dagelijks in mijn werk mee bezig.

---

## Femke Brouwer-Damen

Specialisatie Consument, afstudeerrichting Consumententechnologie en Productgebruik



PhD student consumer behaviour at FQD (start: 2016)  
FrieslandCampina, Sensory Developer (start: 2007)

Op dit moment ben ik werkzaam als PhD-student binnen Wageningen University and Research, op de afdeling Consumententechnologie en Productgebruik. Mijn onderzoek gaat over het geven van tussendoortjes door moeders aan hun kinderen in de leeftijdsgroep van 2-7 jaar. Ik heb moeders gevraagd in een dagboekje bij te houden welke tussendoortjes ze aan hun kinderen geven. Deze analyseer ik en vervolgens vraag ik bij een aantal moeders door waarom ze doen wat ze doen (diepte interviews). Het persoonlijke contact met de deelnemers aan de studie vind ik erg leuk, maar ook het regelen en opzetten van zulke grote studies. Nadat alle data binnen is heb ik ruim de tijd om alles te analyseren, en ook om te schrijven. Ik ben zelf verantwoordelijk voor de tijdsplanning en het opzetten en uitvoeren van al het onderzoek. Natuurlijk heb ik wel begeleiding vanuit de leerstoelgroep.

Hiervoor heb ik bijna 9 jaar in het bedrijfsleven gewerkt, bij FrieslandCampina. Erg leuk en dynamisch. De projecten waar je aan werkt duren een stuk korter dan de projecten van mijn PhD onderzoek, en daarom is ook de tijdsdruk om iets af te krijgen groter. Ik werkte als sensory developer en deed sensorisch onderzoek op de afdeling Research & Development. Sensorisch onderzoek is onderzoek naar de smaak, geur en textuur van producten en hoe die kunnen verschillen en veranderen. Sensorisch onderzoek wordt gebruikt voor productontwikkeling en recipe management (het aanpassen van recepturen van producten op een manier dat de smaak van het product niet verandert). Daar werkte ik veel in projectteams met mensen van allerlei disciplines. Deze functie sloot goed aan op mijn studie. Ik merkte dat ik door vakken als onderzoeksmethoden en de verschillende consumentenvakken een goede kijk had op het opstellen van vragenlijsten en op consumentenonderzoek.



---

# Annemarijn Koedam

Specialisatie Consument, afstudeerrichting Consumententechnologie en Productgebruik



Research Consultant bij SAMR

Nadat ik ben afgestudeerd, ben ik begonnen met werken bij GfK. GfK is een van de grootste marktonderzoeksbureaus in de wereld. Na een jaar ben ik overgestapt naar SAMR, een kleiner bureau met ongeveer 50 werknemers. Ik ben goed op mijn plek bij een kleiner bureau omdat ik daar steeds bij alle stappen van een onderzoek betrokken ben.

Bij een marktonderzoeksbureau doe je onderzoek voor andere bedrijven. Opdrachtgevers van SAMR komen uit verschillende sectoren, zoals FMCG (Fast Moving Consumer Goods) bedrijven (bijv. Aviko), retailers (bijv. Jumbo), verzekeraars (bijv. Achmea) en de overheid (bijv. ministeries). Het werk is ontzettend afwisselend. Vraagstukken gaan over merkpositionering, nieuwe producten, klanttevredenheid, opiniepeilingen en nog veel meer. De doorlooptijd van een opdracht varieert van een paar dagen tot meerdere jaren. Deze mix aan bedrijven en soorten onderzoek maakt dat geen week hetzelfde is en dat het werk erg dynamisch is.

Hoewel ik verschillende typen onderzoek doe, ligt mijn focus op kwantitatief onderzoek. Dit omvat het opzetten, uitvoeren, analyseren en rapporteren van het onderzoek. Ook geef ik vaak aan het eind een presentatie of workshop. Dit laatste vind ik het leukst om te doen; veel interactie en discussie om zo samen de resultaten te duiden. Daarnaast ben ik ook in de acquisitiefase betrokken en schrijf ik mee aan voorstellen. Je leert goed te luisteren naar wat de klant wil, waar ze mee zitten en vooral ook te kijken hoe je hen kan helpen om een stap verder te komen.

Het leuke aan werken voor een onderzoeksbureau is dat je een heleboel bedrijven en organisaties leert kennen. Zo kan je steeds ergens anders 'een kijkje in de keuken' nemen. Ik zou het iedereen aanraden om eerst een tijdje bij een bureau te werken. Het is soms stevig doorwerken maar ook een hele goede manier om het werkveld te leren kennen!

---

# Maarten Cordenier

Specialisatie Bedrijf, afstudeerrichting informatietechnologie

Delaware, Solution Manager Food, Solution architect



Na mijn studie Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen heb ik altijd in Food-gerelateerde projecten gewerkt in meerdere rollen. Eerst als projectregisseur, later als consultant, projectleider en tegenwoordig binnen Delaware als Solution Manager Food. Na een tijdje ben ik de wereld van ICT en Enterprise Resource Planning (ERP) ingerold, en houd ik me bezig met het implementeren met SAP- en ERP-systemen bij Food & Beverage bedrijven.

Zo'n SAP-systeem bevat standaardprocessen die je industriespecifiek kunt inrichten, zo is tracering en kwaliteit bijvoorbeeld binnen de Food-industrie een essentieel onderdeel. Die industriespecifieke processen heeft Delaware verder ingericht in een template. Met het template kunnen we bij een nieuw project een vliegende start maken. Als Solution manager Food ben ik onder andere verantwoordelijk voor het vermarkten van de template en verzorg ik tijdens saalstrajecten de inhoudelijke invulling waarbij ik mijn kennis over voeding, bedrijfsprocessen en ERP-functionaliteiten inzet. Wanneer een project verkocht is blijf ik als solutionarchitect betrokken bij het project tijdens de implementatie. Dat houdt in dat ik met het projectteam en de klant meedenk en zoek naar manieren om het ERP- systeem zo efficiënt en effectief mogelijk in te richten.

Het mooie aan mijn werk is dat ik niet alleen achter de pc zit of in vergaderzalen te vinden ben, maar ook dat ik bij tal van vooraanstaande foodbedrijven binnen mag kijken (op de foto sta ik klaar om een rondleiding te krijgen bij een vleesbedrijf) en hen kan helpen in het waarmaken van de ambities. In mijn huidige werk kom ik bij bedrijven over de vloer die zich bezighouden met allerlei soorten voedsel zoals; vis, vlees, zoetwaren, brood, pasta, drank, etc.. Hoewel het product totaal verschillend is, kennen de processen juist vaak veel overeenkomsten. De bagage van mijn studie kan ik elke dag nog inzetten bij het analyseren van processen, vertalen naar oplossingen en vooral bij het multidisciplinair werken en "out-of-the-box" denken waar Wageningen bekend om staat.

---

# Nigel Steenis

Specialisatie Consument, afstudeerrichting Consumentengedrag

PhD Candidate – Marketing & Consumer Behaviour Group



Na mijn afstuderen bij de Marketing & Consumer Behaviour Group in 2014 ben ik eigenlijk direct doorgegaan als PhD Candidate bij dezelfde leerstoelgroep. Dat was voor mij toen een vrij makkelijke beslissing, vooral omdat ik voor mezelf een carrière als een inhoudelijk en methodologisch sterke (marketing) onderzoeker zag en dan ligt een PhD vrij voor de hand. Daarnaast ging de MME studie en het schrijven van de scriptie me goed af en, dus ik leek ook wel een aanleg voor onderzoek te hebben.

Nu ga ik richting het einde van mijn PhD traject en heb ik al ruim 4 jaar kwantitatief consumentenonderzoek gedaan over duurzamer verpakte producten. Ik heb vooral gekeken naar hoe zowel het functionele als esthetische design van (duurzamere) salesverpakkingen een impact kan hebben op o.a. aankoopintenties, keuzes en willingness-to-pay van consumenten. Het idee hierachter is om duurzamere verpakkingen aantrekkelijker te maken voor consumenten (en dus ook voor bedrijven). Mijn PhD onderzoek maakt deel uit van het wetenschappelijk onderzoeksprogramma van het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV), dat nauw verbonden is met het bedrijfsleven. Dat levert een andere dynamiek op, zo werkte ik in het project ook met onderzoekers uit geheel andere vakgebieden, en bleef ik ook verbonden met de praktijk (door o.a. mijn resultaten te presenteren voor het bedrijfsleven). Verder verricht ik naast mijn onderzoek ook wat kleinere taken. Zo geef ik guest lectures die ik zelf heb ontwikkeld, en ben ik ook al sinds het begin van mijn PhD betrokken als assistent bij de cursus Consumer Behaviour: Concepts and Research Methods, die ik zelf ook als student nog heb gevolgd.

Het leven als PhD'er geeft je veel vrijheid om je eigen onderzoeksproject te runnen, al komt daar natuurlijk ook evenveel verantwoordelijkheid bij kijken. Je bent immers de enige die dat proefschrift moet schrijven. Natuurlijk blijf je je ook continu ontwikkelen en is het werk inhoudelijk geavanceerd. Je kunt je ook echt gedurende een lange periode ergens in verdiepen en daar een persoonlijke niche in ontwikkelen. Het leuke daaraan is (vooral als je publiceert) dat je bekend wordt binnen je vakgebied en je niet ondergeschikt bent aan een organisatie of afdeling. Wat ik er ook leuk aan vind is dat ik zo internationaal bezig ben, aangezien de academische wereld wel echt globaal is.

Het kiezen voor een PhD is zeker niet de weg van de minste weerstand en garandeert dat je met genoeg uitdagingen te maken zult krijgen. In die zin heb ik er veel van

geleerd en ben ik een stuk veerkrachtiger geworden. De uiteindelijke promotie staat dan ook symbool voor een heel avontuur wat je hebt afgelegd, naast dat het aantoont dat je onafhankelijk onderzoeker bent. O ja, een probleem is dat op familiebijeenkomsten en verjaardagen niemand snapt wat je uitspookt (ook na vier jaar nog niet).

---

## Hilbert van der Werf

Specialisatie Consument gecombineerd met Bedrijf  
Master Food Quality Management

Heineken, Productiemanager Brouwerij Kilinto, Ethiopië



Na de bachelor Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen heb ik de master Food Quality Management aan Wageningen University gevolgd. Na mijn afstuderen ben ik begonnen als Management Trainee Supply Chain bij Heineken. Dit traineeship bestaat uit 3 opdrachten, waarvan 1 in het buitenland. Hierdoor kreeg ik de kans om verschillende aspecten van de Heineken Supply Chain te leren kennen en mijn professionele vaardigheden snel te ontwikkelen.

De opdrachten tijdens mijn traineeship waren onder andere gericht op het verminderen van product verliezen van een brouwafdeling in Congo en verbeteren van de efficiëntie van een verpakkinglijn in onze brouwerij in Zoeterwoude. Naast de verschillende projecten heb ik tijdens mijn traineeship een brouwopleiding gevolgd aan de University of California.

Direct na mijn traineeship ben ik begonnen als teamleider in de productieafdeling van Vrumona, de frisdrankafdeling van Heineken. Daarna werd ik Rayonmanager van de afdeling Brouwen en Filtratie in Zoeterwoude. Dit waren goede leerervaringen om door te groeien naar mijn huidige functie: Productiemanager van de grootste Heineken brouwerij in Ethiopië. Uitdaging in deze functie is om iedere dag te werken aan verbetering van veiligheid, productkwaliteit en efficiëntie. Onze brouwerij in Ethiopië groeit snel, zowel qua volume als verscheidenheid aan producten. Hierbij is het ontwikkelen van de medewerkers en organisatie één van mijn voornaamste verantwoordelijkheden.

---

# Linda Hoffmans

Specialisatie Bedrijf, afstudeerrichting Bedrijfskunde

Category manager bij Hema



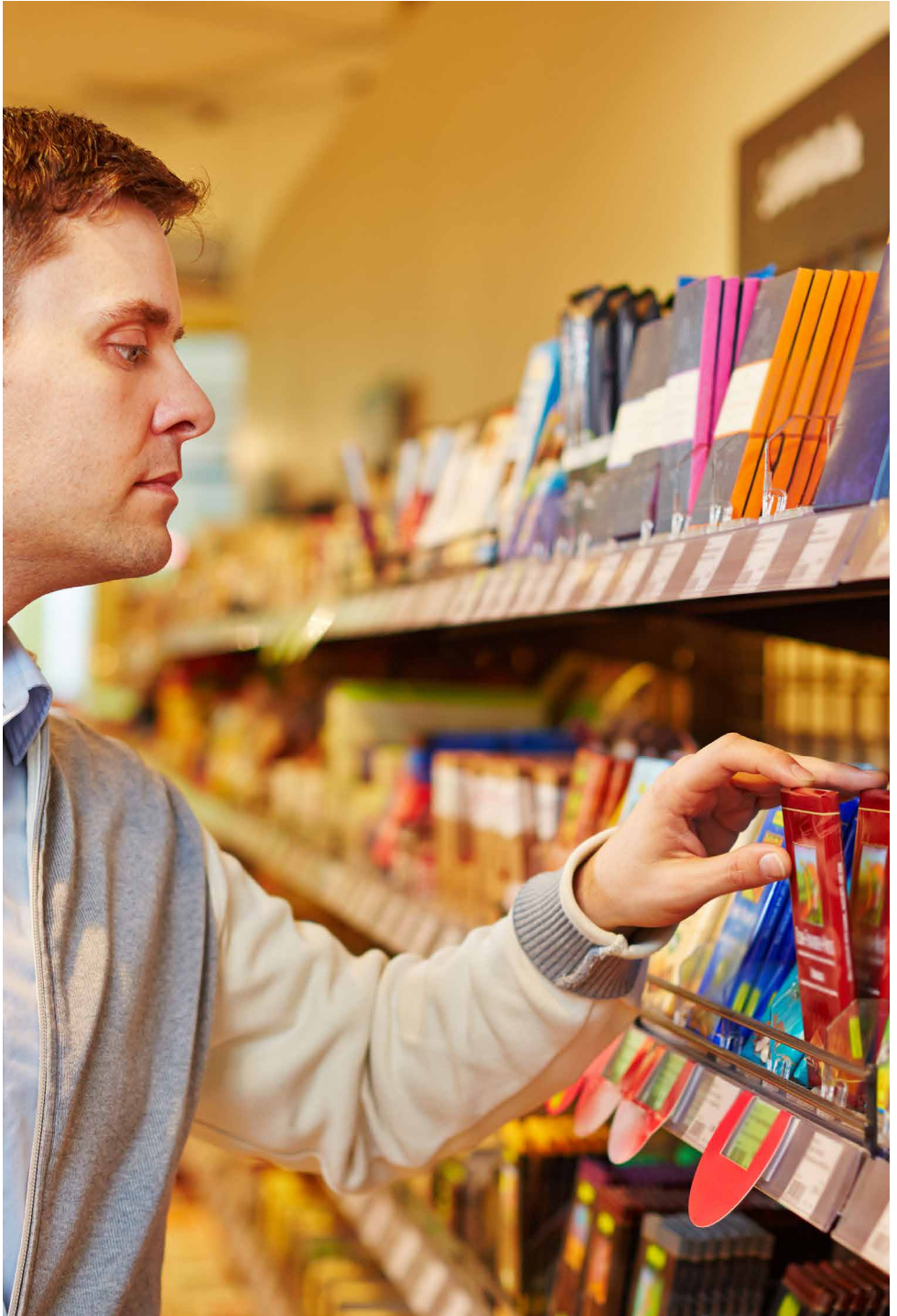
Tijdens mijn opleiding ben ik altijd geïnteresseerd gebleven in alle aspecten van de studie: marketing, logistiek, strategisch management, accounting, consumentenonderzoek, etcetera. Ook wist ik dat ik heel graag in een groot foodbedrijf wilde werken en het liefst, op een commerciële manier, direct met producten bezig wilde zijn. Daarom ben ik op zoek gegaan naar een functie als productmanager/categoriemanager en die heb ik gevonden bij de Hema.

Tijdens mijn Master had ik al stage gelopen bij Hema en toen ik daadwerkelijk was afgestuurd ben ik bij Hema aangenomen als productmanager op de vers-foodafdeling. Als productmanager ben je, samen met een categorie manager, verantwoordelijk voor het samenstellen van het assortiment. Ik ben verantwoordelijk voor het assortiment van vleeswaren, de beroemde Hemarookworst, groenten, fruit en houdbare delicatessen.

Dit houdt ongeveer het volgende in. Samen met een team analyseer ik ons assortiment en verdiep ik me in de markt op zoek naar trends en ontwikkelingen. Vervolgens bepalen we welke nieuwe artikelen we willen opnemen in het assortiment. Met leveranciers kijk ik dan naar de mogelijkheden om bijvoorbeeld bepaalde producten te ontwikkelen en onderhandel ik over prijzen. Als we besloten hebben welke artikelen we willen toevoegen brief ik de verpakkingsafdeling om een verpakking voor het artikel te ontwikkelen. Daarnaast zorg ik er samen met mijn logistieke collega voor dat alle logistieke informatie is ingevoerd, zodat het artikel ook daadwerkelijk in alle Hema's terecht komt. Een voorbeeld van een product waarmee ik een dergelijk traject heb doorlopen is de Hema biologische rookworst.

Naast assortimentssamenstelling ben ik ook verantwoordelijk voor de acties voor de artikelen in mijn assortiment. Ik bedenk de acties, plan ze in en zorg dat ze juist in de brochure en in het kassasysteem staan.

Als ik terugkijk op mijn studietijd is dit de perfecte baan voor mij. Ik was wel eens bezorgd dat mijn interesse te breed was en dat ik me niet genoeg specialiseerde in één aspect van bedrijfs- en consumentenwetenschappen. Maar nu heb ik een baan waarin alle aspecten van mijn studie aan bod komen. Daarbij is het natuurlijk onwijs leuk om heel de dag met eten bezig te mogen zijn en om voor zo'n groot en herkenbaar merk te werken!





---

# Marlies Wabeke

Specialisatie Bedrijf, afstudeerrichting Marketing

Brand manager Dr. Oetker Bakmixen



Ik ben werkzaam als brandmanager bij Dr. Oetker. In deze rol ben ik verantwoordelijk voor de innovatie- als communicatieprojecten voor Dr. Oetker bakmixen. Dit maakt het werk veelzijdig en is hetgeen dag saai. De ene dag sta je in het laboratorium nieuwe recepturen voor taarten te proeven en de andere dag sta je in een studio voor het opnemen van een TV commercial.

In mijn studie heb ik een combinatie van bedrijfs- en consumentenvakken gedaan en ben ik afgestudeerd bij de leerstoelgroep Marketing & Consumer Behaviour. Hierdoor heb ik zowel geleerd om zowel vanuit het perspectief van de consument als vanuit het bedrijf te denken. Dit is heel waardevol in mijn werk, want het is belangrijk om productconcepten te ontwikkelen die aansluiten op de behoeften van de consument en passen bij de strategie van het bedrijf.

Voor het bedenken van een nieuw productconcept kijk ik naar trends in de markt en naar de behoefte van de consument. Dit vind ik een ontzettend interessant om te doen. Meestal test ik een productconcept in een marktonderzoek. Indien het productconcept goed is getest ga ik verder met de ontwikkeling van het product, het laten opmaken van de productcalculatie, de verpakking en ervoor zorgen dat het product op tijd in de supermarkt ligt. Om dit mogelijk te maken werk ik samen met een multidisciplinair team, bestaande uit o.a. productontwikkeling, kwaliteit, productie, supply chain, controlling, sales en trademarketing. Ik vind het erg leuk om met mensen met verschillende achtergronden samen te werken. Hier heb ik ook ervaring mee opgedaan tijdens mijn studie bij bijvoorbeeld het vak ACT, maar ook naast mijn studie in besturen en commissies.

In de ontwikkeling van een product is duurzaamheid een belangrijk aspect. Denk bijvoorbeeld aan het verpakkingsmateriaal dat wordt gebruikt en aan de grondstoffen die in het product zitten. Duurzaamheid is in vakken tijdens mijn studie vaak teruggekomen en nu zie ik ook hoe relevant duurzaamheid in het bedrijfsleven is. Ik vind het ook interessant om na te denken hoe je producten duurzamer kunt maken. Als het product op de markt komt dan is het belangrijk dat het product bekend wordt onder consumenten, daarom ga ik kijken hoe ik het product het beste kan communiceren naar de consument. Je start samen met een creatief bureau met het bedenken van een campagne-idee en daarna kijk je via welke kanalen je de campagne

het beste kunt uitzetten, bijvoorbeeld TV, online of in print. Daarna beoordeel je of de uitingen die zijn gemaakt passen bij het merk en of de boodschap die wordt verteld goed overkomt bij de consument.

Als het product een tijdje op de markt ligt ga je analyseren in een database hoe het product presteert op de markt. Als de resultaten van een product niet zo goed zijn ga je kijken wat de reden is en bedenk je een plan om de resultaten te verbeteren. Hierin komt het analytische terug wat ik in mijn studie heb geleerd.

Kortom, wat ik in mijn studie heb geleerd en de activiteiten die ik naast mijn studie heb gedaan zijn heel relevant in mijn werk. Ik vind mijn baan ontzettend leuk, omdat ik strategisch, creatief en analytisch mag denken en ik consumentenpsychologie heel interessant vind. Daarnaast vind ik het ontzettend leuk dat je met een team van mensen met verschillende disciplines samenwerkt en samen iets neerzet wat zichtbaar is op de winkelvloer en in de media. Dat is echt een feestje!

---

## Josien Heidekamp

Specialisatie Consument, afstudeerrichting Consumententechnologie en Productgebruik



Head of Customer Relationship Management (CRM) & E-Mail Marketing bij RIFF

In mijn studieloopbaan heb ik de overstap gemaakt van de Bachelor Communication Studies aan de University of Twente naar de Master Management, Economics and Consumer Studies. De stip op de horizon werd voor mij toen meteen duidelijk: de consument en zijn/haar consumentengedrag zo goed mogelijk in kaart brengen en analyseren om met de juiste boodschap op het juiste moment de consument te kunnen bedienen. Al in het begin van mijn carrière ben ik in de online marketing terecht gekomen.

Na eerst in diverse marketing functies te hebben gewerkt bij merkbedrijven, heb ik gekozen om deze kennis en vaardigheden in te zetten voor een bedrijf dat voor meerdere merken werk levert. Zo werk ik nu bij RIFF in de functie van Head of CRM & E-mail Marketing. Dit houdt in dat ik mij dagelijks bezighoud met het analyseren van het online klantgedrag van diverse klanten van onze opdrachtgevers. Een zeer afwisselende baan met zeer afwisselende klanten, zoals bijvoorbeeld COMM (museum voor Communicatie), Nikon en Manutan. Samen met mijn collegaspecialisten op het gebied van Advertising, Social Media, Conversieoptimalisatie en Zoekwoordenonderzoek, helpen we opdrachtgevers hun klanten te begrijpen door de hele Customer Journey

heen. Loyalty en E-mailmarketing volgt traditioneel aan het einde van deze Customer Journey. Door middel van slimme campagnes zorgen wij ervoor dat klanten zich binden aan merken en diensten en regelmatig terugkeren om zo herhaalaankopen te doen of diensten opnieuw af te nemen. Loyalty en Consumenten Marketing zit in mijn DNA, en het is mijn ambitie om de komende jaren nog flink te groeien in dit vakgebied. Mede dankzij de WUR heb ik mijn kracht hierin ontdekt.

---

## Marloes Ike

Specialisatie Bedrijf, afstudeerrichting Logistiek

Customer Logistics Operations Manager, Procter & Gamble



Tijdens mijn studie heb ik veel twijfels gehad over de richting die ik op wilde. De bedrijfs- en datakant, of toch meer de consumenten- en mensenkant? Na mijn thesis bij FrieslandCampina en stage bij Procter & Gamble wist ik zeker dat ik de juiste keuze had gemaakt met de specialisatie bedrijf en een focus op supply chain management vanuit een logistieke invalshoek.

Na mijn stage kreeg ik een baan aangeboden als demand- en initiatiefplanner bij Procter & Gamble: een functie waarin je veel bezig bent met data-analyse en systemen, maar ook een functie waarin je een centrale rol in de organisatie hebt en veel contact met onder andere de sales-, marketing- en finance-afdeling. Het was mijn taak om een goede prognose af te geven: niet alleen voor volgende week, maar ook de komende achttien maanden. Een mooie uitdaging! Dit heb ik eerst gedaan voor de merken Braun en Duracell, en na 1,5 jaar voor alle schoonmaakmiddelen die we in ons assortiment hebben.

Na drie jaar in demandplanning te hebben gewerkt, heb ik een volgende stap gemaakt en werk ik nu op de customerservice-afdeling. Ik stuur een team aan dat dagelijks bezig is met de orderverwerking. Hier ben ik met name verantwoordelijk voor onze leverperformance. Een prachtige kans om te starten met het aansturen van een team, maar ook de mogelijkheid om bij onze klanten over de vloer te komen.

Ik merk dat mijn brede basis vanuit mijn studie, maar ook de multidisciplinaire aanpak binnen BBC en natuurlijk de supply-chainterminologie, me helpen in mijn baan. Gelukkig is Procter & Gamble een bedrijf met veel trainings- en ontwikkelingsmogelijkheden, waar je vanaf dag één verantwoordelijkheid hebt. Ik blijf dus ook na mijn studie dagelijks nieuwe dingen leren!

---

# Judith Kas

Specialisatie Consument, afstudeerrichting Gedragseconomie

Promovenda Utrecht Universiteit



Na mijn afstuderen ben ik gestart met een PhD bij de afdeling Sociologie aan de Utrecht Universiteit. Dit betekent dat ik vier jaar lang onderzoek hoe platforms als Airbnb en Peerby ervoor zorgen dat hun gebruikers, die elkaar niet kennen, toch bereid zijn hun huis of hun spullen aan elkaar uit te lenen.

Tijdens mijn studie heb ik me vooral bezig gehouden met keuzes van consumenten op het gebied van duurzaamheid. Hoewel de brede basis die ik heb opgedaan bij BBC en MME niet precies aansluit op mijn huidige werk, ben ik toch erg blij met mijn studiekeuze vanwege de actuele en interessante thema's die tijdens de studie aan bod komen. Daarnaast vond ik het fijn dat er veel ruimte was om te ontdekken wat je leuk vindt en om zelf je studie in te richten. Ik kwam er bijvoorbeeld achter dat ik het zelfstandig bedenken en uitvoeren van een onderzoek erg leuk vind, toen ik voor mijn masterscriptie in Canada was. Hoewel mijn stage bij een bedrijf ook erg interessant was, wist ik daarna dat ik in het onderzoek meer op mijn plek ben.

Mijn werk bestaat voornamelijk uit het doen van onderzoek, maar daarnaast geef ik ook les aan studenten, volg ik zelf cursussen en presenteer ik op conferenties in het binnen- en buitenland. Mijn onderzoek is onderdeel van een groter project, maar ik heb veel vrijheid bij het bepalen van het precieze onderwerp en de methoden die ik wil gebruiken. Ik doe bijvoorbeeld experimenten met proefpersonen, maar ik analyseer ook de gebruikersdata van deelplatforms. Een voorbeeld van een vraag waar ik op dit moment mee bezig ben, is of (etnische) discriminatie op deelplatforms tegengegaan kan worden door het gebruik van de recensies die je veel online ziet.

---

# Marleen Westra

Specialisatie Bedrijf

Master Food Quality Management /  
Management Economics and Consumer studies



Tijdens mijn bachelor Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen (BBC) kwam ik erachter dat ik geïnteresseerd ben in de ontwikkeling van nieuwe producten. Mijn interesse lag op het begin van BBC in de marketing kant van productontwikkeling maar ook de technischere kant sprak mij gedurende mijn bachelor steeds meer aan. Om te kijken of dit echt wat voor mij was heb ik daarom eerst een minor met food vakken gevolgd. Deze minor beviel zo goed dat ik vervolgens de keuze heb gemaakt om naast de master Management Economics and Consumer studies ook Food Quality Management te gaan studeren.

Na mijn afstudeerstage bij Tony's Chocolonely op het gebied van voedsel fraude kon ik aan de slag als Quality Assurance Specialist. In deze rol is het mijn verantwoordelijkheid dat onze producten veilig te consumeren zijn. Tony's heeft op dit moment geen eigen fabriek wat betekent dat mijn functie voornamelijk een spin in het web functie is. Ik schakel veel met de fabrieken waar onze producten gemaakt worden, onze leveranciers en collega's van verschillende afdelingen. Ik ben (samen met mijn kwaliteitscollega) het eerste contactpunt, zowel intern als extern, voor alle aan voedselkwaliteit gerelateerde zaken. Een groot deel van mijn tijd ben ik bezig met de ontwikkeling van nieuwe producten. Het is hierbij mijn verantwoordelijkheid dat alle ingrediënten en verpakkingsmaterialen die we inkopen en alle eindproducten die we laten maken, voldoen aan de wetgeving van de markten waarop we actief zijn. Dit betekent dat ik goed op de hoogte moet zijn van (inter)nationale wetgeving maar ook dat ik schakel met externe partijen die specialistische kennis hebben. Als Quality Assurance Specialist houd ik me bezig met de technische kant van onze chocolade, maar zit ik niet in de technische uitvoering. Een voorbeeld van dit onderscheid is dat het mijn rol is om te signaleren dat we een microbiologische analyse nodig hebben maar dat het daadwerkelijk analyseren door een externe partij gebeurt. Vervolgens bekijk ik de analyse resultaten en beoordeel ik of er vervolgstappen nodig zijn.

Wat ik tijdens mijn studie heb geleerd pas ik dagelijks toe in mijn werk. Ik ben erachter gekomen dat de kwaliteitskant van productontwikkeling beter bij mij past dan de marketing kant. Kwaliteit spreekt mij aan omdat het een concreet vakgebied is. Het draait om het interpreteren van regels om deze vervolgens toe te passen. Daarnaast vind ik het ontzettend leuk om samen met een team van collega's vanuit verschillende disciplines samen te werken en uiteindelijk tot een nieuw product te komen. Het is elke keer weer leuk om een product waaraan ik een bijdrage heb geleverd terug te zien in de supermarkt (en tegenwoordig zelfs in buitenlandse supermarkten)!

---

# Lisa Bottema

Specialisatie Consument, afstudeerrichting:  
sociologie van consument en huishouden



Junior adviseur voedseltransitie bij Schuttelaar & Partners

Momenteel ben ik werkzaam als junior adviseur voedseltransitie bij het advies- en communicatiebureau Schuttelaar & Partners. Samen met mijn collega's werk ik aan verschillende projecten voor een gezonde en duurzame wereld. Ik heb hiervoor een goede basis gelegd tijdens mijn studies door de brede kennis en vele specialisatiemogelijkheden die BBC en MME bieden.

Tijdens mijn bachelor en master stond de vraag 'waarom' centraal: waarom doen consumenten wat ze doen? Maar ook: hoe beïnvloedt de (sociale) omgeving consumenten in hun keuze(gedrag)? Bij elk keuzemoment bedacht ik me: welke kennis en vaardigheden wil ik (nu) opdoen? Niet alleen in mijn studie, maar ook daarbuiten. Daar pluk ik nog steeds de vruchten van!

Na een jaar te hebben gewerkt als trainee Food Transition werk ik nu als junior adviseur bij Schuttelaar & Partners. Hier werk ik voor verschillende klanten uit de voedselsector, vanuit een bedrijfs- en/of consumentenperspectief. Ook bouwen we aan nieuwe platformen zoals de Smart Food Alliance, waarin we middelgrote agrofoodbedrijven verbinden die werken aan een gezonde en duurzaam voedselsysteem. We komen een aantal keer per jaar samen om concreet bepaalde voedsel gerelateerde thema's te bespreken, zoals gezonde voeding en de verduurzaming van groenten en fruit (kijk voor meer voorbeelden op [www.smartfoodalliance.nl](http://www.smartfoodalliance.nl)). In mijn werk is het belangrijk de trends uit de voedselsector en sectoren die daaraan raken goed in te gaten te houden om hier als bedrijf en voor de klant op tijd op in te spelen. Theorie en praktijk komen hierin dus goed samen.

Het leuke aan het werken bij dit bedrijf zijn o.a. de verschillende opdrachten en klanten, de continue uitdaging om voor de klant het beste resultaat te behalen en het werken in verschillende teams. Geen dag is hetzelfde. Ik blijf continu leren, van de mensen en projecten!

[www.schuttelaar.nl](http://www.schuttelaar.nl)

---

# Babette Savelkouls

Specialisatie Consument

Junior Retention Manager bij Tele2



Na mijn afstuderen ben ik aan de slag gegaan bij Tele2 als Junior Retention Manager. Als retentie manager ben je verantwoordelijk voor het klantenbehoud van Tele2. Ik hield me dagelijks bezig met analyses van de klantenbase: hoe ontwikkelde deze zich, waar zaten de aandachtspunten. Aan de hand daarvan zette ik campagnes uit om klanttevredenheid te stimuleren en klanten opnieuw aan Tele2 te binden. Nadat mijn senior een andere functie kreeg, werd ik al snel 'Retention Manager van DSL & Fixed telephony'. Retentie was voor Tele2 nog een onontgonnen gebied, waardoor er nog weinig kennis en documentatie voor handen was.

Na veel te hebben geleerd bij Tele2 was ik op zoek naar een bedrijf waar loyaliteit en retentie al grotere onderwerpen waren. Via een advertentie kwam ik terecht bij Bol.com als Loyalty Marketeer. Bij Bol.com zijn ze zich al langer bewust van het belang van klantrelaties en dat merk je. We zijn dagelijks met een team van 8 personen fulltime bezig met het onderhouden en uitbreiden van de relatie met onze klanten. Ik houd me binnen Bol.com vooral bezig met e-mail marketing. Zo ben ik veel bezig met de planning van al onze nieuwsbrieven aan klanten, het testen-, analyseren en optimaliseren hiervan. Daarnaast ben ik bezig met een aantal projecten om beter in te kunnen spelen op de behoeften van onze klanten en onze relatie met hen te versterken. Bol.com is een dynamisch en jong bedrijf waar ik door kan groeien in hetgeen dat ik leuk vind: '*Customer Relationship Management*'.



---

**Meer weten?**

BSc Bedrijfs- en Consumentenwetenschappen: [www.wur.nl/bbc](http://www.wur.nl/bbc)

---