

Stef

Stef Bos (1961) is singer-songwriter en woordkunstenaar. In *Zin schryft* hij over zijn leven als muzikant en als echtgenoot en vader. *Stef* is gewaand met de Zuid-Afrikaanse kunstenaar Varendra Paschoe. Samen hebben ze drie kinderen: zoon Kelya (13) en dochters Lorelei (13) en Violette (8). Ze wonen afwisselend in Zuid-Afrika en in Vlaanderen. *Stef treedt dit seizoen met 'Wooncoring 2025' op in België, zijn of Kaartentocht is niet verschenen.*

BEELD: REMCO VAN LEEUWEN



Licht voorbij de digitale horizon

Je kunt doodlopen in een robotcultuur. Je wilt een instantie bellen en krijgt geen mens aan de lijn maar een kunstmatige stem met een keuzemenu die jou vraagt wat je wilt vragen. Op dat moment weet je dat de muur niet ver meer is waar je met je kop tegenop zult lopen. Maar het kan ook anders.

Ik kreeg laatst een verrassende mail van mijn bank waarin ik in verband werd gebracht met wisselwerkingen gekoppeld aan terroristische activiteiten. Ik geloofde mijn ogen niet toen ik het las en dacht in een verhaal van Franz Kafka terecht te zijn gekomen. Het had te maken met een paar kleine transacties van mijn persoonlijke rekening naar Zuid-Afrika waar wij deels wonen en waar we bezig waren met een kleine verbouwing. Wat ik niet wist, is dat Zuid-Afrika op de zwarte lijst staat van financieel onbetrouwbare landen. Ik schrok me een boordje. Ik ben financieel opgevoed door een integere gereformeerde middenstandsvader die me leerde altijd alles netjes te organiseren en ook je belasting te betalen als bijdrage aan de samenleving. Daarbij zat hij in het plaatselijke bestuur van dezelfde bank die mij de betreffende mail stuurde. Gelukkig werd mij gevraagd hen telefonisch te contacteren voor nadere informatie. Ik liet de robot-bel achter mij. Een vriendelijke dame vertelde mij vervolgens dat de bank verplicht was om onderzoek te doen naar eventuele verdachte transacties naar vooral verdachte landen zoals Zuid-Afrika. Ik moest mijn financiële doopceet lichten en kunnen aantonen dat ik alleen in theaters speel en dat er niets wil te wasmen val, want ik had nooit iets zwart gedaan.

Toen Papa! In 1991 een hit was, kwam wel het

aanbod om feesten en partijen af te gaan en drie keer op een avond met een playbackband op te treden en voor half-ongefinancierden 'Papa, ik lijk steeds meer op jou' te zingen.

Maar ik had een paar collega-songwriters in dat circuit rijk zien worden en ten onfer zien gaan, dus ik bedankte voor de eer. Geen principe-kwestie maar vooral zelfbennis, want ik wist dat ik zo doodongelukkig zou worden. Ik had niet voor niets vier jaar theateropleiding gedaan, daar lag en ligt nog steeds mijn liefde. In het gesprek met de vriendelijke dame kreeg ik zowaar overzicht in mijn boekhouding. Dus u verdient uw maandeloon in een theater, maar wat zijn dan die andere inkomsten? 'Auteurs-rechten,' vertelde ik haar, 'als een liedje op tv of op de radio komt en op Spotify wordt gestreamd, krijg ik daar een vergoeding voor.' 'Hoe komt het dan,' vroeg ze, 'dat in 2020 die inkomsten zo gestegen zijn?' Ik zei: 'Dat komt door Miss Montreal, die *Door de wind* zong bij Beste zangers.' Daarna was het even stil en zei ze: 'Ja, dat was ook wel erg goed hè.'

En opens zag ik een licht voorbij de digitale horizon. Ik dacht: zo lang mensen gewoon met elkaar praten, speelt de emotie een rol en is er sprake van empathie of conflict, liefde of woede – of wat dan ook. Alles beter dan een robot. Geregeld moet ik tegenwoordig na een keuzemenu met iemand praten die niet iemand is.

Wat dat betreft, was dit gesprek een loutering. Ik sprak met een echte vrouw die me gerust kon stellen, die me op een fijne en begrijpelijke manier uit kon leggen waarom ik in het vierde terecht was gekomen, die ook nog gevoel voor humor had en die mijn eentigheid waardeerde. We moeten daar naartoe terug. ■

COLUMN



4x influencers (v, 50+)

GROEIEN OP INSTAGRAM

Van silversister tot wandelfluencer: naast de duizenden jonge influencers die de social-mediaplatforms domineren, zijn de zogenaamde *gransfluencers* bezig met een opmars. Francesca, Lorraine, Sybille en Masja vertellen hoe ze het vak zijn ingerold en wat de titel 'influencer' hen oplevert. 'Influencer worden was niet mijn ambitie. Het is me overkomen.'

INTERVIEWS: PETRA SCHRUTEN | BEELD: MARIËL KOLMSCHOT



@silver.isithenew.black
Instagram: 451 K volgers
TikTok: 46,7 K volgers

De Greyhairfluencer

FRANCESCA LEERING (1969) IS ONDERNEMER, GRAFISCH VORMGEVER, GREY HAIR INFLUENCER EN MODEL. ZE HEEFT TWEE KINDEREN – NET ALS HAAR MAN, MET WIE ZE ZEVENTIEN JAAR IS GETROUWD EN EEN SAMENGESTELD GEZIN VORMT.

"Het was absoluut geen bewuste keuze om grey hair influencer te worden. @silver.isithenew.black is organisch gegroeid. Of beter gezegd: geëxplodeerd. Met dank aan corona, die alles op z'n kop zette. Wereldwijd moesten alle kapsalons dicht. Daardoor gingen vrouwen online op zoek naar informatie over grijs haar. Mijn Instagramaccount was destijds – zeker in Nederland – nog een niche. Begin 2019 zei mijn man: 'Waarom stop je niet gewoon met kleuren? Grijs haar staat je vast mooi. Het scheelt ook geld en tijd.' Daar maakte hij een punt. Rond mijn slapen had ik geen pigment meer, daar pakte de verf dus steeds slechter. Elke twee weken zat ik bij de kapper, met allergische reacties als gevolg. In het jaar voor covid uitbraak, dacht ik: ik geef mijn grijze haar een kans. Mijn haarkleur is van nature donkerbruin, tegen zwart aan. Die spierwitte uitgroei vond ik erg mooi, ik voelde me de laatste tijd bijna schuldig als er weer een bak verf overheen ging. Ik besloot een Instagram-account te starten om mijn familie en vrienden op de hoogte te houden van 'wat ik in hemelsnaam aan het doen was'. Omdat ik er voorlopig natuurlijk wat 'vreemd' uit zou zien met al die uitgroei. Met de hashtag #growingoutgrey uploadde ik regelmatig foto's

'Vergis je niet: een goede reël maken kost veel tijd'

van mijn proces. Zo kwam ik ook in contact met grey hair influencers uit onder meer Amerika, Engeland en Australië. Het klikte. Je haar grijs laten worden is een proces van acceptatie. Afscheid nemen van een periode. Omarmen dat je ouder wordt. Daarin herkennen wij elkaar. Met de #Silver Sisters kletsen we online over onze keuzes, de menopauze en het gezinsleven. Niets blijft hier onbesproken. Ook in real life zien we elkaar. Elk jaar plannen we een Silver Sister-midweek in een ander land. De warme vriendschappen die ik aan dit avontuur heb overgehouden, zijn voor mij het mooiste geschenk. Maar ook zakelijk gezien gaat het me voor de wind. Ik had rond de 10.000 volgers toen ik deze bedrijven werd benaderd voor samenwerkingen. Kan ik je deze cijfers toesturen? Wil je daar een post over maken? Bij producten waar ik achtersta, dacht ik: waarom niet? Na een tijdje viel het kwartje: ik ben veel geld aan het verdienen voor anderen. Dat was het omslagpunt. Op internet las ik dat je als influencer voor één post per 10.000 volgers zo'n honderd euro kan factureren. Dat klinkt als makkelijk geld verdienen, maar vergis je niet: een goede reël maken kost veel tijd. Op het moment dat mijn haar volledig grijs was, dacht ik: mijn reis naar grijs is voorbij. Wat moet ik nu nog gaan vertellen? Geleidelijk ontstond de verschuiving naar mode, beauty en een gezonde levenswijze. Met bijna een half miljoen volgers zien merken mij als een autoriteit. Ik verdien aardig met mijn opdrachten als influencer, maar ik werk daarnaast nog steeds met veel plezier als grafisch vormgever voor een belangrijke groep vaste klanten. Herlijk gezegd: het bedenken van een corporate identity voor ondernemingen prikkelt mij méér dan het posen van de honderdste foto van mezelf in een of andere nieuwe jurk. Werkweeken van zestig uur neem ik op de koop toe." ►





@littaure
Instagram: 1.450 volgers
TikTok: 1.337 volgers
(@lorraineittaure)

De Fashionfluencer

LORRINE LITTAURE (1956) IS EEN STIJLGOEROE MET EEN HART VAN GOUD. ZE IS EEN VAN DE HOOFD-PERSONEN UIT DE REALITYSERIE DE GRANNIES VAN AMSTERDAM. ZE IS WEDUWE EN HEFT EEN ZOON. GEBOREN IN DE BIG APPLE NOEMT ZE NEDERLAND NU NAAR THUIS.

"Vraag je mij hoeveel uur ik per week werk, quote ik Karl Lagerfeld: 'Ik werk niet, het is mijn passie.' Vóór de realityshow *De grannies van Amsterdam* verdiende ik een centje bij als stylist en personal shopper. Daarnaast gaf ik - en geef ik nog steeds - verkooptrainingen. Nu ik met mijn hoofd op televisie ben en ook een Instagram- en TikTok-account heb, krijg ik steeds meer aanvragen voor stylingadvies. Heerlijk, het kan mij niet druk genoeg zijn. Mijn nieuwe leven als influencer brengt tot op heden alleen maar positiviteit, maar ik vind het nog steeds onwettelijk dat ik op straat word herkend. Laatst stapte ik de tram uit en toen zei de tramconductor: 'Dag Lorraine.' Toch smaakt het naar meer. Onlangs heb ik me ingeschreven bij een castingbureau. Misschien zie je mij nog eens terug in een reclame of wie weet, zelfs in een film. Van nieuwe ervaringen krijg ik energie. Nieuwe dingen leren houdt mijn geest scherp. God, wat heb ik gestruggeld met het monteren van de video's voor social media! Soms voelde ik me een complete idioot. Maar dankzij de hulp van een slimme jongeman heb ik het inmiddels aardig onder de knie. Ik studeerde Engels aan de Universiteit van New York en deed vervolgens de businessschool. Dat ik gevoel heb voor mode en styling ontdekte ik pas op mijn 28ste. Ik woonde toen vier jaar in Nederland, het land waar mijn moeder is geboren. Via via werd ik aangenomen als verkoper bij Reflections Amsterdam: de top van de top in high fashion. Ik wist niet dat ik het in me had, maar binnen no time vergaarde ik veel kennis van heel veel merken. Mijn enthousiasme bleef

niet onopgemerkt. Ik werkte nog geen jaar als verkoper toen mijn baas voorstelde mee te gaan op inkoopreis. De afgelopen 45 jaar is fashion de rode draad in mijn leven. Inkoop, verkoop, ontwerpen, productie, shoppen en styling. Van Chanel tot Donna Karan New York, 'schi' dagen per week werkte ik in diverse functies voor de grootste modemerken in binnen- en buitenland. Van klassiek tot sexy, extravagant en zelfs ontdaart - dat is een mening: ik vind het fantastisch om anderen te kleden. Gevraagd en ongevraagd geef ik mijn mening. Anders dan veel mensen denken, hoef je niet veel geld uit te geven om er goed uit te zien. Het gaat vooral om de juiste combinatie. Mijn clientèle bestaat uit vrouwen én mannen in de leeftijd van 19 tot 85 jaar. Age is nothing but a number. Je bent zo oud als je je voelt. Als ik anderen hoor klagen over 'de jeugd van tegenwoordig' denk ik: oh my god. Ik geloof ook niet in hokjes. In elke leeftijdsgroep heb je saai types en bruisende persoonlijkheden. Ik ben op dit moment heel tevreden met mijn leven, heb geen gigantische bucketlist. Maar als een vriendin vraagt: zullen we morgen gaan reizen, uit eten of voor mijn part naar een festival, dan sta ik vooraan in de rij. Mijn motto is: als je niks doet, gebeurt er ook niks. Ik ga door totdat ik er letterlijk bij neerval." ►

* Kijk de *Feelgood-realityserie De grannies van Amsterdam* via NPO Start.

'Mijn clientèle bestaat uit vrouwen én mannen in de leeftijd van 19 tot 85 jaar'

@my.yellow.suitcase
Instagram: 665 volgers

De Reisfluencer

STYLLIE KROON (1964) IS GETROUWD MET EDWIN
EN REIST ALS FREELANCE (REIS)JOURNALIST ACHT
MAANDEN PER JAAR DE WERELD ROND.

"Dat ik door mijn reisverhalen mensen zo gek krijg dat ze zeggen: 'Daar wil ik heen', is leuk meegenomen. Maar het is niet mijn doel. Anders dan anderen zie ik mezelf niet als influencer, dat is echt iets van deze tijd. Ook voordat ik online actief was, kreeg ik reacties op mijn verhalen in de krant. Ik wil vooral inspireren en informeren. Natuurlijk schrijf ik vanzelf mezelf, maar ik probeer tegelijkertijd objectief te blijven. Laatst ontving ik via Instagram een berichtje: 'Ik zie dat jij regelmatig in Berlijn bent. Wat moeten we beslist zien?' Dan mail ik terug of ik verwijs voor tips naar mijn website Myellowsuitcase.nl. Geel is echt mijn kleur. Zolang ik me kan herinneren, reis ik met een gele koffer. Toen ik tijdens corona niet kon reizen, ben ik mijn reisverhalen gaan uploaden. Zie het als een virtuele koffer vol inspiratie en verhalen. Op Instagram doet mijn gele koffer het hartstikke goed. In de reiswereld wordt 'te regelmatig door influencers en reisagenten herkend'. Tot mijn sotte was ik alround journalist. Soms schreef ik een reisverhaal naar aanleiding van een vakantie. Tot de krant mij in 2014 vroeg of ik vaker wilde gaan schrijven over reizen voor de reisblogger die ze wilden gaan opzetten. Zo ben ik erin gerold. Gemiddeld ben ik acht maanden per jaar op reis. Niet alleen- gesloten, de persreizen die ik maak variëren van een paar dagen tot een week. Ik vermoed

• dat ik zo'n vijftig landen heb bezocht, sommige meer dan eens, of ik bezoek dan verschillende steden. Van varen langs de gletsjers in Alaska tot slapen onder de sterrenhemel in Oman; elke reis maakt op een andere manier indruk. Ook Europa is fantastisch. Vorige week werd ik compleet verrast door Ierland, waar ik ging kanoën in het meest heldere oceaarwater dat ik ooit in mijn leven heb gezien. Mijn partner, die het heus niet altijd leuk vindt dat ik veel weg ben, ondeesturt mij volledig in mijn kous. Soms heeft hij mazoe, dan mag hij mee. De grootste misvatting over mijn werk is dat mensen denken of soms zelfs zeggen: 'Lekker hoor, zo vaak op vakantie.' Op persreis gaan is hard werken. Vaak ben ik maar vier of vijf dagen van huis. Inclusief reizen, ja, ook naar landen waar je te maken krijgt met jetlags. Yoga in de ochtend, dertig kilometer e-bikes, een wijproeverij, een wellnessbehandeling én twee keer uit eten. Wat tijdens een persreis op één dag wordt gepland, daar doen vakantie-gangers een week over. Plus luisteren naar een gids, aantekeningen maken, foto's nemen en video's monteren, dat komt er ook nog bij. Bij terugkomst ben ik vaak behoorlijk afgedraaid. En dan tik ik, voor ik weer vertrek, mijn reisverhaal en zoek ik de foto's uit. Als micro-blogger word ik soms benaderd voor samenwerkingen. Daar sta ik in principe voor open, mits ik achter het product sta. Laatst kreeg ik een verzoek om shampoo in blokvorm te promoten. Handig, voor wie niet met vloeistof wil reizen. Ik bedankte, omdat mijn haar echt andere producten nodig heeft. Wat veel reizigers hebben met kofferast-magneten heb ik met buitenlandse Ansicht- kaarten die ik naar huis stuur. Een kaart kopen, een postzegel scoren, een briefbus vinden en daarvan nog een foto maken als ik de kaart post. Vooral tijdens natuurreizen is dat soms een uitdaging. Maar de dankbaarheid die ik voel wanneer ik naar mijn goedgevulde kaartenrek kijk, maakt het de moeite meer dan waard." ►

'Mensen zeggen: 'Lekker hoor, zo vaak op vakantie.' Maar op persreis gaan is hard werken'





De Wandelfluencer

MASJA DE JONGH (59) IS SCHOONHEIDSSPECIALISTE EN HEEFT EEN SALON AAN HUIS. ZE IS GETROUWD EN HEEFT TWEE KINDEREN.

"Influencer worden is niet mijn ambitie. Het is me overkomen. Wat ik wil uitdragen, is positiviteit. Het raakt me als ik mailtjes krijg van volgers die zeggen dat ze dankzij mijn wandelvideo's tien kilo zijn afgevallen. Of door in beweging te komen hun scheiding beter konden verwerken. Toen ik in 2019 begon met wandelen, was ik een weak. Ik was zwaarlijvig en had last van ontstoken scheenbeenvliezen. Lopen lukte nauwelijks. Van mijn manueel therapeut moest ik gaan wandelen. 'Al is het maar vijf minuten per dag.' Na een half jaar trainen, liep ik drie kilometer in dertig minuten. Dat gaf zo'n kick. Inmiddels zit ik op zestig tot tachtig minuten per dag, 365 dagen per jaar. Al 2.400 keer wandelde ik mijn rondje over de Kanaaldijk. Op een mooie ochtend in maart 2024 besloot ik spontaan een wandelvideo te posten op mijn Instagram-account. Ik zette mijn telefoon tegen een lantaarnpaal en liep acht seconden door het beeld. Ik poste de video om half zeven 's morgens - ik had destijds 500 volgers - en schreef in de caption: 'Mijn 30 kilo. Ik wandel elke ochtend 6,5 kilometer en dat heeft mijn leven veranderd.' Die middag zei mijn dochter: 'Mam, heb je je Insta gezien? Je gaat viral!' In een halve dag had ik honderden nieuwe volgers erbij en zat mijn DM vol met vragen: 'Hoe houd je vol? Wat neem je voor ontbijt? Op welke schoenen loop je?' De volgende ochtend maakte ik een video waarin ik alle vragen beantwoordde. Ook deze post bereikte duizenden mensen. Zo is mijn schare volgers organisch gegroeid. Ik film mezelf met mijn mobiel en upload de video direct, zonder bewerking. Eerlijk en rauw. Kost me hooguit vijf minuten per dag. Vanwege mijn bereik word ik bijna dagelijks benaderd door

bedrijven als Hema en Etos. Of ik het gezicht wil worden van hun merk? Of ik video's wil opnemen op de Kanaaldijk, waarin ik hun producten aanprijs? Inspirerende content die zij dan weer kunnen delen. Ik kan veel geld verdienen met deze samenwerkingen, maar ik wil niet in een hamas zitten. Niet meer. Het grootste deel van mijn werkzame leven heb ik werk gedaan dat niet bij me paste. Vrijheid is voor mij de ultieme luxe. Mijn eigen keuzes maken, eerlijk zeggen wat ik van producten vind, doen wat ik wil. In mijn eigen tempo. Daar kan geen contract tegenop. Sinds ik elke ochtend wandel, sta ik meer en meer in contact met mijn lijf en mijn intuïtie. Daardoor durfde ik op mijn 50ste mijn baan op te zeggen en liet ik me omscholen tot schoonheidsspecialiste, iets waar ik decennialang van droomde. Sinds de opening van mijn thuiszalen Eerlijke Schoonheid gaat mijn bedrijf als een speer. Dankzij mijn Instagrampagina aan klanten geen gebrek. Ook de inspiratiedagen die ik organiseer zijn razendsnel uitverkocht. Ik ben zelfs een boek aan het schrijven. Ik, het meisje met dyslexie, dat met moeite haar mavediploma haalde." ■

'Ik film mezelf met mijn mobiel en upload de video direct, zonder bewerking'

@eerlijkeschoonheid
Instagram: 94,3 K volgers
TikTok: 50K volgers