

# WIE WINT DE STARTERS AWARD?

*Een eigen bedrijf beginnen is één ding, maar het succesvol van de grond krijgen is een tweede. Om kersverse ondernemers een vliegende start te geven, organiseren we de Marie Claire Starters Award. En dit zijn de genomineerden.*

TEKST SHARDEY AALDERS  
FOTOGRAFIE MELODY LIEFTINK

## DE JURY

### ANNELIES PIJPER

Hoofdredacteur  
Marie Claire

### SUZAN JACOBS

Brand & design  
manager bij Steps

### DIONNE POOL

Beauty & lifestyle  
director Marie Claire

### SABINE BARTHEL

Eigenaar financieel  
adviesbureau Krijtstreep  
B.V. en Marie Claire's  
financieel columnist



Alle finalisten zijn gekleed in de Steps Selected by Marie Collection – verkrijgbaar vanaf 23 september.



## LOVELI LINDA BOT (41)

CONCEPT: EEN 100% NATUURLIJKE EN LUXE MAAR BETAALBARE VERZORGINGSLIJN VOOR VROUWEN

- 1. Een soort Rituals, maar dan helemaal natuurlijk.**  
**Vertel.** «Verzorgingsproducten die luxe voelen, lekker ruiken en ook nog eens leuk staan in je badkamer bevatten vaak synthetische stoffen die je liever niet op je huid wilt hebben. Met Loveli maak ik producten die helemaal natuurlijk en betaalbaar zijn, maar die toch ook dat Rituals-achtige luxegevoel hebben.»
- 2. Maak je de producten ook echt zelf?** «Jazeker, mijn schuur is mijn laboratorium. Aldaar experimenteer ik erop los met mijn maatbekertjes en pipetjes. Zodra ik het product zelf heb getest en tevreden ben, geef ik het recept aan een extern bedrijf dat gespecialiseerd is in natuurlijke cosmetica. Vervolgens controleren, testen en produceren zij het, zodat alles aan de nodige regelgeving voldoet.»
- 3. Wow, van 'alchemista' tot eigen proefpersoon.**  
**Gaat er weleens iets mis?** «Mijn eerste bodycrème is letterlijk ontploft in de keuken. Ik had nog geen ervaring en probeerde een recept uit een DIY-boek met een doorsnee kookpan en een vleesthermometer. Inmiddels heb ik een opleiding gedaan in natuurlijke cosmetica, waardoor dat soort dingen gelukkig niet meer gebeuren.»
- 4. Wat praat jij met ongelooflijk veel passie. Wat heeft je ertoe aangezet Loveli te starten?** «Toen mijn moeder zeven jaar geleden de diagnose borstkanker kreeg, mocht ze geen deodorant met aluminium meer gebruiken. Omdat ik geen aluminiumvrije deodorant kon vinden die écht werkte, besloot ik die zelf te gaan ontwikkelen. Natuurlijke cosmetica werd mijn passie en na deodorant was de stap naar andere producten snel gezet.»
- 5. De eerste producten zijn inmiddels te koop. Heb je al een bestseller?** «De deo waar alles mee begon, in de geur Fresh Cotton. Verder heb ik al een lippenbalsem en ben ik bezig met onder andere een facewash, handcrème en bodywash. Alles in hippe verpakking met lekkere geur.»
- 6. Ik bespeur ook een beetje een wereldverbeteraar. Overstijgt jouw uiteindelijke doel winst en groei?** «Absoluut. Hoe groter Loveli wordt, hoe meer bewustwording we kunnen creëren – bij zowel klanten als andere cosmeticaproducten. Ik droom van een wereld waarin we goed omgaan met de natuur en waarin producten zonder *not-wanted* stoffen de norm zijn.»
- 7. Is die mooie rode lippenstift die je nu op hebt ook van Loveli?** «Nee, die als enige nou net niet! Wel draag ik nu een zelfgemaakte gezichtsolie met onder andere avocado- en granaatappelolie en een mineralenpoeder dat beschermt tegen de zon. Honderd procent *goodness*, honderd procent natuurlijk.»

## WAT ZEGT DE JURY?

**Annelies:** «Het idee is ontstaan vanuit een eigen behoefte, en is uitgewerkt tot een sterk businessplan.»

**Suzan:** «Het idee om producten in deze markt toegankelijk, helder en modern vorm te geven is sterk. Linda's passie straalt ervan af!»

**Dionne:** «Een haalbaar idee, waar Linda erg bij betrokken is. Dit is belangrijk bij het slagen van een product.»

**Sabine:** «Het financiële stuk is inzichtelijk, overzichtelijk en duidelijk te herleiden.»



## JIJ BEPAALT WIE ER WINT

Uit alle ingezonden businessplannen heeft de vakjury – bestaande uit Annelies Pijper van Marie Claire, Suzan Jacobs van Steps, Dionne Pool van Marie Claire en Sabine Barthel van Krijtstreep BV – haar top-3 gekozen. Maar naast de jury bepaal jij door te stemmen wie de winnaar van de Starters Award wordt. Als je nu stemt, maak je kans op mooie prijzen.

## DIT IS DE TOP-3:

- LIDEWIJ VAN TWILLERT, **MESH LINGERIE**
- LINDA BOT, **LOVELI**
- VIVIAN WIERTS, **SHAPESHIFTERS**

## STEMMEN DOE JE ZO

Ga op [marieclaire.nl](http://marieclaire.nl) naar **MC@Work** en stem via de stemtool op jouw favoriet. Stemmen kan tot en met 22 september.

De Marie Claire Starters Award 2016 wordt mede mogelijk gemaakt door:

Steps.

## STEM & WIN!



**Dr. Hauschka**

Matte & Shimmer Blush Trio t.w.v. € 24,95, Eyeshadow Trio t.w.v. € 24,95 en Illuminating Powder t.w.v. € 22,50



**2**

**Smaak Amsterdam**  
Hutton Cognac-tas t.w.v. € 339



**4**  
**Gazelle**  
Puur\_NL-fiets t.w.v. € 659



**3**  
**Steps**  
Cheque t.w.v. € 250



**5**  
**Frends**  
Taylor Rosegold Headphones t.w.v. € 219



**6**  
**SUITSUIT**  
Raw Denim-koffer S t.w.v. € 109,95 en Raw Denim-koffer L t.w.v. € 149,95

# DE CARRIÈRELESSEN VAN... MAUREEN BAAS

## VOLG JE HART

«Als strategisch marketeer bij een groot Nederlands concern reisde ik met plezier de hele wereld over. Maar na zes jaar merkte ik dat ik de Nederlandse consument en markt miste. Op een internationale positie heb je niet alleen te maken met cultuurverschillen, maar moet je ook grotere belangen dienen. Ik houd juist van de dynamiek en flexibiliteit van de lokale markt. Toen een headhunter me voor de Nederlandse tak van Nespresso benaderde, hoefde ik geen seconde na te denken.»

## DURF ERGENS VOOR TE STAAN

«Ik ben verantwoordelijk voor alles wat de Nederlander ziet en kent van Nespresso. Dus ja, de grote campagnes met George Clooney, maar ook het verhaal achter de koffie. Vooral dat laatste is iets waar ik voor heb gevochten. We werken al 10 jaar aan ons kopje duurzame koffie, alleen moest dat verhaal wel verteld worden. In Nederland willen mensen weten waar hun producten vandaan komen. Ik wilde het hoofdkantoor laten zien hoe je dit verhaal kunt vertellen zonder de mooie *brand story* aan te tasten. Verantwoordelijkheid nemen vind ik belangrijk, niet alleen als persoon maar ook als organisatie.»

## WEES GEDULDIG

«Ik houd van snel schakelen, maar zit natuurlijk wel in een corporate omgeving. Dat betekent dat je soms aardig wat loketten langs moet om goedkeuring te krijgen. Het hoort erbij en ik vind het ook een leuk spel, maar af



**MAUREEN BAAS** laveert als marketingdirecteur van Nespresso soepel tussen George Clooney en duurzame koffieplantages. Ze staat in de top 100 van Beste Marketeers 2016.

en toe duren dingen daardoor wel langer dan ik zou willen.»

## ONTWIKKEL JE EIGEN VISIE

«Om hogerop te komen is visie essentieel. Die ontwikkel je door nieuwsgierig te blijven, insights te verzamelen, data te analyseren en collega's en vakgenoten te spreken, zodat je op de hoogte bent van wat er speelt. Dit helpt je je visie te onderbouwen en daar vertrouwen in te hebben. Want als je er zelf niet in gelooft, kun je anderen ook niet overtuigen.»

## CARRIÈRE-ADVIES

«Heb lef en ga moeilijke confrontaties niet uit de weg. Het is niet altijd makkelijk om iets te veranderen in een grote organisatie, maar als je volhoudt en een plan goed onderbouwt, krijg je de deur uiteindelijk verder open. Neem als voorbeeld het verhaal achter de koffie: het kostte de nodige overredingskracht, maar nu

wordt Nespresso Nederland gevraagd om projecten als eerste te doen. Omdat ze weten dat we het vertrouwen waard zijn.»

“  
Praat met mensen,  
dan weet je wat er speelt”