

AFSTUDEERPROJECT

Reportage over vrouwelijke ondernemers in het format van Flair voor de rubriek 'Job'

MAAIKE MARCHAND

BACHELOR JOURNALISTIEK

ACADEMIEJAAR 2017 – 2018

ERASMUSHOGESCHOOL BRUSSEL

CAMPUS BLOEMENHOF - DEPARTEMENT MANAGEMENT, MEDIA & MAATSCHAPPIJ

Inleiding

Nog voor ik begon aan deze studie wist ik dat lifestyle journalistiek mijn ding was. Ik heb al een paar jaar een eigen lifestyle blog waar ik wekelijks met veel enthousiasme op schrijf. Toen ik vorig jaar de kans kreeg om stage te lopen bij Flair, werd die passie voor lifestylejournalistiek bevestigd. Met dit afstudeerproject wil ik dat dan ook graag laten zien.

Een andere grote droom van mij is om ooit mijn eigen bedrijf te beginnen. Ik ging dan ook maar al te graag naar de lessen 'media en ondernemerschap' dit academiejaar. In het artikel dat ik voor dit afstudeerproject heb geschreven, heb ik deze twee passies kunnen combineren. Ik ben dan ook erg fier op het eindresultaat.

Het was best eng om aan dit afstudeerproject te beginnen. De afgelopen drie jaar zijn echt voorbij gevlogen. Iedereen wil natuurlijk laten zien wat we geleerd hebben. De lat ligt hoog. In het begin wist ik dan ook niet goed hoe ik deze grote opdracht moest aanpakken. Het heeft even geduurd voor ik er mijn weg in heb gevonden. Na een gesprek met de helpdesk werd het me duidelijk dat ik gewoon moest gaan voor wat ik graag doe en wat ik het beste kan: een lifestyle stuk schrijven.

Mijn reportage voor Flair gaat over drie ondernemende vrouwen. Met dit artikel wil ik een positief verhaal brengen dat andere vrouwen kan inspireren. 2017 was in mijn ogen een jaar waarin vrouwen de touwtjes in handen hebben genomen. *Female empowerment* was overal aanwezig. Ik vind dat we dat zeker moeten verderzetten.

De drie vrouwen die ik gekozen heb voor mijn artikel, voeren een job uit waarvan sommige mensen misschien zullen denken "verdien je daar nu ook al geld mee". Dat heb ik bewust zo gekozen, want waar een wil is, is een weg. Deze drie vrouwen gingen voor hun passie, ook al is die nog niet algemeen aanvaard als job.

Ik wil graag mijn ouders bedanken die altijd voor me klaar staan en mij blijven motiveren. Mijn vriend, die mij door mijn momentjes van paniek heeft gesleurd. En Judith Hendickx en Kristof Caluwaerts van Flair, die altijd bereid waren om mij te helpen wanneer ik met vragen zat.

Inhoudsopgave

Inleiding	2
Inhoudsopgave	3
1. Mission statement	4
1.1. Werktitel	4
1.2. Uitgebreide onderwerpomschrijving	4
1.3. Verantwoording van medium en format	4
1.4. Voorlopig actieplan	4
1.5. Voorlopige bronnenlijst	5
1.6. Opmerkingen	5
2. Bronnenonderzoek	6
2.1. Websites	6
2.2. Magazines	8
2.3. Sociale media	9
2.4. Blogs	9
2.5. Gopress Academic	10
3. Formatomschrijving	11
3.1. Algemene info	11
3.2. Oplage	11
3.3. Doelgroep	11
3.4. Segmentering	11
3.5. Formaat	11
3.6. Opbouw	11
3.7. Rubrieken	11
3.8. Aantal interviewees	13
3.9. Aantal pagina's	13
3.10. Titels en eerste pagina	13
3.11. Broodtekst	14
3.12. Kleuren	14
3.13. Foto's en beelden	14
3.14. Quotes en tussentitels	14
3.15. Lettertypes	14
3.16. Regelafstand	15
3.17. Witruimtes	15
3.18. Kolommen	15
3.19. Taal en stijl	15
3.20. Advertenties	15
3.21. Voorbeeld uit Flair	15
4. Journalistiek product	22
5. Verantwoording	23
5.1. Inhoud	23
5.2. Lay-out	24
6. Logboek	25

1. Mission statement

1.1. Werktitel

Deze drie vrouwen creëerden hun eigen droomjob

1.2. Uitgebreide onderwerpsomschrijving

Ik wil een artikel schrijven in het format van Flair met het verhaal van drie vrouwen die hun eigen zaak zijn gestart. Ik zou gaan voor vrouwen met jobs die nog niet echt gekend zijn, niet vaak voorkomen of waarvan mensen niet beseffen dat je er geld mee kan verdienen.

Ik leerde onlangs een partycoach kennen en dat inspireerde mij om dit onderwerp te kiezen. Ik zou vooral schrijven over hoe ze ermee begonnen zijn, wat ze juist doen en hoe ze de job zien evolueren in de toekomst.

Ik wil vooral een inspirerend en positief verhaal brengen. Uit het Amway Global Entrepreneurship Report van 2016 blijkt dat 80% van de Belgische vrouwen positief staan t.o.v. ondernemen, maar slechts 35% zichzelf daadwerkelijk een bedrijf ziet opstarten.

1.3. Verantwoording van medium en format

Ik heb lang getwijfeld over het medium en format. Eerst dacht ik aan een wat uitgebreider artikel voor Knack Weekend met meer duiding en achtergrondinformatie, maar als ik het artikel voor me zag, zag ik het eigenlijk echt bij Flair passen. Ik heb uiteindelijk gekozen voor een artikel met drie interviews voor Flair.

Flair brengt vaak positieve, inspirerende verhalen en dat is ook mijn doel. Ik wil me echt focussen op de persoonlijke verhalen en niet op de cijfergegevens. Mijn artikel zou passen in de Flair rubriek 'Job', waarin er vaak reportages verschijnen over drie vrouwen die over hun job praten (bv. drie vrouwen die in het leger zitten).

Ik was verrast door de cijfers uit het Amway Global Entrepreneurship Report van 2016. Ik had niet verwacht dat Belgische vrouwen zo geïnteresseerd waren in ondernemen. Aangezien Flair zich op een jong, vrouwelijk publiek richt, lijkt dat mij de perfecte keuze voor mijn reportage.

1.4. Voorlopig actieplan

Eerst en vooral ga ik op zoek gaan naar vrouwen die willen meewerken. Ik ga zeker ook terug contact opnemen met Elsje Van Dosselaer, de partycoach die ik onlangs leerde kennen. Ik zou haar graag willen interviewen over haar job. Ik ga ook wat research doen over opruimcoaches, want daar zag ik reclame voor en ik wist zelf niet dat een opruimcoach bestond.

Via sociale media ga ik op zoek gaan naar vrouwen die binnen het profiel dat ik zoek passen en hen contacteren. Ik zou ook graag een interview doen met een *influencer* of blogger. Die lijkt mij het makkelijkst te vinden via Instagram.

Doordat ik vorig jaar mijn stage bij Flair gedaan heb, heb ik al een goed idee over hun format, layout en stijl, maar ik ga het format zeker verder bestuderen. Ik ben ook van plan om de Chef Lifestyle

van Flair, Judith Hendrickx te contacteren. Misschien kan zij mij verder helpen met het perfectioneren van mijn formatstudie.

1.5. Voorlopige bronnenlijst

Ik heb al contact gehad met een partycoach, Elsje Van Dosselaer van 'In The Mood' (<https://www.in-the-mood.be>). Haar ga ik zeker opnieuw contacteren voor een interview.

Daarnaast zou ik op de website van Unizo op zoek gaan naar wat cijfers en achtergrondinformatie over het onderwerp om me wat in te werken. Ik wil ook wat meer research doen over Amway om te controleren of hun Global Entrepreneurship Report betrouwbaar is.

1.6. Opmerkingen

Eerst dacht ik mijn afstudeerproject te maken rond minimalisme. Dit onderwerp heb ik uiteindelijk laten vallen, omdat er zoveel aspecten aan zijn en ik er niet uit kon komen wat ik nu eigenlijk wou brengen.

2. Bronnenonderzoek

2.1. Websites

- Van Dosselaer, E. (2017). In The Mood. Geraadpleegd op 19 november 2017 via <https://www.in-the-mood.be>

Ik leerde Elsje Van Dosselaer kennen tijdens een van haar workshops op de Libelle Winterfair. Zij stelde zichzelf voor als partycoach. Ik had nog nooit van deze job gehoord. Deze ontmoeting gaf mij het idee voor mijn artikel.

- Callens, C. (2012). 3 O's: Opruimen – ordenen – organiseren. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <http://www.opruimcoach.be>

Tevens op de Libelle Winterfair zag ik reclame voor een opruimcoach. Ook daar had ik nog nooit van gehoord. Toen ben ik beginnen googelen en kwam ik op deze website terecht. Uiteindelijk heb ik deze opruimcoach niet gecontacteerd, omdat zij vooral focust op het opruimen van administratie. Haar profiel leek me niet zo bij Flair te passen en bovendien is zij al eens in de media verschenen.

- Colle, N. (2017). Nele Colle Professional Organizer/Opruimcoach. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <https://www.ontspulcoach.be>

Toen ik verder zocht naar een opruimcoach kwam ik op deze site terecht. Nele Colle is een jonge moeder en focust op particulieren. Ze heeft ook een blog en is actief op sociale media. Zij leek mij te passen binnen het profiel dat ik zocht. Ik heb haar gecontacteerd. Na enkele contacten via e-mail, heb ik besloten om haar te kiezen als tweede vrouw om te interviewen.

- Netwerk Bewust Verbruiken (2017). Ontspullen is nee zeggen tegen de dingen die je niet nodig hebt. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <https://www.bewustverbruiken.be>

Ik heb gecontroleerd of Nele Colle al niet te vaak in de media was verschenen, via Gopress Academic en Google. Ik vond enkel dit artikel, waarin ze enkele opruimtips geeft. Het artikel focust niet op haarzelf en haar job, dus dat is geen probleem.

- Centrum voor Avondonderwijs (2017). Professional Organizer. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <https://www.centrumvooravondonderwijs.be>

Nele Colle volgde een opleiding tot opruimcoach aan het Centrum voor Avondonderwijs. Via hun site ben ik gaan kijken wat die opleiding inhoudt.

- Spelters, E. (2017, 13 november). #TellHer-campagne moedigt Belgische vrouwen aan om eigen bedrijf te starten. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <https://www.flair.be>

Dit artikel van Flair vermeldt de nieuwe campagne van Amway en hun Global Entrepreneurship Report. Zo ben ik bij de studie van Amway terechtgekomen.

- De Decker, K. (2017, 25 september). TIP: WannaWork helpt millenials bij hun zoektocht naar een nieuwe job. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <https://www.flair.be>

Dit leek me aanvankelijk een artikel dat nuttig zou kunnen zijn voor mijn artikel, maar hier heb ik uiteindelijk niets mee gedaan, omdat het focust op de zoektocht naar een job en niet op zelfstandigen.

- Amway. (2017, 10 november). Amway lanceert de campagne #TellHer. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <http://news.amway.be>

Dit is het persbericht waarop het Flair artikel over de #TellHer campagne gebaseerd was.

- Amway. (2016, 15 november). Ondernemers in België: 50-plussers en vrouwen zetten economie binnenkort op zijn kop. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <http://news.amway.be>

Dit is nog een persbericht van Amway over hun Global Entrepreneurship Report.

- Amway. (2017). Amway Global Entrepreneurship Report 2016. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <http://news.amway.be>

Ik ben het Global Entrepreneurship Report zelf gaan bekijken, omdat ik wou controleren of het betrouwbaar en representatief was. Ze hebben 50 861 vrouwen tussen 14 en 99 jaar uit 45 landen ondervraagd. De studie lijkt me dus representatief. Amway zelf kwam al vaker in opspraak door hun manier van werken en werd beschuldigd van piramidespel. Dit heeft echter geen invloed op de betrouwbaarheid van hun onderzoek, aangezien dat gaat over hun interne werkwijze.

- Amway. (2017). AGER 2016 – Amway Global Entrepreneurship Report 2016. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <https://www.amwayglobal.com/>

Dit is een schematische samenvatting van hun studie.

- Visit Antwerpen (z.d.). 100% Belgisch by Monica Ho. Geraadpleegd op 22 januari 2018 via <https://www.visitantwerpen.be>

Via Instagram kwam ik terecht bij Belgische blogster Monica Ho. Ik wou controleren of ze nog niet te vaak in de media was verschenen. In dit artikel deelt ze haar favoriete adresjes in Antwerpen, maar ligt de focus niet op haarzelf.

- Bench (z.d.). Interview with Monica Ho. Geraadpleegd op 22 januari 2018 via <https://www.bench.co.uk>

Dit interview met Monica Ho gaat over haar kledingstijl, maar niet specifiek over haar job.

- LP. (2017, 23 oktober). Dit zijn de winnaars van de eerste Belgian Food Blog Awards. Geraadpleegd op 22 januari 2018 via <http://weekend.knack.be>

Via dit artikel ben ik op zoek gegaan naar de blogs van Belgische foodbloggers.

- MG. (2017, 23 oktober). Dit zijn de beste foodbloggers van België. Geraadpleegd op 22 januari 2018 via <http://www.standaard.be/>

Dit artikel vermeldt dezelfde foodbloggers als het artikel van Knack Weekend. Hier heb ik verder niets mee gedaan.

- Wauters, V. (2015, 27 augustus). De 5 favoriete Vlaamse foodbloggers van onze redactie. Geraadpleegd op 22 januari 2018 via <https://www.hln.be>

Via dit artikel ben ik op zoek gegaan naar andere foodbloggers die mogelijk interessant konden zijn voor mijn artikel.

- Unie van Zelfstandige Ondernemers (2017). Ondernemerslijn. Geraadpleegd op 23 januari 2018 via <https://www.unizo.be>

Via de chatfunctie van de website heb ik gevraagd naar informatie over vrouwelijke ondernemers met een uniek bedrijf. Zij verwezen mij door naar 'theesommelier' Kristin Van Eetvelt.

- Van Eetvelt, K. (2017). Wat doet Kristin? Geraadpleegd op 23 januari 2018 via <https://kristinvaneetvelt.be>

Dit is de website van de vrouw waarnaar Unizo mij verwees. Ik heb haar uiteindelijk niet gecontacteerd, omdat er blijkbaar al verschillende theesommeliers bestaan en dit niet meer zo uniek is.

- Centrum voor Informatie over de Media. (2017). Bereik resultaten. Geraadpleegd op 30 januari 2018 via <http://www.cim.be>

Ik heb de CIM-cijfers van Flair bekeken, zowel die van de Nederlandstalige als Franstalige Flair voor mijn formatstudie.

- Flair. (z.d.). Jobs. Geraadpleegd op 30 januari 2018 via <https://www.flair.be>

Via de Flairwebsite ben ik naar de categorie 'job' gaan kijken om zeker te zijn dat mijn artikel goed binnen deze rubriek past.

- Erasmushogeschool Brussel. (z.d.). APA-richtlijnen voor literatuurverwijzing. Geraadpleegd op februari 2018 via <https://www.erasmushogeschool.be>

Ik heb mij hierop gebaseerd voor de opmaak van mijn bronnenlijst.

- Sanoma. (z.d.). De informatiefiche. Geraadpleegd op 9 februari 2018 via <http://sanoma.be>

Via deze informatiefiche vond ik extra info voor mijn formatstudie.

2.2. Magazines

De Groef, K. (2018, 23 januari). Must follow: Ellen Van Gool. *Flair*, p75.

Dit artikel over foodblogster Ellen Van Gool stond op 23 januari in Flair. Zij was een van de foodblogsters waarmee ik contact had. Doordat dit artikel al verschenen was, besloot ik om haar niet te interviewen.

2.3. Sociale media

Mijn derde interview wilde ik graag doen met een blogger of *influencer*. De beste manier om zo iemand te vinden leek mij via sociale media. Ik zocht via Instagram via de *hashtag* #belgianblogger, dat is namelijk een *hashtag* die veel bloggers gebruiken. Zo heb ik dan verschillende accounts bekeken.

Als iemand interessant leek voor mijn interview, ben ik verder gaan zoeken via hun blog. Ik heb ook altijd gecontroleerd via Gopress Academic of ze al vaak in de media verschenen waren. Als dat het geval was, heb ik besloten hen niet verder te contacteren. Ik heb meestal ook hun LinkedIn profiel bekeken om meer informatie of contactgegevens te vinden.

2.4. Blogs

- Colle, N. (2017). Over. Geraadpleegd op 6 december 2017 via <https://mamaruimtop.be>

Dit is de blog van de opruimcoach die ik geïnterviewd heb. Ik heb deze blog bekeken tijdens mijn research die voorafging aan mijn interview.

- Ho, M. (z.d.). Who is Monica? Geraadpleegd op 22 januari 2018 via <https://monicaharmony.com>

Deze blog is van modeblogster Monica Ho. Ik heb haar via haar blog gecontacteerd. Uiteindelijk heb ik haar niet geïnterviewd, omdat ze zelf vond dat ze niet bij het profiel paste dat ik zocht, omdat bloggen eerder een hobby is voor haar.

- Van Dyck, C. (z.d.). The After Work Blog. Geraadpleegd op 22 januari 2018 via <http://www.theafterworkblog.com>

Cindy Van Dyck is een fulltime modeblogster. Na haar blog te hebben bekeken, heb ik haar gecontacteerd, maar ik heb nooit antwoord gekregen.

- Bemelmans, L. (z.d.). Over Laurence. Geraadpleegd op 22 januari 2018 via <https://ascookedbyginger.com>

Laurence Bemelmans is een fulltime foodblogster. Ze won een Belgian Food Blog Award voor Best Overall Foodblog 2017. Ik heb haar gecontacteerd. Zij was wel bereid om mij te helpen als mijn ander interview niet zou doorgaan. Aangezien ze zwanger is, wou ze het rustig aan doen. Ik had haar als back-up plan indien mijn interview met foodstyliste Olivia Behaegel niet doorging.

- Van Staeyen, J. (z.d.). About. Geraadpleegd op 24 januari 2018 via <http://www.thatgirlwithherblog.com>

Nadat ik deze blog had bekeken, heb ik Jolien Van Staeyen gecontacteerd. Zij ziet haar blog eerder als een bijverdienste en paste dus niet binnen het profiel waarnaar ik op zoek was.

- Van Gool, E. (z.d.). Disclaimer. Geraadpleegd op 25 januari 2018 via <http://www.kokerellen.be>

Ellen Van Gool is een foodblogster. Via haar blog 'Kokerellen' heb ik haar gecontacteerd. Zij wou aanvankelijk wel meewerken, maar had het ontzettend druk, waardoor het moeilijk was

om een afspraak met haar te maken. Die week is er ook een artikel over haar in Flair verschenen, dus besloot ik op zoek te gaan naar iemand anders.

- Behaegel, O. (z.d.). About. Geraadpleegd op 29 januari 2018 via <http://www.oliviab.be>
Dit is de website van Olivia Behaegel, de foodstyliste die ik heb geïnterviewd. Ik vond haar via Instagram en ben dan op deze website op zoek gegaan naar wat meer informatie. Ik heb haar gecontacteerd voor een interview en ze wou meteen meewerken.
- Behaegel, O. (z.d.). Food styling - Fitfoodness. Geraadpleegd op 29 januari 2018 via <http://www.oliviab.be>
Dit is het portfolio van Olivia Behaegel. Dit heb ik geraadpleegd om een idee te krijgen van wat voor werk ze al heeft gedaan en voor welke opdrachtgevers ze zoal werkt.

2.5. Gopress Academic

Via <https://academic.gopress.be> zocht ik of mijn onderwerpen en/of interviewees nog niet te vaak in de media verschenen waren. Ik zocht onder andere via onderstaande termen:

- Girlboss
- Vrouwelijke ondernemers
- Blogger
- Foodblogger
- Nele Colle
- Opruimcoach
- Partycoach
- Elsje Van Dosselaer
- Olivia Behaegel
- Fitfoodness

3. Formatomschrijving

3.1. Algemene info

De eerste editie van Flair verscheen in 1980. Sinds 1985 is er ook een Nederlandse editie. De Franstalige Flair ontstond in 1987. Flair verschijnt wekelijks op dinsdag. De huidige hoofdredacteur is Frederic De Swaef. Flair profileert zich als een magazine voor de moderne vrouw. Flair is ook gekend om hun 'Flair Pockets', kortingsbonnen die wekelijks aan de voorpagina geniet zijn.

3.2. Oplage

Uit de CIM-cijfers van 2016-2017 blijkt dat Flair (NL+FR) in totaal 2 373 200 lezers heeft. Dit is zowel op papier als online als via de app. Daarvan zijn 1 809 400 lezers vrouwen en 563 800 lezers mannen. De Vlaamse Flair heeft een gemiddelde oplage van 70 612.

3.3. Doelgroep

De doelgroep van Flair is vrouwen tussen de 18 en 34 jaar.

3.4. Segmentering

Het grootste aantal lezers valt binnen de leeftijdscategorie van 15 tot 24 jaar, gevolgd door de leeftijdscategorie van 25 tot 34 jaar. Het grootste aantal lezers komt uit sociale groep 3 en woont in Antwerpen en is bediende. Hoger secundair onderwijs is het opleidingsniveau van het grootste aantal lezers.

3.5. Formaat

Flair is 206 mm breed en 265 mm hoog.

3.6. Opbouw

Pagina 1 tot 9 staat meestal vast (de cover, 'deze week' en '#trending'), pagina 90 tot einde (pagina 100) ligt ook vast ('Flairplay', colofon en verkoopinfo, 'horoscoop', 'volgende week', cartoon van Chrostin en reclame). De rubrieken kunnen verschuiven. Meestal komt lifestyle en beauty eerst en dan pas de reportages.

3.7. Rubrieken

Het artikel dat ik heb geschreven zou onder de rubriek 'Job' vallen. 'Job' is volgens Chef Lifestyle, Judith Hendrickx, niet echt een vaste rubriek in Flair, maar eerder een onderwerp dat regelmatig terugkomt. 'Job' staat dus niet elke week in Flair. Om de twee weken brengen ze wel de rubriek 'Bankgeheimen'.

#trending

Vier redactrices schrijven in deze rubriek korte stukjes over nieuwe producten en hypes.

-100 euro look

Dit is een outfit die in totaal minder dan 100 euro kost. De prijs en winkel worden vermeld. Deze rubriek wordt meestal gemaakt door moderatedactrice Catherine Kusters.

My body & me

In deze rubriek staat altijd een foto van een Flair lezeres in lingerie met een interview over haar lichaam.

Make-over

Een lezeres krijgt een volledige make-over (haar, make-up en outfits).

Me & my mini-me

Een rubriek geschreven door Chef Lifestyle Judith Hendrickx over de leukste trends voor kinderen.

Catherine

De wekelijkse, humoristische column van redactrice Catherine Kusters.

Lien

De wekelijkse column van redactrice Lien Henderickx.

Lekker Lijf

Dit is een vaste rubriek over lichaam en gezondheid. Het zijn enkele korte tekstjes met kleine foto's over nieuwe trends of producten.

Bedgeheimen

In deze wekelijkse rubriek beantwoordt een koppel vragen over hun seksleven.

Bankgeheimen

In deze rubriek heeft een lezeres het over haar financiële situatie. Deze rubriek verschijnt om de twee weken.

Must follow

Deze wekelijkse rubriek vestigt de aandacht op een *influencer* die het goed doet op dit moment. Er staat altijd een grote foto bij en een interview met de persoon in kwestie.

Little Miss Perfect

Dit is een rubriek die niet wekelijks verschijnt, maar wel regelmatig terugkomt. De rubriek gaat over tips voor het huishouden.

Chillax

Deze wekelijkse rubriek geeft een overzicht van leuke activiteiten voor in het weekend, zoals tijdelijke tentoonstellingen, nieuwe boeken of restaurants.

Hé, het is oké

Een wekelijkse, ludieke pagina met herkenbare quotes over het dagelijks leven.

Terugkerende onderwerpen

Naast deze vaste rubrieken heeft Flair een heleboel onderwerpen die bijna wekelijks terugkomen, afhankelijk van wat er die week actueel is.

- Beauty
- Mode

- Reizen
- Culi
- Body
- Psycho
- Seks
- Shoppen
- Interview (met een BV)
- Life
- Emo
- Straf
- Deco
- Relatie
- Job

3.8. Aantal interviewees

Flair gebruikt bij reportages die bestaan uit verschillende interviews meestal drie interviews met drie vrouwen. Tenzij het om een gevoelig onderwerp gaat, staan hun naam vermeld en staat er minstens één foto van elke interviewee in het artikel. Dit soort interviews noemen ze bij Flair reportages.

3.9. Aantal pagina's

Een reportage met drie interviews wordt verspreid over vier of zes pagina's, afhankelijk van het onderwerp. Rechts onderaan de tweede pagina staat ter hoogte van de laatste lijn tekst een driehoekje als pijltje om aan te tonen dat het interview verder gaat op de volgende pagina. Aan het einde van het artikel staat er rechts onderaan ter hoogte van de laatste tekstlijn een bolletje. Het pijltje en bolletje krijgen dezelfde kleur als de quotes.

3.10. Titels en eerste pagina

De eerste pagina van de reportage is vaak een titelpagina met een foto, beeldbank beeld of een grafisch ontwerp. Bij een reportage is er een grote, *catchy* titel. Deze is vaak in het Engels. Daarnaast is er ook een boventitel die het onderwerp verduidelijkt en de namen van de drie interviewees bevat.

Er is ook altijd een inleiding. Onder de inleiding worden de credits van de auteur en fotograaf geplaatst als volgt:

TEKST: NAAM/
FOTO'S: NAAM

Elk interview begint met inleiding die begint met de naam en leeftijd van de interviewee. Dit noemen ze een 'bio'. Deze is vaak in het vet of in een kleur gedrukt en valt op. Websites en contactinformatie van interviewees worden niet apart vermeld, maar kunnen wel in hun bio voorkomen.

3.11. Broodtekst

De interviews worden uitgeschreven in full quote met enkele aanhalingstekens. Als er binnen die full quote nog een quote voorkomt, wordt deze schuin gezet. Flair gebruikt sinds kort geen dubbele quotes meer. Extra uitleg of spreektaal wordt ook schuingedrukt.

3.12. Kleuren

De kleuren kunnen verschillen per editie, er is geen vaste kleur per rubriek. Meestal wordt er wel een basiskleur gekozen en worden daar verschillende tinten van gebruikt. De kleuren worden gekozen afhankelijk van de foto's en beelden die erbij komen. Er wordt ook gelet dat dezelfde kleur niet in te veel opeenvolgende pagina's gebruikt wordt. Als er drie interviews zijn, wordt er soms een andere kleur gebruikt voor de quotes en inleiding in het tweede interview om een duidelijk onderscheid te creëren tussen de interviews. Voor extra info of cijfers worden vaak gekleurde kadertjes gebruikt.

De roze kleur die Flair vaak gebruikt is Colorful O(C=0, M=60, Y=0, K=0, tint = 100%). Voor kadertjes kan dezelfde kleur gebruikt worden en in lagere tint gezet worden.

3.13. Foto's en beelden

Er is veel ruimte voorzien voor foto's en/of animaties. Er wordt minstens een foto geplaatst bij elk interview. De foto's hebben geen vaste plaats. Dat hangt af van wat visueel het mooiste uitkomt bij dat interview. De foto's kunnen zowel stoppen ter hoogte van de tekst, als aflopen tot de rand van de pagina. Als de tekst over dezelfde vrouw doorloopt naar de volgende pagina, wordt ook op de volgende pagina een foto van haar geplaatst.

3.14. Quotes en tussentitels

Er is geen vast aantal quotes of tussentitels afgesproken. De tussentitels moeten functioneel zijn voor de tekst. Er wordt het aantal tussentitels gebruikt dat nodig is voor dat specifiek interview. De quotes dienen vooral om mensen naar het artikel te trekken. Hun plaats in het artikel en de hoeveelheid worden bepaald in functie van de lay-out en moeten er vooral visueel goed uitzien. Dit wil ook zeggen dat een quote niet altijd in het tekstblok staat waar de quote in voorkomt.

Op de derde pagina staat vaak nog een extra titeltje. Dit noemen ze bij Flair een 'doorleeskop'. Dit is vaak een ludieke titel om wat extra aandacht te trekken. Deze doorleeskop kan ook in het Engels zijn.

3.15. Lettertypes

Bovenkop: LFT Etica Light, grootte: 30 pt, Interlinieafstand: 30 pt

Titel: LFT Etica ExtraBold, grootte: 55 pt, Interlinieafstand: 53 pt

Inleiding: LFT Etica Light, grootte: 13 pt, interlinieafstand: 17 pt

Bio: LFT Etica Bold, grootte: 11 pt, interlinieafstand: 11,5 pt

Quote: LFT Etica ExtraBold, grootte: 16 pt, interlinieafstand: 17,25 pt, kleur: colorful N, C=0, M=100, Y=0, K=0, transparantie: 100%

Tussentitel: LFT Etica ExtraBold, grootte: 9,5 pt, interlinieafstand: 11,5 pt

Tip: LFT Etica ExtraBold, grootte: 11pt, interlinieafstand: 11,5 pt, kleur: colorful N, C=0, M=100, Y=0, K=0, tint: 100%

'Job' (thematitel): LFT Etica ExtraBold, grootte: 12 pt, interlinieafstand 14 pt, kleur: Black (C=0, M=0, Y=0, K=100, tint: 100%)

Overleeskop: LFT Etica Light, grootte: 30 pt, interlinieafstand: 30 pt

Broodtekst: Fresco Normal, grootte: 8,5 pt, interlinieafstand: 11,5 pt

Flair.be onderaan: LFT Etica Light, grootte: 7 pt, interlinie: 8,4 pt

Paginanummer: LFT Etica ExtraBold, grootte: 7pt, interlinie 8,4 pt

3.16. Regelaafstand

Regelaafstand binnen de broodtekst = 11,5 pt

3.17. Witruimtes

Buitenkant: 15 mm

Binnen: 20 mm

Boven: 47 mm

Onder: 20 mm

3.18. Kolommen

Meestal 3 kolommen per pagina.

Ruimte tussen kolommen = 5 mm

Breedte van een kolom = 53,667

3.19. Taal en stijl

Flair legt de focus op vrouwen. De interviewees zijn meestal drie vrouwen bij een reportage. Er wordt toegankelijke taal gebruikt. Langere en korte zinnen wisselen elkaar af. Soms worden er Engelse woorden gebruikt in titels.

3.20. Advertenties

Tussen de interviews of in het stuk zelf staan nooit advertenties. Als het gaat om *branded content*, staat er bovenaan de pagina 'publireportage' in drukletters. Een advertentie in Flair kost tussen 3 787,50 euro (1/4 pagina) en 20 200,00 euro (dubbele pagina).

3.21. Voorbeeld uit Flair



THE BIG BANG THEORY

Angelique, Mieke en Karen blinken uit in weten- schappen

Ze zijn nog steeds met weinig, maar vrouwelijke wetenschappers zijn geen uitzondering meer! Dat bewijzen deze *science ladies*, die uitblinken binnen hun wetenschappelijk domein.

TEKST: MARIJKE CLABOTS /
FOTO'S: TIM DE BACKER

ANGELIQUE (28) bestudeert o.a. hoe hersenen van astronauten zich aanpassen aan een ruimtevlucht én schreef *In mijn hoofd*, een wetenschappelijk kinderboek.

'Als kind was ik al gefascineerd door het menselijk lichaam. Ik weet graag veel, en in mijn vrije tijd zocht ik dan ook het een en ander uit. Wat is de hik en hoe ontstaat het? Waarom dromen mensen? Ik vond het tof om het antwoord op zulke weetjes te kennen. Dat heeft altijd in mij gezeten, en die drang naar kennis werd sterker met de jaren. Na het middelbaar was ik ervan overtuigd dat de opleiding Bio-ingenieurswetenschappen me op het lijf was geschreven, maar voor mij persoonlijk viel die studie serieus tegen. Het was te theoretisch en bovendien miste ik het menselijke aspect. Ik besloot van richting te veranderen en koos voor Audiologische Wetenschappen, waar ik werd ondergedompeld in de wereld van gehoor- en evenwichtsstoornissen. Zo kwam ik terecht bij het evenwichtsorgaan, het onderwerp van het doctoraat in de Medische Wetenschappen dat ik in september 2017 behaalde.'

BREINBREKERS

'Vandaag werk ik vooral met hersenen.

Ik ben aan de slag als post-doctoraal onderzoekster aan UA. **Mijn onderzoek bestaat uit twee grote luiken: enerzijds bestuderen we astronauten. We kijken hoe hersenen zich aanpassen aan een ruimtevlucht.** Het idee daarachter is heel simpel: we maken een hersenscan voor ze vertrekken, eentje wanneer ze terugkomen uit de ruimte, en dan kijken we of we veranderingen waarnemen. Dat doen we op verschillende niveaus. Zijn er verschillen in de anatomie? Werken die hersenen anders dan voordien? Heel wat astronauten hebben last van evenwichtsstoornissen. Dat komt omdat een deel van het evenwichtsorgaan instaat voor het registreren van de zwaartekracht,

'Het doel? Van astronauten lessen leren die we kunnen toepassen voor patiënten op aarde.'

maar in de ruimte ervaren astronauten die niet, waardoor het evenwichtsorgaan ontregeld raakt. Daarnaast onderzoeken we in ons labo ook vestibulaire patiënten (*personen met evenwichtsstoornissen, red.*), wat het tweede luik vormt van mijn onderzoek. Tot nu toe werd nog niet verklaard waarom sommige van deze personen evenwichtsklachten ervaren, en daarom kijken we ook bij hen naar de hersenen, en gaan we na of er overlappingen zijn tussen astronauten en patiënten. Het is nog te vroeg om uitspraken te doen, want daarvoor hebben we te weinig data. Er komt niet elke dag iemand terug uit de ruimte. De menselijke ruimtevaart bestaat sinds 1961, en sinds die tijd zijn er ongeveer vijfhonderd mensen in de ruimte geweest. Dat is ook een van de redenen waarom we beide luiken combineren. Kan het een iets betekenen voor het ander, en vice versa? Dat is het doel voor de toekomst: van astronauten lessen trekken die we kunnen toepassen voor patiënten op aarde.'



In oktober won de Nederlandse **MIEKE (26)** de beurs L'Oréal-UNESCO for Women in Science. Ze is gebeten door wetenschap en werkt als onderzoekster in het labo voor Moleculaire Immunologie aan het Rega Instituut.

WETENSCHAP IS UNIVERSEEL

'Geen dag is hetzelfde. In 2014 mocht ik voor mijn opleiding vier maanden naar London, waar ik aan het Imperial College onderzoek verrichtte. Vorig jaar verbleef ik zes maanden als *visiting researcher* in München. Door mijn job ben ik al bijna op elk continent geweest. Soms kom je op de meest vergeten plaatsen, waar toevallig iemand exact hetzelfde bestudeert als jij. Dat vind ik zo leuk aan wetenschap: het is universeel. Tot nu toe hebben we tien astronauten getest, en twee jaar geleden werd ons eerste wetenschappelijke paper gepubliceerd.

'Soms kom je op de meest vergeten plaatsen, waar toevallig iemand exact hetzelfde bestudeert als jij.'

Ik lees zelf veel papers van collega's in binnen- en buitenland, want het is belangrijk om up-to-date te blijven. Uit pure interesse én omdat binnen mijn specifieke domein alles heel traag verloopt, combineerde ik mijn doctoraat met enkele zijprojectjes. Ik doe actief aan wetenschapscommunicatie en schrijf artikels voor mijn blog en EOS Wetenschap. Sinds een tijdje schrijf ik ook opiniestukken voor Knack. Ik focus voornamelijk op het brein, maar schrijf uiteraard ook over ruimtevaart. Als een collega iets publiceert wat mijn interesse wekt, giet ik dat in mensentaal op mijn blog. Ik doe dit in mijn vrije uren en beschouw het in zekere

zin als mijn plicht. Je mag nog een steengoede wetenschapper zijn, maar als je het niet in mensentaal kan uitleggen, heb je een probleem. Bovendien wordt heel wat onderzoek gesubsidieerd met belastinggeld. Het is dan ook onze verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat het onderzoek onze maatschappij bereikt, zelfs al is het beknopt.'

NIET ALLEEN GRIJZE MANNEN

'Van discriminatie op de werkvloer merk ik weinig: ons team telt zelfs meer vrouwen dan mannen. Wetenschappers zijn niet alleen grijze mannen met een lelijke laboratoriumjas aan, al houden veel mensen nog vast aan dat stereotype beeld. Maar dat cliché zal wel stilaan verdwijnen. Steeds meer vrouwen vinden hun weg binnen het wetenschappelijk domein, iets wat ik alleen maar kan toejuichen. In februari 2018 verschijnt *In mijn hoofd*, mijn eerste non-fictie kinderboek. Een boek over het brein, jawel (*lacht*)! Ik vind kinderen een leuk publiek om voor te schrijven, net omdat je ze nog gemakkelijk kan triggeren. Ik hoop dan ook de wetenschapper in hen warm te maken. Op professioneel vlak gooi ik het weldra over een andere boeg: ik begin in de industrie. Ik blijf gelukkig verbonden aan de universiteit en blijf ook nauw betrokken bij het astronautenproject, want eerlijk gezegd: ik zou het niet kunnen missen. Een leven zonder wetenschap is niets voor mij!'

www.neuropolisblog.com

'Dat ik vandaag een *science lady* ben, is eerder toeval. Als kind wilde ik dierenarts worden, een paar jaar later dokter. Op de middelbare school was er heel weinig informatie over de mogelijkheid van een carrière in het onderzoek. Ik stond daar zelf ook niet bij stil en wilde geneeskunde studeren in Nederland, maar aan de universiteit van mijn voorkeur was geen plek meer. Daarom besloot ik Biomedische Wetenschappen te studeren aan de KULeuven, met het idee dat ik na een jaar zou overstappen. Maar na een week had ik het gevoel dat ik helemaal op mijn plek zat. Ik ontdekte dat ik een passie had voor onderzoek, en met name geïnteresseerd was in het domein van de Immunologie, de werking van ons afweersysteem tijdens ziekte en gezondheid.'

UITDAGENDE PHD

'Na mijn bachelor was het dan ook een logische keuze om voor een master te gaan, met een major in Biomedisch Basis- en Translationeel Onderzoek. Ik kreeg de kans om drie stages te doen in onderzoekslabo's, en zo kwam ik terecht bij het labo Moleculaire Immunologie aan het Rega Instituut. Het labo is gespecialiseerd in het onderzoeken van de moleculen die de beweging van witte bloedcellen regelen, bijvoorbeeld bij een infectie of verwonding. Superinteressante materie, waardoor ik mijn masterthesis ook in dit labo volbracht. Vandaag breng ik nog steeds mijn dagen in dit laboratorium door, want sinds 2016 ben ik gestart met een uitdagende PhD. Dit

Beta baby!



labo werkt op chemokinen. Dit zijn kleine eiwitten die de beweging en activiteit van witte bloedcellen regelen. Witte bloedcellen zijn immuuncellen, dus als je een wonde of ontsteking hebt, is het cruciaal dat die cellen op de juiste plaats geraken. Daarin spelen chemokinen een belangrijke rol. **Ik onderzoek hoe subtiële, maar potentieel belangrijke afwijkingen in het normale functioneren van het lichaam aan de basis kunnen liggen van ziekten.** Het onderzoek richt zich op een aantal auto-inflammatoire ziekten. Auto-inflammatie betekent letterlijk *zelf ontsteken*. Dit zijn immunologische ziekten die vooral kinderen treffen, en zich voordoen als her-

‘Onderzoek kost stukken van mensen: zelfs een potje kost al gauw honderden euro’s, laat staan de vereiste apparatuur.’

halende episoden van hoge koorts met ernstige ontstekingsreacties. Maar die symptomen zijn erg aspecifiek: een kind heeft om de haverklap koorts, en dat kan allerlei redenen hebben. Deze ziektes zijn moeilijk te diagnosticeren, waardoor ze ook moeilijk te behandelen zijn. Met mijn onderzoek probeer ik de rol van het chemokinenetwerk te achterhalen in auto-inflammatie. Ik hou me bezig met experimenten. Ik bedenk ze en doe ook het uitvoerende werk.’

STUKKEN VAN MENSEN

‘In oktober 2017 won ik met dit onderzoek de L’Oréal-UNESCO for Women in Science, een beurs ter waarde van 60.000 euro voor drie beloftevolle onderzoeksters. Ik had hier nooit van durven te dromen en sprong dan ook een gat in de lucht toen ik het nieuws vernam. Zo’n beurs maakt onderzoek mede ►

Gebeten door wetenschap



'Het is niet vanzelfsprekend dat iets in één keer lukt, maar als het goed gaat, betekent het des te meer.'

Karen (25) werkt als biomedisch ingenieur bij 3D Systems - een Amerikaans 3D printbedrijf in Leuven - omtrent virtual surgical planning.

'In het middelbaar was ik geruime tijd het enige meisje van mijn klas. Ik studeerde Industriële Wetenschappen, waar o.a. de focus lag op wiskunde, mechanica en elektriciteit. Deze vakken wakkerden mijn interesse voor wetenschap aan. Toen ik mijn diploma van het middelbaar op zak had, koos ik voor Industriële Wetenschappen aan Groep T, waar ik in contact kwam met alle takken van de wetenschap: van mechanica tot biologie. Vooral dat laatste boeide me, zelfs in die mate dat ik uiteindelijk afstudeerde als Industrieel Ingenieur in de Biochemie.'

LIEVER GEEN LABO

'Dankzij mijn studies ontdekte ik wat ik wilde doen binnen de wetenschap. Voor mijn thesis werkte ik bijna een jaar op een labo in Gasthuisberg, waar ik differentiatie van botcellen onderzocht. Mijn thesis ging over *tissue engineering*. Wanneer je een breuk hebt, kan het bot zich vaak herstellen, maar je kan geen arm of been laten terug groeien. Dat zou praktisch zijn, en dat is het idee waar ze in de toekomst naartoe willen. **Ik ontwikkelde een passie voor de medische wereld, maar toch wilde ik niet in een labo terechtkomen.** Een interessant domein, maar als je onderzoek voert, houden heel wat zaken je tegen, zoals reglementering en financiering. Na mijn opleiding aan Groep T begon ik aan een schakeljaar voor Burgerlijk Ingenieur in de Biomedische Wetenschappen aan UGent, waar ik twee jaar later mijn tweede master behaalde.'

OPERATIES SIMULEREN

'Momenteel werk ik als biomedisch ingenieur bij 3D Systems omtrent *virtual*

mogelijk. Weinig mensen beseffen hoe moeilijk het is om financiering te krijgen. Onderzoek kost stukken van mensen: zelfs een klein potje kost al gauw honderden euro's, om nog maar te zwijgen van de vereiste apparatuur. Bovendien moet je ook nog een positie vinden, wat ook niet altijd evident is. Ik ben ontzettend blij dat dit me gelukt is. Anno 2017 zijn er nog steeds minder vrouwen dan mannen actief binnen de wetenschappelijke wereld, al heb ik er op mijn werkplek geen last van. We worden zeker niet benadeeld, al heb ik dit tijdens mijn studies wel ervaren. **Ik tut me graag op en hou van glitters, goud en hakken. Tijdens mondelinge examens werd ik weleens bekeken of ik effectief ook iets wist, en dan steeds die verbaasde blik als ik de vraag juist kon beantwoorden.** In deze tak is het beeld van de grijze muis nog heel aanwezig, maar ik heb hoop voor de toekomst.'

ALS EEN VIS IN HET WATER

'Ik hoop dat ik mensen help met mijn onderzoek en dat we meer inzicht krijgen in auto-inflammatoire ziekten, zodat we op termijn nieuwe diagnostische tests kunnen ontwikkelen en meer selectieve therapieën kunnen toepassen. Dat zou fantastisch zijn. Bij onderzoek is het natuurlijk niet vanzelfsprekend dat het in één keer lukt, maar als het goed gaat, betekent het des te meer. Het is topsport! Mijn professionele ambities? Moeilijk te voorspellen omdat het zo'n onzeker domein is, maar onderzoek is mijn passie, dus het is wel mijn droom om daarin verder te groeien. In een labo voel ik me als een vis in het water. Aan alle vrouwen: laat je zeker niet tegenhouden. Als wetenschap je ambitie is, durf er dan ook voor te kiezen. *Dream it, believe it, achieve it.* Waar een wil is, is een weg.'



surgical planning en simuleer ik operaties aan het aangezicht in samenspraak met de chirurg. Mensen die bijvoorbeeld een slechte beet hebben, kunnen geholpen worden met orthodontie. Maar wie extreem veel last heeft van dit probleem, moet onder het mes. Wat hierbij belangrijk is, is dat de occlusie - de manier waarop de tanden op elkaar komen - als een puzzel in elkaar past. In het verleden werd dit gedaan door middel van modelchirurgie, maar dat blijft een beetje gokwerk. Men steekt daarnaast veel tijd in de voorbereiding, want het moet in elkaar passen, ook voor de symmetrie van het gezicht. Met deze technologie vergemakkelijken we net die voorbereiding. **Zo maken we een CT-scan en vervolgens een 3D-beeld van onze patiënten, waardoor chirurgen wereldwijd een beter idee krijgen over wat hen te wachten staat in het operatiekwartier.** Omdat we deze simulaties maken met een computer, kunnen we alle bewegingen perfect bijhouden. Vervolgens worden deze anatomische

‘Wat vroeger een beetje gokwerk bleef, kunnen we nu dankzij moderne technieken veel sneller en nauwkeuriger.’

modellen ook 3D geprint. Het is een technologie waar meer dan ooit toekomst in zit, want het biedt veel mogelijkheden én voordelen. Zo ervaren patiënten na een operatie minder complicaties. Wanneer een patiënt een verbrijzelde onderkaak heeft, nemen we een stuk van hun fibula (*het kuitbeen, red.*) om die kaak te reconstrueren. Bij zulke ingrepen is het goed om bot te gebruiken. Zo kunnen ook bloedvaten getransplanteerd worden, en eigen weefsel krijgt steeds de voorkeur. Voorlopig beperken we ons tot simulaties van het aangezicht, al zijn er tal van

medische toepassingen waarvoor deze techniek handig zou zijn. Maar door de wetgeving kunnen we daar morgen nog niet mee starten.’

HET BESTE VOOR DE PATIËNT

‘Ik ben blij dat ik voor een vooruitstrevend bedrijf werk. Hoewel we momenteel nog met weinig vrouwen zijn, wordt er naar ons geluisterd. We zijn niet langer een alien op de werkvloer en krijgen evenveel kansen als mannen. Vorig jaar bracht ik mijn zomer door in Denver, waar ik de kneepjes van het vak leerde. Ik had nooit gedacht dat ik op mijn leeftijd zo’n mooie kans zou krijgen en ben dan ook erg dankbaar. Ik haal veel voldoening uit mijn job. Ik wil het beste voor de patiënt. **Bij een moeilijke case duurt het soms langer voordat we een goede oplossing vinden, maar ik zal altijd het onderste uit de kan halen om hen te helpen.** Als ik zelf op de operatietafel lig, wil ik per slot van rekening ook dat ze de allerbeste techniek gebruiken.’ ●

4. Journalistiek product

Zie bijlage

5. Verantwoording

5.1. Inhoud

Toen ik aan mijn afstudeerproject begon, wilde ik een artikel schrijven voor Knack Weekend over minimalisme en mensen die ervoor gekozen hebben simpeler te gaan leven. Uiteindelijk heb ik dit onderwerp laten vallen, omdat er heel veel mogelijke invalshoeken zijn als je het hebt over minimalisme en ik er niet uitgeraakte wat ik nu juist wou vertellen. Ook over mijn format bleef ik twijfelen. Aanvankelijk wou ik iets maken voor Knack Weekend, maar afhankelijk van mijn invalshoek kon het ook voor een vrouwentijdschrift of een psychologisch tijdschrift. Toen ik eind november partycoach Elsje Van Dosselaer leerde kennen op de Libelle Winterfair was ik erg geïnspireerd door haar verhaal en haar job. Ik besloot mijn afstudeerproject te maken over vrouwelijke ondernemers met een unieke job. Toen ik beslist had om voor dit onderwerp te gaan, werd het veel makkelijker voor mij om keuzes te maken in verband met medium, format en invalshoek. Toen was het voor mij duidelijk dat ik er goed aan deed om van onderwerp te veranderen, ook al vond ik mijn ander onderwerp ook nog steeds interessant.

Tevens op de Libelle Winterfair zag ik reclame voor een opruimcoach. Ik had nog nooit van dit concept gehoord en daarom heb ik besloten om voor mijn tweede interview op zoek te gaan naar een opruimcoach. Flair laat in hun reportages meestal drie vrouwen aan het woord, vandaar dat ik dit ook heb gedaan. In mijn derde interview wou ik een *influencer* of blogger aan het woord laten, omdat die steeds populairder worden, maar veel mensen niet weten dat het een echte job kan zijn.

Ik heb maar drie interviews gedaan en die ook alle drie gebruikt. Ik had wel een tijdsbuffer gehouden om extra interviews te plannen indien ik niet blij was met een van mijn interviews. Ik heb op voorhand veel research gedaan naar de interviewees die ik heb uitgekozen. Ik heb bijvoorbeeld verschillende blogs bekeken en bloggers gecontacteerd voor ik een interview heb vastgelegd. Ik heb op voorhand duidelijk uitgelegd aan de interviewees naar welk profiel ik zocht en wat ik wilde brengen. Ik was dan ook zeer tevreden met het resultaat van die interviews, daarom vond ik het niet nodig om nog extra mensen te interviewen.

Ik heb specifiek voor deze jobs en vrouwen gekozen, omdat ik verhalen wou brengen van mensen en jobs die nog niet zo bekend zijn. Daarom heb ik ook via Gopress Academic gecontroleerd of de vrouwen of jobs niet al te vaak in de media verschenen waren.

Inhoudelijk wilde ik vooral focussen op wat hun job inhoudt, hoe ze ermee begonnen zijn, met welke angsten of twijfels ze zaten en hoe ze de toekomst zien. Ik heb voor deze aspecten gekozen, omdat ik denk dat dit dingen zijn die een Flair lezeres vooral zou willen weten.

Ik heb enkele cijfers opgezocht en bekeken, maar heb ervoor gekozen om deze niet te vermelden in het artikel. Flair vermeldt ook zelden cijfers. Als ze dat doen, is het in een kaderstuk en later ze vaak ook een expert aan het woord. In mijn artikel wou ik het persoonlijk verhaal van de drie vrouwen vooropplaatsen. Ik vond de cijfergegevens er niet bij passen.

Onder elk interview heb ik een kadertje geplaatst met een 'girlboss tip'. Dit heb ik gedaan, omdat ik vooral een inspirerend verhaal wilde brengen. Flair lezeressen die dit lezen, hebben misschien zelf ook zin om te ondernemen. Daarom vond ik het leuk om ook wat tips mee te geven van de vrouwelijke ondernemers die aan het woord zijn.

Er worden regelmatig studies en rapporten gepubliceerd over ondernemerschap. Het onderwerp is dus altijd actueel.

5.2. Lay-out

Als hoofdtitel heb ik gekozen voor een aantrekkelijke, Engelstalige titel, omdat Flair dit ook vaak doet. In mijn boventitel vermeld ik de drie namen van de interviewees, net zoals Flair.

Ik koos voor een grote, eigen foto op de eerste pagina. Flair gebruikt hiervoor soms eigen beeld en soms kopen ze het van een beeldbank. Ik weet dat de foto niet volledig scherp is, omdat hij pagina vullend is, maar ik wilde liever mijn eigen foto gebruiken dan een beeldbankbeeld. De foto is gemaakt met een spiegelreflexcamera van Canon in de hoogste kwaliteit. Dat hij wat onscherp is geworden, is dus door het vergroten.

Ik ben de drie interviews altijd begonnen met een inleiding over de vrouw die aan het woord komt. Flair noemt dit een 'bio' en gebruikt die altijd bij dit soort reportages.

In mijn eerste interview gebruik ik vier tussentitels en in de andere twee interviews gebruik ik er drie. Flair heeft geen vast aantal tussentitels, maar gebruikt die waar nodig, zoals vermeld in mijn formatomschrijving. Dat is dus ook wat ik gedaan heb.

Mijn quotes staan niet altijd in het stukje tekst waar de quote uit komt, maar dat is ook bij Flair vaak het geval. De quotes worden geplaatst waar het visueel het mooiste is.

De interviews zijn uitgeschreven in full quote met enkele aanhalingstekens. Als er een quote binnen die full quote komt, staat die schuingedrukt. Ook vreemde termen of spreektaal worden schuingedrukt. Dit is ook bij Flair het geval.

Het aantal quotes kan variëren bij Flair. Ik koos voor een quote per interview, omdat ik dit visueel het mooiste vond.

De tekst is links uitgelijnd en niet uitgevuld. Woorden worden afgebroken op het einde van de lijn met een liggend streepje. Flair doet dit ook op deze manier. Rechtsonder staat een driehoekje naast de laatste lijn tekst om aan te geven dat het artikel verder gaat op de volgende pagina. Op de laatste pagina is dat een bolletje. Dit is ook bij Flair zo.

Bij het eerste interview koos ik voor twee kleine foto's, omdat dezelfde vrouw op de eerste pagina in het groot staat. Bij de andere twee interviews ging ik voor een middelgrote foto die ik plaatste waar dat visueel het mooiste uitkwam.

Ik heb mijn artikel uiteraard zelf gelay-out, maar kreeg wel een basisbestand van Flair met de lettertypes in. Deze lettertypes hebben zij aangekocht en zou ik anders zelf dus niet kunnen gebruiken. Dit basisbestand was ook een grote hulp bij het maken van mijn formatomschrijving.

6. Logboek

Datum	Activiteit
26 september 2017	Briefing
27 september 2017	Brainstorming over mogelijke onderwerpen
1 oktober 2017	Brainstorming over mission statement en invalshoek bepalen
2 oktober 2017	Mission statement uitschrijven
4 oktober 2017	Eerste helpdesk
24 oktober 2017	Tweede helpdesk
18 november 2017	Workshop van 'In The Mood' bijgewoond op de Libelle Winterfair. Hier heb ik Elsje (mijn eerste interviewee) leren kennen en heb ik besloten om van onderwerp te veranderen. Op de Libelle Winterfair heb ik ook een standje van een opruimcoach gezien, wat me op ideeën bracht voor mijn tweede interview.
19 november 2017	Research over partycoach (bestaat het al, opleidingen, website Elsje...)
22 november 2017	Elsje gecontacteerd via Instagram. Derde helpdesk
6 december 2017	Interview vastgelegd met Elsje. Research gedaan over opruimcoaches en Amway. Opruimcoach Nele gecontacteerd.
17 december 2017	Bijwonen van workshop van Elsje om foto's te maken en nadien interview.
18 december 2017	Uitschrijven interview Elsje.
19 december 2017	Uitschrijven interview Elsje in Flair format
20 december 2017	Vierde helpdesk

3 januari 2018	<i>Influencerplatform</i> Social Snowballs gecontacteerd met de vraag of zij <i>influencers</i> kennen die mij zouden kunnen helpen. Zij hebben mij drie profielen doorgestuurd die ik alle drie bekeken heb. Daarvan heb ik Janne Alers gecontacteerd via Instagram.
4 januari 2018	Verdere afspraken gemaakt met opruimcoach Nele.
17 januari 2018	Interview vastgelegd met opruimcoach Nele.
22 januari 2018	Research over <i>influencers</i> .
23 januari 2018	Judith Hendrickx (Chef Lifestyle van Flair gecontacteerd). Judith was mijn stagebegeleidster vorig jaar en zij bracht mij in contact met lay-outen Kristof. Kristof kan mij helpen bij mijn formatstudie. <i>Influencers</i> gezocht via Instagram via <i>hashtag</i> #belgianblogger. <i>Influencer</i> Monica Ho van monicaharmony.com gecontacteerd. Unizo gecontacteerd met de vraag of zij vrouwelijke ondernemers kennen met een uniek concept.
24 januari 2018	<i>Influencer</i> Jolien van 'That girl with a blog' gecontacteerd. <i>Influencer</i> Cindy van Dyck 'The after work blog' gecontacteerd.
25 januari 2018	Ellen Van Gool van foodblog 'Kokkerellen' gecontacteerd. Verder contact opgenomen met grafisch vormgever Kristof Caluwaerts van Flair.
28 januari 2018	Aan AP-dossier gewerkt.
29 januari 2018	Olivia van 'Fitfoodness' gecontacteerd. Laurence Bemelmans van foodblog 'As cooked by ginger' gecontacteerd.
30 januari 2018	Research over cijfers en studies i.v.m. vrouwelijke ondernemers. CIM-cijfers van Flair bekeken.
31 januari 2018	Interview met opruimcoach Nele bij haar thuis in Melle. Uitschrijven interview. Verder contact opgenomen met Olivia.

1 februari 2018	Interview met Olivia van 'Fitfoodness' in Gent. Uitschrijven interview.
2 februari 2018	Flair format gedetailleerd bekijken.
5 februari 2018	Uitschrijven interviews Nele en Olivia in Flair format. Volledig artikel samenvoegen Vijfde helpdesk
6 februari 2018	Bewerken en herschrijven van het artikel.
6 februari 2018	Afspraak met grafisch vormgever Kristof van Flair voor de nodige informatie voor mijn formatstudie. Ik heb ook gebruik mogen maken van een computer op de Flair redactie om op te lay-outen. Format studie uitschrijven.
7 februari 2018	Verder werken aan de lay-out. Format studie aanvullen.
8 februari 2018	Foto's bewerkt en in de lay-out gezet. Laatste wijzigingen aangebracht aan de lay-out. Volledige artikel nalezen. Artikel laten nalezen door vrienden en familie.
9 februari 2018	Werken aan AP-dossier. Aanpassingen in artikel.
12 februari 2018	Dossier afwerken
13 februari 2018	Dossier afwerken Alles nalezen en laten nalezen.
14 februari 2018	Laatste aanpassingen aanbrengen. Zesde helpdesk
16 februari 2018	AP naar de drukker brengen.en inleveren.



Elsje, Nele en Olivia
creëerden hun eigen droomjob

GIRL, YOU'RE THE BOSS!

Je droomjob nog niet gevonden?
Deze drie vrouwen namen zelf hun
lot in handen.

TEKST: MAAIKE MARCHAND/
FOTO'S: MAAIKE MARCHAND



ELSJE (35) is partycoach en heeft haar eigen bedrijf *In The Mood*. In het dagelijks leven houdt ze zich bezig met alles wat met feesten te maken heeft.

‘Als partycoach geef ik mensen de ervaring en *tips & tricks* van een wedding-planner zonder dat het een enorme hap uit hun budget is. Mijn klanten doen zelf de voorbereidingen voor hun feest. Meestal hebben ze al een zaal, een dj en een catering. Ik help met de planning, zorg dat alles mooi op elkaar aansluit en doe met hen een laatste check. Ik bekijk met hen of alles in orde is, of ze niets vergeten zijn en geef tips over waar ze zeker op moeten letten. Mijn job is iets tussen een weddingplanner en ceremoniemeester. Soms doe ik enkel de planning, maar soms ook de *styling*. Volgend jaar heb ik een huwelijk met als thema *Harry Potter*. Dan is het een leuke uitdaging om er een trouwfeest en geen kinderfeest van te maken.’

WORK-LIFE BALANCE

‘Voordien werkte ik bij JBC, waar ik drie keer de modeshow voor de lancering van de collectie van Walter Van Beirendonck heb mogen doen. Het was een heel leuke en uitdagende job, maar toen ik zwanger was van mijn tweede kindje merkte ik dat het moeilijk te combineren was met een gezinsleven. Nu kan ik elke ochtend mijn kinderen naar school



brengen, iets dat vroeger niet kon. Dat vind ik super. Ik vind het heel leuk om mijn eigen uren te kiezen, maar het heeft ook zijn nadelen. Soms is het eenzaam, want je hebt geen collega's. Als je het zelf niet doet, gebeurt het ook niet. Toch is het een ander soort stress dan wanneer je een *gewone* job hebt, want alles dat je doet, doe je voor jezelf en je zaak.’

FEESTELIJKE DUIZENDPOOT

‘Naast feesten organiseren, geef ik ook les in weddingplanning en organiseer ik workshops. Mensen vragen mij vaak of ik niet bang ben dat ik op die manier concurrenten creëer. Mij schrikt dat helemaal niet af, want iedereen heeft zijn eigen stijl. Je moet je eigenheid erin zoeken. Mijn logo is bijvoorbeeld roze en vrolijk, wat bepaalde mensen aantrekt en anderen afschrikt. Mensen die een heel serieuze en klassieke ceremonie willen, zullen bijvoorbeeld niet snel naar mij komen.’

STAP IN HET DUISTER

‘Ik vind mijn job geweldig, maar niet iedereen om je heen zal even enthousiast zijn als je je eigen zaak start. Ik merk meer en meer dat we in België toch nog wat terughoudend staan tegenover het ondernemerschap in vergelijking met bijvoorbeeld Amerika. Veel mensen staan er negatief tegenover en dat is in het begin wel hard. Gelukkig zijn er veel mensen die mij wel steunden. Het eerste

huwelijk dat ik deed in deze job was zelfs voor een ex-collega! Daar waren 500 gasten en door mond-tot-mondre-clame kreeg ik nieuwe klanten. Sommige dagen denk ik nog steeds: *waar ben ik in godsnaam mee bezig?*, maar je moet blijven gaan.’

DUWTJE IN DE RUG

‘Toen ik beslist had om te stoppen met mijn job, ging ik langs bij een loopbaancoach. Ik had al een jaar of twee het idee om met *In The Mood* te starten, maar het was nooit echt concreet geworden. Die loopbaancoach heeft mij de push gegeven die ik nodig had. Ze zei me dat ze me zag oplichten als ik over mijn idee sprak. Mijn allergrootste angst was mijn vast inkomen opgeven voor een onzeker inkomen. Ik heb geen speciale opleiding

‘Ik vind mijn job geweldig, maar niet iedereen om je heen zal even enthousiast zijn.’

gevolgd om partycoach te worden. Ik ben wel ten rade geweest bij een ceremoniemeester voor wat tips en heb wel enkele lessen gevolgd over hoe ik een businessplan moest opzetten. Pinterest is mijn voornaamste inspiratiebron. In de toekomst zou ik graag beginnen bloggen over allerlei feest *tips & tricks*. Ik merk ook dat alles wat in Amerika hip is naar hier komt, zoals de *beestjesfeestjes*. Dat zijn feestjes die mensen organiseren voor bijvoorbeeld de verjaardag van hun hond. Ik heb voor mijn kat ooit een *kittyborrel* gedaan. Elke reden om te feesten is goed!’

GIRLBOSS TIP

‘Leer op je gezicht gaan, want daar leer je uit!’

Just go for it!

OLIVIA (29) is foodstyliste en –blogger in bijberoep op www.oliviab.be en werkt fulltime als productmanager. Ze heeft de ambitie om ooit een groot bedrijf op te richten.

‘Zo’n drie en een half jaar geleden, ben ik gestart met *Fitfoodness* via Instagram, uit passie voor gezond eten. Ik maakte wat foto’s van eten zonder dat ik er echt geld mee wou verdienen. Ongeveer twee jaar later werd ik af en toe gecontacteerd door merken om producten te testen of een gesponsorde post te maken. Ik ben anderhalf jaar geleden mijn eigen zaak gestart, omdat ik echt veel plezier had aan het *stylen* en fotograferen van eten. Ik heb hier geen specifieke opleiding voor gevolgd. Je moet gewoon veel online opzoeken er ermee bezig zijn. Eerst maakte ik super slechte foto’s, maar ik leerde altijd een beetje bij.’

VIND JE STIJL

‘Ga op zoek naar wat je mooi vindt. Voor mij is het altijd belangrijk geweest dat mijn stijl in mijn foto’s voorkwam. In het begin haalde ik mijn inspiratie vooral uit Instagram en kookboeken. Donna Hay, een Australische kok, was mijn voorbeeld. Nu haal ik soms ook inspiratie uit op restaurant of op reis gaan. Ik maak mijn foto’s altijd in daglicht, dus door mijn fulltime job moet dat vaak in het weekend, maar daar heb ik helemaal geen moeite mee. De foto’s voor op mijn Instagram maak ik meestal met mijn gsm en dat gaat supersnel. Als ik werk aan een pr-campagne voor een merk doe ik het wel met een fototoestel en ben ik een halve dag bezig met de *styling* en de foto’s. In het bewerken kruipt nadien nog een uur of twee. Mensen die bij mij thuis komen zeggen altijd *Oh, je hebt echt geen enkel hetzelfde bord*. Mijn favoriete activiteit is op zoek gaan naar allerlei *props*. Ik ga naar de kringloopwinkel, *vintage* winkeltjes of



markties in het buitenland. Ik heb al met allerlei dingen zitten zeulen in het buitenland. Mijn stijl is minimalistisch, maar van IKEA probeer ik weg te blijven, want dat vind ik totaal niet persoonlijk.’

AUTHENTICITEIT BEHOUDEN

‘Ik vind het enorm leuk om zelfstandige te zijn en op mijn eigen benen te staan. Mijn vrienden en familie hebben mij ook altijd gesteund. Ze gaan ervan uit dat ik weet wat ik doe. Ik heb getwijfeld om zelfstandige in hoofdberoep te worden, maar dan niet enkel met *foodstylen* en bloggen. Dan zou ik *vollen bak* een bedrijf gestart zijn, maar ik kreeg toen een leuke jobaanbieding. Het moeilijke aan fulltime bloggen is je authenticiteit behouden. Ik werk niet samen met merken die niet bij mijn stijl en visie passen, maar als je er fulltime geld mee moet verdienen, doe je dat misschien wel. Bij sommige bloggers ligt het er vingerdik op dat het pure *commerce* is en dat zou ik zelf nooit willen.’

THE SKY IS THE LIMIT

‘Mijn aantal volgers is organisch gegroeid, dat is niet iets dat ik zelf heb gezocht. Wat ik wel deed, was reageren onder de foto’s van bekendere accounts. Als ik dat nu zou zien, zou ik dat zielig vinden, maar het werkte toen wel. *Engagement* en volgers hebben is heel be-

langrijker, maar steeds moeilijker door de algoritmes en het grote aanbod aan accounts en dat is jammer. Ik denk dat we op een soort kantelpunt gekomen zijn in de blogwereld: ofwel ga je er volledig voor ofwel ben je blij met hoe het nu is. Tenzij je een heel unieke stijl hebt,

‘Het moeilijke aan fulltime bloggen is je authenticiteit behouden.’

is alles al eens gedaan. Je onderscheiden kan en is perfect mogelijk, maar het is moeilijker dan vroeger. Als blogger is alles afhankelijk van jou, je persoonlijkheid, je stijl, je creativiteit... Er zijn veel bloggers die het rond zichzelf laten draaien, want dat moet als je groot wil worden, maar zo ben ik nooit geweest. Als je een product of concept aan je blog kan koppelen, kan je verder geraken en ik ben redelijk ambitieus. Als ik iets start, heb ik wel de ambitie om er iets groots van te maken.’

GIRLBOSS TIP

‘Luister naar de podcasts van *Girlboss*, daar kan je zoveel uit leren.’



NELE (34) is opruimcoach. Ze helpt mensen met opruimen en organiseren in bijberoep. Daarnaast is ze leerkracht en deelt ze haar eigen opruimzoektocht op mamaruimtop.be.

‘Ik ga samen met mensen aan de slag om terug overzicht te krijgen over hun spullen, tijd of administratie. Het is niet de bedoeling dat ik mensen hun huis kom opruimen, want daar leren ze niets uit. Het is echt coaching, we doen het samen. Ik wil echt een gedachtenverandering op gang brengen. Wat mij drijft is duurzaam denken op gang brengen, de circulaire economie stimuleren. Ik begin met een intakegesprek, waarbij ik vragen stel om een indruk te krijgen. Ie-

‘Voor ik officiële startte, had ik mijn eerste afspraak al te pakken!’

mand vroeg me bijvoorbeeld om de keukens aan te pakken, maar eigenlijk ging het om de huisadministratie, want het keukeneiland lag vol met papieren. Na dat gesprek bedenk ik een persoonlijke

strategie en dan gaan we er samen tegenaan. Twee tot vier weken na de laatste sessie, kom ik nog eens langs voor een check-up. Natuurlijk ben ik ook benieuwd naar het resultaat op lange termijn.’

OPRUIMKRIEBELS

‘Als ik er nu op terugkijk, heeft het organiseren eigenlijk altijd in mij gezeten. Ik had altijd het gevoel dat ik overdreef, dat ik moest loslaten. Op een dag was ik een vriendin aan het helpen met opruimen en toen realiseerde ik mij dat er mensen zijn die het zelf niet leuk vinden om orde te scheppen of er geen zicht op hebben. Die mensen zijn vaak al een stuk geholpen met een simpele opmerking als: *Zou je dat niet daar leggen?* Die avond ben ik beginnen googelen en zo ben ik bij *opruimcoaching* terechtgekomen. Ik heb een opleiding gevolgd tot opruimcoach en daar heb ik veel gelijkgestemden ontmoet. Dat gaf me de bevestiging die ik nodig had. Het is een heel praktische invalshoek waar nood aan is om ook duurzaam denken op gang te brengen. Ik zie minimalisme en *ontspullen* niet als een trend, maar als een gevolg van onze consumptiemaatschappij. In een utopische, duurzame wereld is mijn job overbodig, maar we zijn erg materialistisch geworden.’

TABOE

‘Ik had echt nooit gedacht dat ik zelfstandige zou worden. Je stelt jezelf bloot en ik vond het moeilijk om het te vertellen tegen mensen die dicht bij me stonden. In het begin kreeg ik veel reacties zoals: *Gaan mensen daar wel voor betalen?*, vragen waar ik zelf ook mee zat. Voor ik officiële startte, had ik mijn eerste afspraak al te pakken dankzij mijn Facebookpagina. Ondertussen weet ik natuurlijk dat mensen er wel nood aan hebben en ervoor willen betalen, maar als het even stil is denk ik soms: *waar ben ik mee bezig?* Ik ben in juli 2017 begonnen en had mezelf voorgeno-

men om het minstens een jaar vol te houden. Als het zo doorgaat, zou ik er zeker mijn fulltime job van willen maken. Ik hou ook van mijn job in het onderwijs. Het zou voelen alsof ik mensen in de steek laat als ik daar mee zou stoppen, maar ik denk dat ik mijn hart moet volgen en ervoor moet gaan. De grootste uitdagingen van deze job zijn dat mensen niet weten dat het bestaat en dat mensen niet om hulp willen vragen. Ik heb de indruk dat er een financiële taboe hangt rond een opruimcoach inschakelen. Je kan dat toch zelf? Je gaat daar toch niet voor betalen? Vroeger was een poetsvrouw iets voor rijke mensen, nu heeft iedereen er een. Volgens mij kan dat voor deze job ook evolueren. Het is oké om te investeren in een nieuwe start.’

PINTEREST PERFECT

‘Soms krijg ik spullen in mijn handen waarvan ik denk dat het afval is, maar voor die mensen is dat niet zo. Ik probeer dat te begrijpen en vragen te stellen. Bijna iedereen is ervan overtuigd dat we te veel spullen hebben, maar niet iedereen heeft daar last van. Het zijn de mensen die er wel last van hebben, die mijn doelgroep zijn. Maar je kan ook veel spullen hebben en ze toch goed organiseren. Ik vertrek vaak vanuit logica en kijk naar wat er aanwezig is. Het is niet de bedoeling dat mensen nieuwe spullen gaan kopen om oude spullen beter te kunnen opbergen. Soms zie ik mooie dingen op Pinterest, maar ik wil het vooral haalbaar houden. Ik heb ook een blog waar ik mijn eigen zoektocht op deel. In het begin vond ik het moeilijk om toe te geven dat het bij mij thuis ook niet allemaal perfect is, maar je eigen kleine stapjes kunnen anderen inspireren en dat is superleuk.’ •

GIRLBOSS TIP

‘Omring je met mensen die je motiveren en je stimuleren om ervoor te gaan.’

AFSTUDEERPROJECT

Reportage over vrouwelijke ondernemers in het format van Flair voor de rubriek 'Job'

BIJLAGEN

MAAIKE MARCHAND

BACHELOR JOURNALISTIEK

ACADEMIEJAAR 2017 – 2018

ERASMUSHOGESCHOOL BRUSSEL

CAMPUS BLOEMENHOF - DEPARTEMENT MANAGEMENT, MEDIA & MAATSCHAPPIJ

Inhoudsopgave

1. Uitgeschreven interviews	3
1.1. <i>Partycoach Elsje Van Dosselaer</i>	3
1.2. <i>Opruimcoach Nele Colle</i>	6
1.3. <i>Foodstyliste en –blogster Olivia Behaegel</i>	12
2. E-mails	16
2.1. <i>Inhoud</i>	16
2.2. <i>Vormgeving</i>	19
3. CIM-cijfers 2016-2017	20
4. Informatiefiche Flair	27
5. Stukje uit Amway Global Entrepreneurship Report 2016	29

1. Uitgeschreven interviews

1.1. Partycoach Elsje Van Dosselaer

Begonnen als ondernemer: Februari 2017

Jij noemt jezelf partycoach, kan je het verschil uitleggen tussen een partycoach en een partyplanner?

“Ik merkte in mijn omgeving dat mensen weddingplanners etc. wel heel leuk vonden, maar ook heel duur. Een weddingplanner kost duizenden euro's en dat is voor veel mensen niet haalbaar met hun budget. Bij mij doen de mensen zelf de voorbereidingen en leggen ze de contacten met de leveranciers, maar ik doe samen met hen een check 'Is alles in orde? Ben je dit niet vergeten? Let hier zeker op etc.' De dagen voor het huwelijk neem ik ook alles met hen door. Op die manier kom je aan een veel betaalbaarder pakket dan bij de klassieke weddingplanner. Die besteden er natuurlijk ook veel meer uren aan, maar op mijn manier heb je de ervaring, tips & tricks van een weddingplanner aan een lagere prijs. Bij mij zitten er niet veel mensen boven de duizend euro, bij een weddingplanner is dat al gauw vier of vijf duizend euro. Die huwelijken zijn vaak ook wel duurder. Bij mijn klanten spreken we over huwelijken rond een gemiddelde van vijftien à twintig duizend euro. De meeste van mijn klanten hebben al een zaal, een catering, een dj. Ik help gewoon met de planning, zie dat alles goed in elkaar past en de praktische dingen. Het zit ergens tussen ceremoniemeester en weddingplanner in.”

“Soms doe ik alleen de planning, maar soms ook de styling. Volgend jaar heb ik een huwelijk in het thema van 'Harry Potter en fantastic beasts and where to find them' en dan is het wel een toffe uitdaging om daar een trouwfeest van te maken en geen kinderfeest.”

Je hebt 10 jaar als eventplanner voor (grote) bedrijven, zoals JBC gewerkt. Nadien heb je beslist om op jezelf te beginnen. Vanwaar die keuze?

“Ja, ik heb drie keer de modeshow voor de lancering van de collectie van Walter Van Beirendonck gedaan bij JBC. Toen ik zwanger was van mijn tweede kindje kreeg ik door dat de job toch moeilijk te combineren was met een gezinsleven. Het was een hele leuke, heel uitdagende job, maar met immens lange dagen, moeilijk te combineren met een gezinsleven. Tijdens mijn zwangerschapsverlof heb ik besloten om langs te gaan bij een loopbaancoach. Ik liep al een jaar of twee rond met het idee om 'In The Mood' te starten, maar het was nog niet echt concreet geworden. Ik zei altijd tegen mensen 'Ik denk erover om een eigen zaak te starten'. Toen ben ik bij die loopbaancoach geweest en die heeft me heel goed begeleid. Na een paar maanden heb ik de switch gemaakt naar 'Nu ga ik een zaak starten'. Zij heeft mij die push gegeven, omdat zij ook zei dat ze mij zag oplichten als ik erover sprak.”

Wat waren je grootste angsten om de stap te zetten?

“Het is een hele zware stap om te zetten. Door de ondersteuning van de mensen rond mij heb ik die toch durven zetten. De allergrootste angst is en blijft het risico van een vast inkomen opgeven voor een onzeker inkomen. De eerste drie jaar zijn ook de moeilijkste jaren, dus je moet even de durf hebben om die jaren te overbruggen.”

Hoe ging dat praktisch in zijn werk? Welke stappen heb je concreet gezet?

“Ik heb het 'Go For Business' traject gevolgd bij Unizo. Ik wist totaal niet hoe zelfstandig zijn werkte of welke regels er waren. Het traject was een combinatie van persoonlijke gesprekken en groepsbegeleiding in de vorm van workshops. Dat heeft echt enorm geholpen. Er zat heel veel in mijn hoofd, maar door het neer te schrijven werd het veel duidelijker. Ik heb toen mijn businessplan geschreven, maar nu is er al zoveel dat ik wil veranderen.”

“Ik ben erg fan van *lean businesses*, dat houdt in dat je verschillende dingen probeert om dan te zien wat er het beste werkt. Ik dacht bijvoorbeeld dat de markt van de huwelijken veel kleiner was dan ze is. Ik heb gekeken naar wat er het beste werkt en op basis daarvan mijn eigen pakket samengesteld.”

Zou je dan op lange termijn willen focussen op één aspect en bijvoorbeeld enkel huwelijken doen of wil je net die combinatie behouden?

“Ik denk dat ik de combinatie wil behouden, omdat dat het beste te combineren is met mijn gezinsleven. Die huwelijken bijvoorbeeld vind ik geweldig om te doen, maar die nemen bijna heel je weekend in beslag. Dan ben je dat weekend met je kinderen volledig kwijt en momenteel zijn mijn kinderen nog te jong (1 en 3 jaar) om alleen te zijn. Daarom vind ik de combinatie net geweldig.”

Heb je een specifieke opleiding gevolgd hiervoor?

“Voor de planning heb ik geen opleiding gevolgd. Ik ben wel ten rade geweest bij ceremoniemeesters voor wat informatie over de kleine gevoeligheden en tradities. Voor mijn workshops is het vooral zelfstudie. Mijn voornaamste inspiratiebron is Pinterest.”

Hoe ziet een dag er voor jou uit?

“Het begin van mijn dag is altijd mijn kinderen naar school brengen. Dat is iets dat ik vroeger niet kon, dus dat vind ik heel leuk. Nadien kan het alle kanten uitgaan. Soms heb ik afspraken met bedrijven, soms administratie of wat huishoudelijke taken. Het fijne is net dat ik kan switchen. Voor huwelijken zijn de afspraken bijvoorbeeld wel vaker 's avonds. Ik werk ook vaak in het weekend, maar dan neem ik in de week eens een dagje vrij. Er zit niet echt regelmaat in, maar dat vind ik net fijn.”

Hoe maak je naam voor jezelf eens je een nieuwe job hebt ‘uitgevonden’?

“Dat begint met mensen rondom je. Als je hoort dat iemand gaat trouwen, vragen of je mag helpen en zo ervaring opdoen. Dat begint zich dan te verspreiden via Facebook en mond-tot-mondreclame. Ik had voordien al wat ervaring door vrienden al wat te helpen met hun huwelijk. Het eerste huwelijk dat ik deed in deze job was van een ex-collega. Daar waren 500 gasten en zo verspreidt zich dat dan. In deze sector is mond-tot-mondreclame de beste reclame. Een huwelijk is een groot vertrouwen dat mensen in je handen leggen, je kan het niet de dag nadien nog eens opnieuw doen. Sociale media vind ik absoluut ook belangrijk. Ik ga nu ook beginnen bloggen met wat tips & tricks om mijn expertise te laten zien. De vonk begint vaak met sociale media, maar mensen zoeken vaak nog bevestiging bij mensen die ze kennen.”

Wat waren de reacties van vrienden/familie/vorige werkgever?

“Dat ging twee richtingen uit. Je hebt de mensen die dolenthousiast zijn en dan anderen die zeggen van wat doe jij nu, je hebt een baby van drie maanden oud en nu ga je ook nog eens een zaak starten. Ik merk meer en meer dat we in België toch nog wat terughoudend staan tegenover het ondernemerschap in vergelijking met bijvoorbeeld Amerika. Veel mensen staan er negatief tegenover en dat is in het begin wel hard, maar uiteindelijk haal je er zoveel uit.”

Kwam er bij jezelf dan ook een punt dat je begon te twijfelen?

“Elke week weleens. Soms denk ik ‘Waar ben ik in godsnaam mee bezig’, maar je moet blijven gaan.”

Hoe zie je deze job evolueren (in het algemeen)?

“Ik geef ook les in weddingplanning en mensen vragen mij vaak of ik niet bang ben dat ik concurrenten creëer, maar iedereen heeft zijn eigen stijl en eigen manier van doen. Ik zeg ook altijd tegen mijn studenten dat ze hun eigenheid erin moeten zoeken. Ik heb ook mijn eigen

wereldje gecreëerd. Mijn logo is roze en vrolijk, omdat ik bepaalde mensen wil aantrekken en anderen wil afstoten. Mensen die een klassiek beeld van een ceremoniemeester in een strak pak willen, die moeten niet bij mij zijn. Ik ben meer van het lossere en het vrolijke. Ik heb er dan ook voor gekozen om voor de 'gewone' huwelijken te gaan en niet de 'high class', want dat ligt mij minder."

Wat zie je voor jezelf veranderen in de toekomst?

"Ik ben ook heel benieuwd, ik wou dat ik een glazen bol had. Ik vind het heel interessant en fascinerend. Ik heb onlangs mijn businessplan nog eens vastgepakt en op een jaar tijd is dat al helemaal veranderd. Alles wat in Amerika gebeurt, komt over naar hier. Wat ik meer en meer zie zijn de *beestjesfeestjes*, verjaardagen van honden bijvoorbeeld. Ik heb voor mijn kat ook een *kittyborrel* gedaan. Ik begin meer en meer te merken dat daar vraag naar komt en daar kan ik wel toffe dingen mee doen. Elke reden om te feesten is goed."

Vind je het leuk om als zelfstandige te werken?

"Ja, dat vind ik heel leuk. Ik vind het heel fijn dat ik mijn eigen uren beslis en dat je kan kiezen wat je wel of niet doet. Maar er zijn ook nadelen. Je moet heel veel uren werken en soms is het ook eenzaam, want je doet het alleen. Langs de andere kant, leer ik op mijn workshops bijvoorbeeld ook veel leuke mensen kennen. Maar je hebt geen vaste collega's. Als je het zelf niet doet, gebeurt het ook niet."

Geeft dat je dan ook een zekere stress of druk?

"Ja, maar dat is een ander soort stress dan in een gewoon werkleven. Je weet ook dat als je het doet, je het voor jezelf en je zaak doet. Ook al ga je op je gezicht (wat zeker zal gebeuren), dan leer je eruit. Je moet leren op je gezicht gaan."

Waar haal je je inspiratie?

"Pinterest en alles rond me heen. Als ik in winkels loop, zit ik altijd te denken van 'Wat zou ik daarmee kunnen doen?' Elke avond scrol ik door Pinterest. Het is echt een combinatie van de twee."

Heeft het lang geduurd voor je ervan kon leven?

"Het is nog altijd geen volledig inkomen. Ik heb voor mezelf het doel gezet dat ik dat na drie jaar moet bereiken. Ik heb ook geluk dat ik daarin steun krijg van mijn man. We gaan nu misschien een keer minder op reis gaan, maar hij zegt ook dat als ik daardoor mijn droom kan waarmaken, het die investering zeker waard is."

Als hij je daar niet in gesteund had, was je plan dan nooit doorgegaan, denk je?

"Als hij mij niet zo had gesteund, dan had ik het zeker niet kunnen realiseren."

Wat is je voornaamste inkomstenbron?

"Dat zijn de huwelijken"

Zou je het aanraden?

"Ja, zeker, mits goede begeleiding en als je er klaar voor bent om een paar botsen te krijgen. Niet iedereen om je heen zal enthousiast zijn en je maakt het jezelf even wat moeilijker. Je krijgt niet altijd een vast loon op je rekening en ook als je ziek bent, moet je toch door."

1.2. Opruimcoach Nele Colle

Wat houdt je job juist in? Hoe zou jij ze omschrijven?

“De job houdt in dat je met mensen aan de slag gaat om terug overzicht te krijgen over hun spullen, hun tijd of hun administratie. Dat zijn de drie grote rubrieken. Bij mij komt daar zeker ook bij, want dat is wat mij drijft, een bewustwording van ‘Wat heb ik?’ en ‘Wat heb ik nodig?’, om wanneer het overzicht er terug is, ook bewuster te kunnen omgaan met wat er terug binnenkomt. Het is eigenlijk een gedachtenverandering die je op gang brengt.”

Het is dus niet de bedoeling dat jij de mensen hun huis opruimt? Het is echt samen met hen eraan werken?

“Nee, dat is zeker niet de bedoeling. Ik zeg niet dat dat nooit eens kan gebeuren. Stel je bent al bezig bij iemand thuis en je kent de persoon ondertussen en er is kamertje dat niet lukt... Maar ik heb het nog niet gedaan. Het is echt coaching, dus we doen het echt samen. Als ik het zelf ga doen, in plaats van de persoon zelf, dan leert hij/zij niets bij. Het is de bedoeling dat ik mezelf overbodig maak en mensen op weg gezet zijn, want een leven evolueert dus we zoeken een systeem dat past bij die persoon. Terwijl we bezig zijn, krijgt de persoon ook de vaardigheden om het nadien wat te kunnen bijsturen. Ik denk bijvoorbeeld aan opgroeiende kinderen, dat verandert zo vaak. Je hebt andere spullen nodig en er komen andere dingen binnen.”

Doe je nadien (zoveel maanden later) dan ook een check-up bij je klanten?

“Ik zet op mijn website 2 tot 4 weken. Ik ben natuurlijk altijd benieuwd naar hoe het is op termijn, maar de vraag is of ik mensen daar dan nog mee kan lastigvallen en of ze het dan nog wel fijn vinden. Ik ben ook nog maar officieel bezig sinds 1 juli, dus ik kan geen jaren teruggaan. Ik ben nu ongeveer een jaar bezig met het idee om dit op te starten en heb een paar proefpersonen gehad. Het is wel de bedoeling dat ze zeker terug terecht kunnen met vragen, maar de tijd die ik er tussen laat om nog eens te polsen is twee tot vier weken, maar ik ben natuurlijk benieuwd naar het resultaat op lange termijn.”

Je zei dat je er ook voor kan zorgen dat mensen terug overzicht krijgen in hun tijd. Is dat dan samen een planning maken of wat houdt dat juist in?

“Dat heb ik tot nu toe nog niet gedaan met echte klanten. Het is vooral spullen en administratie, maar dat is eigenlijk hetzelfde. Ik heb dit niet uitgevonden, maar je kan tijd indelen zoals een kast. Iedereen heeft 24 uur in een dag. Wat ligt er al vast? Waar verlies ik tijd? Om dat een keer in kaart te brengen en visueel te maken. Opruimen en tijd maken is keuzes maken en het visueel voorstellen kan helpen bij die keuzes. Misschien heb je wel meer tijd dan je dacht om te doen wat je wil doen.”

Waarom heb je voor deze job gekozen en hoe ben je ermee in contact gekomen?

“Dat is heel stom gegaan. Als ik terugkijk in mijn leven zit het er altijd in, maar heb ik er nooit echt aan gedacht. Ik had ook altijd het gevoel dat ik overdreef, dat ik moest loslaten. Laat eens los, laat het op je afkomen. Maar dat heeft eigenlijk nooit gewerkt als ik er nu achteraf op terugkijk. In mijn werk was ik ook altijd heel gestructureerd. Ik was bij een vriendin aan het opruimen. Die had een nieuwe kast gekocht, dus alles van de oude kast moest in de nieuwe en ze zag daar geen beginnen aan. Ik had net mijn keuken aangepakt en had er wel zin in, dus ik ben haar gaan helpen. Toen was ik nog niet echt bezig met het *ontspullen*, eerder gewoon met organiseren. Die kast stond bij de keuken en ook in de keuken zei ik ‘Zou je dat niet beter daar leggen?’ etc. en haar reactie was ‘Oh, ja!’ en ze liet mij zo doen. Ze liet mij door haar kasten gaan en door haar spullen gaan en ik dacht ‘Amai, bij mij zou ze dat niet moeten doen, want ik vind dat niet leuk. Ik wil dat zelf doen.’ Blijkbaar zijn er mensen die dat niet erg vinden, het ook helemaal niet leuk vinden om zelf orde te scheppen of er ook geen zicht op hebben en die met simpele opmerkingen als ‘Zou je dat niet daar leggen?’

al een stuk geholpen zijn. Die avond ben ik beginnen googelen 'opruimen', 'hulp bij opruimen' om te zien of dat niet bestond en zo ben ik bij *professional organizing* terecht gekomen. Eerst met het idee om bij mensen te gaan opruimen, maar al gauw dacht ik 'dat helpt niets, dat is brandjes blussen'. Toen ben ik me wat gaan verdiepen, heb ik 'The Lifechanging Magic of Tidying' van Marie Kondo gelezen, 'Ontspullen' van James Wallman. En dan is alles op zijn plaats gevallen. Ik was wel gestructureerd, maar ik hield alles bij omdat ik dacht dat moest. Ik vroeg al jaren om mij geen verjaardag kaartjes meer te sturen. Ik zei ook dat cadeaus niet hoefden, maar mensen blijven daarmee komen. Nu niet meer. Maar alles viel eigenlijk op zijn plaats en dan is de bal aan het rollen gegaan."

Het heeft altijd dus wel al in je gezeten?

"Ja, ook het duurzame aspect. Ik ben van Gent en dat is hier wel een beetje normaal. Mijn mama gebruikte *Ecover* (ecologische schoonmaakproducten). Het zat er altijd dus een beetje in. Mijn man is natuurwetenschapper dus we zijn er wel wat mee bezig. Het is een heel praktische invalshoek waar nood aan is om ook dat duurzaam denken op gang te brengen. Het is een poort om heel dat bewustzijn errond te creëren. Zoals ik zeg, alles viel op zijn plaats."

Is je uiteindelijke doel dan om mensen ook van het duurzame aspect bewust te maken?

"Ja, dat weet ik nu ook, dat is wat mij echt drijft, dat hoger doel dat je moeilijk in vormen en maten kan gieten. Dat bewustzijn op gang brengen, de circulaire economie en circulair denken stimuleren. Bij verjaardag kaartjes bijvoorbeeld dacht ik 'Waarom bewaar ik dit'? Ik zie dan echt die boom voor mij, het grafisch werk, de mens die het gekocht heeft, de post, de stempel. Ik zie dat er allemaal in en dat maakt het moeilijk om dat zomaar weg te gooien, maar door het anders te gaan bekijken, wordt dat wel gemakkelijker. Ik hoef ze nog steeds niet, maar als ik ze toch krijg, probeer ik ze de aandacht te geven die ze verdienen en nadien te zeggen van oké, nu doe ik ze weg. Wie weet verstuur ik er zelf ooit ook een, maar dan zal ik het bewust doen met een ecologische versie. Het is wel mijn hoger doel om via het *ontspullen* en opruimen bewust te worden van wat heb ik, wat heb ik nodig, wat moet ik eigenlijk hebben en dat in haalbare stapjes (bv op vlak van zero waste) bij mensen binnen te brengen. Bij sommige mensen kom je zo ver niet en je kan het niet pushen, maar ik kan het niet loskoppelen."

Eens je wist dat je dit wou doen, welke concrete stappen heb je dan gezet? Ik zag dat je ook een opleiding hebt gevolgd.

"Ik vond dan dat het bestond. Moest het niet bestaan hebben, weet ik niet of ik het zelf zou durven uitvinden hebben. Ik had ergens die bevestiging nodig van 'Hey, het is iets'. Ik zat aan de computer en ik zag die opleiding en mijn man zei ook 'Dit is echt iets voor jou'. Die tijd van de opleiding heb ik ook genomen om te beslissen of ik het ging doen of niet. Ik heb veel oefenklanten gehad om het proces goed aan te voelen. Zo kreeg het proces meer vorm en dat is nu nog bezig, maar in een volgend stadium. Door die opleiding te zien, wist ik dat het bestond en dat er nood aan was. Dat het niet enkel ik en die ene vriendin waren, maar dat er nog mensen zijn zoals zij die het kunnen gebruiken. Dat weet ik ondertussen natuurlijk nog beter. Op zo'n opleiding ontmoet je ook gelijkgestemden en dat geeft je ook wel bevestiging."

Vond je het eng om de stap te zetten om er echt een job van te maken?

"Ja, ik had nooit gedacht dat ik zelfstandige zou worden, maar echt nooit. Ik ben leerkracht en ik dacht 'Mijn weg is geplaveid'. Ik kom ook niet uit een zelfstandigen familie. Je stelt jezelf bloot en ik vond het eigenlijk het moeilijkst om het te zeggen tegen mensen die dicht bij mij stonden. Tegen vreemden vond ik het niet moeilijk om erover te vertellen, maar tegen mijn familie en vriendin vond ik dat moeilijkst. Ook om op Facebook te zetten van 'Ik doe dit' vond ik moeilijk. In het begin kreeg ik veel reacties van 'Huh, gaan mensen daarvoor betalen?', vragen waar ik ook mee zat. Die onzekerheden en vragen, daar zit je niet op te wachten op dat moment. Zo heb ik ook wel meer respect gekregen voor mensen die zelfstandige worden en zich durven smijten. Ik vind het super

dat mensen durven gaan voor iets. Daar is een stap voor nodig, dat gaat niet vanzelf. Als het even stil is dan denk ik soms 'Waar ben ik mee bezig'. Op Facebook zie je natuurlijk wel van alles voorbijkomen van motiverende speeches. Omring je met de mensen die die beslissingen ook op je pad brengen en daarvoor open staan."

Waren de reacties van vrienden en familie aanvankelijk dan eerder terughoudend of waren er ook mensen die echt enthousiast waren?

"De mensen het dichtst bij mij reageerden een beetje raar en twijfelachtig, maar nu zijn ze mee en snappen ze het wel. Ze steunden mij wel, maar ze gingen zich oprecht vragen stellen, vragen die ik mezelf ook gesteld heb. Nu is het hoge woord eruit, maar het is nog niet echt bekend en in het begin snapte ik de reacties die ik kreeg wel. Ik had zoiets van 'Ik zie wel, ik wil dit gewoon proberen.'"

Hoe vind je het nu om zelfstandige te zijn, nu je even bezig bent?

"Supertof! Het is natuurlijk nog in bijberoep, maar deze maand is het erg druk en als het in deze lijn verder gaat, moet ik het toch eens evalueren. Ik ben gestart op 1 juli en ik had gezegd dat ik het sowieso een jaar zou doen. Het half jaar daarvoor heb ik mij ook voorbereid. Ik heb ook de cursus bedrijfsbeheer gevolgd. Dat moest niet, maar ik wou weten waar ik mee bezig was, want ik heb nooit echt economie gehad. Als ik iets doe, doe ik het goed. Na een jaar wil ik dan ook evalueren waar het naartoe gaat, maar als het zo doorgaat denk ik dat er zeker nog een jaar komt. Ik heb zeker nog plannen."

Zou je dan overwegen om het fulltime te gaan doen?

"Ik doe mijn job in het onderwijs ook super graag. Daar mag ik ook van alles doen waarvan ik had gedacht dat ik het nooit had mogen doen. Het voelt dus wel wat als mensen in de steek laten als ik daarmee zou stoppen, maar ik denk dat ik mijn hart moet volgen en ervoor gaan. Een keer je ervan geproefd hebt... maar ik ben ook geen zotte risiconemer dus het zal altijd een berekende keuze zijn. Sommige ondernemers zeggen 'Gewoon springen en de stap zetten', maar ik ben niet zo impulsief en misschien zal dat mij ooit tegenhouden, dat weet ik niet."

Hoe zie jij de job evolueren. Is het nu een trend die zich gaat verderzetten of gaat er plots geen interesse meer zijn, denk je?

"Ik zie dit niet als een trend. Ik weet niet of het over vijftig jaar nog nodig is. Als ik mijn doel bereik en iedereen circulair gaat denken, utopisch, gaat dat niet meer nodig zijn. Maar als je kijkt naar de geschiedenis zijn we op een kleine honderd jaar tijd enorm materialistisch geworden. Dat heeft zijn redenen. In Amerika is dat begonnen na de burgeroorlog, meer welvaart, mensen leven langer, fabrieken begonnen te draaien. Ze begonnen spullen te maken in fabrieken. Op een bepaald moment kwamen ze op het punt waarop iedereen een koffiezetapparaat had en was de vraag 'Wat gaan we nu doen?' Moeten we minder gaan maken, dan hebben mensen meer vrije tijd maar gaat de vooruitgang ook weer stilvallen. Of gaan we het anders aanpakken en mensen meer doen kopen? Ze hebben voor dat tweede gekozen. Reclame is dan ontstaan. Mode in spullen: een koffiezet die wel nog goed is, maar niet meer modern. Mensen daar gevoelig voor maken. En ook design brengen. Dat is toen opgang gekomen, dat is na de wereldoorlog dan naar hier overgewaaid en hier op gang gekomen. Spullen die mode onderhevig zijn en niet meer bedoeld zijn om lang mee te gaan, heeft ons gebracht tot waar we nu zijn. Het heeft ons veel goede dingen gebracht, zoals telefoons. We moeten daar ook dankbaar voor zijn, maar het nadeel is dat we verzadigd zijn met spullen. Weet jij hoeveel pennen je in huis hebt? Hoeveel stoelen? Ik zou zelf al eens goed moeten nadenken. Een kleine honderd jaar geleden wist je zelfs hoeveel je burens er hadden. Dat was veel waard, ging over naar de kinderen etc. Ik zit nu niet te wachten op de meubels van mijn ouders. Honderd jaar lijkt veel, maar in de geschiedenis is dat niets, dat is heel snel gegaan. We zijn echt verzadigd: 2+1 gratis, je koopt een bak bier en krijgt er een barbecueschort bij. Mensen zijn daar gevoelig aan geworden. Misschien heb ik dat nodig? Voor je het weet, trap je erin, maar

dan zit je er wel mee. In hoeveel garages kan er nog een auto binnen? Je ziet ook meer reclame komen voor opslagruimtes. Ik zie het niet als een trend, maar als een gevolg van de geschiedenis. Het is geen modeverschijnsel, maar een gevolg van de opeenstapeling van alles. Mensen hebben meer nood aan rust en zoeken naar die balans. Ik denk dat dat wel nog even doorgaat. Ik moet het niet in Afrika gaan doen, het is echt een Westers verschijnsel. In Japan, waar Marie Kondo vandaan komt, daar zijn ze later begonnen met de wedloop, maar ook enorm snel en daar is het minimalisme enorm snel opgekomen. Ik zie het als een gevolg van onze consumptiemaatschappij.”

Hoe heb je naam gemaakt voor jezelf als opruimcoach en hoe ben je aan je eerste klanten geraakt?

“Ik wist dat ik 1 juli ging starten, dus ik heb gezocht dat ik tegen dan een website en Facebookpagina had. Ik vind het gewoon nodig dat je dat hebt en je te vinden bent. Ik heb dan op mijn eigen Facebook ook gedeeld. Voor ik officieel startte, had ik al mijn eerste afspraak en dan kort nadien nog een. Dat waren twee klanten voor een paar sessies en die hebben mij meteen die bevestiging gegeven dat er nood aan is en natuurlijk ook een eerste financieel potje. Ik heb geen grote investeringen moeten doen, maar het was leuk om niet om op onze gemeenschappelijke rekening te moeten gaan kijken om een keer een Facebook *ad* te doen of een goede tas aan te schaffen. In de periode voor de officiële start, tijdens mijn opleiding, heb ik een oproep gedaan via Facebook naar proefklanten. Daar is redelijk wat reactie op gekomen. Binnenkort heb ik een afspraak bij een van die proefklanten die ik toen niet heb kunnen doen, want daar kwam redelijk veel reactie op en ik kon er maar een beperkt aantal doen, dus dat had wel wat teweeggebracht. Mijn website komt ook bovenaan de zoekresultaten als je ‘opruimcoach’ intypt in Google, dankzij de SEO-lessen van ‘WIX’ die ik gevolgd heb. En dan is het gewoon jezelf zijn. Ik heb ook al dingen gedaan waarvan ik dacht dat ze moesten, maar die niet bij mij passen.”

Heb je daar een voorbeeld van?

“Bijvoorbeeld prijzen op mijn website zetten. Bij mij staan de prijzen er open en bloot op, ik voel mij daar het best bij. Er zijn ook mensen die dat absoluut niet willen doen. Eerst dacht ik ‘Zou ik het dan toch maar niet doen?’ Langs de andere kant heb ik nu een formule waar ik tevreden mee ben, waarmee ik echt op maat kan werken en heb ik er geen probleem mee die prijzen op mijn website te zetten. Of bijvoorbeeld met de lay-out van mijn website. In het begin ben je daar heel blij mee en nu denk ik soms ‘Pff’. Ik heb ook een blog. Dat was ik eerst niet van plan, want ik lees geen blogs. Ik vind dat meestal chaotisch en een beetje van dit, een beetje van dat. Met mijn gestructureerd hoofd is dat een *no-go*. Maar dan dacht ik dat het soms toch leuk is om iets meer te schrijven, maar ik wil mijn website *clean* en rustig houden. Dan ben ik met ‘mamaruimtop.be’ begonnen, waar ik wat meer op kan schrijven. Dan kom je ook in een nieuwe wereld, de *mamablog wereld*. Dus wie weet langs daar ook een ingang.”

Wanneer ben je met die blog begonnen?

“In augustus kreeg ik telefoon van een *mamablogger* die mij volgde op Facebook en het interessant vond. Zij deed een evenement voor *mamabloggers* waar ze prijzen uitdeelden. Ze vroeg of ik een van de prijzen wou zijn. In ruil kreeg ik dan een standje. Ik geef dan een sessie weg, maar mocht daar dan staan. Ik had toen al wat dingen geschreven en op Facebook en mijn website gezet, maar dat was het toch niet echt. Toen dacht ik eraan om zelf ook een blog te beginnen. Dus ergens in augustus ben ik die gestart. Wat mij wat tegenhield was dat ik dan mijn eigen zoektocht liet zien en toegaf dat ik zelf ook nog niet op het perfecte punt ben en niet alles weet. Maar toen dacht ik ‘Tuurlijk kan dat’. Je eigen stapjes kunnen anderen inspireren, dus dat is superleuk.”

Wat vind je de grootste uitdaging aan de job?

“Die eerste stappen. Je kenbaar maken en tegen je eigen twijfels vechten. Ik ben geen verkoper, maar weet wel dat ik hier zo van overtuigd ben dat ik er wel makkelijk over kan praten. De uitdaging is nu ook om het evenwicht te zoeken tussen deze job, mijn andere job en mijn kinderen.

Professioneel zijn er twee grote uitdagingen. Ten eerste, ons kenbaar maken, dat mensen gewoon weten dat deze job bestaat en ze weten naar wat ze moeten zoeken. Ten tweede, overtuigen dat het oké is om om hulp te vragen. Vroeger, en nu soms nog, was het taboe om te zeggen dat je naar een psycholoog ging. De laatste jaren is dat oké geworden. Vroeger was dat een luxe of praatten mensen daar niet over. Ik ben ervan overtuigd dat iedereen zijn leven op orde kan houden, maar soms weet je door omstandigheden niet hoe je eraan moet beginnen en is het al voldoende dat ik langskom en wat kleine veranderingen maak.”

Naar jouw gevoel ligt er dus wel een soort taboe op een opruimcoach inschakelen?

“Ja, vooral financieel: “Je kan dat toch zelf, Je gaat daar toch niet voor betalen?” Poetsvrouwen zijn ook zoiets. Toen ik kind was, was een poetsvrouw voor de rijken, nu ben je raar als je er geen hebt. Ik heb er geen en daar ben ik stiekem ook fier op. Het is een keuze waar je je geld en tijd aan geeft, maar ik vind het niet erg om te kuisen. Het zou niet raar mogen zijn dat iemand die het niet erg vindt om te kuisen geen poetsvrouw heeft. Dat is zoiets dat heel snel een vlucht heeft genomen en nu is dat normaal. Ik denk dat dat ook voor dit beroep kan. Het is oké om te investeren in een nieuwe start.”

Hoe ziet een typische dag eruit voor jou?

“Dat is moeilijk, want er is niet echt een typische dag. We hebben drie kinderen die ook elk hun agenda hebben, dus alles kan op het laatste moment veranderen. Je moet flexibel zijn, maar ik ben niet zo flexibel.”

Stel dat iemand begint met jouw sessies, wat doe je dan precies tijdens die eerste sessie?

“Dat hangt van de situatie af. Ik ga wel altijd eerst op intakegesprek. Dan stel ik vragen en probeer ik een zicht te krijgen. Bij grote projecten moet ik het ook even laten bezinken, want een rondleiding van een heel huis is ook voor mij veel. De dag nadien kan ik het dan wel op papier zetten, maar ik heb even die tijd nodig om het te laten bezinken. Iemand vroeg bijvoorbeeld om de keuken aan te pakken, maar eigenlijk ging het om de huisadministratie, want heel het keukeneiland lag vol met papieren. Bij veel mensen merk ik dat dat hetgeen is dat geen plaats heeft en zorgt voor veel chaos. Ik geef meestal aan waar ik denk dat we het best beginnen, maar als de klant er op staat om ergens specifiek mee te beginnen, doen we het zo. Nadien is het afhankelijk van project tot project. Gaat het over een grote uitruim van een garage of een kleerkast waar meer over moet nagedacht worden?”

Is het soms frustrerend voor jou als er mensen zijn dit het heel moeilijk hebben met dingen weggooien?

“Dat is iets dat ik wel merk. Er moet wel wat vaart in blijven. Als ik zie dat er lang getwijfeld wordt, stel ik meestal voor om het nog even bij te houden, ook omdat ik weet dat eens we bezig zijn met het proces de persoon er meer geoefend in wordt. Ik heb mijn eigen kleerkast al eens aangepakt, maar kan er nu nog een keer doorgaan. Ik moet mij gewoon instellen op het feit dat het wel nog zal komen. Ik moet mijzelf er soms wel aan herinneren, maar ondertussen heb ik het wel geleerd. Soms krijg ik ook spullen in mijn handen waarvan ik denk dat het afval is, maar voor die mensen is het misschien geen afval. Ik probeer gewoon bij alles te vragen wat het is en niet zelf categorieën te maken.”

Ik zag dat je soms opbergsystemen en dergelijke ontwikkelt. Waar haal je je inspiratie?

“Ik vertrek vaak vanuit logica en kijk naar wat er aanwezig is. Ik wil niet te veel nieuwe dingen gaan kopen, dat is de allerlaatste optie. Voor heel concrete dingen ga ik weleens kijken op Pinterest om te kijken wat er al bestaat. Soms kan je wel heel mooie dingen zien, maar ik wil het ook haalbaar houden. Ik ben nogal praktisch ingesteld en vertrek daaruit. Het is iets dat je niet leert. Je moet er een beetje oog voor hebben. Zet 10 *organizers* bij elkaar en je hebt 10 verschillende aanpakken.”

Lukt het dan wel om die gedachtegang te veranderen bij mensen die dat inzicht niet hebben?

“Ik merk wel dat de mensen die mij contacteren er zelf al wat mee bezig zijn, maar gewoon praktisch iemand nodig hebben om hen op gang te zetten. Dat is niet altijd zo, soms moet ik echt coachen. Laatst had ik een klant die veel bezig is met duurzaamheid en dan kiest om met mij samen te werken, omdat ze merkte dat ik daar ook mee bezig was. Bij sommigen lukt het wel, bij anderen niet. Ik denk dat ik niemand moet overtuigen van het feit dat we te veel spullen hebben.”

Is de definitie van “te veel spullen” dan iets persoonlijks?

“Iedereen heeft wel een rommella. Bijna niemand draagt alles dat in hun kast hangt. We hebben allemaal wel te veel spullen, maar niet iedereen heeft er last van. Wie er geen last van heeft, heeft natuurlijk geen opruimcoach nodig. Dat we veel spullen hebben en meer dan we nodig hebben, daar is bijna iedereen van overtuigd. Degene die er last mee hebben, die zijn eigenlijk mijn doelgroep.”

Zou je deze job aanraden?

“Zeker wel. Langs een kant denk ik ‘Oei concurrentie’, maar langs de andere kant denk ik dat met hoe meer we zijn, hoe bekender en normaler het wordt. Denkt er zeker wel goed over na. De opleiding kan je volgen vanaf 25 jaar en dat snap ik ergens wel. Ik zeg niet dat je het niet kan doen als je piepjong bent, maar mij helpt het wel dat ik een gezin heb, dat ik werk combineer met een gezin en ik organisatorisch al wat watertjes doorzwommen heb. Ik heb een natuurlijk respect voor oudere mensen, dus ik vind het soms moeilijk om tegen hen te zeggen hoe ze dingen moeten doen, maar daar groei je wel in, omdat ze je ervoor vragen. Je leert er nergens oog voor hebben, dus je moet erin vertrouwen dat jij dit kan en ze je hiervoor ook hebben gevraagd. Bij elk project vraag ik me weleens af of ik dit ga kunnen, maar dan moet ik eraan denken dat ik dit wel kan en ik de mensen maar kan helpen. Ik ben eerder geneigd het aan te raden als je niet piepjong bent en je moet de klik maken dat je ervoor gaat. Je moet de nood laten zien, zeker in dit beroep. Iedereen weet wat een bakker is, maar een opruimcoach niet. Je moet jezelf zichtbaar maken en dat is zoeken. Aanvankelijk dacht ik dat mijn grote doelgroep jong gepensioneerd zouden zijn, waarvan de kinderen uit huis zijn en die misschien met een erfenis zitten, maar die zitten minder frequent op Facebook. De meeste reacties zijn van vrij jonge profielen.”

Heb je concrete toekomstplannen?

“Daar kan ik eigenlijk nog niets over zeggen, maar ik heb zeker wel plannen. Ook vooral mijn netwerk uitbreiden. Mijn doel dit jaar is het beroep verder kenbaar maken en ik zou graag wekelijks een mail of vraag naar informatie krijgen.”

Heb je nog een tip voor andere vrouwen die willen ondernemen?

“Zoek gelijkgezinden. Probeer de mensen die je tegenhouden wat aan de kant te laten. Omring je met mensen die je motiveren en je stimuleren om ervoor te gaan.”

1.3. Foodstyliste en –blogster Olivia Behaegel

Wat houdt de job juist in, waar ben jij zoal mee bezig en waarom heb je hiervoor gekozen?

“Ik ben gestart met Fitfoodness zo’n 3,5 jaar geleden, gewoon uit passie voor gezond eten. Ik dacht ik ga dat een beetje delen, een beetje foto’s maken, zonder meer, zonder dat ik er echt geld mee wou gaan verdienen. Later, na 2 of 3 jaar, merkte ik dat mensen begonnen vragen of ik hun producten eens wou testen. Het was toen meer in de vorm van gratis producten krijgen of eens een gesponsorde post of ik werd eens uitgenodigd op een evenement. Op zich doe ik het niet fulltime, ik doe het er gewoon naast. Daaraan gekoppeld, omdat ik altijd bezig was met de fotografie van eten dacht ik ‘Dat vind ik mega leuk, dat *stylen* en die foto’s’ en dan ben ik wel mijn eigen zaak begonnen. Ik ben dus zelfstandige in bijberoep om foodstyling en fotografie te doen. De merken waar ik mee werk, moeten wel in mijn sfeer liggen. Er hebben al mensen gevraagd aan mij om bijvoorbeeld een cocktailmixer uit te testen, maar dat doe ik niet, het moet bij mijn stijl passen. Maar bijvoorbeeld met ‘The Holy Berry’, een merk van diepgevroren açai, werk ik heel veel samen voor foto’s en voor hun website, maar op zich is het niet de bedoeling dat het heel groot wordt. Ik doe dit vooral omdat ik het leuk vind en waarom niet mijn job maken van wat ik leuk vind, maar mijn hoofd job blijf ik wel doen.”

Sinds wanneer ben je zelfstandige?

“Dat is sinds een jaar en half.”

Heb je specifieke opleidingen gevolgd hiervoor, bijvoorbeeld i.v.m. fotografie?

“Neen, ik heb geen opleidingen gevolgd hiervoor. Gewoon online opzoeken en ermee bezig zijn. Eerst super slechte foto’s maken en altijd een beetje bijleren. Kijken naar wat je mooi vindt, is ook heel belangrijk en dan dat een beetje proberen integreren in je eigen stijl. Voor mij is het altijd belangrijk geweest dat mijn stijl in mijn foto’s voorkwam, zonder dat het echt super technisch is, want daar hou ik me persoonlijk minder mee bezig.”

Waar haal je je inspiratie?

“In het begin vooral Instagram, want Pinterest gebruikte ik niet zoveel. En kookboeken, enorm veel kookboeken, enorm veel. Mijn eerste kookboek, dat mij leren koken heeft, maar niet echt gezond was, was van Donna Hay, een Australische kok. Zij maakt heel eenvoudig eten, maar heeft supermooie foto’s. In mijn eerste foto’s probeerde ik echt haar foto’s na te doen met mijn gsm. Dat trok natuurlijk op niets. Dat was een beetje mijn voorbeeld. Zij heeft mij leren koken en leren foto’s trekken. Nadien ook op Pinterest, hoewel ik vind dat er nu een beetje een overdaad is aan alles en alles op elkaar lijkt, alles is hetzelfde. Ik mag soms niet te veel naar Pinterest kijken, want daar word ik lastig van. Soms haal ik ook gewoon inspiratie uit op restaurant gaan, iemand die iets persoonlijks maakt, een sfeer, op reis. Daar haal ik nu meer inspiratie dan online.”

Je geeft zelf aan dat er nu veel meer online verschijnt, zie jij *Instagrammers* als concurrenten?

“Het is niet wij tegen hen. Ik ben blij dat er veel mensen mee bezig zijn, maar iedereen denkt op den duur een beetje dat ze het kunnen. Iedereen kan het ook, maar het kan een beetje een gekte worden. Maar als het goed is en hoe meer passie ze hebben en gezond eten, hoe liever ik het heb.”

Vond je het een enge stap om zelfstandige te worden?

“Neen, maar vooral ook omdat ik zelfstandige in bijberoep ben, dus ik wist dat ik mijn vaste job nog had. Ik heb wel getwijfeld om zelfstandige te worden in hoofdberoep, maar dan niet enkel met bloggen, dan zou ik het verder getrokken hebben. Dan ging ik *vollen bak* een bedrijf gestart zijn.”

Waarom heb je dat toen niet gedaan?

“Omdat ik een hele leuke job opportuniteit had.”

Vind je het leuk om zelfstandige te zijn? Heeft dat voordelen?

“Ja, ik vind het supertof. Niet alleen de technische voordelen, als die er al zijn, maar tof om op je eigen benen te staan. Je maakt je factuur op. Ik ben daar graag mee bezig, want ik heb economie gestudeerd, dus voor mij is dat sowieso leuk. Nadeel aan zelfstandig zijn is de administratie die erbij komt kijken. Als je dat niet graag doet, heb je een probleem. Soms heb ik het daar moeilijk mee in combinatie met mijn andere job. ‘Ah ja, mijn btw-aangifte moet binnen’ en van die dingen, maar op zich vind ik het heel leuk.”

Is het een moeilijke balans om het naast je eigen werk te doen?

“Het is een moeilijke balans, omdat ik foto’s maak en *style* in daglicht, nooit met studiolicht en dat kan eigenlijk alleen tijdens het weekend. Een fotoshoot duurt geen halfuurtje, dus dat moet dan in het weekend en de meeste mensen hebben iemand nodig tijdens de week, dus dat is al wel lastig geweest. Als het in het weekend kan, dan heb ik er wel geen moeite mee.”

Hoelang ben je bezig aan de styling voor één foto?

“Dat hangt er een beetje van af. De laatste *shoot* die ik heb gedaan, niet voor op mijn Instagram, maar voor een merk, dat zijn dan foto’s die zij gebruiken in hun pr-campagne, was het een halve dag en een uur of twee bewerken. Dat is dan wel echt met mijn toestel. De meeste foto’s voor mijn Instagram neem ik gewoon met mijn gsm en dat gaat eigenlijk supersnel.”

Hoe maak je naam voor jezelf eens je hiermee begint of hoe ben je aan je eerste klanten geraakt?

“Dat komt organisch of dat was toch iets dat ik niet zelf heb gezocht. Ik ga wel zeggen dat ik in het begin op Instagram onder bekendere account reageerde. Moest ik dat nu lezen zou ik dat zielig vinden, maar dat werkte toen wel. Ik deed ook mee aan *hashtag* wedstrijden. Als je accounts hun *hashtag* gebruikte, *reposten* zij je foto en dan krijg je wel meer volgers. Merken die je contacteren komt ook organisch, maar je moet wel volgers hebben. Nu kijken ze vaak naar volgers en engagement. Het jammere is dat er veel minder engagement is dan vroeger.”

Komt dat door de algoritmes?

“Ja inderdaad en omdat er meer aanbod is, veel meer accounts.”

Wat waren de reacties van vrienden en familie toen je zelfstandige ging worden?

“Allemaal heel steunend. Ze hebben er zelfs niet zoveel over gezegd. Ze gaan ervan uit dat ik weet wat ik doe. Er is niemand die zei ‘Doe het niet.’”

Jouw ambitie is niet om het fulltime te doen, maar denk je dat dat wel zou kunnen? Dat je ervan zou kunnen leven?

“Ja, zeker. De moeilijkheid is dat als je fulltime blogt, je authenticiteit te behouden. Dat je lezers en volgers niet merken dat je commercieel bezig bent. Dat is echt moeilijk. Het is daarom dat als merken mij contacteren en het niet in lijn ligt met waar ik voor sta, ik het niet doe, maar ik kan me voorstellen als je het fulltime doet en je zelfstandig bent en al een tijdje geen opdracht meer hebt gehad, je dat wel doet. Langs de andere kant heb je ook mensen waar het vingerdik op ligt dat het pure *commerce* is, die bijna elke post met een merk samenwerken en dat vind ik ook jammer. Zoiets zou ik nooit willen, dan ben ik zelfs liever niet zelfstandig. Ik probeer wat af te wisselen, ik heb eigenlijk zelfs weinig merken op mijn Instagram staan. Gewoon een afwisseling van wat je persoonlijk fotografeert en maakt en dan af en toe een merk daartussen, dat kan geen kwaad.”

Is die balans dan voor iedereen anders?

“Ik vind drie keer per week bijvoorbeeld overdreven, tenzij je ambassadeur bent voor een bepaald merk, dan kan je hetzelfde merk verschillende keren posten, maar als het van drie verschillende merken is, dan *ontvolg* ik.”

Hoe zou een typische dag er uitzien voor jou als je aan het bloggen of *stylen* bent?

“Goh. Meestal heb ik niet op voorhand gepland dat ik vandaag ga *stylen* en fotograferen, maar eens ik aan het koken ben, denk ik ‘Ah, dat zou nog een mooie foto zijn of interessant zijn om op mijn blog te zetten’. Als het een dag is die ik wel heb gepland, wat ook gebeurt, dan sta ik op, ga ik boodschappen doen, schrijf ik mijn recept een beetje uit – als het iets heel ingewikkeld is, anders is het een beetje freestylen. Ik probeer altijd met veel wit te werken, veel frisse kleuren, dus ik leg mijn setting klaar. Meestal heb ik ook wat foto’s online gezien waar ik inspiratie uit haal en dan leg ik mijn borden en bestek klaar. Dan begin ik te koken, neem ik een paar foto’s, verander ik het eens. Soms heb ik het meteen en is de eerste foto goed – dat gebeurt niet vaak – en andere keren kan het zijn dan ik anderhalf uur kruimeltjes zit te verleggen en dat het maar niet komt.”

Eet je dat eten dan nog op?

“Meestal wel, ik heb al heel veel koud eten gegeten. Ik wil eten sowieso niet weggooien, dus ik eet het op. Ah, en nadien komt natuurlijk nog het bewerken van de foto’s.”

Doe je dat in Photoshop of heb je daar *apps* voor?

“Als het met mijn gsm is, gebruik ik gewoon *apps*, zoals VSCO. Ik heb wel de betalende *app*, maar ik probeer het op één à twee filters te houden, anders krijg je een stijl die niet overeenkomt. Vroeger gebruikte ik de Instagram *app*, maar nu vind ik die echt lelijk. Verder gebruik ik ook Lightroom.”

Heb je thuis dan ook allerlei *props* en verschillende borden liggen?

“Ja, dat zeggen veel mensen als ze bij mij komen ‘Oh, je hebt echt geen enkel hetzelfde bord.’”

Ga je die dan zoeken op marktjes of hoe gaat dat dan?

“Ja, dat vind ik zo leuk. Dat is echt mijn favoriete activiteit. Kringloopwinkels, mega goede plaats om dingen te vinden die niet duur zijn. Marktjes ook, in het buitenland. Ik heb al met dingen zitten zeulen in het buitenland, jongens. Ik probeer niet te veel IKEA te gebruiken, want dat vind ik totaal niet persoonlijk. Goh ja, in zo van die vintagewinkeltjes vind ik ook soms dingen en soms verzamel ik ook dingen die ik niet meteen voor mijn eigen blog zou gebruiken, maar wel voor een opdracht waar mijn naam niet onder staat, maar dat probeer ik te beperken. Dat is dan bijvoorbeeld roze en veel kleurtjes en ik ben redelijk minimalistisch van stijl.”

Hoe zie je deze job evolueren, zowel voor jezelf als in het algemeen?

“Dat vind ik een goede vraag. In het algemeen denk ik dat we op een soort kantelpunt zijn: ofwel ga je er *vollen bak* voor en ga je mee en moet je echt een extra duwtje geven, omdat het aanbod zo groot is, ofwel blijf je de status quo behouden en ben je blij met hoe het nu is. Ik denk dat mensen die vroeg gestart zijn en een vast aantal volgers hebben en het nu een extra duwtje geven, wel ver kunnen geraken. Voor mij, aangezien ik mijn vaste job heb, ben ik eerder tevreden met hoe het nu is. Ik zou willen meegaan, maar ik heb gewoon geen tijd.”

Is het voor mensen die nu beginnen dan veel moeilijker om het op te bouwen dan vroeger?

“Ja, ik denk van wel. Tenzij je een heel unieke stijl hebt, maar bijna alles is al eens gedaan. De mensen die nu starten zijn geïnspireerd geraakt door de mensen die ze volgen en willen het ook doen. Hoe wil je je onderscheiden? Dat is het moeilijke. Het aanbod is groot en je moet persoonlijkheid hebben. Dat zijn mijn twee dingen die ik blijf bedenken. Het kan, het is perfect mogelijk zelfs, maar het is minder makkelijk dan vroeger.”

Je zei ook dat je misschien wel een eigen bedrijf wil beginnen, maar dan iets anders dan wat je nu doet. Heb je al concrete toekomstplannen?

“Neen, ik weet wel in welke richting ik wil gaan, sowieso in voeding, gezonde voeding. Bloggen zou nooit mijn volledige fulltime, dit-wil-ik-de-rest-van-mijn-leven-doen job zijn, maar ik zou het altijd koppelen aan iets dat schaalbaar is. Bij bloggen ben je maar zo groot als je zelf bent. Alles is afhankelijk van jou, je persoonlijkheid, je stijl, je creativiteit. Als je daaraan iets kan koppelen, zoals een product of een concept dan kan je al verder geraken en ik ben redelijk ambitieus. Als ik iets start, heb ik wel de ambitie om er iets groots van te maken.”

Schrikt het jou af dat het zo gekoppeld is aan jezelf?

“Er zijn veel bloggers die het rond hen laten draaien en ik ben nooit zo geweest. Ik laat het vooral rond mijn eten draaien. Als je echt groot wil worden, moet je het meer rond jou laten draaien. Als je als blogger duizenden volgers wil hebben, dan moet het een beetje rond jou draaien.”

Heb je nog een tip voor vrouwen die ook willen ondernemen?

“Luister naar de *Girlboss podcasts*! Daar heb ik al zoveel uit geleerd. Er zijn veel vrouwen die met hetzelfde kampen en er zijn te veel vrouwen die schrik hebben om de sprong te wagen, maar je moet gewoon proberen. Als het niet lukt, moet je gewoon nog eens proberen. De enige manier waarop het niet kan lukken is als je het niet eens probeert. Als je probeert en blijft proberen, zal er wel iets uitkomen en het zal goed zijn ook, je moet er gewoon in geloven.”

2. E-mails

2.1. Inhoud

Nele Colle (opruimcoach):



Nele Colle <ontspulcoach@gmail.com>

wo 6/12/2017, 0:32
U ↕



Beantwoorden | v

Dag Maaïke,

Ik ben zeker geïnteresseerd. Het 'beroep' van opruimcoach / professional organizing heb ik echter niet uitgevonden, maar erg bekend is het in België inderdaad nog niet. Als dat geen probleem is, laat maar weten wanneer en hoe je verder zou willen afspreken.

Alvast bedankt voor de interesse.

Groetjes
Nele



Nele Colle <ontspulcoach@gmail.com>

wo 6/12/2017, 10:51
U ↕



Beantwoorden | v

Dag Maaïke,

ik werk van thuis uit, in bijberoep. Je vragen mag je zeker al doorsturen.

Foto's nemen terwijl ik aan het werk ben, ligt moeilijker. Als het gaat om particulieren, dan gaat hier enige schaamte / schroom aan vooraf. Wanneer ik aan de slag ga, kom ik ook in aanraking met vaak intieme delen van hun leven, aangezien we door al hun spullen gaan. Ik werk ook 1 op 1, stel vragen, en daar hoort een vertrouwensband bij. Zomaar een derde in het proces brengen is eigenlijk niet evident. Momenteel is er ook niemand die 'op het einde' van een proces zit waar ik het al eens aan zou durven vragen.

Bij een bedrijf ligt dat anders, maar dat lijkt me ook minder interessant.

Je mag wel in mijn fotomateriaal eens grasduinen om te zien of je daar iets mee bent?

Vormt dit een probleem voor jouw opdracht?

Groetjes,
Nele

Monica Ho (modeblogster):



Monica Ho <hello@monicaharmony.com>

ma 22/01, 11:45
U ↕



Beantwoorden | v

Hi Maaïke,

Bedankt jouw mailtje. Ik werk voltijds in het ModeMuseum en ben dus geen voltijds blogger noch wil ik voltijds bloggen :) Het is enkel een uit de hand gelopen hobby ;)

Succes met jouw paper!

Monica Ho

Personal Style / Fashion Blogger
Van Hemelrijcklei 13 - 2930 Brasschaat
T: +32 (0) 499 125 757
E: hello@monicaharmony.com

Jolien Van Staeyen



Jolien Van Staeyen <thatgirlwithherblog@hotmail.com>

wo 24/01, 14:03

U ✉



Beantwoorden | ▼

Hi Maaïke,

Bedankt voor je mailtje!

Mijn blog is voor mij een bijverdienste, maar fulltime doe ik dit niet. Ik heb gewoon een fulltime job daarbuiten. Dus ik vrees dat ik je niet zal kunnen helpen!

Veel succes met je bachelorproef!

Liefs,
Jolien

Ellen Van Gool (foodblogster):

Van: Ellen Van Gool

Datum: donderdag 25 januari 2018 15:54

Aan: Maaïke Marchand

Onderwerp: Re: Interview bachelorproef

Dag Maaïke,

Ik wil gerust meewerken aan je onderzoek. Doe jij een voorstel voor het interview? Idealiter wel in Antwerpen als dat voor jou kan.

Groetjes,
Ellen



Ellen Van Gool / Foodblogger
ellen@kokerellen.be / (+32) 0499 48 96 15

Kokerellen
www.kokerellen.be



Ellen Van Gool <ellen@kokerellen.be>

ma 29/01, 10:20

U ✉



Beantwoorden | ▼

Dag Maaïke,

Deze week lukt voor mij helaas echt niet. Ik heb een ontzettend drukke agenda.

Groetjes,
Ellen



Ellen Van Gool / Foodblogger
ellen@kokerellen.be / (+32) 0499 48 96 15

Kokerellen
www.kokerellen.be



Olivia Behaegel (foodblogster en –stylist):



olivia behaegel <oliviabehaegel@gmail.com>

ma 29/01, 12:18

U ✉



Beantwoorden | ▼

U hebt geantwoord op 29/01/2018 12:22.

Hi Maaïke,

In hoofdberoep ben ik product manager voor een holding waaronder verschillende voedingsbedrijven vallen. Helemaal in lijn met mijn passie ook. Bio Bakkerij De Trog, Delisol en Missault.

Ik heb ambitie om mijn eigen bedrijf op te starten, maar dan verder dan blogger / stylist. Voorlopig nog niets concreet, maar the food world is my oyster!

Laurence Bemelmans (foodblogster):



Laurence Bemelmans <ascookedbyginger@gmail.com>

di 30/01, 16:53

U ✉



Beantwoorden | v

Dag Maaïke,

Heel leuk dat je aan mij denkt hiervoor, maar ik heb het momenteel nogal druk en heb weinig vrije momenten. Bovendien ben ik zwanger en moet ik het wat rustiger aan doen ;-)
Ik ga je dus niet meteen kunnen verder helpen. Tenzij je tot bij mijn thuis kan komen in Hasselt. Maar dat zal altijd 's avonds zijn of in het weekend.

Kijk maar wat je wilt doen hiermee.

Groetjes,
Laurence

Social Snowballs (influencerplatform):



hello@socialsnowballs.com

wo 3/01, 16:56

U ✉



Beantwoorden | v

Hallo Maaïke

Dank je wel voor je bericht. We kunnen je zeker helpen!

Volgende profielen komen in aanmerking:

<https://socialsnowballs.com/4335/608867468412348379668255029784260726702628246259271100021476833758163839937738473861864784737223798391449259673908077081929585217514825785244215242789158550030801407153902581854175399126658539727607170879445877357948523324951856103673550476349998729833201045193593522598857047196605716374530525623470426171758360736644860918935332399639211092894798721897165875645999973445908234070780198887052800012489495004643787647969098361882289041027182711364494040149492055351770648505348527843932237705520192077010815049790468081824899459613142680162/janne-alers/>

<https://socialsnowballs.com/6412/608867468412348379668255029784260726702628246259271100021476833758163839937738473861864784737223798391449259673908077081929585217514825785244215242789158550030801407153902581854175399126658539727607170879445877357948523324951856103673550476349998729833201045193593522598857047196605716374530525623470426171758360736644860918935332399639211092894798721897165875645999973445908234070780198887052800012489495004643787647969098361882289041027182711364494040149492055351770648505348527843932237705520192077010815049790468081824899459613142680162/lisa-van-hole/>

<https://socialsnowballs.com/4335/608867468412348379668255029784260726702628246259271100021476833758163839937738473861864784737223798391449259673908077081929585217514825785244215242789158550030801407153902581854175399126658539727607170879445877357948523324951856103673550476349998729833201045193593522598857047196605716374530525623470426171758360736644860918935332399639211092894798721897165875645999973445908234070780198887052800012489495004643787647969098361882289041027182711364494040149492055351770648505348527843932237705520192077010815049790468081824899459613142680162/andrea-vandervoor/>

2.2. Vormgeving

Judith Hendrickx (Chef Lifestyle Flair):

De interviews heb ik, net zoals jullie dat doen, uitgeschreven in full quote. Als er binnen die full quote nog een quote komt, gebruiken jullie dan dubbele aanhalingstekens? Bv. 'Sommige dagen denk ik nog steeds "waar ben ik mee bezig?", maar daar moet je gewoon door.' Of doen jullie dat niet zo?

Alvast bedankt!

Groetjes

Maaïke



Judith Hendrickx <judith.hendrickx@flair.be>

vr 9/02, 13:41

U; Evi Boels (evi.boels@flair.be) ✕



Beantwoorden | v

Hey Maaïke,

Antwoord van eindredactie: wij moeten dat sinds kort cursief zetten. Dubbele aanhalingstekens doen we niet meer. Groetjes!

Judith Hendrickx | Coördinator lifestyle

Tel: +32 15 67 82 38

Sanoma Magazines Belgium - Flair

Stationsstraat 55 - 2800 Mechelen

www.flair.be

Kristof Caluwaerts (grafisch vormgever Flair):



Kristof Caluwaerts <kristof.caluwaerts@flair.be>

ma 22/01, 13:59

U; Judith Hendrickx (judith.hendrickx@flair.be) ✕



Beantwoorden | v

U hebt geantwoord op 22/01/2018 17:14.

Hi Maaïke,

Is het ok als ik jou een masterpagina opstuur, dan kan je daar alle info uithalen die je nodig hebt.

Laat maar weten of dat lukt, als je geen indesign hebt kan je altijd ff langskomen om dat hier te bekijken

Girtz,

ck

Flair NL

 Universe National
 Periodicity Weekly

Paper + Digital

Universe	9.721,90		4.746,70		4.975,20		6.186,00					
Reach Indicators												
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	%Coverage			
Total readers	1.373,6	100,0	339,4	100,0	1.034,2	100,0	907,7	100,0	14,1	7,2	20,8	14,7
Loyal readers	171,5	12,5	29,6	8,7	141,9	13,7	111,5	12,3	1,8	0,6	2,9	1,8
Primary readers	420,5	30,6	34,5	10,2	386,0	37,3	294,7	32,5	4,3	0,7	7,8	4,8
Secondary readers	206,4	15,0	99,9	29,4	106,5	10,3	93,0	10,2	2,1	2,1	2,1	1,5
Tertiary readers	746,7	54,4	205,0	60,4	541,7	52,4	520,0	57,3	7,7	4,3	10,9	8,4
Readers last period	411,5	30,0	79,0	23,3	332,4	32,1	264,6	29,1	4,2	1,7	6,7	4,3
Reach Accumulation												
Readers 1 issue	411,5	100,0	79,0	100,0	332,4	100,0	264,6	100,0	4,2	1,7	6,7	4,3
Readers 2 issues	606,7	147,4	121,8	154,2	484,9	145,8	392,9	148,5	6,2	2,6	9,7	6,4
Readers 4 issues	827,6	201,1	175,5	222,0	652,1	196,2	540,5	204,3	8,5	3,7	13,1	8,7
Readers 6 issues	960,2	233,4	211,0	267,0	749,2	225,4	629,9	238,1	9,9	4,4	15,1	10,2
Readers 9 issues	1.086,1	264,0	247,4	313,0	838,8	252,3	714,7	270,1	11,2	5,2	16,9	11,6
Readers 12 issues	1.166,6	283,5	272,0	344,2	894,5	269,1	768,8	290,6	12,0	5,7	18,0	12,4
Gross contacts	411,5		79,0		332,4		264,6					
Confidence interval												
min.	373,2	90,7	62,1	78,6	298,4	89,8	233,9	88,4	3,8	1,3	6,0	3,8
Readers last period	411,5	100,0	79,0	100,0	332,4	100,0	264,6	100,0	4,2	1,7	6,7	4,3
max.	449,7	109,3	96,0	121,5	366,5	110,2	295,3	111,6	4,6	2,0	7,4	4,8
Profile	411,5	100,0	79,0	19,2	332,4	80,8	264,6	64,3				
Structure readers last period												
Readers last period	411,5	100,0	79,0	100,0	332,4	100,0	264,6	100,0				
Gender												
Men	79,0	19,2	79,0	100,0	-	-	38,0	14,4	1,7	1,7	0,0	1,7
Women	332,4	80,8	-	-	332,4	100,0	226,5	85,6	6,7	0,0	6,7	5,8
CIM Language												
Dutch	395,5	96,1	75,5	95,5	320,0	96,3	259,0	97,9	7,3	2,8	11,6	7,6
French	16,0	3,9	3,6	4,5	12,4	3,7	5,5	2,1	0,4	0,2	0,6	0,2
Interviewed person's age												
from 12 to 14 years	9,5	2,3	2,0	2,6	7,5	2,3	-	-	2,6	1,1	4,2	0,0
from 15 to 24 years	99,1	24,1	11,7	14,8	87,4	26,3	15,5	5,9	7,5	1,8	13,5	7,3
from 25 to 34 years	93,5	22,7	17,2	21,8	76,3	22,9	70,0	26,5	6,4	2,4	10,5	7,0
from 35 to 44 years	64,2	15,6	16,3	20,7	47,9	14,4	52,1	19,7	4,3	2,2	6,5	4,7
from 45 to 54 years	64,2	15,6	14,3	18,1	49,9	15,0	56,3	21,3	4,0	1,8	6,3	4,8
from 55 to 64 years	41,2	10,0	8,7	11,0	32,5	9,8	35,2	13,3	2,9	1,2	4,5	3,3
65 years and more	39,7	9,7	8,8	11,1	31,0	9,3	35,3	13,4	1,9	1,0	2,7	2,2
15 years and more	402,0	97,7	77,0	97,4	324,9	97,7	264,6	100,0	4,3	1,7	6,8	4,3
from 18 to 44 years	235,8	57,3	42,1	53,3	193,7	58,3	137,7	52,0	6,1	2,2	10,0	6,0
Social groups												
Social Group 1	47,9	11,6	9,0	11,3	38,9	11,7	28,6	10,8	3,6	1,3	6,1	3,8
Social Group 2	50,8	12,3	11,8	14,9	39,0	11,7	28,5	10,8	5,1	2,5	7,5	4,8
Social Group 3	59,1	14,4	6,5	8,2	52,6	15,8	37,4	14,1	4,8	1,2	7,8	4,8
Social Group 4	56,1	13,6	13,0	16,4	43,2	13,0	35,7	13,5	4,7	2,2	7,0	4,9
Social Group 5	52,8	12,8	10,7	13,6	42,1	12,7	37,5	14,2	5,3	2,0	9,3	6,2
Social Group 6	56,9	13,8	10,0	12,7	46,9	14,1	36,1	13,7	4,5	1,6	7,4	4,2
Social Group 7	44,8	10,9	10,7	13,6	34,1	10,2	32,1	12,1	3,6	1,7	5,7	3,8
Social Group 8	31,3	7,6	5,0	6,3	26,4	7,9	25,3	9,5	2,5	0,9	3,8	2,7
don't know	11,7	2,9	2,4	3,0	9,4	2,8	3,4	1,3	4,6	2,1	6,4	3,8

Readership Survey 2016-2017, Copyright CIM.

A

The CIM guarantees the validity of the given data. The CIM cannot guarantee the results of any subsequent processing.

Flair NL Readership Survey 2016-2017												
Flair NL												

Flair NL

Total Brand (Paper+PDF+App+Site)

	Reach Indicators								%Coverage			
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	%Coverage			
Total readers	1.451,4	100,0	358,7	100,0	1.092,7	100,0	938,4	100,0	14,9	7,6	22,0	15,2
Readers last period	471,4	32,5	85,3	23,8	386,1	35,3	288,2	30,7	4,8	1,8	7,8	4,7

* Executive management = upper management, liberal professions, big commerce, industrial and freelance 6+

** Artisan, small merchant, farmer = small commerce, artisan, industrial and freelance 5-, farmer

Readership Survey 2016-2017, Copyright CIM.

The CIM guarantees the validity of the given data. The CIM cannot guarantee the results of any subsequent processing.

C

Flair FR+Flair NL

 Universe National
 Periodicity Weekly

Paper + Digital

Universe	9.721,90		4.746,70		4.975,20		6.186,00					
Reach Indicators												
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	%Coverage			
Total readers	2.264,0	100,0	536,1	100,0	1.727,9	100,0	1.535,8	100,0	23,3	11,3	34,7	24,8
Loyal readers	299,8	13,2	50,6	9,4	249,2	14,4	202,1	13,2	3,1	1,1	5,0	3,3
Primary readers	706,1	31,2	69,0	12,9	637,1	36,9	519,2	33,8	7,3	1,5	12,8	8,4
Secondary readers	386,0	17,0	178,6	33,3	207,4	12,0	190,3	12,4	4,0	3,8	4,2	3,1
Tertiary readers	1.171,9	51,8	288,5	53,8	883,4	51,1	826,3	53,8	12,1	6,1	17,8	13,4
Readers last period	671,4	29,7	127,6	23,8	543,8	31,5	446,5	29,1	6,9	2,7	10,9	7,2
Reach Accumulation												
Readers 1 issue	671,4	100,0	127,6	100,0	543,8	100,0	446,5	100,0	6,9	2,7	10,9	7,2
Readers 2 issues	990,7	147,5	196,1	153,7	794,5	146,1	663,3	148,6	10,2	4,1	16,0	10,7
Readers 4 issues	1.357,0	202,1	282,1	221,0	1.074,9	197,7	915,0	204,9	14,0	5,9	21,6	14,8
Readers 6 issues	1.578,9	235,2	338,4	265,2	1.240,4	228,1	1.068,0	239,2	16,2	7,1	24,9	17,3
Readers 9 issues	1.789,2	266,5	395,3	309,7	1.393,9	256,3	1.212,6	271,6	18,4	8,3	28,0	19,6
Readers 12 issues	1.922,8	286,4	433,3	339,5	1.489,5	273,9	1.304,0	292,1	19,8	9,1	29,9	21,1
Gross contacts	671,4		127,6		543,8		446,5					
Confidence interval												
min.	623,3	92,8	106,2	83,2	501,2	92,2	407,2	91,2	6,4	2,2	10,1	6,6
Readers last period	671,4	100,0	127,6	100,0	543,8	100,0	446,5	100,0	6,9	2,7	10,9	7,2
max.	719,6	107,2	149,0	116,7	586,3	107,8	485,8	108,8	7,4	3,1	11,8	7,9
Profile	671,4	100,0	127,6	19,0	543,8	81,0	446,5	66,5				
Structure readers last period												
Readers last period	671,4	100,0	127,6	100,0	543,8	100,0	446,5	100,0				
Gender												
Men	127,6	19,0	127,6	100,0	-	-	58,6	13,1	2,7	2,7	0,0	2,6
Women	543,8	81,0	-	-	543,8	100,0	387,9	86,9	10,9	0,0	10,9	9,9
CIM Language												
Dutch	400,2	59,6	76,8	60,2	323,4	59,5	261,6	58,6	7,4	2,9	11,7	7,7
French	271,2	40,4	50,9	39,8	220,4	40,5	184,9	41,4	6,3	2,5	9,9	6,7
Interviewed person's age												
from 12 to 14 years	15,6	2,3	2,6	2,0	13,0	2,4	-	-	4,3	1,4	7,3	0,0
from 15 to 24 years	148,0	22,0	18,5	14,5	129,5	23,8	26,4	5,9	11,3	2,8	20,0	12,5
from 25 to 34 years	141,7	21,1	28,3	22,2	113,5	20,9	107,2	24,0	9,8	3,9	15,6	10,7
from 35 to 44 years	116,8	17,4	25,4	19,9	91,4	16,8	98,5	22,1	7,9	3,4	12,4	8,9
from 45 to 54 years	116,2	17,3	25,7	20,2	90,4	16,6	99,4	22,3	7,2	3,2	11,4	8,4
from 55 to 64 years	74,9	11,2	16,3	12,8	58,6	10,8	63,6	14,2	5,2	2,3	8,1	5,9
65 years and more	58,3	8,7	10,8	8,5	47,5	8,7	51,5	11,5	2,8	1,2	4,1	3,2
15 years and more	655,8	97,7	125,0	98,0	530,8	97,6	446,5	100,0	7,0	2,7	11,1	7,2
from 18 to 44 years	371,0	55,3	65,9	51,6	305,1	56,1	231,2	51,8	9,6	3,4	15,8	10,0
Social groups												
Social Group 1	72,0	10,7	13,0	10,2	59,0	10,8	43,8	9,8	5,5	1,9	9,2	5,8
Social Group 2	82,7	12,3	15,5	12,2	67,2	12,4	51,8	11,6	8,4	3,3	12,9	8,8
Social Group 3	106,8	15,9	18,0	14,1	88,9	16,3	69,6	15,6	8,8	3,3	13,2	8,9
Social Group 4	91,2	13,6	20,1	15,8	71,1	13,1	58,8	13,2	7,6	3,5	11,5	8,1
Social Group 5	85,7	12,8	16,7	13,1	69,1	12,7	61,8	13,8	8,6	3,1	15,2	10,2
Social Group 6	82,1	12,2	15,5	12,2	66,6	12,3	54,3	12,2	6,5	2,5	10,6	6,3
Social Group 7	75,9	11,3	16,5	12,9	59,3	10,9	56,9	12,7	6,1	2,6	10,0	6,7
Social Group 8	56,1	8,4	8,3	6,5	47,8	8,8	44,0	9,9	4,5	1,5	6,9	4,7
don't know	18,8	2,8	3,9	3,1	14,9	2,7	5,6	1,3	7,3	3,5	10,1	6,3

Readership Survey 2016-2017, Copyright CIM.

A

The CIM guarantees the validity of the given data. The CIM cannot guarantee the results of any subsequent processing.

Flair FR+Flair NL

Base	9.721,90		4.746,70		4.975,20		6.186,00					
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	%Coverage			
Structure readers last period												
Readers last period	671,4	100,0	127,6	100,0	543,8	100,0	446,5	100,0				
Nielsen areas												
Nielsen 1	152,8	22,8	27,2	21,3	125,6	23,1	103,3	23,1	6,6	2,4	10,6	7,1
Nielsen 2	240,5	35,8	44,7	35,0	195,8	36,0	158,6	35,5	7,7	2,9	12,4	8,1
Nielsen 3 D	13,9	2,1	7,2	5,6	6,7	1,2	4,1	0,9	9,4	8,0	11,5	5,2
Nielsen 3 FR	40,0	6,0	7,1	5,5	32,9	6,0	24,5	5,5	3,9	1,5	6,0	3,6
Nielsen 3 D + FR	53,9	8,0	14,2	11,2	39,6	7,3	28,6	6,4	4,6	2,5	6,5	3,8
Nielsen 4	107,0	15,9	20,7	16,2	86,4	15,9	72,9	16,3	7,2	2,9	11,1	7,8
Nielsen 5	117,1	17,4	20,7	16,2	96,4	17,7	83,1	18,6	7,3	2,6	11,7	7,8
Provinces												
Antwerp	124,4	18,5	25,4	19,9	99,0	18,2	82,3	18,4	7,9	3,3	12,4	8,1
West Flanders	61,8	9,2	8,9	7,0	52,9	9,7	41,1	9,2	5,9	1,7	10,0	6,3
East Flanders	91,1	13,6	18,3	14,4	72,7	13,4	62,3	13,9	7,1	2,9	11,1	7,6
Limburg	64,5	9,6	10,6	8,3	53,9	9,9	43,7	9,8	8,5	2,8	14,2	9,5
Hainaut	91,9	13,7	16,7	13,1	75,2	13,8	61,7	13,8	8,0	3,0	12,6	8,6
Liège	57,3	8,5	9,9	7,8	47,4	8,7	40,3	9,0	6,0	2,2	9,7	6,5
Luxembourg	20,9	3,1	4,9	3,9	16,0	2,9	13,9	3,1	8,8	4,2	13,2	9,3
Namur	38,9	5,8	5,9	4,6	33,0	6,1	28,9	6,5	9,2	2,9	15,2	10,1
Brussels 19	39,2	5,8	7,1	5,5	32,1	5,9	24,0	5,4	3,9	1,5	6,3	3,6
Flemish Brabant	66,3	9,9	15,9	12,5	50,4	9,3	37,1	8,3	6,8	3,4	10,1	6,3
Walloon Brabant	15,2	2,3	4,0	3,1	11,2	2,1	11,2	2,5	4,4	2,4	6,3	5,1
New habitats CIM												
New Antwerp CIM	50,5	7,5	11,3	8,9	39,2	7,2	37,2	8,3	8,0	3,7	12,2	8,4
New Ghent CIM	13,9	2,1	3,0	2,4	10,8	2,0	9,5	2,1	5,5	2,5	8,5	5,5
New Brussels CIM	65,2	9,7	16,2	12,7	49,0	9,0	36,8	8,2	4,9	2,5	7,1	4,3
New Liège CIM	26,7	4,0	4,4	3,5	22,3	4,1	18,5	4,1	6,5	2,2	10,4	6,4
New Charleroi CIM	16,0	2,4	0,3	0,3	15,7	2,9	12,7	2,8	6,4	0,3	12,1	7,9
New cities Flanders CIM (n=30)	102,8	15,3	18,1	14,2	84,7	15,6	68,8	15,4	7,5	2,7	12,0	7,7
New cities Wallonia CIM (n=13)	57,6	8,6	13,2	10,3	44,5	8,2	40,9	9,2	8,1	3,8	11,9	8,6
New urban total CIM (n= 48)	332,7	49,6	66,5	52,1	266,2	49,0	224,3	50,2	6,7	2,8	10,4	6,8
New non urban Flanders CIM	217,7	32,4	38,4	30,1	179,2	33,0	140,4	31,4	7,0	2,5	11,5	7,6
New non urban Wallonia CIM	121,0	18,0	22,7	17,8	98,3	18,1	81,9	18,3	7,2	2,8	11,5	7,9
Habitants CIM												
Habitant central city	148,8	22,2	25,0	19,6	123,8	22,8	110,8	24,8	7,2	2,5	11,8	7,8
Habitant periphery	118,7	17,7	27,8	21,8	90,9	16,7	71,2	16,0	5,9	2,9	8,7	5,4
Habitant suburbs	87,1	13,0	17,1	13,4	70,0	12,9	57,4	12,9	6,3	2,5	10,1	6,7
Habitant dormitory city	141,9	21,1	25,4	19,9	116,4	21,4	94,3	21,1	7,2	2,7	11,4	7,9
Habitant other municipalities	175,1	26,1	32,4	25,4	142,7	26,2	112,8	25,3	7,6	2,8	12,3	8,1
Interviewed person's profession												
Executive management *	9,9	1,5	4,2	3,3	5,8	1,1	6,4	1,4	4,2	2,6	7,6	4,1
Middle Management	16,0	2,4	4,4	3,4	11,6	2,1	12,4	2,8	4,5	1,9	9,5	5,7
Artisan, small commerce, farmer **	22,2	3,3	8,6	6,8	13,6	2,5	15,4	3,5	5,3	3,1	9,3	5,8
Employee	244,7	36,4	37,1	29,0	207,6	38,2	190,9	42,8	10,6	4,1	14,9	11,3
Worker	90,5	13,5	29,7	23,3	60,8	11,2	71,9	16,1	7,2	3,4	15,9	9,0
Housewife	32,2	4,8	-	-	32,2	5,9	30,4	6,8	6,6	0,0	6,8	6,7
Retired	67,4	10,0	16,0	12,6	51,4	9,5	58,6	13,1	2,9	1,5	4,2	3,3
Unemployed	29,0	4,3	2,7	2,1	26,4	4,9	21,4	4,8	6,1	1,0	12,2	6,3
Student	131,4	19,6	19,4	15,2	112,0	20,6	17,6	3,9	9,3	2,8	15,6	10,8
Other non-active	27,9	4,2	5,5	4,3	22,4	4,1	21,5	4,8	6,1	2,4	9,8	6,2
Interviewed person's professional status												
With professional activity	383,3	57,1	84,0	65,8	299,3	55,0	297,0	66,5	8,4	3,4	14,1	9,5
Interviewed person's education level												
Never, Primary or lower secondary	153,4	22,8	29,4	23,0	124,0	22,8	82,9	18,6	5,2	2,0	8,2	5,1
Higher secondary	295,4	44,0	60,0	47,0	235,3	43,3	197,1	44,2	8,0	3,2	12,9	8,2
Bachelor or Master	222,7	33,2	38,2	29,9	184,5	33,9	166,4	37,3	7,3	2,7	11,2	7,7

Readership Survey 2016-2017, Copyright CIM.

The CIM guarantees the validity of the given data. The CIM cannot guarantee the results of any subsequent processing.

Flair FR+Flair NL

Total Brand (Paper+PDF+App+Site)

	Reach Indicators								%Coverage			
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	%Coverage			
Total readers	2.373,2	100,0	563,8	100,0	1.809,4	100,0	1.585,7	100,0	24,4	11,9	36,4	25,6
Readers last period	749,1	31,6	135,9	24,1	613,2	33,9	480,8	30,3	7,7	2,9	12,3	7,8

* Executive management = upper management, liberal professions, big commerce, industrial and freelance 6+

** Artisan, small merchant, farmer = small commerce, artisan, industrial and freelance 5-, farmer

Readership Survey 2016-2017, Copyright CIM.

C

The CIM guarantees the validity of the given data. The CIM cannot guarantee the results of any subsequent processing.

Flair nl

Periodicity

Weekly

Language

NL

Universe

National

Number of issues

52

Readers (CIM NRS 16-17)


Total Reach of total Brand	1.451.367
AIR Brand	471.361
AIR Websites	101.941
AIR Print + Digital versions	411.480

Surfers (CIM internet June '16-May '17)


Website avg. daily surfers (Real Users)	83.339
Apps avg. daily unique browsers	-

Circulation (June '16-May '17)


Print run	70.612
Paid copies (>50%)	40.243
Paid subscriptions (>50%)	7.875
Paid affiliates (incl. in membership)	-
Paid other*	1.154
Free push	497
Free pull	-
Other distribution (differed & raw pull)	-
Paid digital circulation	131

* Average price Paid Others: = 0 €

The CIM guarantees the validity of the given data, not of any processing they may be subsequently used for.

Flair (VL)

Flair is de mentor voor jonge vrouwen op zoek naar hun eigen identiteit



Taal	Nederlands
Verschijningsdag	Dinsdag
Periodiciteit	Wekelijks
Oprichtingsjaar	1980
Hoofredacteur	Frederik De Swaef

Lezers laatste periode*	411.500
Dekking op taaluniversum*	7,3%
Gemiddelde oplage**	70.612
Betaalde verspreiding**	49.272

* CIM 2016-2017/1 papier+digitaal, 12+ nationaal
** CIM Echtverklaring 2016 juni 2016 - mei 2017

Het merk

Flair magazine is er elke week met verrassende tips rond de nieuwste mode, hippe make-up, de meest trendy hotspots en haalbare snel klaar-recepten, opgeleukt met persoonlijke getuigenissen en make-overs van Flair lezeressen.

Flair neemt geen blad voor de mond en kaart alle actuele thema's aan die vrouwen van vandaag boeien. Bovendien zorgt het magazine regelmatig voor leuke verrassingen zoals weekendjes weg, restaurants aan superlage prijzen en leuke goodies. Flair, dat is zoveel in één blad!

Flair is eigenzinnig, spontaan, verrassend, toegankelijk en positief. Het energieke merk biedt haar sterke community via print, online, sociale media, Shedeals, events,... op een interactieve manier een houvast om het beste uit het leven te halen!

Key insights

Redenen om voor Flair te kiezen

1. Flair is hét **multimediaal platform** bij uitstek voor **jonge vrouwen tussen 18 en 34 jaar**. Ze vinden er alle informatie en inspiratie op maat van hun leefwereld.
2. Met een sterke online community staat interactiviteit centraal in de Flair-beleving: zo'n 3 miljoen unique browsers per maand voor de website, meer dan 300.000 followers nationaal op Facebook, 75.000 volgers op Instagram en meer dan 21.000 op Twitter.
CIM internet 2017
3. Flair magazine (VL + FR) heeft een oplage van 115.726 ex nationaal, **bereikt** wekelijks **671.400 personen** en bereikt 1 vrouw op 5 tussen 15 en 34 jaar (sel.256).
** CIM 2016-2017/1 papier+digitaal, nationaal*
4. De altijd vernieuwende en relevante content zorgt voor een sterke verbondenheid van de Flair-lezeres met haar lijfblad. Flair behoort tot één van de sterkste mediamerken van België als het gaat over **media en advertising engagement**.

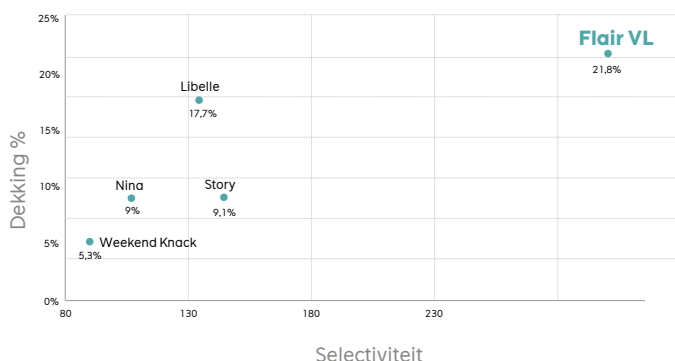
Sanoma Propriety Research, Engagement research 2013

5. Flair vrouwen zijn echte merkambassadeurs. Zij zijn belangrijke influencers op het gebied van mode (60%), beauty (59,2%) en food (46,2%).
CIM TGM 2015, papier+digitaal, nationaal
6. Ook de typische **Flair pocket-formule** garandeert keer op keer grote direct response.
7. Flair biedt vele verschillende **advertentiemogelijkheden op maat** aan. Want een verleidelijk aanbod in de juiste context met op maat gemaakte content leidt altijd naar meetbare verkoopsresultaten. Online Fashion partnership en de FlairHair-webapp zijn hier goede voorbeelden van.
8. Flair **Shedeals** biedt de mogelijkheid om exclusieve deals voor te stellen en zo doelgericht de meest relevante doelgroepen in uw regio te bereiken.
9. Via **Magstore** kan de lezeres Flair ook op tablet lezen.

sanoma

De competitieve omgeving

Kerdoelgroep: vrouwen, 15-34 jaar
Universum: 722.800 personen



Bron: CIM 2016-2017/1 papier+digitaal, noord

De belangrijkste doelgroepen

	% Profiel	Selectiviteit
Vrouwen, 15-34 jaar, actief	21,4	306
Vrouwen, 15-34 jaar, sociale groepen 1-4	22,9	293
Vrouwen, 15-34 jaar, hoger opgeleid	16,8	308
VVA, 15-34 jaar	21,4	188

Bron: CIM 2016-2017/1 papier+digitaal, noord

De prijslijst

Formaat	BxH in mm	Tarief
2/1	aflopend 412 x 265	€ 20 200,00
1/1	aflopend 206 x 265	€ 10 100,00
1/2 verticaal	aflopend 100 x 265	€ 6 060,00
1/2 horizontaal	aflopend 206 x 130	€ 6 060,00
1/4 verticaal	niet-aflopend 42 x 245	€ 3 787,50
1/4 vierkant	niet-aflopend 90 x 120	€ 3 787,50
Panoramisch	aflopend 412 x 130	€ 13 332,00
2e cover		€ 13 130,00
3e cover		€ 11 110,00
4e cover		€ 14 140,00

Digital

Al onze digitale en crossmedia tarieven zijn terug te vinden op <http://advertising.sanoma.be/nl/digital-ratecard>

De kalender

Verschijningsdag	Deadline Reservatie	Deadline Materiaal
Dinsdag	15 werkdagen	10 werkdagen

De technische info

Aanlevering materiaal via Ad4All door middel van automatische uploadmails. Gelieve 1 PDF file/pag aan te maken volgens de Medibel + v7 standaard (GWG_MagazineAds_1v4). Steeds voorzien van snijlijnen. Bij aflopende advertenties ook 5 mm afloop aan elke zijde voorzien. Niet aflopend tekst- en/of beeldmateriaal moet min. 5 mm van de rand verwijderd zijn. Voor 2/1 advertenties, levert u 2 x 1/1 pagina.

Meer info op <http://advertising.sanoma.be/nl/technical-info>

Contact

Sales manager

Contacteer uw sales verantwoordelijke voor meer info
+32 15 67 80 22 | advertising.be@sanoma.com

Technische informatie Ad4All

+32 15 67 80 60 | be.ads@sanoma.com

Meer info op <http://advertising.sanoma.be>

FACTS AND FIGURES



SAMPLE
50,861

50,861 women and men aged 14–99
(representative target groups of the
countries' populations)



COUNTRIES
45

Asia: China, India, Japan, Korea, Malaysia,
Taiwan, Thailand, and Vietnam
Europe: Austria, Belgium, Bulgaria, Croatia,
Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France,
Germany, Great Britain, Greece, Hungary, Ireland,
Italy, Latvia, Lithuania, Netherlands, Poland, Portugal,
Romania, Slovakia, Slovenia, Spain, and Sweden
Latin America: Brazil, Colombia and Mexico
North America: USA and Canada

Due to geographical or political reasons, Australia, Norway,
Russia, South Africa, Switzerland, Turkey and the Ukraine
cannot be referred to a specific region and are therefore
only part of the global average



EDITION
7th



FIELDWORK
April to June 2016



METHOD

Face-to-face/
telephone interviews



INSTITUTE

GfK Nuremberg, Germany

POSITIVE ATTITUDE AND ENTREPRENEURIAL POTENTIAL

QUESTION 1: How do you see entrepreneurship and can you imagine starting a business?

ANSWERS:

- Positive attitude towards entrepreneurship.
- Entrepreneurial potential (respondents who can imagine starting a business).

AVERAGE GLOBAL



KEY FINDINGS: Again this year, respondents globally have a positive attitude towards entrepreneurship. Their entrepreneurial potential also stays at an encouraging level. The next page displays the results of the participating countries in descending order of the positive attitude.