

# Succes zonder Ervaring

---

Een stappenplan voor jonge creatieven, die succesvol willen worden in freelancen als starter in de creatieve business.





# Inhoudsopgave

3	Fulltime loonslaaf, nee bedankt
4	Ben je een creatief?
6	Zelfvertrouwen
8	Leer de markt kennen
10	Starten als freelancer
12	Het echte werk
14	Netwerken is verbinden
15	Succesvol freelancen
17	Begrippenlijst
20	Bronnenlijst

# Fulltime loonslaaf, nee bedankt

Spreekt het loonslaaf principe jou ook niet aan? Meteen vanuit je studie door naar een veertig uur werkweek voor een baas, waarbij je nauwelijks vrije tijd overhebt voor jezelf? Mij is verteld dat het een normale stap is na het afronden van je studie. Maar heb je er ooit aan gedacht om voor jezelf te beginnen? Zelf je eigen werkuren, uurtarief en werklocatie bepalen? Het voelde voor mij als iets onbereikbaar. Iets waar je jarenlange ervaring voor moet opdoen en wat niet zomaar mogelijk is als starter in de creatieve sector. Maar klopt die aanname wel?

Freelancen. Hoewel ik weet dat het gebruikelijk is in de creatieve branche, heb ik er tijdens mijn opleiding nauwelijks over gehoord. Is het een optie om als starter in de creatieve sector te gaan freelancen? In het boek Vogelvrij van Pascal Boogaert (2016) zijn vijftig freelancers gevraagd hun mening te geven rondom freelancen in de creatieve business. Daarin wordt geadviseerd om eerst vijf jaar ervaring op te doen bij een bureau, om de kneepjes uit het vak te leren. Maar dat advies komt uit 2016, is dit nog wel van deze tijd? Is het niet mogelijk ervaring op te doen tijdens het freelancen? Hoe pak je dit aan als junior creatief? En hoe word je een succesvolle freelancer als starter in de creatieve business, met specialisatie op de advertisingbranche?

Het is mogelijk. Ik sprak verschillende freelancers uit de creatieve sector die zichzelf als succesvol beschouwen en die ervan overtuigd zijn dat junior creatieven ook succesvolle freelancers kunnen worden. Maar succesvol word je niet zomaar. Wat is succesvol eigenlijk? In de onderstaande stappen komt naar voren wat er nodig is om een succesvolle freelancer in de creatieve sector te worden. Er zullen verschillende vaktermen aanbod komen die gedefinieerd en uitgelegd worden in de begrippenlijst. De kern van deze stappen is ontstaan na de verhalen en ervaring van de gesproken freelancers, zij zijn de experts in het vak. De gesprekken met deze freelancers zijn terug te horen in de podcast **Succes zonder Ervaring**.

In de onderstaande stappen komen de belangrijkste aspecten naar voren die nodig zijn voor het starten en succesvol worden in het freelancen als starter in de creatieve sector. Wanneer ben je precies een starter? Hoe ziet de markt eruit? Wat houdt freelancen precies in en in hoeverre speelt ervaring een rol? Hoe genereer je opdrachten? Hoe behoud je je netwerk? En hoe word jij een succesvolle freelancer?

# Ben je een creatief?

Leyla is 21 jaar en staat op het punt een junior creatief te worden. Ze zit in het laatste jaar van de opleiding Communicatie Advertising aan de Fontys Hogeschool in Eindhoven. Na de havo vond ze het moeilijk om een studie te vinden, ze heeft veel verschillende interesses en is creatief aangelegd. De kunstacademie was haar net iets te abstract, ze zocht echt iets waar ze inhoud en creativiteit kon combineren. De opleiding communicatie tikte alle boxjes af en sloot erg goed aan bij haar karaktereigenschappen. Ze woont sinds anderhalf jaar op kamers en in haar vrije tijd is ze graag met vrienden, brengt ze een bezoekje aan de bioscoop of een technofestival en gaat ze shoppen. Dit doet ze onder andere bij de H&M en Zara, want een studentenleven kost veel en brengt weinig geld in het laatje. Ze heeft een baan gehad bij een restaurant in het weekend, maar dat werd tijdens haar laatste jaar te veel. Het afstuderen valt haar zwaarder dan ze had verwacht. Ze is veel tijd kwijt aan school, maar wordt door de vele reflecties wel heel bewust van haar eigen ontwikkeling. Zo is ze er onder andere achter gekomen dat ze erg gestructureerd werkt, terwijl anderen dit niet van haar verwachten. Ook is ze sterk in het verbeelden van een boodschap en is ze heel breed geïnteresseerd in diverse onderwerpen. Haar nieuwsgierigheid brengt haar op veel verschillende ideeën die ze kan doorzetten naar een creatief concept, om vervolgens een ijzersterke pitch te geven. Daarnaast is ze een doorzetter en een strijder. Iemand die weet wat ze wil en recht op haar doel afgaat. Ze krijgt vaak de vraag van vrienden en familie waar ze straks gaat werken. "Begin op tijd met zoeken hoor, anders zijn alle baantjes al weggegeven aan de andere studenten", hoort ze regelmatig. Maar Leyla heeft plannen, grootse plannen. In dienst gaan bij een bureau, past daar eigenlijk niet tussen. Ze wil gaan ondernemen, freelancen. Zelfstandig en onafhankelijk zijn. Eigen uren bepalen en een goed inkomen hebben. Groeien en succesvol worden. Maar gaat dat wel zonder ervaring?

Een freelancer worden is eigenlijk niet zo moeilijk. Een inschrijving bij de KVK en het is geregeld. Maar niet iedereen is geschikt om te freelancen, zeker niet in de creatieve sector. De eerste stap om een succesvolle freelancer te worden als junior creatief is reflecteren. Pas je in de creatieve sector? Wat is creativiteit eigenlijk? Wat zegt je startende positie over je kansen in de arbeidsmarkt?

Een creatief is een benaming van een beroepsgroep en bevat alle beroepen die met creativiteit te maken hebben. Hieronder vallen onder andere beroepen in de kunsten, architectuur, bouw, journalistiek en marketing (Nationale beroepen gids, 2021).

Alle beroepen die met creativiteit te maken hebben, is best een brede omschrijving. Wat is nou precies creativiteit? In het boek van Robert E. Franken, Human Motivation (1994), beschrijft hij creativiteit als het zien van verschillende ideeën, alternatieven of mogelijkheden die nuttig kunnen zijn bij het oplossen van problemen, het communiceren met anderen of het vermaken van onszelf en anderen. Hierbij zegt hij dat om creatief te zijn, je dingen vanuit verschillende perspectieven moet kunnen bekijken (Franken, 1994).

Ook Sir Ken Robinson spreekt in zijn Ted talk (2006) over creativiteit. Hij definieert het als een proces van het hebben van originele waardevolle ideeën die vaak tot stand komen door verschillende disciplines om onderwerpen te waarnemen.

Een junior creatief is iemand die aan het begin van zijn/haar carrière staat in de creatieve business. Junior staat eigenlijk voor een startersfunctie in de creatieve sector, wat inhoudt dat je weinig tot geen ervaring hebt in het beroepenveld. Om een creatief te worden is het mogelijk een opleiding te volgen, waarvan de opleiding Communicatie Advertising aan de Fontys Hogeschool in Eindhoven, de opleiding Advertising & Beyond aan de Willem de Kooning Academy (WDKA, 2021) of Communicatie – Creative Concepts for Communication aan de Fontys Hogeschool in Tilburg voorbeelden zijn.

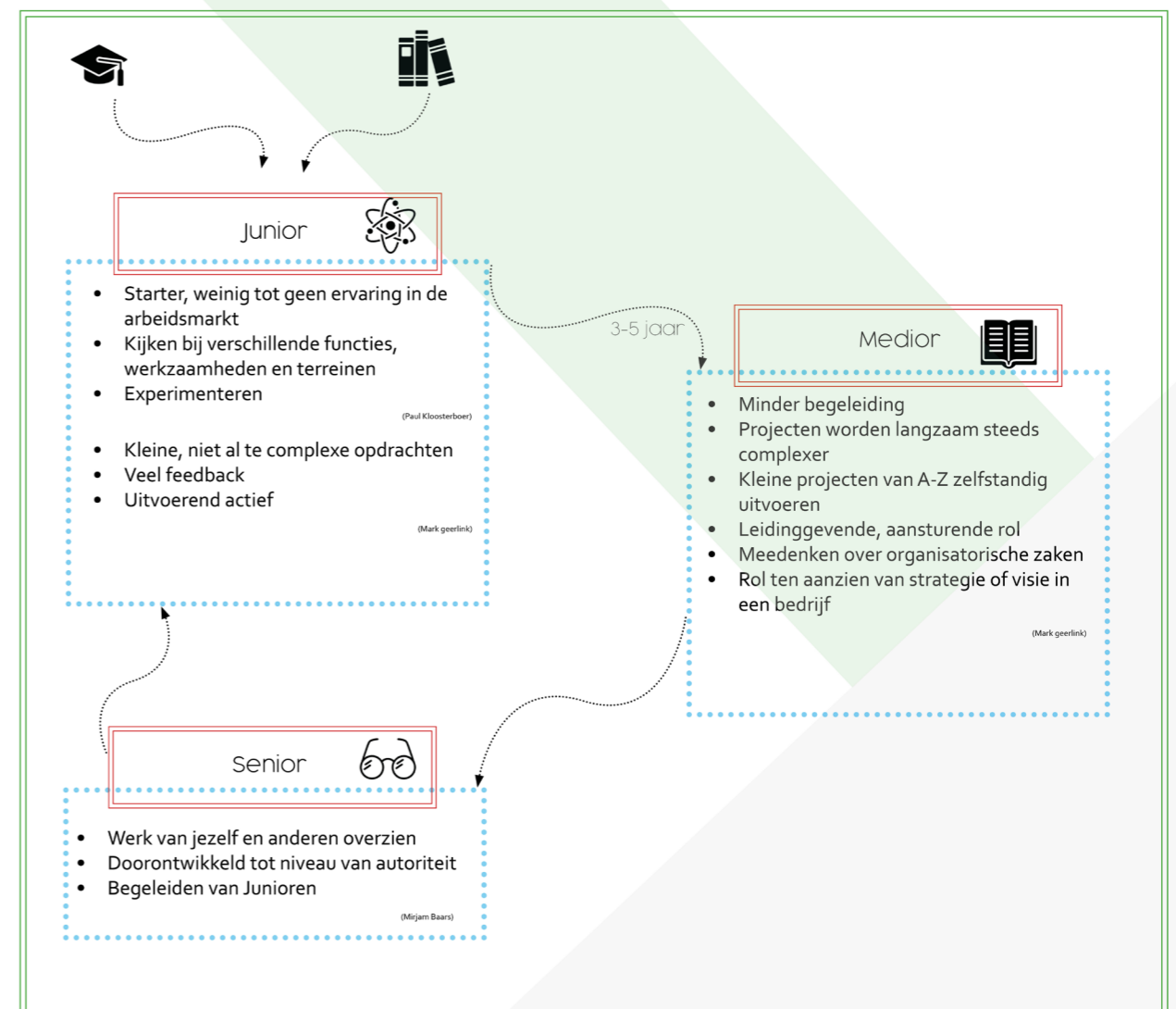
Het is ook mogelijk om zonder opleiding een junior creatief te worden. Hierover ging ik in gesprek met Marco Meeuwsen (2021). Hij heeft een eigen onderneming in foto- en videografie en biedt gepersonaliseerde content aan voor klanten.

*"Mijn strategie is observeren. Ik kijk naar YouTube filmpjes, lees boeken en observeer mensen die er wel kennis over hebben. Waar ik iets niet snap, stel ik een vraag."*

Hij regelde een stage om bij een professional mee te kijken en ging samenwerkingen aan met reclamebureaus en marketeers om daar de vragen te kunnen stellen die hij had. Volgens hem is er nu meer mogelijk door technische ontwikkelingen.

*"Als we tien jaar geleden hadden geleefd had ik waarschijnlijk wel een opleiding gedaan, maar gezien de technische mogelijkheden is het nu prima online te vinden en zelf aan te leren. Ik denk wel dat een opleiding dingen kan bieden, leren en vertellen die ik zelf moest uitvogelen, dat maakte het in het begin best lastig", aldus Marco Meeuwsen.*

Je kan dus op verschillende manieren starten als junior, door een opleiding of door zelfeducatie. Je blijft niet voor eeuwig in de juniorpositie. Onderstaand een reis van posities die je aflegt in de arbeidsmarkt.



De klassieke manier van positiehoppen is wel een beetje ouderwets. In het freelance vak is er een tegengeluid van Frank Bijl (2019). De positiebenamingen wordt volgens hem hiërarchisch gebruikt, de seniorpositie zou 'superior' zijn aan een junior, terwijl het niks zegt over de mate van talent.

In hoeverre is de benaming junior nog iets van deze tijd? Wat zegt een junior positie eigenlijk? Voor mij betekent de juniorpositie een starter in de creatieve business, met weinig tot geen ervaring. Dit kan zijn na een opleiding tot creatief, of zelfeducatie. Zie jij jezelf als een startende creatief? Denk jij dat je geschikt bent om de markt in te stappen? Dan is het tijd voor de volgende stap: het verkennen van de creatieve branche.

## Zelfvertrouwen

Pascal Boogaert beschrijft in zijn boek drie belangrijke redenen waarom je als junior vijf jaar in dienst zou moeten gaan voor dat je wilt beginnen met freelancen. De eerste heeft betrekking op de kijk in het vakgebied vanuit andere functies. Door bij een opdrachtgever te werken kan je ontdekken hoe het is om met freelancers te werken. De tweede reden gaat over de processen binnen een bedrijf, hoe bepaalde verhoudingen lopen en welke mensen de visitekaartjes zijn voor een bepaalde functie. De derde reden gaat over de bedrijfspolitiek, het afleveren van je werk en het benaderen van personen (Boogaert, 2016). Maar zijn dit dan echt redenen om vijf jaar in dienst te gaan? Kan je niet freelancen zonder deze kennis?

Alle freelancers die ik voor dit stappenplan heb gesproken, inclusief Bobbie van den Bosch, junior creatief in loondienst en freelancefotograaf, zijn het hier niet mee eens. Volgens Bobbie leer je de kennis die je nodig hebt om goed werk te leveren via een opleiding. Het is logisch dat je niet meteen het hoogste niveau in skills kan aanbieden, maar daar kan je in je uurtarief op terugkomen. Ook kan je tevens dingen gratis aanbieden, om bedrijven te laten zien wat je in huis hebt (Bosch, 2021). Ook copywriter Saskia Keizers is het niet met Pascal Boogaert eens. Volgens haar is de belangrijkste informatie die je niet op een opleiding krijgt, de informatie over het zelfstandig ondernemen en het opstarten van een bedrijf, kennis die je opdoet tijdens het freelancen zelf. Hiervoor is het niet noodzakelijk om eerst in loondienst te zijn geweest (Keizers, 2021).

*"Maar, dit is gemakkelijk aan te leren. Door te netwerken en vragen te stellen, kan je afkijken bij anderen. Natuurlijk moet je gewoon goed werk afleveren, maar je kan ervaring opdoen tijdens het maken van je proces. Het niveau van het werk dat je aflevert is veel belangrijker dan het aantal jaar ervaring dat je hebt", aldus Saskia (2021).*

Ook Marco is het oneens met Pascal. Ook hij zegt dat je ervaring opdoet door het te doen. Het verschil in loondienst of zelfstandig maakt daarin niet veel uit. Gezien de huidige technologische ontwikkelingen is bijna alles aan te leren via internet. Het is wel belangrijk een terugkoppeling te maken naar de klant, zodat je feedback krijgt en daarvan kan groeien. Tevens is er wel een valkuil voor onzekerheid bij het starten met weinig ervaring. Marco heeft zijn werk in het begin veel vergeleken met anderen in het vak, maar leerde dat het belangrijker is om oog te hebben voor je eigen proces en niet te veel te vergelijken met mensen die al veel langer in het vak zitten (Meeuwse, 2021). Saskia is van mening dat als je toch nog te erg onzeker bent over je werk, of meer behoefte hebt aan feedback en begeleiding, het wel verstandig is om een aantal jaar ervaring op te doen in loondienst om meer zelfvertrouwen te ontwikkelen rondom je werk (Keizers, 2021).

Denk jij dat je het in je hebt? Geloof jij in je eigen groei? Sta je open om in een wereld te stappen waar alles nieuw gaat zijn en je jezelf zult moeten bewijzen? Dan is het tijd voor het echte werk, want hoe ga je opdrachten binnenhalen?



# Leer de markt kennen

De advertisingmarkt is de afgelopen jaren flink veranderd, waarbij trends de context verbeelden voor de huidige branche. Ik neem een paar belangrijkste trends met je door. Ze zijn onderverdeeld in mega-, macro- en microtrends. Deze benamingen zeggen wat over de lengte en impact van de trends op de maatschappij. In de trendkaart is te zien hoe deze trends samenkomen.

De megatrends die invloed hebben op de creatieve sector zijn:

**Digitalisering.** Het aantal zzp'ers in de communicatiebranche is in de afgelopen jaren flink gegroeid (CBS, 2021). Dit heeft voor een groot deel te maken met de digitalisering en opkomst van het internet. In 2016 maakt Rob Beemster in de Adformatie bekend dat de digitale advertentiemarkt in tien jaar vertienvoudigd is, waarbij vooral de advertising via de smartphone is verdubbeld (Beemster, 2016).

**Individualisering.** Rik Soons schreef in juni 2010 al over de toenemende groei van freelancers in de advertisingbranche. Een van de belangrijkste oorzaken daarvan is individualisme. Er was toen al een opkomende trend waarin mensen zelf wilde bepalen voor wie en wanneer ze werkte, waardoor er steeds meer concurrentie ontstaat in het vakgebied (Soons, 2010).

**Macrotrends:**

Sociale media, digitale advertising en de personalisering hiervan. Door de technologische ontwikkelingen ontstonden sociale media en het verkrijgen van online data. Hierdoor was het niet alleen geschikt om reclame op individuen af te stemmen, maar ook om een hele hoop data te verkrijgen door het klik- en koopgedrag van mensen bij te kunnen houden. Alles wat je opzoekt, typt, maar ook bespreekt is informatie die gebruikt kan worden (Reklamerakkers, 2018).

**Remote work.** Buiten de trends in dit land is er ook een andere trend die internationaal steeds meer aan het opkomen is. Een vorm van freelancen, maar dan gericht op leven in het buitenland: Remote work, bestaand uit Digital Nomads. Nick der Kinderen (2021) is iemand die zich daarmee identificeert. Hij reist zelf de wereld rond, verbleef een tijd in Spanje en is nu in Mexico. Hij heeft plannen om naar Bali te vertrekken, gezien het feit dat er daar meerdere ondernemers verblijven.

*"Ondernemers zoeken elkaar op. Het is een bepaalde manier van leven, denken en kijk op de wereld, waarbij het fijn is om met gelijkgestemden te zijn", aldus Nick der Kinderen (2021).*

Er ontstaan steeds meer websites die deze trend, remote work, mogelijk maken en ondersteunen, zoals bijvoorbeeld bij Fiverr.com. Een online platform waar freelancer hun diensten kunnen aanbieden (Fiverr, 2021).

**Circulair denken.** We zien ook een verschuiving in de economie, richting meer circulair denken. Circulair denken heeft niet alleen positieve invloed op het klimaat, maar biedt ook kansen voor merkgroei omdat er op een hele andere manier naar het gebruik en produceren van diverse producten en diensten wordt gekeken (Mesters & Buiting, 2018).

**Microtrends:**

Nieuwe werkvormen, competenties en flexibel werken. De Rabobank (2020) heeft recent een overzicht gemaakt met de uitdagingen en kansen die zij zien voor de communicatie en reclamebureaus. Door digitalisering en verschuiving naar online advertising zijn reclamebureaus op zoek naar nieuwe verdienmodellen. Ook verwachten ze dat het aantal bedrijven in de branche stijgt, met name het aantal zzp'ers. Door de digitalisering mengen andere soorten partijen, zoals IT-bedrijven, zich ook op deze markt. De concurrentie neemt dus toe. Hierdoor zullen kleine bedrijven en eenmanszaken zich moeten specialiseren of samenwerken om onderscheidend te kunnen blijven (Rabobank, 2020).

Buiten deze trends is er ook een andere gebeurtenis die impact heeft op de markt. Covid-19. Jasper Mulder (2020) uit zich in de Adformatie over welke impact Covid-19 heeft op de reclamebranche. Hij vat daar samen wat ABN Amro over de situatie heeft bekendgemaakt. Er komt onder andere naar buiten dat de reclamebranche het hardst wordt geraakt door de coronacrisis, aangezien er in een crisis als eerst op de reclame- en marketingbudgetten wordt bezuinigd (Mulder, 2020).

Zijn er trends die je nog niet kende? Trends zeggen veel over het gedrag van je doelgroep. Ze geven richting en een context aan de wereld waarin we leven. Daarom is het belangrijk om altijd op de hoogte te zijn van nieuwe trends, in een continu veranderende wereld. Nu we de markt een beetje kennen, hoe nu verder?

## Trendkaart



# Starten met freelancen

Bij de volgende stap zoomen we in op freelancen. Want wat is freelancen precies? In de begrippenlijst staat freelancen gedefinieerd als zelfstandig ondernemen, iemand die arbeid verricht voor eigen rekening (CBS, 2021). Maar waarom zou je gaan freelancen? Hoe begin je daarmee? Wat zijn de randzaken rondom het starten?

Laten we beginnen bij het begin: starten met freelancen. In het onderzoek van Pascal Boogaert voor zijn boek *Vogelvrij* (2016), werd met stip de reden vrijheid op één gezet als reden om te gaan freelancen, gevolgd door afwisseling (Boogaert, 2016). In het E-book van Zac Martin, *How to freelance in advertising* (2019), worden de volgende redenen gegeven waarom mensen kiezen voor freelancen: Hoog salaris, bepalen van eigen werkuren, je bent de held van de opdrachtgever aangezien jij een bepaald pijnpunt gaat oplossen, je vaardigheden groeien in een snelle tijd, er is veel variatie in werk, je bent je eigen baas en hebt daarmee geen last van collega bagage of bedrijfspolitik en als laatste reden dat elke nieuwe opdracht een nieuwe kans is om jezelf uit te vinden (Martin, 2019).

Ik besprak dit met Nick. Vrijheid en flexibiliteit om te werken waar en wanneer je wilt waren belangrijke redenen voor hem om te gaan ondernemen, tegenwoordig zelfs als Digital Nomad. Hierin vindt hij het ook fijn dat hij volledig van zichzelf afhankelijk is, waardoor hij grote stappen kan maken. Eventuele nadelen ervaart hij op dit moment niet, maar daar heeft hij wel ervaring mee. Wat hij vooral een lastig gegeven vindt, is dat als hij wegvalt, alles wegvalt. Ook is het mogelijk jezelf volledig te verliezen in je werk, waardoor de balans met ontspanning een uitdaging kan zijn (Kinderen, 2021).

Ik vraag ook andere freelancers, Marco Meeuwsen en Bobbie van den Bosch hierover. Een nadeel van freelancen is volgens Marco de financiële druk. Hijzelf begon als fotograaf, maar wilde niet de financiële druk voelen om ervan te moeten leven, waardoor hij misschien zijn passie en liefde zou kunnen verliezen. Daarom heeft hij zichzelf ook in andere skills verdiept, zoals videografie, om meer waarde aan te kunnen bieden (Meeuwsen, 2021). Bobbie van den Bosch, junior creatief en freelancefotograaf, herkent zich hierin. Zij vond de financiële onzekerheid een reden om naast het freelancen in loondienst te gaan (Bosch, 2021).

Freelancer worden blijkt theoretisch gezien niet zo moeilijk. Er zijn een paar randzaken die belangrijk zijn bij het starten. Willeke Leensma heeft op de website van de Kamer van Koophandel (KvK) een opsomming gemaakt van dingen waar je rekening mee moet houden. Deze gaan onder anderen over de voorbereiding, belastingdienst, het beperken van risico's door verzekeringen af te sluiten, het bepalen van uurtarief, inschrijven bij de KvK en het hebben van een goede administratie (Leensma, 2021). Daarnaast kunnen ook veel van die randzaken uit handen worden genomen door agencies. Agencies zijn organisaties met agenten die jou vertegenwoordigen. Een agent regelt jouw agenda, je financiële administratie en probeert jou te promoten bij opdrachtgevers. Als je onder contract staat bij een agency, lever je een klein deel van je inkomsten bij hen in. Voor veel beginnende freelancers kan dit een hele fijne opstap zijn, aangezien veel administratieve taken uit handen worden genomen en je zo onder begeleiding je intrede kan maken in het vak. Ook hebben agencies vaak al een netwerkbestand, dus is er in de startersperiode al meer kans op werk (Boogaert, 2016).

Ben je altijd al ondernemend geweest? Zijn vrijheid, afwisseling, een goed inkomen en flexibiliteit belangrijk voor jou? Schrik je niet van de vele administratieve taken, alle verantwoordelijkheid en de financiële druk? Of zie jij het wel zitten om bij een agency aan de slag te gaan? Dan is freelancen misschien wel iets voor jou! Dan wordt het tijd voor de volgende stap: het generen van opdrachten.





# Netwerken is verbinden

---

Freelancers krijgen de meeste opdrachten uit hun netwerken. Dus het is belangrijk om dit te onderhouden en te vergroten. Ze krijgen niet alleen werk van potentiële klanten, maar ook van nieuwe freelancers waarmee ze in contact komen.

*"De tijd dat freelancers concurrenten waren ligt ver achter ons, we zijn collega's geworden"* (Boogaert, 2016).

Marco Meeuwsen ziet zijn opdrachtgevers niet als klanten, maar als relatie. Een relatie waarin je wederzijdse diensten voor elkaar kunt betekenen en ook gesprekken kan voeren die over iets anders gaan dan puur commerciële doeleinden. Hij biedt zijn relaties een maandelijks gesprek aan, om te kijken of zijn werk beviel en of hij eventueel nog iets nieuws zou kunnen betekenen. Tevens krijgt hij ook veel opdrachten vanuit samenwerkingen die hij aangaat met andere bureaus en freelancers (Meeuwsen, 2021).

Bobbie van den Bosch krijgt de meeste opdrachten door middel van netwerken. Ze heeft deelgenomen aan netwerkevenementen en maakt bij een klus met iedereen een praatje. Volgens haar weet je nooit wat je voor elkaar zou kunnen betekenen en op een simpele manier ben je dan toch weer in de top of mind. Daarnaast is ook sociale media voor haar een belangrijk communicatiemiddel. Door even op iemands story of post te reageren, laat je zien dat je actief en betrokken bent (Bosch, 2021). Ook ging ik in gesprek met een ervaren copywriter, Saskia Keizers. Saskia is al meerdere jaren tekstschrijver en heeft sinds een jaar of vijf haar eigen onderneming Taaltut.

*"Netwerken is niet het binnenhalen van opdrachten, netwerken is verbinden"*, aldus Saskia Keizers.

Het meeste netwerken voor haar is op sociale media. Posten, liken en reageren is een manier om voor haar een verbintenis met relaties aan te gaan. Daarnaast is ze ook onderdeel van een groep van vrouwelijke ondernemers. Eén keer per maand komen ze samen om te overleggen, brainstormen en groeien om zo te ontwikkelen als ondernemer. Ook hier komen diverse opdrachten uit voort (Keizers, 2021).

Hoe zou jij het liefst willen netwerken? Ga je je skills gratis aanbieden, wordt sociale media jouw verbindmiddel of ga je opzoek naar netwerkevenementen? Nu je diverse manieren hebt gehoord hoe je opdrachten kan binnenhalen en je netwerk kan behouden, is het tijd voor de volgende stap. Succesvol worden.

# Succesvol freelancen

---

De laatste stap: hoe word je nou een succesvolle freelancer in de creatieve business? Wat is nou precies succesvol? Welke maatstaven bepalen of dat je dat bent?

Er zijn talloze blogs en boeken geschreven over hoe je succesvol kan freelancen. "5 Manieren om meer succes te hebben als freelancer", gaat over een sterk begin met een ondernemingsplan, jezelf laten zien, het beschermen van je werk, net een beetje extra geven en het organiseren van je tijd (Pennekamp, 2021). "Dit zijn de 8 ingrediënten om een succesvolle freelancer te worden?", waar wordt gesproken over specialisatie, een sterk online portfolio, een sterke positionering, het verkopen van jezelf, communiceren met de opdrachtgever, timemanagement en het creëren van een heldere visie met doorzettingsvermogen (Freelancer.nl, 2017) en "4 Tips om succesvol te freelancen", over zichtbaarheid, een duidelijke en overzichtelijke freelance overeenkomst, het bijhouden van boekhouding en een productieve werkplek (FreelancerSpot, 2021).

Zac Martin wijdt een hoofdstuk van zijn boek, How to freelance in advertising (2019), aan goed zijn in freelancen. Daarin bespreekt hij een paar belangrijke punten, zoals de kracht van vroegtijdig indruk maken, dat veel opdrachten vaak om hetzelfde trucje vragen maar wel in de stijl van de organisatie en de kracht van een goed persoon zijn (Martin, 2019).

Maar voordat je van allemaal trucjes gaat toepassen hoe je succesvol kan freelancen is het een goed idee om te kijken wat succesvol freelancen precies inhoudt. Wat zijn de graadmeters om te bepalen of je succesvol bent? In de begrippenlijst gaat succesvol ondernemen vooral om het er uit springen in de menigte, met een focus op persoonlijke doelen, waarden en kaders. Als freelancer in de creatieve sector kan je er op verschillende manieren uitspringen. Nico Oud heeft het in zijn definitie over persoonlijke waarden, net zoals Zac Martin, namelijk vrijheid, plezier, salaris en zelfontwikkeling.

Tijdens het interviewen van de verschillende freelancers merkte ik een rode draad op in hun antwoorden op de vraag wat succesvol freelancen inhoudt. Hoewel ze allemaal zeggen dat het heel persoonlijk is en iedereen het op een andere manier interpreteert, krijg ik veel antwoorden die in één lijn liggen met elkaar. Bij allemaal gaat het over blijven ontwikkelen en groeien, waarin de vergelijking met het moment waarop ze begonnen, één van de maatstaven is voor hen om succesvol zijn af te meten.

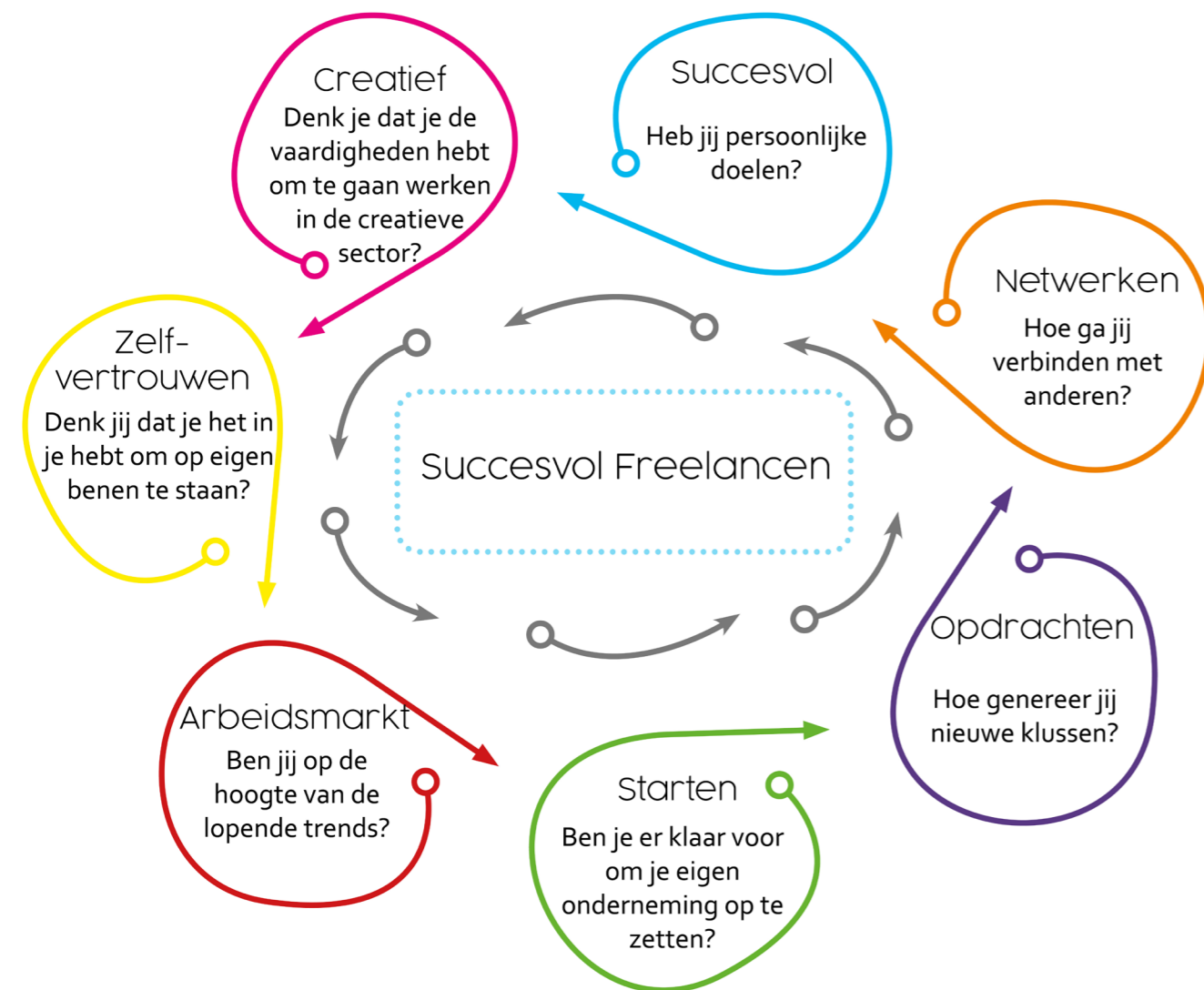
Marco heeft het over doelen die hij voor zichzelf stelt, het overwinnen van angsten en het verdienen van geld met je hobby (Meeuwsen, 2021). Bobbie heeft het over trots zijn op eigen prestaties en groei doormaken in het leerproces. Succesvol is niet de eindstreep (Bosch, 2021). Saskia heeft het over plezier hebben in je werk, maar je ook nog steeds blijven ontwikkelen. Je doelgroep steeds beter leren kennen, waardoor je steeds meer gespecialiseerd wordt in je niche. Daarbij is het verdienen van een goed belegde boterham ook een belangrijk aspect (Keizers, 2021). Nick heeft het over vrijheid, plezier in het leven en de balans met werk/privé. Voor hem is geld een maatstaaf om te zien hoe hij ervoor staat en hoe hij heeft gepresteerd (Kinderen, 2021).



Naast deze punten zijn voor sommige freelancers ook erkenning en bekendheid graadmeters voor succes. Er zijn een hoop verschillende prijzen te winnen in de creatieve sector die een boost kunnen geven aan je bekendheid (Cultuur en Ondernemen, 2021). Onder andere voor het creativiteitsfestival in Cannes: The Cannes Lions International Festival of Creativity, de Creative Heroes Awards en de Dutch Creativity Awards.

Uit al deze antwoorden komt naar voren dat succesvol freelancen een moment in je carrière is waarin je plezier hebt in je werk, alle ruimte en vrijheid ervaart om te blijven ontwikkelen, zonder financiële druk. Er zijn verschillende maatstaven waarmee je voor jezelf kan bepalen of je succesvol bent, maar één van de belangrijkste zal blijven zijn: het kunnen bieden wat de klant vraagt.

Denk jij dat je het in je hebt om een succesvolle freelancer te worden als junior in de creatieve sector? Heb jij nieuwe handvaten opgedaan die jou zouden kunnen helpen met starten? Heb jij inspiratie gehaald uit de woorden van andere freelancers? Hun ervaring en verhalen zijn te horen in de podcast Succes zonder Ervaring, waar in diverse afleveringen dieper wordt ingegaan op hun kennis en ervaringen in het vak. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste vragen per hoofdstuk.



## Begrippenlijst

*Acquireren:* Het werven van opdrachten (Boogaert, 2016).

*Advertising Branche:* De Nederlandse vertaling van advertising is reclame. In het boek Communicatie Handboek van Wil Michels wordt reclame gedefinieerd als beïnvloedende informatie over producten, diensten en bedrijven waarbij meestal gebruik wordt gemaakt van betaalde ruimte in de media. Volgens Michels (2013), zet een merk reclame vooral in om merkbekendheid, merkvoorkeur en merktrouw te realiseren. Een branche, gedefinieerd door Scholto Bos, financieel expert, is een groep van bedrijven die samen actief zijn in een bepaalde groep of diensten (Bos S., 2021). De advertisingbranche betreft in dit geval bedrijven die actief zijn in de reclamesector.

*Agencies:* Agencies zijn organisaties met agenten die jou vertegenwoordigen. Een agent regelt jouw agenda, je financiële administratie en probeert jou te promoten bij opdrachtgevers. Als je onder contract staat bij een agency, lever je een klein deel van je inkomsten bij hen in. Voor veel beginnende freelancers kan dit een hele fijne opstap zijn, aangezien veel administratieve taken uit handen worden genomen en je zo onder begeleiding je intrede kan maken in het vak. Ook hebben agencies vaak al een netwerkbestand, dus is er in de startersperiode al meer kans op werk (Boogaert, 2016).

*Circulaire economie:* Circulaire economie gaat over het economische systeem bij het produceren van producten, waarbij zo veel mogelijk wordt gekeken naar grondstoffen, onderdelen en producten die zo min mogelijk hun waarde verliezen en energiebronnen die te herstellen zijn (Het Groene Brein, 2020).

*Collectieven:* Freelancers die samen gaan werken en hun netwerken bundelen (Boogaert, 2016).

*Conceptontwikkelaar:* Een conceptontwikkelaar is iemand die een doorvertaling maakt van een propositie, ofwel een belofte naar de klant, in een creatief idee, ook wel concept genoemd. Het concept bestaat uit thematiek, stijl toon, woorden en beelden (Nima, Nima Marketing Lexicon 4e druk, 2004).

*Copywriter:* Een copywriter, is een tekstschrijver in de creatieve sector (Nima, 1993).

*Creatieve industrie:* De advertising branche is onderdeel van de creatieve industrie. In het boek Concept Code, geschreven door Gaby Crucq – Toffolo & Sanne Knitel, (2016) wordt de creatieve industrie omschreven als een sector die buiten economische waarde, ook symbolische waarde creëert en realiseert. "It rests on the ability of individuals, groups, companies and organisations to create meaning" (Toffolo & Knittel, 2016).

*Creativiteit:* In het boek van Robert E. Franken, Human Motivation, beschrijft hij creativiteit als het zien van verschillende ideeën, alternatieven of mogelijkheden die nuttig kunnen zijn bij het oplossen van problemen, het communiceren met anderen of het vermaken van onszelf en anderen. Hierbij zegt hij dat om creatief te zijn, je dingen vanuit verschillende perspectieven moet kunnen bekijken (Franken, 1994).

Ook Sir Ken Robinson spreekt in zijn Ted talk (2006) over creativiteit. Hij definieert het als een proces van het hebben van originele waardevolle ideeën die vaak tot stand komen door verschillende disciplines om dingen te zien.

*Digital Nomad:* Romano Groenewoud van de SEQ GEEK definieert Digital Nomad als een professional die de digitale technologie inzet om te wonen en werken waar diegene maar wilt. Een digital nomad verdient zijn kost via het internet en woont daardoor op diverse locaties op de wereld (Groenewoud, 2021).

*Digitalisering:* Digitalisering is een proces waarbij analoge data wordt omgezet in data voor een digitale gegevensdrager, bijvoorbeeld een computer (Digitalisering, 2016).

*Freelancen:* Een freelancer/ zelfstandige zonder personeel (zzp'er) is een persoon die arbeid verricht voor eigen rekening, namens het Centraal Beheer van de Statistiek (CBS, 2021). Volgens Willeke Leensma, adviseur van de Kamer van Koophandel (KvK), is er geen verschil tussen een freelancer of een zzp'er. In beide gevallen werk je voor een opdrachtgever en is er geen sprake van dienstverband. Het werk voer je uit als zelfstandige ondernemer (Leensma, 2021).

Dit stappenplan richt zich op freelancers binnen de advertising branche. Er zijn diverse soorten freelancers binnen de advertisingbranche, waarvan enkele voorbeelden zijn: Conceptontwikkelaars, copywriters, vormgevers, of wel designers of artdirectors, visualisators, fotografen, projectmanagers, strategen, regisseurs en meer (Boogaert, 2016).

*Junior creatief:* Junior creatief bestaat uit twee verschillende begrippen. Junior gaat over de positie die je inneemt in het vakgebied waarin je werkt. Ysolde Bentvelsen definieert een Junior functie als een startersfunctie. In plaats van junior wordt ook wel het voorvoegsel 'aankomend', 'beginnend', 'assistent' of 'trainee' gebruikt (Bentvelsen, 2021).

Het tweede begrip is creatief. Creatief is een koepelnaam voor functies binnen de creatieve sector. Volgens Harper Collins is een creatief, iemand wiens werk veel bestaat uit het uitoefenen van creatief vermogen, daarbij in het bijzonder iemand die reclame creëert (Collins, 2021). De benaming van de functie komt voort uit het begrip creativiteit. Lianne van der Nijnt, kinder- & jeugdpsycholoog, vermeldt daarover dat creativiteit het vermogen is om nieuwe dingen te kunnen bedenken en creëren. Oplossingen kunnen door creatief denken op originele en vernieuwende denkwijze worden bedacht (Nijnt, 2018).

*Megatrends:* Heeft impact op de gehele maatschappij en duurt minimaal tien a dertig jaar (Husmann, 2022).

*Macrotrends:* De consument staat hier centraal, duurt gemiddeld vijf a tien jaar (Husmann, 2022).

*Microtrends:* Komen voort uit de macrotrends en duren gemiddeld één tot vijf jaar (Husmann, 2022).

*No-cure-no-pay regeling:* waarbij de opdrachtgever niet hoeft te betalen mocht hij niet tevreden zijn (Boogaert, 2016).

*Portfolio:* Een portfolio is een presentatiemap waarin een ontwerper eigen werk presenteert. Het portfolio kan gerealiseerde projecten bevatten, maar ook studies, prijsvraaginzendingen, afstudeeropdrachten et cetera. Een portfolio geeft goed inzicht in het ontwerpend vermogen, de ervaring en de creativiteit van een ontwerper (Steunpunt Architectuuropdrachten, 2017)

*Reclamebureau:* Een reclamebureau is een bureau waar reclamecampagnes worden ontwikkeld, of reclame-uitingen uitvoert in opdracht van derden (Codebreakers, 2015).

*Succesvolle creatieve freelancer:* Om te kijken naar de definitie van een succesvolle creatieve freelancer is gekeken naar de definitie van een succesvolle ondernemer. Bij het begrip Freelancen werd duidelijk dat een freelancer een zzp'er is, oftewel een zelfstandige ondernemer. Succesvol is een lastig begrip om te definiëren, iedereen heeft een eigen interpretatie. Nico Oud doet een poging succesvol ondernemen te kaderen, en heeft het over ondernemen in lijn met je persoonlijke waarden. Waarin de hoeveelheid progressie een graatmeter is in overeenkomt met persoonlijke en zakelijke doelen (Oud, 2020). In de zesdelige serie "Kijken in de ziel – Topondernemers" is de definitie van een succesvolle ondernemer een ondernemer die er succesvol uitspringt (Huizing, 2013).



# Bronnenlijst

- Beemster, R. (2016, maart 30). Digitale advertentiemarkt gestegen. Opgehaald van Adformatie: <https://www.adformatie.nl/pr/digitale-advertentiemarkt-tien-jaar-vertienvoudigd-naar-1>
- Bentvelsen, Y. (2021). Doorgroeien. Opgehaald van carrieretijger: <https://www.carrieretijger.nl/carriere/promotie/doorgroeien>
- Bijl, F. (2019, februari 7). ontsenioren. Opgehaald van freelance.nl: <https://www.freelance.nl/community/het-begrip-senior-is-over-hoogste-tijd-om-te-ontsenioren>
- Boogaert, P. (2016). Vogelvrij. Amsterdam: Pascal Boogaert.
- Bos, M., & Meijroos, J. (2020). loopbaanontwikkeling. Opgehaald van Intermediair: <https://www.intermediair.nl/werk-en-carriere/loopbaanontwikkeling/zo-groei-je-razendsnel-door-van-junior-naar-senior?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Bos, S. (2021, maart 12). Branche. Opgehaald van Finler: <https://www.finler.nl/kennis/branche/>
- Bosch, B. v. (2021, december 23). Junior Creatief. (C. d. Bruijn, Interviewer)
- CBS. (2021). ontwikkelingen ZZZ. Opgehaald van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-zzp/hoofdcategorieen/ontwikkelingen-zzp>
- Codebreakers. (2015). Reclamebureau. Opgehaald van Ensie: <https://www.ensie.nl/codebreakers/reclamebureau>
- Collins, H. (2021). Creative. Opgehaald van COBUILD Advanced English Dictionary: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/creative>
- Cultuur en Ondernemen. (2021). Prijzen als alternatieve financieringsbron. Opgehaald van Cultuur en Ondernemen: <https://www.cultuur-ondernemen.nl/culturele-financieringswijzer/dossier/kunst-en-cultuurprijzen-als-alternatieve-financieringsbron>
- Digitalisering. (2016). Opgehaald van Ensie: <https://www.ensie.nl/redactie-ensie/digitalisering>
- Fiverr. (2021). Fiverr. Opgehaald van Fiverr: [https://nl.fiverr.com/?source=top\\_nav](https://nl.fiverr.com/?source=top_nav)
- Fontys. (2022, januari 22). Communicatie. Opgehaald van Fontys: <https://fontys.nl/Studeren/Vind-eeen-passende-opleiding/Communicatie-Creative-Concepts-for-Communication.htm>
- Fontys Hogeschool Communicatie Advertising. (2021/ 2022). Studiehandleiding jaar 4. Eindhoven.
- Freelancer.nl. (2017). Succesvol Freelancen. Opgehaald van Freelancer: <https://freelancer.nl/blog/ingredienten-voor-succesvol-freelancen>
- FreelancerSpot. (2021). Tips om succesvol te freelancen. Opgehaald van Freelancerspot: <https://www.freelancerspot.nl/een-eigen-bedrijfje-4-tips-om-succesvol-te-freelancen/>

- Geerlink, M. (2022, februari 2). verschil junior en senior. Opgehaald van Profilink: <https://www.profilink.nl/kennisbank/beroepsinformatie/verschil-tussen-junior-en-senior-adviseur/>
- Global Jobbing. (2018, Maart 28). Flexibel werken is de nieuwe norm. Opgehaald van Global jobbing: <https://www.globaljobbing.nl/flexibel-werken-is-nieuwe-norm/>
- Groenwoud, R. (2021). Digital Nomad. Opgehaald van SEQGEEK: <https://seogeek.nl/wat-is-een-digital-nomad>
- Het Groene Brein. (2020, Januari). Circulaire Economie. Opgehaald van Kenniskaarten: <https://kenniskaarten.hetgroenebrein.nl/kenniskaart-circulaire-economie/is-definitie-circulaire-economie/>
- Huizing, H. (2013). Topondernemers. Opgehaald van HHFinance: <https://hhfinance.nl/management/wanneer-ben-je-nu-een-topondernemer>
- Hussman, F (2022) Benamingen trends. Opgehaald van Frank Hussman: <https://www.frankhussmann.nl/verschil-tussen-mega-macro-en-microtrends/#:~:text=Megatrends%20zijn%20trends%20die%20zich,zich%20odus%20oop%20maatschappelijk%20niveau>
- Keizers, S. (2021, december 29). Taaltut. (C. d. Bruijn, Interviewer)
- Kinderen, N. d. (2021, December 31). Digital Nomad. (C. d. Bruijn, Interviewer)
- Kloosterboer, P. (2009). 3 dimensionaal. Opgehaald van paul kloosterboer: [https://paulkloosterboer.com/wp-content/uploads/2012/09/Kloosterboer\\_3-dimensionaal.pdf](https://paulkloosterboer.com/wp-content/uploads/2012/09/Kloosterboer_3-dimensionaal.pdf)
- Leensma, W. (2021, Juli 30). Starten als zzper. Opgehaald van Kamer van Koophandel: <https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/bedrijf-starten/starten-als-zzper-7-belangrijke-stappen/>
- Martin, Z. (2019, augustus). How to freelance in advertising. Opgehaald van Pigs don't fly: <https://pigsdontfly.com/wp-content/uploads/How-to-Freelance-in-Advertising.pdf>
- Meeuwsen, M. (2021, december 20). Zelfstandig ondernemer. (C. d. Bruijn, Interviewer)
- Mesters, H., & Buiting, K. (2018). trends en ontwikkelingen. Opgehaald van Risico in beeld: <https://www.risicosinbeeld.nl/sectoren/zakelijke-dienstverlening/reclamebureau/trends-en-ontwikkelingen-14/>
- Meulenberg, M. (2017). individualisme. Opgehaald van Ensie: <https://www.ensie.nl/martin-meulenberg/individualisme>
- Mulder, J. (2020, augustus 26). Reclamebranche krimpt. Opgehaald van Adformatie: <https://www.adformatie.nl/data-insights/reclamebranche-krimpt-15-procent-2020-en-herstelt-traag>
- Nationale beroepen gids. (2021). Creatief Design. Opgehaald van Nationale Beroepen gids: <https://www.nationaleberoepengids.nl/beroepsgroep-creatief-design>
- Nijnatten, L. v. (2018). creativiteit. Opgehaald van Wij-Leren: <https://wij-leren.nl/creativiteit.php>
- Nima. (1993). Nima Marketing Lexicon. Noordhoff.
- Nima. (2004). Nima Marketing Lexicon 4e druk. Noordhoff . Opgehaald van Ensie: <https://www.ensie.nl/nima/conceptontwikkeling>

Oud, N. (2020). Succesvol Ondernemen. Opgehaald van Nico: <https://nico.nl/succesvol-ondernemen>

Pennekamp, M. (2021). Succes als freelancer. Opgehaald van Ik word zzp'er: <https://www.ikwordzzper.nl/blogs/5-manieren-om-meer-succes-te-hebben-als-freelancer/>

Rabobank. (2020, maart 21). uitdagingen en kansen reclamebureaus. Opgehaald van Rabobank: <https://www.rabobank.nl/kennis/so11097649-uitdagingen-en-kansen-voor-communicatie-en-reclamebureaus>

Reklamerakkers. (2018, juni 11). veranderingen reclamewereld. Opgehaald van Reklamerakkers: <https://www.reklamerakkers.nl/grote-veranderingen-reclamewereld/>

Robinson, S. K. (2006). Scholen doden de creativiteit. (Ted , Uitvoerend artiest)

Soons, R. (2010). externe partijen in de reclamebranche. Opgehaald van HBO kennisbank: [https://hbo-kennisbank.nl/details/sharekit\\_av:oai:surfsharekit.nl:565e010a-6d3c-4623-983b-905bb24cbe55](https://hbo-kennisbank.nl/details/sharekit_av:oai:surfsharekit.nl:565e010a-6d3c-4623-983b-905bb24cbe55)

Steunpunt Architectuuroprachten. (2017). Portfolio. Opgehaald van Ensie: <https://www.ensie.nl/steunpunt-architectuuroprachten/portfolio>

Toffolo, C. C., & Knittel, S. (2016). Concept Code. Amsterdam: BIS Publishers.

WDKA. (2021). Advertising. Opgehaald van WDKA: <https://www.wdka.nl/programmes/advertising>

#### **Trendkaart:**

Digitalisering: Foto door Gije Cho via Pexels, 21 november 2019, Seoul, South Korea

Individualisme: Foto door Felipe Tavares via Pexels, 11 augustus 2020

Duurzaamheid: Meruyert Gonullu via Pexels, 14 april 2021, Istanbul, Turkey

Gepersonaliseerde ads: Pixabay via Pexels, 13 mei 2017

Globalisering: Pixabay via Pexels, 31 januari 2016

Netwerken: Foto door Magnus Mueller via Pexels, 21 augustus 2019, Stuttgart, Duitsland

Online Ads: Foto door Mikael Blomkvist via Pexels, 17 mei 2020

Social media: Cristian Dina Eppelheim, 2022

ZZP: Foto door Ola Dapo via Pexels, 23 oktober 2019

Remote work: Foto door Daria Shevtsova via Pexels, 22 oktober 2018

Circulaire economie: Foto door Mac Mullins via Pexels, 31 maart 2018, Midwest, United States

Flexibel werken: Mart production via Pexels, 23 juli 2021

Nieuwe competenties: Foto door Ketut Subiyanto via Pexels, 17 mei 2020

Werkvormen: Foto door Visual Tag Mx via Pexels, 5 augustus 2016

#### **Customer Journey:**

PNG Find (2022), opgehaald van PNGFIND: [https://www.pngfind.com/mpng/iboTiRw\\_free-png-back-to-school-30-icons-iconos/](https://www.pngfind.com/mpng/iboTiRw_free-png-back-to-school-30-icons-iconos/)

#### **Cover:**

Foto door Andrea Piacquadio via Pexels, 16 juni 2017

#### **Onderzoeksopzet:**

Customer Journey. (2021, juni 8). Opgehaald van CMD Methods: <https://cmdmethods.nl/cards/stepping-stones/customer-journey>

Freelance ondernemen. (2021, februari 8). Opgehaald van Ondernemen en Internet: <https://www.ondernemeneninternet.nl/freelance-ondernemen/>

Kovacevich, J. (2016, september 28). Tips for advertising freelancer. Opgehaald van John Kovacevich: <https://johnkovacevich.medium.com/7-tips-for-the-advertising-freelancer-9367bacb0322>

Martin, Z. (2019, augustus). How to freelance in advertising. Opgehaald van Pigs don't fly: <https://pigsdontfly.com/wp-content/uploads/How-to-Freelance-in-Advertising.pdf>

Opkomst freelancen. (2021, februari 9). Opgehaald van Jobner: <https://jobner.nl/actueel/de-opkomst-van-het-freelancen/>

Opkomst freelancer economie. (2021, Februari 9). Opgehaald van Hays: <https://www.hays.nl/hays-journal/journal12/de-opkomst-van-de-freelancer-economie>

Trends freelancing . (2021, januari 25). Opgehaald van Forbes: <https://www.forbes.com/sites/jonyounger/2020/12/16/freelancing-2021-the-trends-i-see-for-the-freelance-revolution/?sh=20995b2f2086>

Verhoeven, N. (2014). Wat is onderzoek. Middelburg: Boom Lemma.

Wat is Freelancen. (2021, februari 9). Opgehaald van Freelance.nl: <https://www.freelance.nl/kennisbank/wat-is-freelancen>