

EMILIE SOBELS

# **the self-made guide**

**Hét businessboek van en voor vrouwen  
die hun eigen regels voor succes bepalen**

Spectrum

# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	7
<b>Roxeanne Hazes:</b>	11
‘Je moet toch gewoon hardop kunnen zeggen dat je je kut voelt?’	
<b>Ineke Kooistra:</b>	17
‘Een bedrijf groeit niet omdat jij als leider zo geweldig bent.’	
<b>Lucy Woesthoff:</b>	24
‘Wij kiezen voor visie en gevoel, in plaats van alleen commercie.’	
<b>Column – Over the big why</b>	30
In gesprek met een expert: <b>Pacelle van Goethem</b> over overtuigingskracht en presentatie	33
<b>Nancy Poleon:</b>	40
‘Grijze muisjes hebben geen carrière.’	
<b>Mayra Louise de Wilde:</b>	46
‘Durf comfortabel te zijn met het oncomfortabele.’	
<b>Column – Over gewoon dóén</b>	53
<b>Madeleijn van den Nieuwenhuizen:</b>	56
‘We zijn allemaal wel op een bepaalde manier seksistisch, racistisch of anderszins discriminerend.’	
<b>Marlies Dekkers:</b>	64
‘Tot mijn laatste snik hoop ik andere vrouwen te kunnen stimuleren meer zelfvertrouwen te hebben.’	
<b>Column – Over grenzen aangeven</b>	71
In gesprek met een expert: <b>Ingrid van Alphen</b> over taal en gendergelijkheid	74
<b>Leticia Gonzalez-Reyes:</b>	81
‘Er is geen enkel excuus om stil te blijven staan.’	

<b>Claudia Zuiderwijk:</b>	<b>88</b>
‘Een toppositie geeft je de invloed om de dingen te doen waarin jij gelooft.’	
<b>Column – Over het uitbreiden van je bedrijf</b>	<b>95</b>
<b>Alice Mahran:</b>	<b>100</b>
‘We hebben elkaar nodig om succesvol te zijn.’	
In gesprek met een expert: <b>Esther van Fenema</b> over de definitie van succes	<b>107</b>
<b>Mona Keijzer:</b>	<b>114</b>
‘Als we geen gebruik maken van de diversiteit in onze samenleving, laten we kansen liggen met elkaar.’	
<b>Column – Over de balans tussen werk en privé</b>	<b>121</b>
<b>Feride Tosun:</b>	<b>123</b>
‘Ik ben van de pittige en harde aanpak. Geen genade.’	
<b>Caroline Glasbergen:</b>	<b>129</b>
‘Inspiratie is belangrijk en waardevol, maar de echte lessen zitten in actie.’	
<b>Column – Over jezelf als merk</b>	<b>136</b>
In gesprek met een expert: <b>Charlotte Labee</b> over het brein	<b>141</b>
<b>Eveline Wu:</b>	<b>147</b>
‘Als de kans komt, moet je hem pakken.’	
<b>Naz Kawan:</b>	<b>154</b>
‘Voor mij is succes iets doen wat de wereld een stukje mooier maakt.’	
<b>Column – Over tegenslagen</b>	<b>161</b>
<b>Yara Michels:</b>	<b>165</b>
‘Ik ben iemand die altijd nieuwe ideeën heeft en snel iets in gang kan zetten.’	
<b>Kristina Barricelli:</b>	<b>172</b>
‘Ik houd ervan om te winnen.’	
<b>Tot slot, wat is self-made?</b>	<b>179</b>
<b>Dankwoord</b>	<b>183</b>

# VOORWOORD

Eind 2018 liep ik een afspraak uit toen mijn telefoon ging. En met dat telefoontje stortte mijn wereld compleet in. Ik kreeg te horen dat mijn goede vriend, voorbeeld en ondernemersheld betrokken was bij een kite-ongeluk in Brazilië en dat hij in coma lag. De vooruitzichten waren slecht. Een week later werd dat bevestigd door het droevige nieuws dat hij het niet had overleefd. Het verdriet beheerste in de maanden die volgden mijn leven compleet: het haalde me uit mijn concentratie, teisterde me in mijn slaap en bracht me volledig van mijn pad. En dat terwijl ik afstevende op dat wat mijn grootste project ooit zou worden: The Self-Made Summit. Een businessevent met meer dan twintig sprekers, drie podia en vijfhonderd bezoekers. De trein denderde onverminderd voort, ik moest door. En hoe graag ik ook zou willen dat ik deze heel verdrietige episode uit mijn herinnering kon wissen, nu ik er op terugkijk heeft het me ook mooie inzichten gebracht.

Zes jaar lang werkten we elke dag samen, zij aan zij. Ik in het begin als 21-jarige student, hij als 29-jarige CEO en oprichter van een snelgroeiende techstart-up. Voordat ik het wist zat ik tot mijn ellebogen in de start-upwereld en ik genoot er met volle teugen van. Ik leerde me te pletter en elke dag was weer een nieuw avontuur, met hem als mentor aan mijn zijde. Dankzij zijn vertrouwen in mij, groeiden mijn zelfvertrouwen en mijn carrière. Ik voelde me een echte ondernemer, ook al was ik in dienst en kan ik achteraf stellen dat er zoveel meer bij ondernemen komt kijken dan ik destijds dacht. Ik zie het nu als een periode van ondernemen met zijwieltjes. Na bijna zes jaar was het tijd om op eigen benen te staan, ik zegde mijn contract op en ging mijn eigen start-up bouwen: Hashtag Workmode was een feit. In deze *coworking space*, waar ik werkplekken verhuur aan vrouwelijke ondernemers, groeide mijn liefde voor het ondernemerschap nog meer. Voor ik het wist, was ik eigenaar van een concept met vijf vestigingen, een eigen businesscongres en had ik twee boeken op mijn naam staan.

De reden dat ik deze episode met je deel is je misschien nog onduidelijk. Echter, het verlies van mijn grote voorbeeld op het ondernemersvlak maakte me pijnlijk duidelijk hoe belangrijk rolmodellen zijn. Mensen tegen wie je opkijkt, van wie je kunt leren en die je vertrouwen schenken. En ook al verbaast het je misschien dat uitgerekend ik een mannelijk rolmodel had bij de start van mijn carrière, daar zijn twee simpele verklaringen voor. Allereerst: mannen kunnen vrouwen inspireren en vrouwen kunnen mannen inspireren. *I know, shocker.* Maar laten we eerlijk zijn, dat is natuurlijk geen verrassing. Het feit dat dit boek barst van de bijzondere vrouwen en hun verhalen, kan net zo goed een bron van inspiratie zijn voor mannen. Toch is het misschien wel makkelijker om je te kunnen identificeren met iemand van hetzelfde geslacht. Het is niet voor niets dat als je vrouwen vraagt naar wie een grote inspiratiebron in hun leven is, ze vaak hun moeder noemen. Een andere verklaring voor het feit dat ik een mannelijk rolmodel had, was het gebrek aan vrouwelijke rolmodellen met zakelijk succes in mijn omgeving. Nog altijd is het aantal succesvolle vrouwen namelijk stukken minder zichtbaar dan het aantal succesvolle mannen. Die zichtbaarheid beïnvloedt de realiteit. Bij een directeur denk je waarschijnlijk aan een statige meneer, en niet aan een statige mevrouw. En bij CEO van een multinational? *Right.* Dat bedoel ik. Willen we hier verandering in brengen, dan zullen er meer vrouwelijke leiders moeten ontstaan. Dat gebeurt alleen als we de vrouwelijke leiders van vandaag meer zichtbaar maken. Want om een nieuwe generatie te inspireren, is het een voorwaarde om rolmodellen te hebben. Mensen die op je lijken, aan wie je je kunt spiegelen en die je mateloos fascineren. Want juist dát schenkt zelfvertrouwen, beïnvloedt je doorzettingsvermogen en draagt bij aan het geloof dat je de wereld eigenhandig kunt veroveren. Als zij het kan, kan ik het ook. *If you can see it, you can be it.* Dit principe werkt in alle lagen van diversiteit: alleen als we ook vrouwen met rondingen in reclames zien, er ook donkere modellen op de covers van modebladen staan en we meer etnische diversiteit terugzien in het medialandschap. En dus ook door de standaard van succesvol zakenwonder op te rekken van man naar vrouw. Daarmee zullen we die verandering een gezicht geven en vervolgens als een olievlek laten uitbreiden. Inspiratie is namelijk een belangrijke motor voor succes.

Als vrouwelijke ondernemer met een bedrijf dat zich ook precies met dat onderwerp bezighoudt, spreek ik vanzelfsprekend dagelijks talloze inspireren-

de vrouwen. In mijn eerste boek *Babe, you got this*. vroeg mijn toenmalige coauteur Martje Haverkamp mij, en met mij nog 22 rolmodellen, naar onze weg naar succes. Wat waren onze lessen, valkuilen en missers? Met als doel om een realistischer beeld te schetsen dan de plaatjes die we elke dag op sociale media voorgeschoteld krijgen, een puur beeld zonder filters. Want zoals ik je hiervoor ook al schetste, het zijn vaak de momenten van verdriet die inzichten met zich meebrengen. Ongetwijfeld sta jij, net als ik, bij een succesvolle mijlpaal alweer te trappelen om die succesladder een treetje verder te beklimmen. Daar is op zich niets mis mee, maar reflecteren, stilstaan bij dat succes en bepalen wat de lessen zijn die je eruit kunt leren, is misschien nog wel waardevoller dan de hele mijlpaal op zich. Maar na het schrijven van *Babe, you got this*. was mijn honger naar het delen van verhalen van succesvolle vrouwen nog lang niet gestild. Reden voor een eigen businessevent, The Self-Made Summit, waar die vrouwen een fysiek podium krijgen en hun lessen in reallife met je delen. Niet alleen voor ondernemers, maar voor álle vrouwen met ambitie. Voor vrouwen zoals jij.

Ik besloot dat The Self-Made Summit dé plek moest worden waar je in één dag zoveel inspiratie en waardevolle, concrete tips mee naar huis nam, dat je er nog een jaar op kon teren. En niet voor een exclusieve groep, maar beschikbaar voor alle vrouwen die weten wat ze in hun mars hebben en daar werk van willen maken. Of je nu van huis uit alle support krijgt die je nodig hebt, of je juist moet vrijvechten uit de situatie waarin je bent opgegroeid. Of je nu met een masterstudie op zak een fantastische functie hebt gescoord bij een groot kantoor en promotie na promotie binnensleept, of dat je eigenhandig jouw eigen business opzet. Of je nu in de top van het bedrijfsleven werkt of dat je eerst wilt leren bij een klein bedrijf en daarna een freelancecarrière wilt opzetten. Ongeacht het aantal jaren werkervaring dat je hebt, helpt The Self-Made Summit jou keuzes te maken die bepalend zijn voor jouw zakelijke leven. En dat dat onlosmakelijk verbonden is met jouw privéleven en met wie jij bent als persoon, komt ongetwijfeld voor jou niet uit de lucht vallen.

Maar met The Self-Made Summit rees ook een nieuwe vraag. Want wat is dat ‘self-made’ nu eigenlijk? Het is in elk geval een term die, bij gebrek aan een Nederlandse variant met dezelfde lading, inmiddels ook in de Van Dale is opgenomen, hetzij

zonder middenstreepje. Voor mij hangen er tal van positieve connotaties aan het woord, self-made. En toch was ik benieuwd hoe anderen daarnaar kijken. En daarom zat ik voor dit boek, *The Self-Made Guide*, eens aan de andere kant van de tafel en stelde ik deze vraag aan vrouwen die mij inspireren op verschillende vlakken in mijn leven. Vrouwen die zichzelf zijn, die weten wat ze willen en wat ze waard zijn. Want je kunt zelf een rolmodel zijn, en tegelijkertijd ook rolmodellen hebben. Het resultaat is het boek dat je nu in je handen hebt, vol inspiratie en tips. Soms is er overlap in de verhalen, maar je zult ook merken dat de regels waarnaar deze vrouwen leven, kunnen verschillen als dag en nacht. Neem hun waardevolle inzichten tot je en bepaal zelf van wie je welke adviezen aanneemt en welke adviezen je naast je neerlegt. Voel je gesterkt door hun verhalen, laat het je energie en motivatie geven en zet door. Als zij het kan, kun jij het ook. En onthoud dit: self-made ben je (gelukkig) nooit alleen.

# **‘Je moet toch gewoon hardop kunnen zeggen dat je je kut voelt?’**

## **ROXEANNE HAZES**

*Zangeres*

*De naam Hazes kennen we allemaal wel. Natuurlijk vanwege André Hazes, maar sinds een aantal jaren kennen we ook zijn dochter Roxeanne. Een zangeres met een heel eigen muziekgenre en daarnaast een sterke vrouw die er geen problemen mee heeft om haar kwetsbaarheid te tonen. Het heeft wel even geduurd voordat ze op dat punt kwam, maar ze doet nu wat ze écht leuk vindt en leeft naar eigen zeggen haar droom: ‘Mensen kopen nu echt een kaartje voor mij.’*

‘Ik heb tien jaar lang mijn vaders muziek gezongen en toen was ik er klaar mee. Ik zag er de lol niet meer van in. In eerste instantie wilde ik helemaal stoppen met muziek maken. Maar toen dacht ik: is het de muziek die ik niet meer leuk vind, of gaat het erom dat ik telkens weer het verhaal van iemand anders aan het vertellen ben? Ik kwam tot de conclusie dat het dat laatste was. Ik besloot mijn eigen verhaal te gaan delen, want ik heb zelf ook een aardige rugtas vol shit en ellende. Ik dook de studio in, zonder enig idee wat ik precies wilde maken. Het moest in elk geval iets zijn wat in Nederland nog niet gedaan werd. Dat wist ik wél.’

*Ik kan mij voorstellen dat dat heel lastig moet zijn geweest: losbreken van iets wat door velen van je wordt verwacht. En dan? Waar begin je als je niet weet wat je wilt, en eigenlijk alleen maar weet wat je niet meer wilt?*



**‘Ik had prima mijn  
vaders muziek kunnen  
blijven zingen en daar  
goed geld mee kunnen  
verdienen.’**

ROXEANNE HAZES

‘Het is heel spannend om weer helemaal vanaf nul te moeten beginnen. Ik heb al in alle grote zalen van Nederland gestaan en nu sta ik met mijn eigen muziek in zaaltjes voor maximaal duizend mensen te spelen. Na afloop krijg ik een biertje en klaar. Ik had prima mijn vaders muziek kunnen blijven zingen en had daar goed geld mee kunnen verdienen, maar voor mij is het de beste beslissing ooit geweest. Mijn vader heeft mij en mijn broertje altijd verteld dat je moet doen wat je leuk vindt. Hij wilde bijvoorbeeld altijd graag bluesmuziek maken. Na vele jaren in de muziek kreeg hij van de platenmaatschappij een cadeau. Hij mocht kiezen tussen een mooi jacht of een bluesplaat opnemen. Hij koos voor zijn droom. Die plaat heeft nooit succes gehad in Nederland, maar daar ging het ook niet om. Het is die mentaliteit – niet gaan voor status of rijkdom, maar voor je droom en wat je leuk vindt om te doen – die hij ons altijd heeft meegegeven. Daarin was hij een grote inspiratiebron. Er is een mooie quote die daar precies bij aansluit: “Succes is niet de sleutel naar geluk, maar geluk is wel de sleutel tot succes.” Het is precies dat; doen wat je leuk vindt, omringd door je dierbaren. Dat maakt je een rijk persoon.

Toen ik die knoop had doorgehakt, ben ik veel uren in de studio gaan maken. Dag in, dag uit schreef ik liedjes. Zo vond ik langzaam de juiste richting; een compleet andere dan die van het volkse meisje dat ik eerder was. Het ontwikkelen van een nieuw geluid was heel eng. Wat nou als mensen het niet goed zouden vinden? Een paar dierbare mensen zeiden tegen me: “Je moet er gewoon van uitgaan dat mensen het helemaal kut gaan vinden.” Dat heeft mij heel erg geholpen. Door er al van uit te gaan dat niemand het goed zou vinden, kon het alleen maar meevallen. Daarnaast was ik op dat moment heel erg ongelukkig. Ik was zoekende naar mezelf en ik had een gebroken hart. Ik zat op mijn dieptepunt en kon dus alleen nog maar omhoog.’

*Het is ook niet zo dat Roxeanne haar album zou kunnen verstoppen. Met haar bekende achternaam zou het sowieso opvallen. Dat is misschien een voordeel te noemen, maar het nadeel dat daaraan kleef, is dat iedereen er ook meteen wat van vindt. Doodeng lijkt me dat, zeker als je uitkomt met iets wat zo ontzettend persoonlijk is.*

‘Het uitbrengen van het album op zich was al een succes. Ik had alle liedjes zelf geschreven, was bij het hele proces betrokken geweest; ik had uiteindelijk iets

## JE WHY VINDEN DOE JE ZO

Heb je een nieuw businessidee, dan is het belangrijk om de why duidelijk voor ogen te krijgen om je idee goed in de markt te kunnen zetten. Het komt erop neer dat je weet en communiceert wat je vanbinnen drijft, in plaats van je te focussen op wat je precies verkoopt en hoe je dat gaat aanbieden. Iedereen die zich bij jouw bedrijf aansluit – of dat nou als medewerker, collega, klant, leverancier of partner is – moet zich kunnen identificeren met de why van jouw business. Het is dus belangrijk om mensen om je heen te verzamelen die zich aangetrokken voelen tot jouw why en hier samen met jou aan willen bouwen. Dat geldt ook net zo goed andersom: wanneer je solliciteert bij een bedrijf verdiep je dan in hun why en vraag jezelf ook af of deze bij jou past.

Vind je het moeilijk om antwoord te geven op de waarom-vraag van je businessidee of kan deze nog wel wat strakker? Bedenk dan wat de echte aanleiding was om jouw business op te tuigen. Was het iets waaraan je wilt bijdragen? Iets wat je miste in de wereld, iets waar je al jarenlang ‘werk’ van wilde maken? Als je op het punt staat om een eigen bedrijf te starten, schrijf dan op waarom je bedrijf er moet komen. Wat is volgens jou het bestaansrecht van jouw business? Zet al die gedachten schematisch op papier. Dit helpt je gedachten te ordenen en geeft vaak al meer inzicht.

## PACELLE VAN GOETHEM

*Over overtuigingskracht en presentatie*

**Pacelle van Goethem is expert als het gaat om het overtuigen van mensen. Ze vertelt hoe je als leider overtuigender kunt worden door middel van een aantal concrete tips.**

*Vind je het moeilijk om mensen 'mee' te krijgen met jouw ideeën? Is overtuigen niet helemaal jouw ding? Dan heb ik goed nieuws voor je. Overtuigingskracht en charisma zijn namelijk niet alleen weggelegd voor bijzondere mensen als de Obama's van deze wereld. Er is geen magisch gen. Je kunt het gewoon leren, zegt Pacelle van Goethem. Pacelle heeft jarenlang onderzoek gedaan naar overtuigingskracht en helpt mensen en organisaties zo overtuigend mogelijk te zijn: 'Als je verandering wilt, dwarse ideeën hebt of een leider bent, dan vraagt dat om maximaal charisma. Daar komen mensen voor bij mij. Om zichzelf en hun boodschap zo overtuigend mogelijk te maken.' Daar wil ik uiteraard alles van weten.*

### **Hoe ben je bij dit onderwerp terechtgekomen?**

'Ik was als kind heel verlegen. Ik zei nooit zoveel en áls ik al wat zei, dan begrepen mensen meestal niet waar ik het over had. Ik heb altijd met enorme bewondering en verbazing gekeken naar mensen die dat wel allemaal voor elkaar kregen. Ook wel met enige irritatie. Toen ik eenmaal ging studeren begon het me op te vallen dat mensen vaak genoeg niet per se iets slims zeiden terwijl we wel allemaal ademloos zaten te luisteren. Ik kom uit de medische hoek, ik ben spraak-, taal- en stempatholoog, en ben me door die interesse gaan specialiseren bij communicatiewetenschappen en psychologie om me te gaan verdiepen in het geheim van overtuigen en gedragsbeïnvloeding. Ik wilde het gewoon snappen! Ik ben eigenlijk twee dingen gaan onderzoeken. Het eerste is: wat kan neuropsychologisch verklaren dat wij soms ontvankelijk zijn voor mensen, organisaties en boodschappen, en soms niet? Oftewel: wat gebeurt er

in de hersenen? Ten tweede wilde ik best practices van zeer overtuigende mensen, organisaties en boodschappen onderzoeken. Wat kunnen we daarvan leren? Dit alles met als missie dat alle goede ideeën gehoord moeten worden. Er zijn zoveel geweldige ideeën op deze wereld die wij nooit horen omdat het iemand aan overtuigingskracht ontbreekt.’

### **Wat is de grootste misvatting als het om overtuigingskracht gaat?**

‘Dat mensen denken: je hebt het wel of je hebt het niet. Je bent een geboren Nelson Mandela of niet. Dat is gewoon niet zo. De x-factor kun je ook ontwikkelen. We zijn allemaal overtuigend als we ontspannen zijn, dat durf ik na jaren onderzoek wel te zeggen. Natuurlijk is wat je presenteert ook belangrijk, maar dat is alleen maar franje op het moment dat je je verhaal in een heel gespannen staat brengt. En het is een kunst om die ontspannen indruk te behouden op momenten dat anderen het bloed onder je nagels vandaan halen, bijvoorbeeld in een discussie, of als je zelf iets heel spannend vindt. Je hebt mensen die dat van nature gemakkelijker kunnen, maar je kunt het ook zeker leren.’

### **En hoe bedoel je dan precies ontspannen? Als in ‘in je bed liggen op zondag’ ontspannen? Of bedoel je meer op je gemak zijn?**

‘Om te kunnen overtuigen moet degene die spreekt, maar ook degene die luistert ontspannen zijn. Dat de luisteraar je vertrouwt en zich openstelt voor wat je te zeggen hebt. Dan heb je de mogelijkheid om te overtuigen. En als je zelf op je gemak bent, zal de luisteraar zich automatisch meer ontspannen. Dit heeft, zo blijkt, alles te maken met het voldoen aan de verwachtingen van degene die overtuigd wordt. Als we bij onze huisarts zijn, verwachten we bijvoorbeeld dat deze weet waar hij of zij het over heeft. Krijg je de indruk dat je huisarts niets weet, dan stel je je niet langer open voor wat hij of zij te zeggen heeft. Bij een huisarts heeft iedereen een heel duidelijk beeld, maar dat is bij heel veel situaties niet zo. Precies dát is zo ingewikkeld aan overtuigen. Je kunt niet in het hoofd van een ander kijken. Je weet niet wat de ander heeft meegemaakt, normaal vindt of verwacht. En zelfs vrienden hebben een bepaald beeld en verwachtingen van elkaar. Als je mensen wilt overtuigen, onderzoek dan dus eerst wat ze verwachten en sluit vervolgens jouw stijl van overtuigen daarop aan.’

**‘De wereld wacht op  
geweldige ideeën. Leer  
je overtuigingskracht  
kennen en laat je horen.’**

PACELLE VAN GOETHEM

## **Stijlen van overtuigen? Hoe zit dat precies?**

‘Ik werk met drie stijlen van overtuigen: Autoriteit, Vriend en Voorbeeld. Heel kort door de bocht: mensen gaan met je mee omdat ze vertrouwen op je expertise, omdat ze je sympathiek vinden of omdat ze je bijzonder vinden. Met alle drie de stijlen kun je mensen overtuigen, maar ben je een combinatie van alle stijlen dan ben je onweerstaanbaar. Mijn eerste vraag bij mijn lezingen is dan ook altijd: Hoe zien mensen jou? Ga het maar vragen aan de mensen die naast je zitten. Wat is hun eerste indruk van jou op basis van zaken als je stem, je kleding, je houding en je gedrag? Maar vraag het ook aan mensen die je goed kennen: wat is mijn reputatie, mijn imago? Want een tweede indruk kan compleet verschillen van een eerste. Met die informatie kunnen we dan samen verder gaan kijken in welke stijl je al valt en wat jij in je hebt dat jou meer van de overige stijlen geeft.’

## **DE DRIE STIJLEN VAN OVERTUIGEN**

Je kunt jouw overtuigingskracht verbeteren door aan te sluiten bij de verwachtingen van de ander(en) en daarmee vertrouwen te winnen als een Autoriteit, Vriend of Voorbeeld. Kijk hoe anderen jou zien en bepaal wat jouw stijl is. Breid die vervolgens uit met de twee andere stijlen.

**Autoriteit:** iemand die we vertrouwen, omdat we hem of haar zien als expert en iemand met invloed. We voelen ons bij deze persoon op ons gemak, omdat ze de leiding lijken te hebben en weten wat het beste is.

**Vriend:** iemand wiens mening wij respecteren, omdat we erop vertrouwen dat hij of zij het beste met ons voorheeft.

**Voorbeeld:** iemand die we op een bepaalde manier als speciaal beschouwen. Bijvoorbeeld omdat hij of zij uniek, creatief, stimulerend of gewoon anders is. We vertrouwen erop dat hij of zij weet wat *hip*

# ‘Voor mij is succes iets doen wat de wereld een stukje mooier maakt.’

## NAZ KAWAN

*Founder A Beautiful Mess*

*Wat begon als een vurige droom om de mode-industrie duurzamer te maken, is inmiddels een sterk groeiende social enterprise geworden. Met haar textielatelier A Beautiful Mess produceert Naz Kawan alleen duurzame producten. Dat doet ze niet alleen lokaal, maar daarmee helpt ze ook mensen met een achtergrond als vluchteling aan werk als kleermaker. Bedrijven als De Bijenkorf en Ace & Tate weten inmiddels de weg naar A Beautiful Mess te vinden en daarmee lijkt Naz' beoogde revolutie in de mode-industrie in gang gezet.*

‘Mode vond ik toen ik jong was al heel erg interessant. Het ging me niet alleen om de esthetische kant van leuke jurkjes, maar ik was ook nieuwsgierig naar hoe de *supply chain* eruitzag. Waar worden de spullen gemaakt en door wie? Ik kwam er al snel achter wat de lelijke waarheid daarachter eigenlijk is. De mode-industrie is de op één na grootste vervuiler van het klimaat, maar het probleem is groter dan alleen het duurzame aspect. Er kloppen heel veel dingen niet. Denk aan hoe zaken georganiseerd zijn, de politiek, de grote spelers in de markt, de tientallen collecties die jaarlijks aan de lopende band worden geproduceerd en het sociale, ethische aspect van mensen die voor die *fast fashion* slecht worden behandeld en betaald. Hoe de mode-industrie nu georganiseerd is, heeft effect op heel veel mensen en landen. Ik kon en wilde mijn ogen daar niet voor sluiten. Ik moest daar iets aan doen.’



*Het is tien jaar geleden; Naz was pas zeventien. Ik vind het al bewonderenswaardig dat je op zo'n jonge leeftijd zo betrokken bent, maar Naz gaat nog een stap verder. Ze is vastbesloten om haar steentje bij te dragen aan de oplossing van een duurzamere mode-industrie.*

‘Het werd mijn doel om een textielfabriek op te zetten. Ik ben branding gaan studeren aan het Amsterdam Fashion Institute en daarna heb ik bedrijfseconomie gestudeerd, met *entrepreneurship* als specialisatie. Tijdens mijn studie ben ik onderzoek gaan doen naar circulaire economische oplossingen en keek ik naar de mogelijkheden van lokale productie. Toen nog met het doel om te verduurzamen. Gedurende mijn onderzoek kreeg ik interesse om samen te gaan werken met het talent dat onder vluchtelingen te vinden is. Deze doelgroep trok mijn aandacht omdat ik zelf ook een vluchtelingenachtergrond heb. Op mijn derde ben ik samen met mijn moeder en mijn zusje vanuit Irak gevlucht. Ik heb van dichtbij meegemaakt hoe moeilijk het voor mijn moeder was om hier een nieuw bestaan op te bouwen. Daarnaast wist ik dat in bijvoorbeeld Syrië de textielindustrie heel groot is en er dus veel vakmensen met de vluchtelingenstroom naar Nederland moesten zijn gekomen. Ik onderzocht of ik dat wellicht kon combineren met mijn doel: een textielfabriek. Ik vond Stichting Refugee Company, een stichting die vluchtelingen ondersteunt, en ging zonder afspraak langs om eens te informeren. Toen ik daar een aantal naaimachines in de ruimte zag staan, viel voor mij alles op zijn plek. Dit was waar ik al die tijd naar op zoek was geweest. Het maakt de cirkel rond, want dit voelt voor mij, met mijn achtergrond, ook als iets terugdoen. Ik kan dus niet alleen een verandering in de mode teweegbrengen, maar ook vluchtelingen hun waardigheid teruggeven. Het menselijke aspect in de mode-industrie terugbrengen. Eerlijkheid en gelijkwaardigheid zijn altijd al belangrijke drijfveren geweest en dat kwam nu allemaal samen.

Na wat experimenten ben ik in januari 2019 samen met Fleur Bakker echt gestart met mijn bedrijf A Beautiful Mess. Het bedrijf bestaat uit een textielatelier, maar we doen veel meer dan dat. Naast een vast kleermakersteam bieden we, ondersteund door Stichting Refugee Company, ook *Re-start programma's* van zes maanden aan. Dat traject is bedoeld om de integratie van vluchtelingen te versnellen. Ze oefenen twee dagen per week weer hun oude beroep uit, maar krijgen daarnaast ook een coach en Nederlandse les.’