



Janneke Boer, oprichter van het PR-bureau voor vrouwelijke ondernemers, Buro Wullenhoven

Zag u de laatste tijd regelmatig vrouwelijke ondernemers in de media opduiken die hun visie op de economische crisis gaven? Het antwoord op die vraag zou 'nee' moeten luiden, want de 'talking heads' zijn vrijwel altijd van het mannelijk geslacht. Een gemiste kans, want er zijn genoeg vrouwelijke ondernemers die mediavragen prikkelend kunnen beantwoorden. Janneke Boer, oprichter van het PR-bureau voor vrouwelijke ondernemers, Buro Wullenhoven, bewijst dat met een uniek initiatief. Zij creëerde de website www.vrouwenindemedia.nl. Vrouwelijke ondernemers met visie laten zich daar makkelijk vinden. Een uitkomst voor mediaredacties die door hoge deadline druk nog te vaak hun standaard bronnenlijstjes afgaan voor reacties op mediavragen. En daarop staan vrijwel alleen mannen.

We hebben de mond altijd vol van verantwoordelijkheid nemen voor je fouten. Terwijl je nooit iemand hoort over verantwoordelijkheid nemen voor je successen. Vooral vrouwelijke ondernemers met een geweldige staat van dienst durven nog veel te weinig achter hun successen te gaan staan. Wil je echter succesvol zijn als ondernemer dan moet je wel degelijk verantwoordelijkheid voor je successen nemen. Mannen hebben daar veel minder moeite mee. Het is een stevige binnenkomer van een vrouw die het voorbeeld genoemd mag worden van waar ze andere vrouwen een platform voor biedt: het profileren van expertise en visie. Dat dit geen vanzelfsprekendheid is in ons land, waar vrouwen al vele jaren betekenisvol participeren op alle maatschappelijke niveau's, mag verbazend

heten. Maar Janneke Boer werkt aan een ontwikkeling in de goede richting. Als het aan haar ligt zal een uitgebalanceerde geslachtelijke afspiegeling ontstaan waar het om media aandacht voor ondernemers gaat.

Focus on females

"Je mag weten dat je iets goed doet en het ook zichtbaar maken. Wat dat betreft kunnen vrouwen iets van mannen leren", gaat Boer verder. "Mannen hebben daarin nauwelijks extra steun nodig en die help ik dan ook niet. Mijn doelgroep is uitsluitend die van vrouwelijke ondernemers."

Het is een focus die in al haar werk terugkomt. Ze heeft in de wereld van PR bij meerdere gereputeerde bedrijven gewerkt en ongeveer alles al gezien voordat ze zelfstandig ging. "Vroeger had ik altijd vierhonderd ideeën waarmee ik iets wilde doen. Dat is leuk en

aardig, maar ik merk dat ik een enorme kick krijg van de manier waarop ik nu werk. En dat is het focussen op PR en marketing voor vrouwelijke ondernemers. Binnen dat kader ontplooi ik met mijn Buro Wullenhoven verschillende activiteiten in het kader van brede ondersteuning van ondernemers. Willen ze een website lanceren of hebben ze een marketingvraag, bijvoorbeeld hoe meer klanten te trekken, dan help ik ze daarmee. Ook geef ik workshops in personal branding, waarbij de vraag centraal staat hoe je als ondernemer beter kunt profileren en hoe je kunt werken aan je expertstatus. Niet iedereen heeft echter het budget om de public relations door Buro Wullenhoven te laten verzorgen. Onder andere voor deze vrouwen, maar eigenlijk voor alle vrouwen met expertise, is de site www.vrouwenindemedia.nl een uitkomst."