

Hoe creëer je als content creator een locatieonafhankelijk toekomstbestendig businessmodel?

AFSTUDEERWERKSTUK
NIKA HOMMA

Titelpagina

Vooronderzoek

Auteur:	Nika Homma
Studenten nummer:	3025784
Email:	3025784@aeres.nl
Opleiding:	Diergezondheid & management
Onderwijsinstelling:	Aeres hogeschool Dronten De Drieslag 4 8251 JZ Dronten Nederland
Afstudeerdocent:	Geert Sol g.sol@aeres.nl
Datum:	6 augustus 2021
Plaats:	Hoofddorp

DISCLAIMER Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

In mijn afstudeerwerkstuk ga ik onderzoek doen naar een locatieonafhankelijk toekomstbestendig businessmodel voor een content creator. Dit doe ik uit naam van mijn eigen onderneming ByNika. Ik ben zelf een content creator en de resultaten uit dit onderzoek kunnen voor mij heel waardevol zijn om toe te passen in mijn onderneming.

Ik ben mijn onderneming gestart tijdens mijn studie diergezondheid en management aan de Aeres hogeschool in Dronten. In mijn afstudeerjaar volg ik het green starters traject, dit is speciaal bedoeld voor studenten die tijdens hun studie een onderneming gestart zijn. Dit maakt het mogelijk om met mijn afstudeerwerkstuk een onderzoek te doen die voor mij veel waarden heeft.

Ik wil graag mijn afstudeerdocent Geert Sol bedanken voor zijn feedback en passie voor ondernemerschap wat voor mij van groot belang is geweest. Graag wil ik ook mijn vrienden en familie bedanken voor het geven van feedback.

Nika Homma
Hoofddorp, augustus 2021

Inhoudsopgave

.....	1
Titelpagina	2
Voorwoord	3
Begrippen lijst.....	6
Overzicht van afbeeldingen en tabellen	7
Afbeeldingen	7
Tabellen	7
Radardiagrammen	7
1. Samenvatting	8
Abstract	9
2. Inleiding	10
Onderwerp	10
Trends en ontwikkeling	10
Relevantie	11
Theoretisch kader	11
<i>Definitie van content</i>	11
<i>Content marketing</i>	12
<i>Social media</i>	12
<i>Locatieonafhankelijk</i>	15
<i>Risico</i>	16
Knowledge gap	17
Afbakening	17
Onderzoeksvragen	17
Doelstellingen	17
3. Materiaal en methode	18
Onderzoeksopzet en -object	18
Onderzoeksdoelgroep	18
Type onderzoek	18
Methode van data verzameling	18
Validiteit en betrouwbaarheid	20
<i>Validiteit</i>	20
<i>Betrouwbaarheid</i>	20
4. Resultaten	21
Wat zijn inkomstenbronnen voor een content creator	22
Hoe werkt een content creator locatieonafhankelijk	25
Wat doet een content creator om zijn onderneming toekomstbestendig te maken	27
5. Discussie	33
Onderzoeksresultaten	33
<i>Wat zijn inkomstenbronnen voor een content creator</i>	33
<i>Hoe werkt een content creator locatieonafhankelijk</i>	36
<i>Wat doet een content creator om zijn onderneming toekomstbestendig te maken</i>	36
Onderzoeksmethode	38
<i>Validiteit</i>	38
<i>Betrouwbaarheid</i>	38
<i>Respondenten</i>	39

<i>Hoofdvraag</i>	39
Reikwijdte	40
6. Conclusie en aanbevelingen	41
Conclusies	41
<i>Deelvragen</i>	41
<i>Hoofdvraag</i>	42
<i>Relevantie</i>	42
Aanbevelingen	43
<i>Praktijk</i>	43
<i>Waardetoevoeging voor bestaande theorieën</i>	45
<i>Vervolgonderzoek</i>	46
Bibliografie	47
Bijlage 1	50
Gedetailleerde planning	50
Bijlage 2	51
Interview vragen	51
Bijlage 3	52
Email uitnodiging onderzoek	52
Bijlage 4	53
Interviews uitgewerkt	53
<i>Tjade Voigt</i>	53
<i>Milad Mahmoodi</i>	58
<i>Zilver Schmitz</i>	62
Bijlage 5	67
Tabel met overzicht antwoorden interviews	67

Begrippen lijst

Tabel 1 Begrippenlijst

Begrip	Omschrijving
Affiliate marketing	Houdt in dat een bedrijf zijn producten of diensten laat promoten door andere bedrijven of consumenten en zij voor elke doorverwezen klant een compensatie krijgen.
B2B	Business to business
Constructie validiteit	Geeft aan in hoeverre het instrument datgene meet wat beoogd wordt te meten.
Content	Een verzamelnaam voor tekst, afbeeldingen en video's en de combinatie hiervan.
Conversies	Een conversie is een actie waarvan je wilt dat bezoekers deze uitvoeren.
Digital nomad	Individueel waarvan werk niet aan een specifieke plaats gebonden is, en die daarom reizen terwijl ze werken.
Ecologische validiteit	De mate waarin de meetresultaten representatief zijn voor de alledaagse praktijk en dus niet alleen gelden binnen de testomgeving.
Externe validiteit	De mate waarin de conclusies van het onderzoek te generaliseren zijn naar de hele populatie of andere situaties, groepen of personen dat wordt onderzocht.
Funnels	Een funnel is een denkbeeldige trechter, deze leidt bezoekers naar converteerders.
Infographic	Een grafische weergave van informatie in de vorm van grafieken, diagrammen of stripachtige illustraties.
Instabeoordelaarsbetrouwbaarheid	Geeft de overeenkomsten weer tussen de uitkomsten van dezelfde meting die dezelfde beoordelaar heeft gedaan.
Passief inkomen	Er wordt op dat moment niet gewerkt maar wel geld verdiend via passieve inkomstenbronnen.
War fund	Gespaarde buffer om periodes zonder inkomsten op te vangen.

Overzicht van afbeeldingen en tabellen

Afbeeldingen

Afbeelding 1. Uren die millennials besteden aan interactie met content (Content Science, 2021).....	11
Afbeelding 2. Infographic social media platforms (Benson, 2019)	15
Afbeelding 3. Tjade Voigt	21
Afbeelding 4. Milad Mahmoodi	21
Afbeelding 5. Zilver Schmitz	21
Afbeelding 6. Gedetailleerde planning	50

Tabellen

Tabel 1 Begrippenlijst.....	6
Tabel 2. Korte antwoorden interview vragen	23
Tabel 3. Beoordeling onderdelen radardiagram 1	24
Tabel 4. Voordelen en restricties van locatieonafhankelijk werken.....	25
Tabel 5. Beoordeling onderdelen radardiagram 2	26
Tabel 6. Fouten en waardevolle lessen	27
Tabel 7. Risico's en het spreiden hiervan.....	29
Tabel 8. Tips voor startende ondernemers.....	30
Tabel 9. Beoordeling onderdelen radardiagram 3	31
Tabel 10. Schatting kosten content creator	35
Tabel 11. Overzicht antwoorden interviews	67

Radardiagrammen

Radardiagram 1. Inkomstenbronnen	23
Radardiagram 2. Locatieonafhankelijkheid.....	26
Radardiagram 3. Toekomstbestendigheid	31

1. Samenvatting

Het doel van dit onderzoek is om verschillende businessmodellen te vergelijken, in de vorm van een casestudie, die het mogelijk maakt voor content creators om locatieonafhankelijk te werken. Dit onderzoek laat verschillende inkomstenbronnen zien maar ook hoe deze samen gaan met locatieonafhankelijk werken en hoe dit businessmodel uiteindelijk toekomstbestendig is. De informatie uit dit onderzoek geeft handvatten om een businessmodel te creëren wat locatieonafhankelijk en toekomstbestendig is voor beginnende content creators die hun eigen onderneming willen opstarten.

Het is een kwalitatief onderzoek in de vorm van een casestudie. Voor dit onderzoek zijn drie ondernemers geïnterviewd. Twee van de ze ondernemers zijn content creator en de derde is een business coach. Het onderzoek richtte zich op drie onderdelen van de ondernemingen, namelijk; inkomstenbronnen, locatieonafhankelijkheid en toekomstbestendigheid.

Uit de resultaten is gebleken dat content creatie de hoofdinkomstenbron is. Passieve inkomstenbronnen zijn hierna de volgende stap en bevinden zich vaak in de e-commerce branche. Belangrijk is om eerst te focussen op één inkomstenbron en pas later als het goed loopt een nieuwe op te starten. Locatieonafhankelijk werken is voor de respondenten mogelijk omdat ze alleen afhankelijk zijn van een laptop, camera, wifi en stroom. De doelen om de onderneming toekomstbestendig te maken zit voor de respondenten in het spreiden van risico's. Dit wordt gedaan voor verschillende inkomstenbronnen en zich goed voor te bereiden op de risico's.

Uit dit onderzoek wordt geconcludeerd dat de focus voor een onderneming gelegd moet worden op de content creatie als hoofdinkomstenbron. Aangezien het mogelijk is met alleen deze inkomstenbron al evenveel te verdienen als het modaal inkomen. Als dit goed loopt kan er begonnen worden met het opzetten van passieve inkomstenbronnen in bijvoorbeeld e-commerce. Voor de ondernemer is het belangrijk dat zij alleen afhankelijk worden van een laptop en camera en op zoek gaan naar locaties met toegang tot wifi en stroom. Als er aan deze punten wordt voldaan is de ondernemer locatieonafhankelijk. Ook is het belangrijk dat de ondernemer een war fund tot zijn beschikking heeft, de kosten minimaliseert, de werkzaamheden eventueel uitbesteedt, dat de onderneming verzekerd is en dat de geldzaken op orde zijn met behulp van een boekhouder. Dit zijn stappen die de onderneming helpen om een stap dichterbij toekomstbestendigheid te brengen.

Dit onderzoek is relevant voor ondernemers die een onderneming in de content creatie branche willen beginnen. Dit onderzoek geeft een speelveld weer met onderdelen voor de onderneming waar de ondernemer naar toe kan werken.

Abstract

The aim of this research is to compare different business models, in the form of a case study, which makes it possible for content creators to work location-independently. This research shows different sources of income, but also how these go together with location-independent working and how this business model is ultimately future-proof. The information from this research provides tools to create a business model that is location-independent and future-proof for starting content creators who want to start their own business.

It is qualitative research in the form of a case study. Three entrepreneurs were interviewed for this research. Of these participants, two entrepreneurs are content creators and the other entrepreneur is a business coach. The research focused on three parts of the companies; sources of income, location independence and future-proofing.

The results show that content creation is the main source of income. Passive income sources are the next step, and these are often in the e-commerce industry. It is important to first focus on one source of income and later, if it is going well, to start a new one. Location-independent working is possible for the respondents because they only depend on a laptop, camera, Wi-Fi and a power source. For the respondents, the way to make the company future-proof is to spread the risks. This is done by different sources of income and to prepare well for future risks.

The conclusion of this research is to focus on content creation as the main source of income. Since it is possible to earn as much as the average income with this source of income alone. If this goes well, you can start setting up passive income sources in e-commerce. Make sure that the entrepreneur is only dependent on a laptop and camera and search the locations for access to Wi-Fi and a power source. If these points are met, the entrepreneur is location independent. Make sure that the company has a war fund at its disposal, minimize costs, outsource any activities, insure the company and ensure that money matters are in order with the help of a bookkeeper. These are steps that bring the company one step closer to being future-proof.

This research is relevant for entrepreneurs who want to start a business in the content creation industry. This is because this research represents a playing field with parts for the company that they can work towards.

2. Inleiding

Onderwerp

Op vakantie gaan is een van de populairste bestedingen van vrije tijd. Meer dan 80% van de Nederlanders gaat elk jaar op vakantie (CBS, 2020). Voor velen is het een droom om reizen als een onderdeel van hun baan te rekenen. Dit kan ook binnen eigen land zijn.

Reizen wordt aantrekkelijk gemaakt door het delen van reiscontent. Tegenwoordig is er overall reiscontent te zien, met name op social media. Veel reiscontent op social media wordt gepost door travel influencers. Veel van deze travel influencers kunnen reizen tot hun werkzaamheden rekenen. Bedrijven in de reisindustrie gebruiken content voor de marketing van hun producten of diensten. Voor het maken van de content schakelen marketingafdelingen graag content creators in, hieronder vallen ook de travel influencers. Het lijkt of deze travel influencers het gehele jaar door reizen en foto's maken om een stabiel inkomen te hebben. Of dit ook de realiteit is wordt echter niet genoemd. Het idee van het hele jaar door reizen en daar geld mee verdienen is een aantrekkelijk idee en hierdoor een begeerde lifestyle. Er gaat daarom online veel informatie rond over de beste manier om dit doel te bereiken. Veel hiervan is gemaakt door ondernemers die dit doel al hebben bereikt. Echter is de inhoud hiervan vaak oppervlakkig en wordt er niet verteld welke stappen er ondernomen moeten worden om deze lifestyle te bereiken. Daarom worden er in dit onderzoek verschillende casestudies vergeleken van content creators die deze lifestyle al hebben bereikt en waar het inkomen vandaan komt. Zo wordt er onderzocht welke inkomstenbronnen er veel gebruikt worden en welke goed toegepast kunnen worden voor beginnende content creators.

Trends en ontwikkeling

Door de toename van sociale media over de hele wereld is de online omgeving een aantrekkelijke marktplaats geworden voor organisaties. Met name om zichtbaarheid te creëren en rechtstreeks in contact te komen met de doelgroep en belanghebbenden (Valentini, 2018). Hiermee is ook de opkomst van de social media influencer ontstaan. Social Media Influencers (SMI's) zijn microberoemdheden met veel volgers op sociale mediaplatforms. SMI hebben de kracht om klant-merkelaties in verschillende productcategorieën te bevorderen en de doelgroep bij het product te betrekken. SMI's hebben een bestaande vertrouwensrelatie met hun volgers. De volgers vertrouwen de SMI op het leveren van waardevolle informatie en goed advies, hierdoor veranderen de volgers in consumenten (Delbaere, 2020).

In de afgelopen jaren zijn social media influencers exponentieel gegroeid, waardoor de populariteit van influencer marketing is toegenomen en door veel bedrijven wordt opgenomen in de bedrijfsstrategie (Vrontis, 2021). Traditioneel worden SMI's gezien als individuen met miljoenen volgers. Maar er zijn ook micro-influencers die met een relatief klein aantal volgers van minder dan 10.000 volgers een goede bereikbaarheid weten te genereren. Van deze micro-influencers wordt nu gezegd dat zij een hogere betrokkenheid en vertrouwensfactoren hebben dan een professionele influencer/beroemdheid met miljoenen volgers (Barthorst, 2019). Dit maakt het bereikbaarder om ook geld te kunnen verdienen met social media als een micro-influencer. In een onderzoek in 2018 is geconstateerd dat

75% van de bedrijven al gebruik maakt van influencers voor hun marketing en dat 43% verwacht hun uitgaven aan influencers te gaan verhogen (Association of National Advertisers, 2018).

Social media influencers zijn niet de enige trend op het gebied van marketing en content. Een andere trend is social media shopping, ook wel social commerce genoemd. Hierbij voegen de social media platvormen een eigen shop toe aan hun online platformen waarop consumenten de gebruikte producten meteen kunnen kopen. Op deze manier is het niet meer nodig om producten te linken. Een andere trend op het gebied van content is de snackable content, dit is korte content van een tot twee minuten. Deze content is snel te kijken en hierdoor makkelijk in grote mate te consumeren. Media zoals Instagram reels, TikTok en Instagram stories zijn perfect voor het verspreiden van deze vorm van content. Naast snackable content neemt interactieve content ook toe in populariteit. Denk bij interactieve content aan quizen, polls of weggeef-acties. Via interactieve content is het mogelijk om op een laagdrempelige manier in contact te komen met potentiële klanten. Via polls is het mogelijk om meer inzichten te krijgen in keuzes die gemaakt worden. Deze waardevolle data kan gebruikt worden voor het optimaliseren van de website, product, dienst of social content. (Althuizen, 2021).

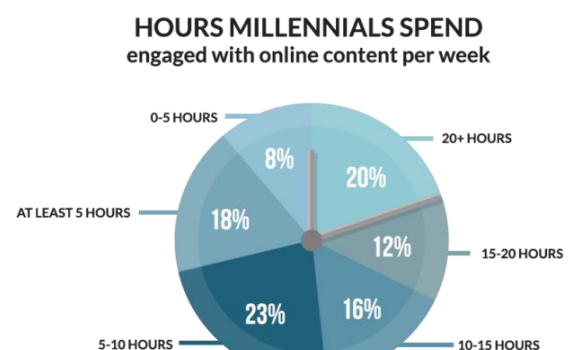
Relevantie

Het onderzoek geeft beginnende content creators waardevolle inzichten in inkomstenbronnen die ervoor zorgen dat locatieonafhankelijk werken mogelijk is. Deze inkomstenbronnen gaan goed in combinatie met reizen of bevinden zich in de reisbranche. Alle inkomstenbronnen worden onderbouwd met bestaande literatuur. De uitkomsten van dit onderzoek kan door een onderneming worden gebruikt om bijvoorbeeld een E-book te schrijven. Dit E-book speelt in op de behoefte van de doelgroep die werkzaam willen zijn in de reisbranche maar daarnaast ook inkomsten via andere wegen willen genereren. Dit draagt ook bij aan het ontwikkelen van verschillende inkomstenbronnen voor het bedrijf.

Theoretisch kader

Definitie van content

Communicatie online gaat tegenwoordig niet alleen meer via tekst. Content wordt steeds belangrijker om de aandacht te trekken van mensen online. Content is een verzamelnaam voor tekst, afbeeldingen en video's en de combinatie hiervan (De Jong, 2021). Content zorgt ervoor dat een bepaald idee, belevenis of product aantrekkelijk wordt. Content wordt ook steeds met hogere maten geconsumeerd. Nu in 2021 zit 20% van de bevolking meer dan 20 uur per dag online en zijn betrokken met content (Content Science, 2021). Om aan content te komen zijn er content creators nodig. Een content creator is iemand die content maakt voor (digitale) media. Content creators richten zich meestal op een specifieke doelgroep in een



Afbeelding 1. Uren die millennials besteden aan interactie met content (Content Science, 2021)

specifieke context. Belangrijke voordelen van een content creator zijn:

- Brand awareness, dit is essentieel voor elk bedrijf. Dit is de mate van herkenning van het merk bij de consument. Merkbekendheid creëren is de belangrijkste stap bij het promoten van een bedrijf (Kopp, 2021). Content creators helpen merkbekendheid te vergroten door het creëren van content wat de bedrijfsidentiteit goed naar voren brengt. Juiste content en een goede marketingstrategie zorgen ervoor dat het bedrijf bekend wordt onder de doelgroep.
- Lead nurturing, ofwel het informeren/beïnvloeden van potentiële klanten door middel van content. Dit zorgt ervoor dat de klanten goed worden voorgelicht tijdens het verkoopproces en weten welke voordelen er bij het product of prijs horen.
- Klantenbinding, is belangrijk om als merk te groeien. Een tevreden klant leidt tot mond-op-mond reclame. Dit zorgt voor het vergroten van de klantenkring. Door het regelmatig posten van content blijft de relatie tot de klant beter onderhouden (Join, 2021).

Content helpt vertrouwen op te bouwen en contact te maken met de doelgroep, maar het fungeert ook als brandstof voor andere marketingtechnieken. Het is de basis waarop bedrijven zich online promoten (Solomon, 2019).

Content marketing

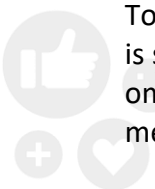
Content marketing is een belangrijk onderdeel in de marketingstrategie van bedrijven. Er zijn twee soorten marketing die bedrijven kunnen uitvoeren: outbound marketing en inbound marketing. Outbound marketing bestaat uit telefoontjes, spam-e-mails, flyers, reclameborden, het gaat hierbij vooral om het zenden van marketingmateriaal ofwel reclame. Bij inbound marketing gaat het om het bieden van waarden aan de hand van content zoals e-boeken, podcast, infographic's, video's en meer. Inbound marketing vergoot de merkbekendheid en kan leads beter omzetten in klanten (Alscher, 2019).

Hieronder valt digital content marketing. Digitale content marketing (DCM), heeft als doel de merkbetrokkenheid en het vertrouwen van de consument te bevorderen. Op basis van onderzoek is te zien dat DCM bijdraagt aan merkbetrokkenheid, ontwikkelen van relaties en vertrouwen, in plaats van consumenten rechtstreeks te overtuigen om te kopen. Dit wordt gedaan door het creëren en verspreiden van relevante, waardevolle merk gerelateerde content naar huidige of potentiële klanten op digitale platformen (Hollebeek, 2019). DCM wordt ook gedefinieerd als "het creëren, verspreiden en delen van relevante, aantrekkelijke en tijdige inhoud om klanten op het juiste moment in hun aankoop overwegingsprocessen te betrekken. DCM wordt dus gesymboliseerd als een belangrijk en waardevol marketinginstrument om relaties met consumenten op te bouwen die efficiënt bijdragen aan de prestaties van het bedrijf (Mathew, 2020).

Social media

Social media is tegenwoordig bij iedereen bekend. Van de wereldbevolking zit 45% op minimaal een van de verschillende social media platformen, dat zijn ongeveer 3.5 miljard mensen. De gemiddelde internetgebruiker zit twee uur per dag op social media, en heeft accounts op acht verschillende socialmedia platformen (Tuten, 2020).

Toch kunnen er verschillende definities verstaan worden voor social media. In praktische zin is social media een verzameling van digitale technologieën wat gebruikers een digitale omgeving biedt, hierin kunnen ze content of informatie delen en ontvangen. Social media is meestal in de vorm van een app of een website. Social media kan ook op een andere en



brede manier gezien worden, meer als digitale omgeving waar mensen een deel van hun leven uitoefenen (Appel, 2020).

Ondernemingen kunnen op verschillende manier aanwezig zijn op social media, denk aan betaalde display advertenties, deelnemen als een merk persona, het delen van merkcontent en het werken aan merkbetrokkenheid voor hun consument (Voorveld, 2019). Social media wordt door bedrijven gebruikt voor marketing. Social media marketing kan ervoor zorgen dat de onderneming meer online zichtbaarheid krijgt, versterkt relaties met klanten en vergroot mond tot mondreclame (Zimmerman, 2021). Dit kan omdat het mogelijk voor ondernemingen is om communicatie en interactie van twee richtingen te hebben. Met als gevolg dat klanten zich sneller binden aan een merk. Social media vergroot de interactie op verschillende aspecten, denk aan het makkelijker zoeken naar informatie, interactiviteit, promotie en het zoeken naar nieuwe klanten (Alalwan, 2017).

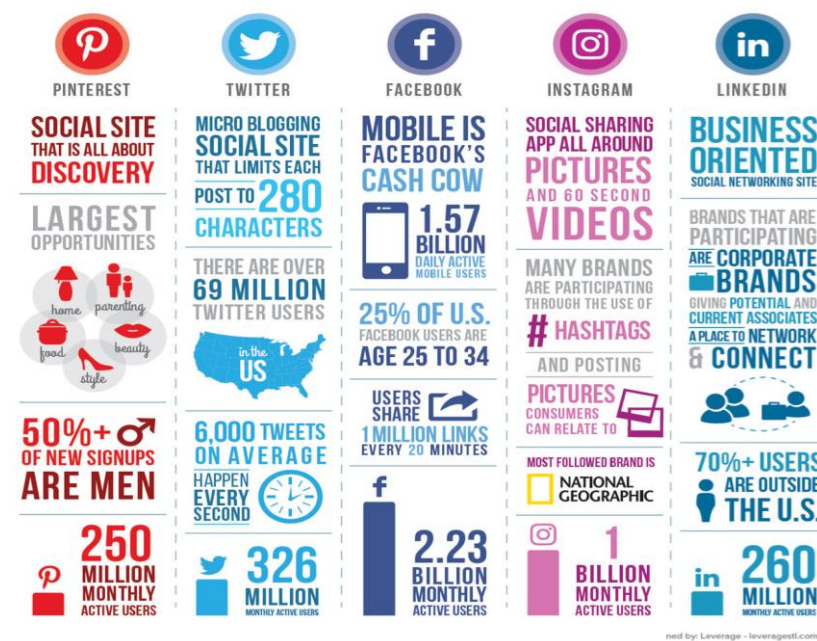
Het is belangrijk voor een onderneming om te weten welk social media platform aansluit bij hun doelgroep. De zes belangrijkste platformen van dit moment worden beschreven:

- Instagram, met meer dan 1 miljard maandelijkse gebruikers. Instagram is wereld grootste en meest invloedrijkste socialmedia kanaal voor het delen van content (Carroll, 2017). Instagram is een van de meest populaire sociale mediaplatforms voor tieners en jonge volwassenen geworden. Het gebruik van de app neemt langzaam af met de leeftijd, maar blijft consistent voor zowel mannen als vrouwen. Content die op Instagram gedeeld kan worden varieert van fotografie, tot lange video's in IGTV, korte 30 seconden video's in reels en Instagram story's (Adobe, 2020). Instagram wordt door veel ondernemingen al gebruikt voor promotie van hun producten of diensten. De interactie tussen consumenten en ondernemingen op Instagram is 10 keer hoger dan bij Facebook, 54 keer hoger dan op Pinterest en 84 keer hoger dan op Twitter (Phillips, 2017). Instagram maakt het ook steeds makkelijker voor ondernemingen om hun producten te promoten, zo is er nu een Marketplace op Instagram. Linkjes naar producten kunnen geplaatst worden in swipe ups in story's. Ook kan er op Instagram aangegeven worden wanneer een influencer een samenwerking heeft met een merk zodat dat merk altijd zichtbaar is. Instagram heeft voor business accounts ook toegang tot analytics, hierdoor krijgt de onderneming inzichten in het bereik en interactie met de content die ze posten (Instagram, 2021).
- Youtube, met meer dan 2 miljard maandelijkse gebruikers. Op Youtube wordt elke minuut van elke dag meer dan 300 uur aan video's geüpload, dat zijn ongeveer 1,5 miljoen full-length films. Door de Youtube gebruikers samen wordt er per dag meer dan een miljard uur aan video's gekeken (Tuten, 2020). Van de Amerikaanse volwassenen meldt 73% regelmatig YouTube te gebruiken, met een sterke concentratie in de leeftijdscategorie van 15 tot 34 jaar. YouTube is over het algemeen populair onder zowel mannen als vrouwen, en het gebruik stijgt meestal samen met het inkomen en het opleidingsniveau. De content die het beste werkt op YouTube is uiteraard video. De meeste kijkers worden getrokken door video's die een combinatie hebben van educatie en entertainment (Adobe, 2020). Youtube kan door ondernemingen gebruikt worden voor het verspreiden van merkbekendheid, het promoten van een product of dienst, customer support, product training of zelf voor het zoeken naar nieuw personeel (Miller, 2011).
- Facebook, met bijna 2,5 miljard maandelijkse gebruikers. Facebook is het grootste social media platform ter wereld. Facebook is de eigenaar van de twee grootste messaging services, namelijk WhatsApp en Facebook Messenger. Ook is Facebook de

eigenaar van Instagram (Tuten, 2020). De content die op facebook gedeeld kan worden varieert van video's, foto's, nieuws en andere visueel aantrekkelijke content. Voor Facebook-groepen zijn interactieve content en conversatiestarters de juiste keuze. Van de Amerikaanse volwassenen meldt 68% Facebook te gebruiken, en 51% zegt dat ze meerdere keren per dag actief zijn. Het gebruik is vrij gelijkmatig verdeeld over mannen en vrouwen, terwijl gebruikers de neiging hebben om steeds actiever te worden naarmate de leeftijd toeneemt (vooral boven de 40+ jaar) (Adobe, 2020). Consumenten komen naar een Facebookbedrijfspagina om verschillende redenen: zoeken naar korting, updates, communiceren met mensen die hetzelfde denken, hun vrienden doen het, het is aangeraden, willen hun trouw laten zien, zoeken entertainment, hebben een vraag of willen feedback geven. Hierdoor is het belangrijk om actief te zijn op de pagina om een community op te bouwen en hiervoor is het nodig om actief te posten (Zimmerman, 2021).

- Twitter, met 300 miljoen maandelijkse gebruikers. Twitter is een microblogging platform, dit betekent dat alle tekst wat gepost wordt er kort is en maximaal 140 characters (Zimmerman, 2021). Van de gebruikers is 40% meerdere keren per dag actief, wat suggereert dat de gebruikers erg betrokken zijn. De populariteit van dit social media platform blijft hoog onder technisch onderlegde gebruikers en is met name actief in B2B die te maken hebben met zaken, marketing en politiek. Van de Twitter-gebruikers is 63% tussen de 35 en 65 jaar oud, met twee derde van de gebruikers als mannen. De content op Twitter is met name geschreven tekst maar foto's en video's kunnen ook gedeeld worden (Adobe, 2020). Er zijn verschillende manieren hoe ondernemingen twitter kunnen gebruiken. Dit verschilt van het bouwen van een community, zoeken naar nieuwe klanten, gesprekken aangaan, vragen stellen, klantenservice, promoten en naamsbekendheid vergroten (Zimmerman, 2021).
- TikTok, meer dan 800 miljoen maandelijkse gebruikers. Ongeveer 50% van het TikTok-publiek is jonger dan 35 jaar in de VS, waarbij de meerderheid geconcentreerd is tussen de 16 en 24 jaar. De content op TikTok bestaat uit korte video's van 30 seconden (Adobe, 2020). Ondernemingen kunnen zelf video's opnemen en dit op TikTok posten of ze kunnen gebruik maken van TikTok ads. TikTok heeft een uniek algoritme waardoor het op dit platform mogelijk is om snel viral te gaan met een video. In de video's die de onderneming zelf maakt is het mogelijk te linken naar de website, de video's zijn te vinden in de feed. Er zijn verschillende soorten ads die geplaatst kunnen worden. Het is ook mogelijk voor de onderneming om zelf een hashtag challenge opzetten waarvoor ze andere gebruikers uitnodigen mee te doen om de bekendheid te vergroten. TikTok is nog een redelijk nieuw platform waardoor er met de tijd meer functies voor ondernemingen opgezet worden (TikTok, 2021).
- Pinterest, meer dan 320 miljoen maandelijkse gebruikers. Pinterest wordt vooral gebruikt om ideeën op te slaan of om creatieve inspiratie te vinden. De content op Pinterest bestaat uit verticaal opgemaakte afbeeldingen of korte video's. Als er op een afbeelding geklikt wordt kan de gebruiker doorverwezen worden naar een website. Van de gebruikers is bijna 80% vrouw (Adobe, 2020). Pinterest is een erg visueel platform waardoor het zeer geschikt is voor het aanbieden van producten. De foto's kunnen makkelijk opgeslagen worden waardoor de klant altijd makkelijk het product terug kan vinden (Zimmerman, 2021).

- LinkedIn, met meer dan 350 miljoen maandelijkse gebruikers (Walker-Ford, 2021). LinkedIn is een krachtig marketinginstrument. Bedrijven gebruiken het platform steeds meer voor professionele relaties en netwerken. LinkedIn wordt gebruikt als digitaal visitekaartje, ook voor bedrijven. LinkedIn vergroot de naamsbekendheid van bedrijven omdat het gezien kan worden als digitale mond-tot-mond reclame door de gebruikers. Ook wordt LinkedIn veel gebruikt voor B2B. Mede hierdoor is het gebruik van LinkedIn met 13% gestegen van 2019 naar 2021 (ASAP.be, 2021). LinkedIn kan gebruikt worden voor social media marketing op verschillende manieren. Ondernemingen kunnen banen aanbieden en zoeken naar geschikte kandidaten, het maken van business connecties, contact opnemen met mensen die de pagina bezichtigd hebben, content posten en klanten naar je producten leiden (Zimmerman, 2021).



Afbeelding 2. Infographic social media platforms (Benson, 2019)

Locatieonafhankelijk

Naast dat het enthousiasme rond werken op afstand en zelfstandig werken in de laatste jaren in een stroomversnelling is gekomen zijn mensen door de Covid pandemie ook tot nieuwe inzichten gekomen. Tijdens de wereldwijde lockdown is het werken op afstand genormaliseerd. Nu werknemers beseffen dat ze niet meer fysiek vastzitten achter hun bureaus, kantoren of werkplekken, kunnen ze gaan nadenken over een toekomst waarin ze locatieonafhankelijk kunnen werken (Hermann, 2020). Het fenomeen van de digital nomad is een voorbeeld van locatieonafhankelijk werken (Nash, 2020). Het werk van een Digital nomads is niet gebonden aan een specifieke plaats, dit maakt het mogelijk voor digital nomads om te reizen terwijl ze werken. Digital nomads kunnen variëren van freelancers tot externe werknemers tot onafhankelijke ondernemers (Aroles, 2020). Werken op afstand verschilt ook duidelijk van de lifestyle van de digital nomad. Waar werken op afstand misschien helemaal niets te maken heeft met de plaats, is de waarden van het ervaren van verschillende culturen en plaatsen een motiverende factor voor mensen die de digital

nomads lifestyle nastreven (Willment, 2020). Digital nomads voelen zich vaak gedreven om de opgesloten 9 tot 5 mentaliteit te ontsnappen. Hierbij vaak zoekende naar tropische, oosterse, lifestyle gerichte locaties waar de kosten laag zijn. Opzoek naar mensen die hetzelfde denken met een levensdoel dat niet gericht is op carrière maken of familie (Schlagwein, 2020). Het zoeken naar locaties met lage kosten kunnen voor digital nomads een belangrijke rol spelen in het opstarten van een digitaal bedrijf (Willment, 2020). Om hun werk te kunnen uitvoeren, vertrouwen digital nomads niet alleen sterk op hun technologieën, maar ook op het vermogen om omgevingen te vinden waarin ze productief werk kunnen verrichten en hun technologieën kunnen gebruiken. Hoewel digitaal nomadisme inderdaad wordt beschouwd als een van de meest mobiele trends op het gebied van werk, is het wel noodzakelijk om geschikte werkplekken te vinden. Hoewel veel digital nomads zichzelf snel als locatieonafhankelijk bestempelen, is dit alleen mogelijk met toegang tot technologieën en het internet (Nash, 2020). Dit maakt het niet mogelijk voor digital nomads om letterlijk overal op de wereld te kunnen werken. Internetverbinding en stroomvoorziening is hierbij een bepalende factor, met toegang tot het internet en stroom is werken mogelijk.

Risico

Er zijn verschillende risico's die komen kijken bij het ondernemen voor content creators. Bij content creators die locatieonafhankelijk werken als digital nomads kan reizen een onderdeel zijn van hun dagelijkse activiteiten. Op dit moment is reizen beperkt mogelijk door de wereldwijde uitbraak van Covid. Er is een samenhang aangetroffen dat reizen leidt tot het stijgen van de Covid aantallen (Farzanegan, 2021). Daarom is het advies van het RIVM om niet te reizen (RIVM, 2021). Dit zorgt ervoor dat geld verdienen met reizen moeilijk kan zijn en is het daarom noodzakelijk dat een content creator, die zijn inkomen uit reizen haalt, ook andere vormen van inkomsten heeft. Dit zorgt voor risicospreiding, als een inkomstenbron weg valt zijn er nog andere inkomstenbronnen om dit op te vangen. Risicospreiding en het in kaart brengen van de bestaande risico's draagt bij aan het toekomstbestendig maken van een onderneming.

Een goede manier om inkomen te garanderen is het opzetten van een passief inkomen. Bij een passief inkomen wordt er op dat moment niet gewerkt maar wordt er toch geld verdiend. Met een actief inkomen gaat het er om dat er direct betaald wordt voor de gewerkte uren. Voor het opzetten van een passief inkomen is het vaak nodig dat er een bepaalde tijd gewerkt wordt zonder hier meteen geld aan te verdienen. Bekende manier om een passief inkomen te genereren online is met de verkoop van een online/digitaal product of affiliate marketing. Een onlineproduct houdt in dat het product alleen online bestaat en dat er daarom geen geautomatiseerd distributieproces omheen zit wat voor een fysiek product wel nodig is (Zadelhoff, 2021). Affiliate marketing houdt in dat een bedrijf zijn producten of diensten laat promoten door andere bedrijven of consumenten en zij voor elke doorverwezen klant een compensatie krijgen. Daarbij gaat het vaak om percentages van de opbrengst (Gregori, 2013). Dit zijn natuurlijk niet de enige vormen van passief inkomen die mogelijk zijn voor content creators, maar deze vormen zijn op dit moment wel populair. Er zijn ook manieren op om lange termijn een passief inkomen vast te stellen, dit kan bijvoorbeeld met het investeren in aandelen. Aan investeren zitten echter weer zijn eigen risico's.

Knowledge gap

Met reizen geld verdienen is een begeerde lifestyle wat voor content creators mogelijk is. Het verschilt voor veel content creators op welke manier dit mogelijk is. Dit kan komen door verschillende factoren, denk aan leeftijd, privé situatie of levensstijl. Het is echter niet duidelijk wat voor businessmodel werkelijk financiële vrijheid oplevert en of de verschillende content creators op dezelfde manier hun onderneming managen. Wat is er nodig voor content creators om een toekomstbestendig businessmodel te ontwikkelen waarbij locatieonafhankelijk werken mogelijk is. In dit onderzoek wordt gezocht naar antwoorden die het mogelijk maken voor beginnende content creators om hun onderneming dezelfde richting op te sturen en hiermee locatieonafhankelijk in een eigen onderneming te werken.

Afbakening

Dit onderzoek is gericht op inkomstenbronnen die aansluiten bij een content creator. Er wordt niet gekeken naar inkomstenbronnen voor ondernemingen die hier niet op aansluiten. Alle content creators die voor dit onderzoek geïnterviewd zijn hebben allemaal een eigen onderneming in deze branche en zijn hier werkzaam in.

Onderzoeksvragen

Hoofdvraag: Hoe creëer je als content creator een locatieonafhankelijk toekomstbestendig businessmodel?

Deelvragen:

- Wat zijn inkomstenbronnen voor een content creator?
- Hoe werkt een content creator locatieonafhankelijk?
- Wat doet de content creator om zijn onderneming toekomstbestendig te maken?

Doelstellingen

Het doel van dit onderzoek is om een businessmodel te ontwikkelen die het mogelijk maakt voor content creators om locatieonafhankelijk te werken. Dit is van grote waarde voor de beginnende content creators die dezelfde richting op willen met hun onderneming. Dit onderzoek laat verschillende inkomstenbronnen zien maar ook hoe deze samen gaan met locatieonafhankelijk werken en hoe dit businessmodel uiteindelijk toekomstbestendig is. De informatie uit dit onderzoek kan samengevoegd worden in een E-book die de stappen onderbouwd die nodig zijn om dit doel te bereiken. Dit onderzoek is van grootte waarde voor de onderneming zelf en kan in E-book vorm voor een extra inkomstenbron zorgen.

3. Materiaal en methode

Onderzoekopzet en -object

Het onderzoek is een kwalitatief onderzoek waarbij gebruik wordt gemaakt van diepte-interviews en literatuuronderzoek. Dit onderzoek is gedaan in de vorm van een casestudie. Een casestudie is een geschikte onderzoeksmethode om concreet en diepgaande kennis te verkrijgen over een specifiek onderwerp. Er is gekozen voor een casestudie omdat op deze manier dieper ingegaan kan worden op de specifieke businessmodellen van content creators. In deze casestudie zijn de businessmodellen vergeleken van drie ondernemers op het gebied van content creatie en ondernemerschap. De casestudie is een holistisch meervoudige-casedesign. De interviewvragen zijn opgenomen in bijlage 2.

Onderzoeksdoelgroep

De onderzoeksdoelgroep bestaat uit content creators die hun geld verdienen met een eigen onderneming. De content creators focussen zich rondom reis content. Deze doelgroep is gevonden via social media, met name via Instagram. Er is niet alleen gezocht naar Nederlandse content creators maar ook naar buitenlandse creators die de Engelse taal goed beheersen. Er was voor deze doelgroep gekozen omdat zij het gewenste doel al bereikt hebben, namelijk locatieonafhankelijk werken als content creator. Er was gekozen voor deze creators omdat ze al gebruik maken van verschillende inkomstenbronnen om op deze manier te kunnen leven. Ze hebben al ervaring met het runnen van een onderneming in de content branche wat nuttige inzichten kan geven.

Type onderzoek

In dit onderzoek is een kwalitatief onderzoek uitgevoerd om antwoord te geven op de vraag: 'Hoe creëer je als content creator een locatieonafhankelijk toekomstbestendig businessmodel'. Hiervoor zijn digitale interviews afgenomen bij drie verschillende content creators. De interviews bestaan uit een digitale vragenlijst omdat het niet mogelijk is om alle creators te bezoeken over de hele wereld. De vragenlijsten zijn digitaal in plaats van face tot face via een video call omdat het invullen van een lijst minder tijd kost en de tijd van de ondernemer erg waardevol is. De lijsten zijn beantwoord via een voice recording of het getypt invullen van de vragenlijst.

Naast het afnemen van de interviews is er literatuuronderzoek gedaan. Het onderzoek is gericht op de verschillende businessmodellen en hoe deze onderbouwd zijn. De combinatie van ervaringen en literatuuronderzoek zorgt ervoor dat de modellen wetenschappelijk onderbouwd zijn maar ook dat ze in de praktijk uitvoerbaar zijn door middel van ervaringen. Daarnaast geeft het vergelijken van de verschillende cases een overzicht over overeenkomsten en verschillen tussen de businessmodellen.

Methode van data verzameling

Wat zijn inkomstenbronnen voor een content creator?

Deelvraag 1 is beantwoord door de interviews. In de interviews is gevraagd naar ervaringen van de deelnemers. Er zijn in het interview vooral open vragen gesteld zodat de geïnterviewde zijn ervaringen kan uitleggen. Daarnaast is er literatuuronderzoek gedaan

naar de verschillende vormen die uit de interviews naar voren komen. Uit dit onderzoek komen de cijfers en feiten naar boven die passen bij de deelvraag. De gegevens zijn verwerkt per inkomstenbron. De antwoorden zijn opgesteld in een tabel die ook aan geeft hoeveel procent van de inkomsten bij de inkomstenbron horen. De verschillende antwoorden zijn met elkaar vergeleken en samengevoegd in een tabel. De voor en nadelen van elke inkomstenbron zijn benoemd in een tabel. Deze tabellen zijn gemaakt via Excel. Antwoorden uit het interview die meer verdieping en onderbouwing nodig hadden zijn verder onderzocht met literatuuronderzoek.

Bij elke deelvraag worden vijf belangrijke punten samengevoegd in een radardiagram. Op deze manier is het overzichtelijk hoe de verschillende respondenten op de verschillende punten scoren. Bij deze deelvraag bestaan de belangrijke punten uit content creatie, e-commerce, inkomsten genereren, zelfstandigheid en social media. Onder elke diagram is een tabel toegevoegd met de uitleg hoe de punten zijn beoordeeld.

Hoe werkt een content creator locatieonafhankelijk?

In het interview is aan de content creators gevraagd of zij locatieonafhankelijk werken en op welke manier zij dit doen. Er is ook gekeken naar de bedrijfsvoering die hiervoor nodig is. Voor deze deelvraag zijn de antwoorden van de verschillende content creators met elkaar vergeleken. Het gaat hierbij er vooral om hoe dit bereikt kan worden en nadelen die erbij komen kijken. Wat zijn risico's die bij locatieonafhankelijk werk komen kijken en wat zijn juist de voordelen hiervan. Zitten er veel restricties aan of zorgt het juist voor veel vrijheid. Antwoorden uit het interview die meer verdieping en onderbouwing nodig hadden zijn verder onderzocht met literatuuronderzoek. De antwoorden zijn vergeleken en in een tabel opgesteld via Excel.

Bij deze deelvraag is ook een radardiagram toegevoegd om over overzichtelijk te maken hoe de verschillende respondenten op de verschillende belangrijke punten scoren. Bij deze deelvraag bestaan de belangrijke punten uit de voordelen van locatieonafhankelijk werken, de nadelen van locatieonafhankelijk werken, de mogelijkheid tot locatieonafhankelijk werken, de restricties en of de content creators hier inkomsten uit kunnen genereren.

Wat doet de content creator om zijn onderneming toekomstbestendig te maken?

Bij deze deelvraag gaat het om een onderdeel van de bedrijfsvoering. De antwoorden zijn uit het interview gehaald met de content creators. Bij deze deelvraag is onderzocht hoe de ondernemers gestart zijn en wat ze hebben geleerd om te komen tot de onderneming die ze nu hebben. Wat zijn de do's en don'ts voor een content creator met zijn eigen onderneming. Wat zijn essentiële leerprocessen geweest en welke fout zijn gemaakt om tot het resultaat te komen. Wat is het toekomstbeeld voor de onderneming en op welke manier gaat dit bereikt worden? De antwoorden die uit te interview kwamen zijn verzameld en met elkaar vergeleken in tabellen die gemaakt zijn in Excel. Antwoorden uit het interview die meer verdieping en onderbouwing nodig hadden zijn verder onderzocht met literatuuronderzoek. Bij deze deelvraag is ook een radardiagram toegevoegd om over overzichtelijk te maken hoe de verschillende respondenten op de verschillende belangrijke punten scoren. Bij deze deelvraag bestaan de belangrijke punten uit het hebben van een war fund, meerdere inkomstenbronnen, risicospreiding, kostenmanagement en of ze werk uitbesteden.

Validiteit en betrouwbaarheid

Validiteit

De vorm van interviews dat is gebruikt in dit onderzoek is een semigestructureerd onderzoek. Dit houdt in dat er een interviewschema was opgesteld maar dat hiervan afgeweken mocht worden. Externe validiteit en ecologische validiteit zijn voor dit soort interview belangrijk (Dingemanse, 2019).

De constructievaliditeit is in dit geval ook belangrijk omdat de interviews online zijn afgenomen. De constructievaliditeit kan verbeterd worden door precies te zijn in de formulering van de vragen. Op deze manier kan er gemeten worden wat er gemeten moet worden.

De externe validiteit is minder belangrijk in een kwalitatief onderzoek. Door een lage externe validiteit zijn de antwoorden minder te generaliseren maar dat is voor dit onderzoek ook niet nodig. Bij een casestudie is ook geen willekeurige of kwalitatieve steekproef nodig (Benders, Hoe doe je een case study?, 2020).

De ecologische validiteit kan verbeterd worden door de geïnterviewde in een vertrouwde omgeving te interviewen. Dit kan gemakkelijk bereikt worden omdat de geïnterviewde het interview online ontvangen en dit in een voor hun vertrouwende omgeving kunnen invullen.

Betrouwbaarheid

Betrouwbaarheid gaat over de maten waarin het onderzoek vrij is van fouten, op consistente wijze iets meet en daarmee haalbaar is. De betrouwbaarheid van een onderzoek wordt gegarandeerd in drie vormen: haalbaarheid, interne consistentie en gelijkwaardigheid.

Haalbaarheid is te waarborgen door te werken met een logboek. Dit logboek wordt ook wel een audit trail genoemd. Het logboek/planning is te vinden in bijlage 1. De werkzaamheden vast te leggen in een logboek maakt het inzichtelijk op welke wijze de onderzoekgegevens zijn verkregen.

De interne consistentie kan gewaarborgd worden door te zorgen voor samenhang tussen interview vragen. Dit is te meten door vergelijkbare vragen te stellen en te meten of de respondenten op beide vragen hetzelfde antwoord geven.

De gelijkwaardigheid van het onderzoek kan gewaarborgd worden door bij alle respondenten dezelfde vragenlijst te gebruiken, het interview op dezelfde wijze af te nemen en om de resultaten op dezelfde wijzen te beoordelen. De Intrabeoordelaarsbetrouwbaarheid geeft de overeenkomsten weer tussen de uitkomsten van dezelfde meting die dezelfde beoordelaar heeft gedaan. De intrabeoordelaarsbetrouwbaarheid is bij dit onderzoek hoog omdat er maar een onderzoeker eraan werkt (Swaen, 2021).

4. Resultaten

Kort overzicht van de gegevensverzameling en eventuele bijzonderheden bij het verzamelen ervan.

De gegevens voor dit onderzoek zijn verzameld door middel van een interview. Dit interview is te vinden in bijlage 1. In eerste instantie was het de bedoeling om content creators via Instagram te benaderen via de mail met de vraag of zij mee wilden werken aan dit onderzoek. Dit bleek echter niet de juist aanpak omdat de reactie op de uitgestuurde mails uitbleek. Zie gestuurde e-mails in bijlage 3. Hierna is het benaderen van content creators voor het onderzoek anders aangepakt. Het was in eerste instantie het plan om bij drie verschillende content creators het interview af te nemen online, maar toen dit geen reactie opleverde is er gezocht naar geschikte kandidaten in het netwerk van de onderzoeker zelf. Dit leverde twee content creators op die het interview wilde beantwoorden en een coach voor ondernemers die ook mee wilde helpen. Het interview voor de coach is iets aangepast omdat hijzelf geen content creator is en bepaalde vragen daarom ook niet door hem beantwoord konden worden. De antwoorden van de businesscoach geven echter wel waardevolle inzichten op het gebied van een onderneming starten en managen.

De antwoorden uit het onderzoek worden weergegeven in een tabel. In deze tabel staat de vraag die gesteld is en de verschillende antwoorden van de drie geïnterviewde overzichtelijk bij elkaar. De compleet uitgewerkte interviews zijn te vinden in bijlage 4.

De ondernemers die geïnterviewd zijn bestaan uit:

Tjade Voigt
Content creator
TractionMovies



Afbeelding 3. Tjade Voigt

Milad Mahmoodi
Business coach
Mastermind College



Afbeelding 4. Milad Mahmoodi

Zilver Schmitz
Content creator
Zilver Schmitz Video



Afbeelding 5. Zilver Schmitz

Wat zijn inkomstenbronnen voor een content creator

Er is onderzoek gedaan naar verschillende inkomstenbronnen van content creators. Hierbij is gekeken naar inkomstenbronnen die beginnende content creators hebben en of de inkomstenbronnen veranderd zijn naarmate de onderneming langer bestaat. De respondenten hebben hierover gezegd dat de onderneming vaak is ontstaan vanuit een hobby en is gegroeid naar betaalde opdrachten. Waarbij de eerste inkomstenbronnen vaak alleen de onregelmatige opdrachten waren voor klanten, dit konden zowel particulieren als bedrijven zijn.

Naarmate de onderneming langer bestond gaven de respondenten aan dat de enkele opdrachten naar maandelijkse opdrachten gingen. Ook werden de inkomstenbronnen uitgebreid naar e-commerce. Respondent A heeft hierover het volgende gezegd: *“Er liggen wel al opzetjes klaar voor een cursus en andere e-commerce projecten. Dit zijn dingen zoals presets, een planner, prints, stockfoto’s en cursussen voor fotografie en editen.”* Een doel van de respondenten is om te werken naar een passief inkomen als onderdeel van de onderneming. De business coach respondent B zegt over passieve inkomstenbronnen: *“Ik raad altijd passief aan, maar voordat je bij een passieve inkomstenbron bent moet je gewoon keihard werken. Je moet er eerst voor zorgen van je die buffer bouwt van 30 tot 50 duizend euro waarmee je eventuele inkomstenbronnen kunt opbouwen. Verschillende inkomstenbronnen raad ik altijd aan maar in het begin kun je dit gewoon niet doen. Je hebt 100% focus en je focus moet je leggen op één ding om dat ver te kunnen brengen. Tot dat het zo ver is dat het echt een buffer voor je oplevert, vanaf dat moment kan je beginnen aan andere inkomstenbronnen op te bouwen. Maar als je tegelijk vier dingen gaat oppakken is het niet mogelijk om te focussen op alle vier tegelijk, je kan maar focussen op één ding tegelijk. Als die eenmaal goed loopt kan je zo veel inkomstenbronnen erbij pakken als je wilt.”*

Veel nieuwe inkomstenbronnen worden gevonden via social media. Op social media is het mogelijk om gevonden te worden door nieuwe potentiële klanten maar ook om voorbeelden te krijgen van de manier waarop andere ondernemers hun geld verdienen en hier inspiratie uit te halen. Respondent B zei dit over passieve inkomstenbronnen: *“Denk aan affiliate marketing, e-commerce, bol.com, crypto’s en ga nog maar zo door. Online geld verdienen is in mijn ogen echt het makkelijkste wat er bestaat.”*

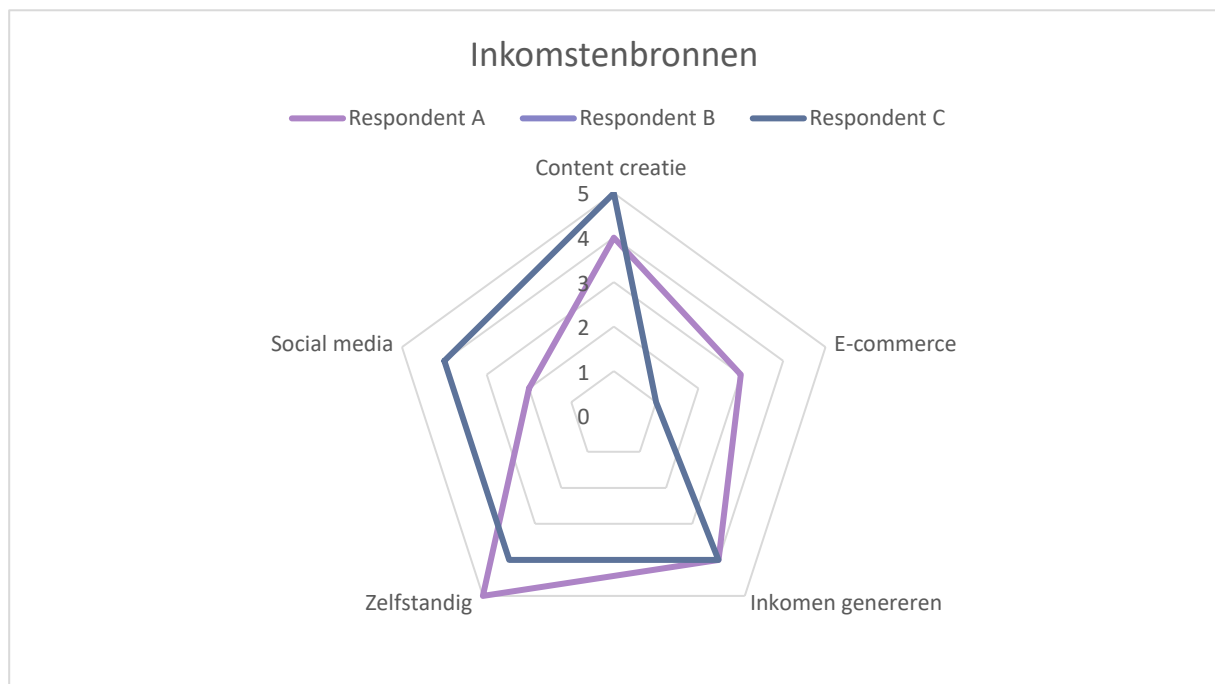
De respondenten geven aan dat er verschillende voor- en nadelen zitten aan het maken van content voor klanten. De voor- en nadelen staan bondig beschreven in tabel 2. Ondanks de nadelen die aan content creatie zitten, geven beide respondenten aan dat content creatie 100% van hun inkomsten zijn op dit moment. Waarvan dit nog verdeeld kan worden in 35% maandelijkse opdrachten en 65% eenmalige opdrachten.

De respondenten geven aan dat het mogelijk is om fulltime te leven van hun onderneming als content creator. Respondent A heeft hierover het volgende gezegd: *“Ik kan zeker met gemak leven van de inkomsten uit mijn onderneming. Van de content creatie alleen al, er is geen één bedrijf meer die kan bestaan zonder content.”*

Tabel 2. Korte antwoorden interview vragen

Vragen uit het interview	Antwoorden respondenten
Eerste inkomstenbronnen	Foto en video opdrachten voor klanten, familie en vrienden.
Huidige inkomstenbronnen	- Vast foto/video opdrachten - Freelancefoto/video opdrachten - E-commerce; presets, prints, planners, stockfoto's en cursussen
Gekomen tot deze nieuwe inkomstenbronnen via	- Social media - Leren van andere ondernemers
Voor en nadelen van content creatie	Content creatie Voordelen: - Goed betaald - Creatieve vrijheid - Uitbesteden mogelijk - Veel vraag naar content creators Nadelen: - Tijdrovend - Onzekerheid of er genoeg opdrachten binnen komen
Mogelijk om te leven van de onderneming	Jazeker

Hieronder is een radardiagram te zien met een vergelijk van de antwoorden van de respondenten. Bij deze deelvraag zijn alleen de antwoorden van respondenten A en C gebruikt omdat zij werkzaam zijn als content creator.



Radardiagram 1. Inkomstenbronnen

Wat opvalt in de bovenstaande radardiagram is dat dit maar is ingevuld voor twee van de drie respondenten. Dit komt omdat respondent B zelf geen content creator is en hierdoor geen antwoorden kon geven passende bij deelvraag 1. Wat nog meer opvalt in de tabel dat beide content creators zich veel focussen op de content creatie maar dat ze beide als extra focus zich richten op andere vlakken, namelijk respondent A op e-commerce en respondent C op social media.

In tabel 3 is te zien op welke manier de onderdelen van het radardiagram beoordeeld zijn.

Tabel 3. Beoordeling onderdelen radardiagram 1

	Content creatie	E-commerce	Inkomen genereren	Zelfstandigheid	Social media
1	Minder dan 25% van het inkomen	Geen e-commerce	Geen inkomen uit onderneming	Afhankelijk van loondienst	Geen social media
2	25% van het inkomen	Onderzoek naar e-commerce	Loondienst en extra inkomen via onderneming	Loondienst met een dag voor bedrijf	Heeft social media maar is niet actief
3	50% van het inkomen	Bezig opzetten e-commerce	Inkomsten en loondienst beide 50%	Loondienst parttime met bedrijf	Is actief zijn social media aan het groeien
4	50% van het inkomen	Verkoopt via e-commerce	Inkomsten is genoeg zonder loondienst	Zelfstandig met lage kosten	Verdiend geld met social media
5	100% van het inkomen	Inkomen via E-commerce is meer dan 50%	Financieel onafhankelijk	Volledig zelfstandig	Social media is de hoogste inkomstenbron

Hoe werkt een content creator locatieonafhankelijk

Er is onderzoek gedaan naar manieren hoe locatieonafhankelijk werken voor een content creator mogelijk is. Hierbij is als eerste gekeken naar welke inkomstenbronnen er daadwerkelijk locatieonafhankelijk zijn. De respondenten geven aan dat het maken van content in hun situatie locatieonafhankelijk is. Dit komt omdat ze als content creator afhankelijk zijn van een aantal onderdelen. Respondent A geeft aan hoe dit mogelijk is: *“Doordat ik gebruik maak van mijn laptop, camera, internet en stroom. Als ik die dingen heb kan ik overal werken.”* Ook wordt er aangegeven dat het in bepaalde situaties nodig is voor de content creator om op locatie van klanten te komen. Dit is iets waar de content creator wel rekening mee moet houden en dit kan ervoor zorgen dat de content creator semi-locatieonafhankelijk wordt. Een reden waarom locatieonafhankelijk werken niet mogelijk zou kunnen zijn wordt uitgelegd door een respondent B: *“Het is bij elke baan bijna wel mogelijk tenzij je fysiek dingen moet inpakken of versturen, dan zit je aan een plek gebonden.”* Hiervoor zijn tevens ook oplossingen te vinden. Respondent B noemt het volgende: *“Tenzij je alles uitbesteed aan een logistiek fulfilment center, dan ben je helemaal onafhankelijk.”*

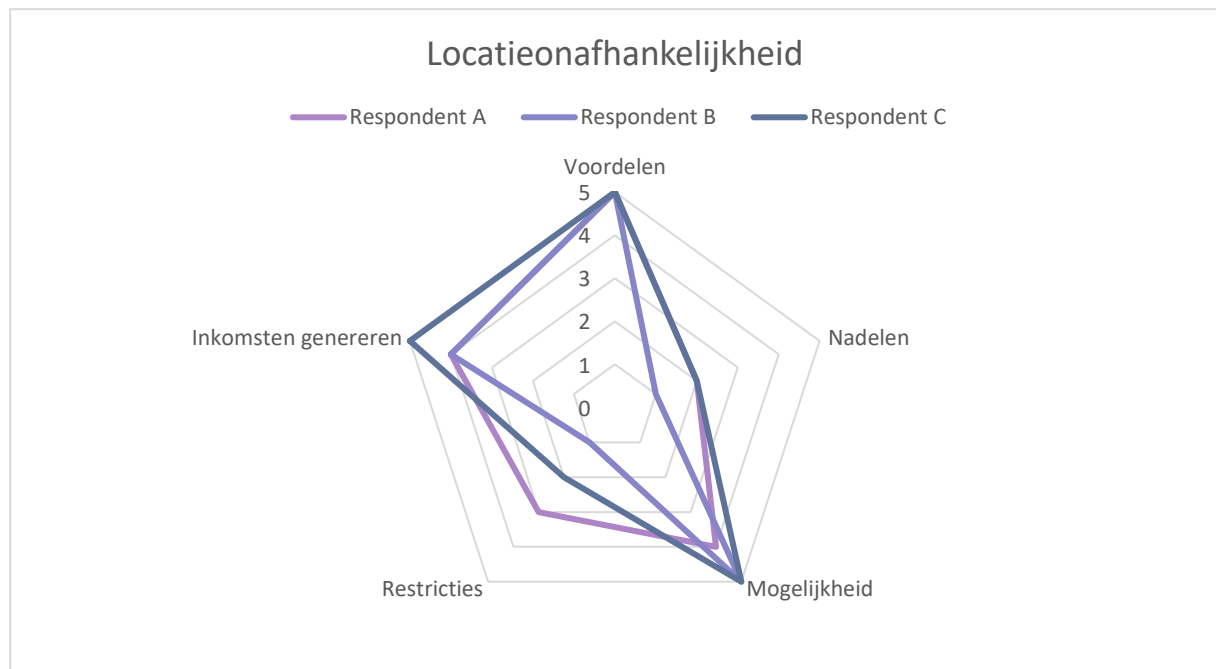
Waarom is locatieonafhankelijk werken tegenwoordig zo in trek? Er werd aan de respondenten de vraag gesteld of locatieonafhankelijk werken voor hen belangrijk is. Hierop reageerde alle respondenten met ja en dat ze dit erg belangrijk vinden. De volgende redenen zijn genoemd door de respondenten: *“dit hoort bij mijn passie van reizen en vrijheid.”*, *“Voor mij is het fijn om waar ik dan ook ben te kunnen werken en juist ook op verschillende plekken.”*, *“Ik zie alleen maar voordelen zoals volledige vrijheid.”*

De voordelen en restricties staan genoemd in onderstaande tabel 4. Alle respondenten geven aan dat de voordelen zwaarder wegen tegenover de nadelen en restricties.

Tabel 4. Voordelen en restricties van locatieonafhankelijk werken

Interview vragen	Antwoorden van de respondenten
Wat zijn de restricties van locatieonafhankelijk werken?	- Reizen kost meer energie - Wifi en stroom nodig - Het maakt je tijd gebrekiger door reistijd - Wereldwijde gebeurtenissen (zoals Covid) kunnen invloed hebben op reizen - Op vreemde locaties kan de focus op werk minder zijn
Wat zijn de voordelen van locatieonafhankelijk werken?	- Vrijheid om te kiezen waar en wanneer je wilt werken - Vergroot het gebied waar je kunt werken - Maakt fulltime reizen mogelijk - Flexibiliteit - Levenservaring

Hieronder is een radardiagram te zien met een vergelijking van de antwoorden van de respondenten.



Radardiagram 2. Locatieonafhankelijkheid

Wat opvat in radardiagram 2 is dat alle respondenten redelijk op dezelfde lijn zitten bij alle punten van het diagram. Dit geeft aan dat ze op dezelfde manier over dit onderwerp nadenken en dat ze dit ook allemaal toepassen in hun onderneming.

In tabel 5 is te zien op welke manier de onderdelen van het radardiagram beoordeeld zijn.

Tabel 5. Beoordeling onderdelen radardiagram 2

	Voordelen	Nadelen	Mogelijkheid	Restricties	Inkomsten genereren
1	Ziet geen voordelen	Ziet geen nadelen	Locatieonafhankelijk werken is niet mogelijk	Ziet geen restricties	Kan geen inkomsten genereren
2	Minder voordelen dan nadelen	Meer voordelen dan nadelen	Locatieonafhankelijk werken is mogelijk voor een onderdeel	Ziet restricties maar ervaart ze niet	Is op zoek naar locatieonafhankelijke inkomsten
3	Voordelen en nadelen 50/50	Voordelen en nadelen 50/50	50/50 locatieonafhankelijk en locatiegebonden	Kan zich goed aanpassen aan restricties	Zelden locatieonafhankelijke inkomsten
4	Meer voordelen dan nadelen	Meer nadelen dan voordelen	Locatieonafhankelijk werken mogelijk op paar onderdelen na	Veel moeite met aanpassen aan restricties	Af en toe locatieonafhankelijke inkomsten
5	Ziet alleen maar voordelen	Ziet alleen maar nadelen	Locatieonafhankelijk werken volledig mogelijk	Laat zich tegenhouden door restricties	Kan inkomsten generen uit locatieonafhankelijk werken

Wat doet een content creator om zijn onderneming toekomstbestendig te maken

Een onderneming toekomst bestendig maken is een belangrijk onderdeel voor het voortbestaan. Er is onderzoek gedaan naar onderdelen van de bedrijfsvoering die invloed kunnen hebben op de toekomstbestendigheid van een onderneming. Bij het opstarten van een eigen onderneming hoort natuurlijk de beginfase. Er is aan de respondenten gevraagd of zij geld achter de hand hadden toen zij begonnen met hun onderneming. De respondenten die zelf een onderneming als content creator hebben gaven aan dat beide niet een grote buffer gespaard hadden maar juist alleen konden terugvallen op een klein spaarpotje. Aan de businesscoach respondent B was gevraagd of hij het belangrijk achtte om wel geld achter de hand te hebben en dit was hierop zijn antwoord: *“Jazeker, ik zou zeggen zorg dat je ieder geval drie tot zes maanden je vaste lasten kan betalen ook als er nul euro inkomen is. Met een back-up plan heb je minder risico, zonder een back-up plan ga je veel harder werken.”*

Fouten zijn in ondernemerschap niet te voorkomen. Het is daarom belangrijk dat er van fouten geleerd wordt. De antwoorden van de respondenten op de gemaakte fouten en geleerde lessen zijn weergegeven in tabel 6.

Tabel 6. Fouten en waardevolle lessen

Interview vragen	Antwoorden van de respondenten
Wat zijn fouten die je in het begin hebt gemaakt?	- Naar iedereen luister in mijn omgeving, ook naar de mensen die er geen verstand van hadden - Te lief zijn in onderhandelingen - Te veel verschillende dingen tegelijk willen doen - Te snel opgeven als ze niet meteen resultaten zien - Alles zelf willen doen
Wat zijn waardevolle lessen die je hebt geleerd?	- Altijd rustig nadenken voordat je wat doet - Luister naar je gevoel en laat je niet zomaar in iets dwingen - Nee durven zeggen - Verantwoordelijkheid nemen - Denken in de KKM-module (kwaliteit, kwantiteit en mindset) - Weten waar je aan begint met klanten - Respecteer ieder zijn wereld - Wees een meester in communicatie - Geef dingen uit handen

Doelen stellen is ook onderdeel van ondernemerschap, want vanuit doelen kunnen concrete plannen opgesteld worden. Het afgelopen jaar hebben veel ondernemers en hun doelen geleden onder het wereldwijde Covid virus. Er is aan de respondenten gevraagd of de vooropgestelde doelen hebben geleden onder het Covid virus. Het antwoord van alle drie de respondenten was hierop nee. Respondent B had dit over Covid te zeggen: *“Covid is een van de beste gebeurtenissen voor de ondernemers afgelopen jaar. Als we goed kijken naar wat is er precies gebeurt en waarom heeft dit mij geraakt? Een onlineonderneming is niet vatbaar voor virussen, het blijft altijd door gaan. Sinds de uitbraak van Covid zijn de onlineondernemers gestegen met honderden tot duizenden procenten.”* Desondanks waren er wel bezigheden die ondernemers niet of minder konden doen. De respondenten gaven aan dat reizen moeilijk tot niet mogelijk was. Ook hebben zij klanten verloren door Covid, dit waren met name de ondernemers die hun onderneming moesten sluiten tijdens Covid. Dit betekent niet dat er geen nieuwe klanten voor in de plaats gekomen.

Hoe een onderneming toekomst bestendig wordt gemaakt verschilt per onderneming. Er is aan de respondenten gevraagd wat zij doen om hun onderneming toekomstbestendig te maken. Respondent A geeft op deze vraag dit antwoord: *“Door het sparen van een war fund. Ook altijd letten op je uitgaven, hoe meer je gaat verdienen hoe meer je kosten ook mee gaan groeien, dus minimaliseer de uitgaven. Zorg voor meerdere stabiele inkomstenbronnen zodat wanneer er eentje of meer weg vallen je nog andere hebt die dit kunnen opvangen. Elk jaar jezelf door ontwikkelen en opnieuw je businessplannen bekijken en evalueren. Hou hierbij ook rekening met ontwikkelingen in de branche. Ook zorgen dat je naar de investeerders kant komt waardoor geld voor jou werkt en je inkomsten krijgt zonder te werken.* Respondenten B en C konden op deze vraag geen antwoord geven.

Ondernemen brengt risico's met zich mee. Wat voor risico dit zijn verschilt per onderneming. Het spreiden van de risico's draagt ook bij aan de toekomstbestendigheid van de onderneming. Voor dit onderzoek werd aan de respondenten gevraagd wat de risico's zijn voor hun onderneming en hoe zij deze spreiden. De risico's die door de respondenten genoemd zijn en de manieren waarop zij hun risico's spreiden staan weergegeven in tabel 7.

Tabel 7. Risico's en het spreiden hiervan

Interview vraag	Antwoorden respondenten
Wat zijn de risico's van jouw onderneming?	- Zelf aansprakelijkheid - Mismanagement waardoor je geen omzet kunt draaien - Niet meer kunnen werken door ziekte - Geldzaken niet op orde hebben - Facturen worden niet betaald door de klant - Niet genoeg klanten hebben waardoor je inkomsten te laag zijn
Hoe spreid je de risico's van jouw onderneming?	- Goed verzekeren - War fund - Verschillende inkomstenbronnen - Passieve inkomstenbronnen - Geldzaken op orde hebben

Kostenmanagement is ook een onderdeel van een onderneming. Een onderneming moet zich goed bewust zijn van de vaste kosten en hier een plan van aanpak voor hebben. Er is aan de respondenten gevraagd hoe zij omgaan met de kosten van hun onderneming. Respondent A geeft hier het volgende antwoord op: *“Zo minimaal mogelijk houden en wees tevreden met wat je hebt. Kijk of het echt nodig is om soms wat uit te geven. Als je inkomsten groeien, groeit de rest mee maar je moet wel wat achter de hand hebben om het op te vangen als je een klap maakt. Ik probeer heel bewust mijn uitgaven te overdenken.”* Respondent B heeft deze vraag niet beantwoord over zijn eigen kosten maar heeft hier wel een richtlijn voor: *als het goed is zouden ze zeker wel vijftig a zestig procent moeten overhouden na alle kosten. Dat is ieder geval een richtlijn.* Respondent C geeft aan weinig kosten te hebben. Dit komt mede doordat hij ook deels opdrachten als influencer doet. Dat legt respondent C op deze manier uit: *omdat ik op social media een following heb zijn er best wel bedrijven die willen samenwerken met mij. Heel veel dingen die ik normaal gesproken zou moeten kopen krijg is nu weleens opgestuurd. Dit zijn vaak dingen die ik zelf ook erg nodig heb en die ik daardoor weer goed kan promoten.*

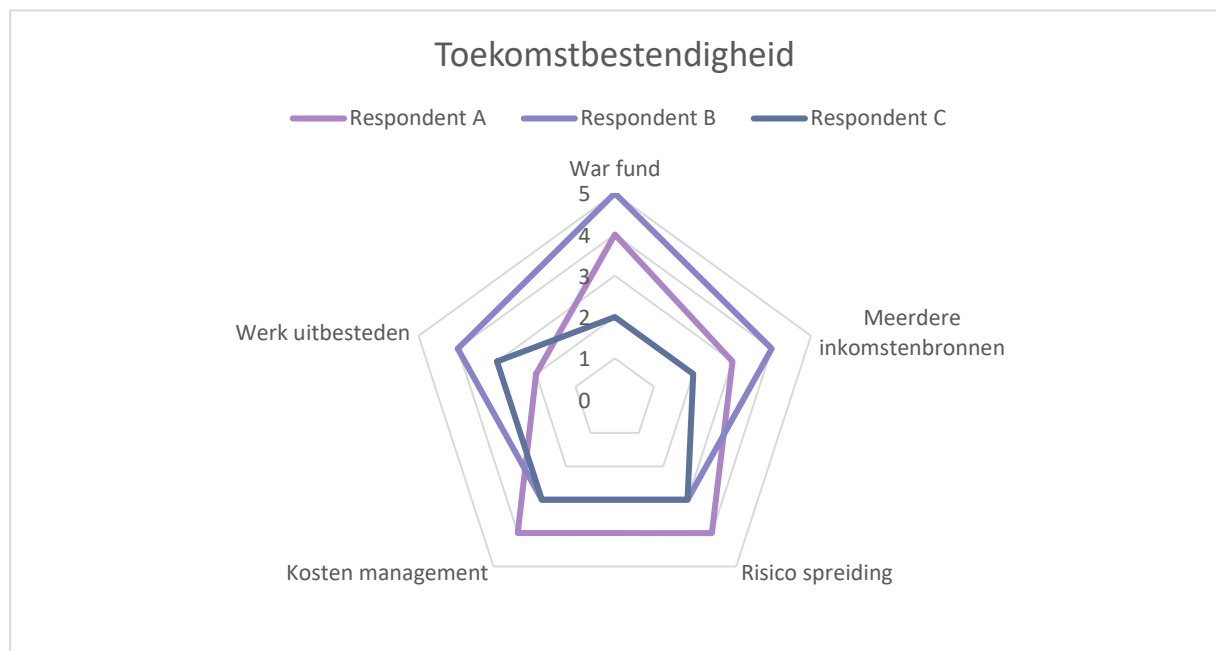
Het uitbesteden van werk is iets wat van grote waarde kan zijn voor ondernemers. Dit is wat respondent B als antwoord gaf op de vraag of het uitbesteden van werk nodig is als ondernemer: *Zou ik doen, zeker. Alleen niet in de beginfase. Ik zou in het begin zeggen van pak gewoon al die opdrachten zelf en ga door tot je die buffer hebt en daarna kan je prima uitbesteden. Maar ga pas vanaf het moment uitbesteden dan je het echt niet meer aan kan zelf.* Respondent A noemt het volgende over het uitbesteden van zijn werkzaamheden: *Ik ben er wel al mee bezig om steeds meer uit te besteden. Als een opdracht bij mij komt wat ik zelf niet doe of geen tijd voor heb dat ik wel een netwerk om mij heen heb die ik dan kan inschakelen en zelf marge kan pakken op het doorspelen van de opdracht.* Respondent C heeft al meer ervaring met het uitbesteden van werk, hij geeft dit als antwoord op de vraag: *Dit is nu iets wat ik steeds meer doe, ik heb nu ook een stagiair. Als ik iets niet goed kan of het niet leuk vind dan besteed ik het uit.*

Om het interview af sluiten werd er aan elke respondent gevraagd welke top drie aan tips hij beginnende ondernemers wil meegeven. Dit zijn tips op het gebied van content creatie maar ook op het gebied van bedrijfsvoering. De tips staan weergegeven in tabel 8.

Tabel 8. Tips voor startende ondernemers

De respondenten	Genoemde tips
Respondent A	- Go all the way! - Let op met wie je samen werkt en leer ontzetten veel. Creëer je eigen vertrouwde netwerk en koester die ook. - Geniet, het is niet erg om een keer wat minder te doen. Elke dag 1% beter is 37 keer per jaar meer dan nietsdoen.
Respondent B	- Investeer in persoonlijke ontwikkeling, dat is de allerbeste tip, die staat altijd bovenaan. Het level van je persoonlijke ontwikkeling is het level van je business ontwikkeling. Als je daar mee begint krijg je zo veel inzichten, en krijg je zo veel dingen mee die je ook mee kunt nemen in je hele leven. Dit is eigenlijk de beste tip, gewoon een top één. Investeren in jezelf heeft de allerbeste return.
Respondent C	- Heel veel oefenen en het vooral doen vanuit je passie, dus zolang jij iets doet wat je echt leuk vindt en daar echt moeite en energie in wil stoppen gaan mensen uiteindelijk zien - Leren van je fouten - Dingen uit handen geven als het te veel voor je wordt, als je iets niet goed kan of het niet leuk vindt.

Hieronder is een radardiagram te zien met een vergelijking van de antwoorden van de respondenten.



Radardiagram 3. Toekomstbestendigheid

Wat opvalt bij radardiagram 3 is dat de punten van de respondenten hier juist weer meer uit elkaar liggen. De antwoorden van respondent B zijn vooral punten wat hij aanraadt, het gaat hierbij niet over waar hij op dat moment zelf staat in zijn onderneming. Wat opvalt bij respondent A is dat hij op 3 van de 5 punten hoog scoort maar dat hij op het gebied van werk uitbesteden nog niet veel hiermee bezig is. Dit is precies het tegenovergestelde voor respondent C, hij besteed regelmatig werk uit maar is met de ander onderdelen van het toekomstbestendig maken van zijn onderneming minder bezig.

In tabel 9 is te zien op welke manier de onderdelen van het radardiagram beoordeeld zijn.

Tabel 9. Beoordeling onderdelen radardiagram 3

	War fund	Meerder inkomstenbronnen	Risicospreiding	Kosten management	Werk uitbesteden
1	Heeft geen war fund	Heeft maar 1 inkomstenbron	Doet niks aan risicospreiding	Doet niks aan kosten management	Besteed niks uit
2	Klein war fund met wat spaargeld	Onderzoekt meerdere inkomstenbronnen	Onderzoekt risicospreiding	Heeft meer kosten dan inkomen	Besteed soms werk wat uit
3	War fund voor 3 maanden	Heeft 1 hoofd inkomstenbron en werkt aan passieve	Heeft 1 manier van risicospreiding	Kosten en inkomen zijn in balans	Is hier actief mee bezig
4	War fund voor 6 maanden	Heeft meerdere passieve inkomstenbronnen en werkt aan de	Heeft enkele methode van risicospreiding	Inkomen is meer dan kosten	Besteed vaste onderdelen uit

		volgende als de andere af zijn			
5	War fund voor een jaar	Heeft meer dan 5 passieve inkomstenbronnen	Beheerste meerdere methode van risicospreiding	Heeft een minimaal aantal kosten	Besteed meer dan 75% van het werk uit

5. Discussie

Het doel van dit onderzoek is om een verschillende businessmodellen te vergelijken die het mogelijk maken voor content creators om locatieonafhankelijk te werken. Dit onderzoek laat verschillende inkomstenbronnen zien maar ook hoe deze samen gaan met locatieonafhankelijk werken en hoe dit businessmodel uiteindelijk toekomstbestendig is. De informatie uit dit onderzoek geeft handvatten om een businessmodel te creëren die locatieonafhankelijk en toekomstbestendig is voor beginnende content creators die hun eigen onderneming willen opstarten.

Om de informatie te verkrijgen voor deze doelstelling zijn drie deelvragen opgesteld om uiteindelijk de hoofdvraag te beantwoorden. De belangrijkste uitkomsten worden per deelvraag weergegeven en gediscussieerd.

Onderzoekresultaten

Wat zijn inkomstenbronnen voor een content creator

De inkomstenbronnen voor een content creator kunnen erg uiteenlopen maar beginnen allemaal met één ding en dat is content creatie. Zoals eerder besproken in hoofdstuk 1 kan content uit verschillende vormen bestaan. Voor de content creators in dit onderzoek wordt er vooral gefocust op digitale content in de vorm van foto en video. De grootste bron van inkomen voor de content creators in dit onderzoek zijn de foto en video opdrachten voor klanten. Naast alleen het leveren van die diensten is het ook verstandig om diensten aan te bieden in de vorm van edit werk. Editen is een vast onderdeel van het bewerken van de content en kan daarom ook weer zorgen voor een extra inkomstenbron.

Een van de respondenten geeft aan zich meer te wil focussen op de strategie achter de content. Ook noemt hij dat het niet meer nodig is om de beste camera of de mooiste foto te maken. Professionals maken hele mooie foto's en gaan vaak traditioneel te werk (denkwijze). Voorheen waren dit grote productie bedrijven met dure apparatuur voor commercieel gebruik zoals televisie, een fotogalerij en boeken. Door social media en de verbetering in kwaliteit van de apparatuur (dat ook qua prijs toegankelijker is geworden) is er eigenlijk een nieuw speelveld ontstaan. Alles draait om het pakken van de aandacht van de consument. De onderzoeker vraagt zich inderdaad af of de beste foto's of duurste producties daadwerkelijk zorgen voor meer conversies. Lange video's/reclames worden op social media veel korte video's (zoals in het hoofdstuk trends wordt benoemd). Ook merk je dat "echte" video's die gemaakt zijn via een telefoon en niet stabiel meer converteren/bereik hebben. Doordat deze manier van content makkelijker op te nemen is en als "niet reclame" wordt beschouwd. Komt de content betrouwbaar over en geeft het de consument niet het gevoel dat iets aan ze opgedrongen wordt om te kopen. Uiteindelijk draait het er om dat de content zorgt voor meer merkbetrokkenheid en vertrouwen in het bedrijf (Hollebeek, 2019). Dit blijft het doel van content voor digitale content marketing van bedrijven. Het is daarom belangrijk dat er eerst met het bedrijf besproken wordt wat de doelen zijn van de content voordat de content creator een plan maakt. Op deze manier kan er duidelijk gewerkt worden naar het beoogde doel.

De basis voor het verkrijgen van inkomsten voor de content creator uit dit onderzoek is altijd content creatie. Vanuit deze basis kunnen meerdere inkomstenbronnen opgezet worden. Het is wel belangrijk dat de basis van de onderneming, namelijk de content creatie, al goed genoeg uitgewerkt is en het geld binnen brengt. Voordat er een nieuwe inkomstenbronnen opgezet kunnen worden, zoals benoemd door Respondent B. De respondenten uit dit onderzoek geven aan dat het opzetten van passieve inkomstenbronnen zeer waardevol is en dat geld verdienen online heel makkelijk is. Maar dit is niet voor iedere beginnende ondernemer even gemakkelijk. Het kost veel tijd om onderzoek te doen naar de manier die het beste bij de ondernemer past om via e-commerce geld te gaan verdienen. Dit is altijd de basis omdat kennis eenmaal nodig is voor het opzetten van een inkomstenbron of onderneming. Er moet ook rekening gehouden worden met een eventuele investering en de inkomstenbron moet eerst door een test fase heen om te zien of het daadwerkelijk geld oplevert.

E-commerce wordt vaker genoemd als vorm van passief inkomen. E-commerce is kort gezegd het online verkopen van goederen (Ecommerce news, 2021). De producten kunnen aangeboden worden van *business to consumer* maar ook van *business to business*. Zoals de eerder vernoemde voorbeelden van e-commerce producten in Hoofdstuk 3. Het onderzoek wijst uit dat content creators nog een groot voordeel hebben in E-commerce. Voor het populair verkopen op Bol.com of via dropshipping kunnen content creators zelf content maken van het product waar mee ze onderscheidend zijn, kosten besparen en de ontwikkeltijd kort is. Dit geldt ook voor andere specialismen zoals bijvoorbeeld webdesign, laat staan als je beide kan. Ook kan dit een goede markt zijn om de content creatie diensten op aan te bieden. De verkopers op bol.com en de dropshippers hebben voor hun producten ook content nodig om het product beter te verkopen. Dit kunnen zij doen via de foto's van de leverancier maar het levert meer vertrouwen op als de verkopen zijn eigen content laat maken. Dit is dan ook zeker een markt die de moeite waard is om te verkennen aangezien het verkopen via bol.com en via dropshipping steeds populairder wordt en meer ondernemers dit gaan doen.

Producten zoals presets, prints en stockfoto's heeft een content creator vaak al gemaakt voor zichzelf of voor klanten. Dit is dan ook een makkelijke manier om extra geld te verdienen op producten die de ondernemer toch al heeft gemaakt zoals benoemd wordt door respondent A. Het enige wat dan nog gedaan moet worden is onderzoek naar de manieren waarop de producten online aangeboden kunnen worden. Dit klinkt makkelijk maar er komt nog meer kijken bij e-commerce. Denk hierbij aan het maken van een website en funnels, zorg dat er betalingen gedaan kunnen worden op de website en het adverteren van de producten. Manieren hoe je dit moet doen worden groots aangeboden op het internet in de vorm van cursussen en Youtube video's. De informatie is alleen niet altijd even waardevol waardoor er nog veel tijd gaat zitten in het filteren van de nuttige informatie. Producten zoals een cursus voor photoshop is niet bedoelt voor de doelgroep die content nodig heeft. Met dit product wordt er waarde, kennis, coaching en advies gegeven over het verbeteren en vergemakkelijken van de werkzaamheden van de consument. Het is daarom noodzakelijk om de doelgroep voor je product juist vast te stellen, wat voornamelijk gedaan wordt door het uitvoeren van testen.

Uit de antwoorden van de respondenten kan geïnterpreteerd worden dat uit een onderneming in content creatie genoeg inkomsten verkregen kan worden om te voldoen als een fulltimebaan. Zeker als het al lukt met alleen de hoofdinkomstenbron content creatie, dan is de rest alleen maar extra.

Om een voorbeeld te geven of een onderneming in de content creatie kan leiden tot het inkomen van een fulltimebaan is deze rekensom opgesteld om een voorbeeld te schetsen. Het gaat hier om de denkwijze en niet om de exacte getallen.

Modaal inkomen in Nederland is netto (afgerond naar hele bedragen) = +/-€22k per jaar = +/-€1800 per maand (CBS, 2021).

Door freelancesites te vergelijken is geconstateerd dat een gemiddelde content creator 50 euro per uur vraagt, hier gaan wel nog kosten vanaf (Freelancer.nl, 2021) (Hoofdkraan.nl, 2021). Als een ondernemen zichzelf hetzelfde als modaal inkomen wil overmaken is dit: €22.000 per jaar en hier moeten de kosten van de onderneming nog bij op gerekend worden. In de onderstaande tabel staat een ruwe schatting van kosten die een content creator kan hebben als ondernemer, de schatting is niet geheel naar waarheid en verschilt per ondernemer.

Tabel 10. Schatting kosten content creator

Kosten	Bedrag per jaar
Laptop	€ 300
Camera set	€ 500
2 lenzen	€ 320
Accessoires	€ 500
Software	€ 1000
Aansprakelijkheid + rechtsbijstandverzekering	€ 720
Boekhouder	€ 600
Reisverzekering (werelddekking)	€ 500
Arbeidsongeschiktheidsverzekering*	€ 1.800
Pensioen *	€ 18.000
Totaal	€ 24.240

*Een arbeidsongeschiktheidsverzekering (Centraal beheer, 2021) en een pensioen (Care is , 2021) sluiten beginnende ondernemers vaak nog niet af door de hoge tarieven**

Voor dat inkomen van €22.000 per jaar moet de ondernemer een omzet draaien van: €22.000+ €24.240 = €46.240 per jaar. Een content creator met een gemiddeld uurtarief van €50 moet 77 uur per maand werken om genoeg geld te verdienen ($€45.740/€50 = 925$ uur per jaar = 77 uur per maand (afgerond)). Een standaard werkweek fulltime = 40 uur per week = 160 uur per maand. Dit laat zien dat een content creator minder dan de helft moet werken dan een standaard werknemen voor hetzelfde jaarlijkse inkomen.

Hoe werkt een content creator locatieonafhankelijk

Locatieonafhankelijk werken betekent dat je niet gebonden bent aan één locatie om hier het werk te verrichten. De respondenten in dit onderzoek geven aan dat locatieonafhankelijk werken voor hen als content creators erg belangrijk is. Dit kan meer geïnterpreteerd worden als een waarde/levensstijl dan een voorwaarde om goed te werken, maar ook dat dit makkelijk te bereiken is.

De respondenten geven aan dat een laptop, camera, wifi en stroom voorwaarden zijn om locatieonafhankelijk te kunnen werken, maar is dit wel zo? Is stroom alleen nodig om op te laden? Want het is ook mogelijk zonder oplader te werken, maar niet voor lang. Wifi is alleen nodig om te kunnen opleveren voor je eigen platforms en die van de klant. Het is ook mogelijk om via een mobile telefoon een hotspot aan te maken waarmee er met de laptop gebruik gemaakt kan worden van het internet. Ook kan een Dongel gebruikt worden voor internet. Een Dongel is een apparaat met een simkaart erin om mobiel internet te ontvangen. Een Dongel kan aangesloten worden op de usb poort van een laptop en installeert zichzelf voor internet toegang (Draadloos Internet Laptop, 2021). De ondernemer zou dus zonder wifi en stroom (met een draagbare powerbank) nog steeds een groot deel van het werk kunnen verrichten.

Wat doet een content creator om zijn onderneming toekomstbestendig te maken

Het toekomstbestendig maken van een onderneming zorgt ervoor dat de onderneming niet bij de eerste de beste tegenslag meteen failliet gaat. Het toekomstbestendig maken van een bedrijf begint bij het stellen van doelen, dit kan beginnen met korte termijn doelen van een jaar en zo opbouwen tot 5 of 10 jaar of zelfs nog verder. Om die doelen te behalen is het handig om een plan op te stellen met taken die gedaan moeten worden. Ook is het belangrijk om de risico's van de organisatie vast te stellen en te evalueren zodat er gewerkt kan worden aan het spreiden van de risico's. De doelen van de respondenten zijn niet geheel hetzelfde maar zijn wel gericht op het voortbestaan en groei van de onderneming.

De respondenten geven aan dat het sparen van een *war fund* een onderdeel is van het toekomstbestendig maken van de onderneming. Daarentegen hadden beide ondernemers bij het starten van hun onderneming geen *war fund* achter de hand terwijl dit door de businesscoach wel wordt aangegeven als 'erg belangrijk'. Om meer duidelijkheid te krijgen heb ik deze vraag nog een keer gesteld aan de respondenten A en C. Bij dit gesprek gaf respondent A aan dat hij nog in loondienst was en dat respondent C nog bij zijn ouders woonde waardoor de kosten aanzienlijk lager waren. Respondent A gaf aan dat hij na het sparen van zijn *war fund*, die een half jaar zijn inkomen kan dekken, fulltime voor zichzelf is gaan werken. Dit sluit goed aan op de beredenering van de business coach.

Waar weinig over gesproken wordt, zijn de financiën, boekhouding, belasting en het creëren van werkgelegenheid/werven van opdrachten/klanten. Dit zijn belangrijke aspecten voor het fundament van de onderneming en het toekomstbestendig maken. De onderzoeker had door het onderzoek gehoopt hier meer duidelijkheid in te krijgen maar hiervoor bleken niet de juiste vragen gesteld te zijn. Hierover meer in hoofdstuk 5 aanbeveling.

Door een van de respondenten wordt genoemd dat Covid het beste is wat er voor ondernemers had kunnen gebeuren en dat online-ondernemingen niet vatbaar zijn voor het virus. Deze stelling kan vanuit verschillende oogpunten bekeken worden. Voor veel ondernemers kwamen er door corona kansen vrij om innovatief op zoek te gaan naar inkomen. De horecabranche had het zwaar maar de innovatieve ondernemers wisten hun onderneming overeind te houden, ondernemers die hier niet in mee gingen hebben of veel geld verloren of zijn failliet gegaan. Dat online-ondernemingen niet vatbaar zijn voor het virus kan ook van verschillende kanten bekeken worden. Als een onderneming alleen digitale producten of diensten verkoopt heeft Covid daar geen invloed op, maar als de onderneming te maken heeft met product leveringen en fysieke diensten kan het een obstakel vormen. Denk hierbij aan lange levertijden en het niet mogen werken op een locatie met te veel mensen. Uiteindelijk hebben de meeste ondernemers geleerd hoe ze het beste om kunnen gaan met Covid en betekende dit een enorme groei in het online ondernemerschap.

Onderzoeksmethode

De onderzoeksmethode die gekozen was voor dit onderzoek was een casestudie. Achteraf bleek dit een juiste keuze te zijn omdat de literatuur over dit onderwerp erg beperkt was. Door het gebruik van een casestudie kon er dieper ingegaan worden op de specifieke businessmodellen van de respondenten.

Validiteit

Als er gekeken wordt naar de validiteit van dit onderzoek zijn verschillende vormen van validiteit te bediscussiëren. De constructievaliditeit had voor dit onderzoek nog beter gekund. Bij het opstellen van de vragen was verwacht dat de antwoorden hierop voor voldoende diepgang konden zorgen maar dit bleek achteraf minder dan verwacht. Over diepgaande bijzaken van het ondernemen is niet diep genoeg in gegaan. Dit kan komen door verkeerde vraagstelling of door verkeerde selectie van de deelnemers van het onderzoek. De inhoudsvaliditeit komt overeen met de constructie validiteit, op het gebied of het onderzoek heeft gemeten wat gemeten moest worden. Hier zijn wat punten op aan te merken. De onderzoeksmethode, namelijk het interview, kan wanneer het juist ingevuld wordt precies meten wat gemeten moest worden. Door de situatie met corona was het niet voor alle respondenten mogelijk om een fysiek interview af te nemen. Hierdoor is het onderzoek gelimiteerd en was doorvragen bij het interview niet mogelijk, wat wellicht had kunnen zorgen voor meer diepgang.

De externe validiteit speelt ook een rol in dit onderzoek. Hierbij gaat het er om of de resultaten gegeneraliseerd kunnen worden. Bij een casestudie is het echter niet belangrijk of de resultaten gelden voor de gehele doelgroep. Dit is ook het geval bij dit onderzoek. De resultaten die uit dit onderzoek zijn gekomen gelden niet voor de hele doelgroep maar kunnen wel nieuwe inzichten geven aan de hele doelgroep. Het gaat bij dit onderzoek meer om het verzamelen van informatie die waardevol kan zijn voor beginnende ondernemers die geld willen verdienen met content creatie.

Om in het vervolg meer validiteit te creëren zouden er meer casestudies gedaan moeten worden.

Betrouwbaarheid

Voor de betrouwbaarheid van dit onderzoek wordt er gekeken naar drie onderwerpen, namelijk de haalbaarheid, interne consistentie en de gelijkwaardigheid.

Aan de haalbaarheid van dit onderzoek is gewerkt door het bijhouden van een planning. Er is echter wel van de planning afgeweken door omstandigheden. De aanpassingen zijn terug te vinden in de planning die staat in bijlage 1.

Als er gekeken wordt naar de haalbaarheid van het onderzoek is duidelijk geworden dat het starten van een onderneming in de content creatie branche zeer haalbaar is. Er zijn meerdere inkomstenbronnen mogelijk en er is veel vraag naar content voor bedrijven.

Locatieonafhankelijk werken is voor een content creator ook zeker haalbaar omdat er maar weinig factoren zijn waar een content creator afhankelijk van is. Waar het moeilijk haalbaar wordt is in het stuk toekomstbestendigheid. Dit onderzoek geeft wel onderdelen aan hoe er gewerkt kan worden aan de toekomstbestendigheid maar het is uiteindelijk verschillend per onderneming en ondernemer.

De gelijkwaardigheid is gewaarborgd door een lijst met interview vragen op te stellen, de lijst is te vinden bij bijlage 2. Voor de twee respondenten die content creator zijn, zijn de

vragen niet aangepast. Voor de respondent die businesscoach is, zijn de vragen wel aangepast of weg gelaten omdat die niet van toepassing waren op zijn situatie en kennis. De interviews zijn te vinden in bijlage 4.

De interne consistentie is gewaarborgd door vergelijkbare vragen te stellen waarop de respondenten dezelfde of soortgelijke antwoorden gaven.

Respondenten

De deelnemers die deelnamen aan het onderzoek waren niet de deelnemers waarvoor dit onderzoek in eerste instantie bedoeld was. Doordat de deelnemers via email zijn benaderd was het niet af te lezen of de deelnemers zouden reageren op het verzoek deel te nemen aan het onderzoek. De eerste geselecteerde deelnemers waren allemaal niet woonachtig in Nederland en konden daardoor niet persoonlijk bezocht worden om het interview af te nemen. De eerste geselecteerde deelnemers behoren niet tot de connecties van de onderzoeker, de telefoonnummers van deze content creators zijn niet gevonden en er is daarom gekozen voor een benadering via mail, de mail is te vinden in bijlage 3. Dit heeft er toe geleid dat de eerste geselecteerde deelnemers niet hebben gereageerd op het verzoek deel te nemen aan dit onderzoek.

Vervolgens is het persoonlijke netwerk van de onderzoeker aangesproken. Door het hebben van een content creator in het netwerk was het mogelijk andere ondernemers via hem te bereiken en wel persoonlijk te vragen om deel te nemen aan het onderzoek. De ondernemers die nu deelnamen aan het onderzoek waren geen vreemdelingen waardoor de sfeer al meer open was en er meer persoonlijke verhalen gedeeld werden.

De antwoorden en de toetsing van de berekening hebben tot nieuwe inzichten geleid. Hieruit zijn nieuwe vragen naar voren gekomen die ook van belang bleken te zijn, met name over het behouden van geld. Op het internet wordt hier meer over gesproken en methodes worden naar voren gebracht over het verdienen van geld maar er moet specifiek/dieper/gerichter gezocht worden naar informatie over het behouden van geld. Terwijl deze informatie voor ondernemers ontzettend belangrijk is en nog kan verschillen voor locatieonafhankelijk werken. Voor locatieonafhankelijk werken moet er rekening gehouden worden met verschillende aspecten zoals reisverzekeringen en belastingen in verschillende landen. Dit zou een mooi vervolg kunnen zijn op dit onderzoek waarmee er niet alleen gekeken wordt naar de verdienmodellen maar naar de businessaspecten/afdelingen die een ondernemer kan benutten.

Hoofdvraag

Als laatste kan worden geconcludeerd dat de hoofdvraag wellicht te breed is geweest om de diepgang te krijgen waar de onderzoeker op hoopte. Het uitwerken van een deel van de hoofdvraag vergt veel diepgang op zich en dit zou een onderzoek op zichzelf kunnen zijn. De hoofdvraag geeft een speelveld weer waar een content creator naartoe kan werken. Als een ondernemer wilt starten zijn dit aspecten waarover nagedacht moet worden en waar zelf de diepgang over gevonden moet worden want de hoofdvraag is te breed om over al die aspecten de volledige diepgang te geven. Met name vooral over het toekomstbestendig maken van de onderneming.

De probleemstelling waarvoor de hoofdvraag is gevormd luidt als volgt: met reizen geld verdienen is een begeerde lifestyle wat voor content creators mogelijk is. Het is echter niet duidelijk wat voor businessmodel werkelijk financiële vrijheid oplevert en of de verschillende

content creators op dezelfde manier hun onderneming managen. Wat is er nodig voor content creators om een toekomstbestendig businessmodel te ontwikkelen waarbij locatieonafhankelijk werken mogelijk is? De antwoorden uit dit onderzoek kunnen niet deze vraag volledig beantwoorden. Dit komt mede omdat er niet maar één antwoord is op deze vraag. Er zijn verschillende businessmodellen die toekomstbestendig en locatieonafhankelijk zijn. Dit onderzoek geeft wel handvatten om een eigen businessmodel te ontwikkelen wat aan deze maatstaven voldoet.

Eventuele literatuur om deze vraag te ondersteunen was niet tot moeilijk te vinden. Literatuur die leek aan te sluiten bij het onderzoek was vaak ook niet gratis toegankelijk. Dit maakt het voor de onderzoeker erg lastig om aanvullende literatuur te vinden om de resultaten te onderbouwen.

Reikwijdte

Als er wordt gekeken naar de reikwijdte van dit onderzoek gaat het erom of het onderzoek voldoende was afgebakend en hoe breed het onderzoek was. De afbakening was opgesteld in de inleiding. In de afbakening stond beschreven dat dit onderzoek gericht was op inkomstenbronnen die aansluiten bij een content creator. Er werd niet gekeken naar inkomstenbronnen voor ondernemingen die hier niet op aansluiten. Alle content creators die voor dit onderzoek geïnterviewd zijn hebben allemaal een eigen onderneming in deze branche en zijn hier werkzaam in. De eerste factor van de afbakening is opgevolgd maar dit heeft wel tot gevolgen gehad dat er op dat vlak niet verder werd gekeken naar andere inkomstenbronnen, die locatieonafhankelijk zijn, die eventueel wel mogelijk zijn voor een content creator. De inkomstenbronnen die nu behandeld werden, waren gericht op content creatie voor klanten en diensten of producten aanbieden via e-commerce.

Als er wordt gekeken naar de breedte van het onderzoek zijn hier twee dingen op aan te merken. Zoals bij onderzoeksmethode benoemd over de hoofdvraag, was de hoofdvraag te breed om meer diepgang te krijgen in dit onderzoek. Dit komt mede door niet de juiste vragen te stellen maar ook door het niet fysiek kunnen interviewen door Covid, wat het niet mogelijk maakte om in te spelen op de antwoorden op de vragen. De antwoorden die gegeven waren, waren wel concreet genoeg om de vragen te beantwoorden.

6. Conclusie en aanbevelingen

Het doel van dit onderzoek is om handvatten te geven aan beginnende content creators die hun onderneming locatieonafhankelijk en toekomstbestendig willen maken.

Conclusies

In dit hoofdstuk worden de deelconclusies beschreven van de deelvragen wat leidt tot de conclusie op de hoofdvraag.

Deelvragen

Wat zijn inkomstenbronnen voor een content creator?

De grootste inkomstenbron voor een content creator is het maken van content voor klanten. De klanten zijn meestal andere ondernemers die de content gebruiken op social media en websites voor voornamelijk portfolio en promotiedoeleinde. De opdrachten waar het om gaat bestaan uit eenmalige opdrachten en herhaaldelijke opdrachten. Het draait er tegenwoordig voor een content creator niet meer om of de foto of video's de beste kwaliteit hebben of dat ze er het mooiste uit zien. Het gaat er om of de content de gewenste waarde kan leveren voor de klant. Om dit te kunnen bereiken moet er strategisch content gebruikt worden. Het is voor de content creator erg waardevol als hij de waarde die zijn content levert kan onderbouwen met statistieken van conversies van voorgaande klanten.

Het is belangrijk eerst de onderneming te laten draaien op content, of er moet een buffer gespaard zijn, voordat er begonnen kan worden aan het opzetten van passieve inkomstenbronnen die vooral gericht zijn op e-commerce. Het is belangrijk pas te beginnen met het opzetten van extra passieve inkomstenbronnen als de hoofdinkomstenbron genoeg geld oplevert om van te leven.

Hoe werkt een content creator locatieonafhankelijk?

Content creators zijn afhankelijk van een paar elementen zoals een laptop, camera, wifi en stroom voor de apparatuur. Als al deze punten aanwezig zijn kan een content creator werken waar hij wil met als doel het streven naar vrijheid, het verbreden van werkgebied, flexibiliteit en de levenservaringen dat reizen met zich mee brengt. Er zijn ook restricties verbonden aan locatieonafhankelijk werken, denk hierbij aan meer reistijden, het kost veel energie, en de gemakkelijker van het reizen is erg beïnvloedbaar door wereldwijde gebeurtenissen zoals de uitbraak van Covid.

Wat doet een content creator om zijn onderneming toekomstbestendig te maken?

Het toekomstbestendig maken van een onderneming is een breed onderwerp waarbij verschillende punten onder de aandacht gebracht moeten worden. Het is belangrijk om een *war fund* achter de hand te hebben wat het mogelijk maakt financiële klappen op te vangen. Een *war fund* moet de onderneming door laten gaan voor minimaal een half jaar zonder enige vorm van inkomen. Met een *war fund* kan ook geïnvesteerd worden in het opzetten van nieuwe inkomstenbronnen. Verschillende bronnen van inkomsten zorgen voor het spreiden van de risico's van de onderneming. Als er inkomen wordt gehaald uit verschillende inkomstenbronnen is het minder erg als er eentje weg valt omdat de overige nog wel zorgen voor inkomsten. Het hebben van een *war fund* en verschillende inkomstenbronnen zorgt

voor een goede voorbereiding. Daarnaast is het ook belangrijk om de onderneming goed te verzekeren en professionele hulp in te schakelen voor het management en geldzaken. Als al deze zaken zijn geregeld staat er voor de onderneming een stevig fundament.

Hoofdvraag

De hoofdvraag die in dit onderzoek gesteld wordt is: 'Hoe creëer je als content creator een locatieonafhankelijk toekomstbestendig businessmodel?'. Het antwoord hierop blijkt niet simpel één antwoord te zijn. Focus de onderneming als hoofdinkomstenbron op de content creatie voor klanten. Als dit goed loopt kan er begonnen worden met het opzetten van passieve inkomstenbronnen in e-commerce. Zorg dat de ondernemer alleen afhankelijk is van een laptop en camera en zoek de locaties uit naar toegang tot wifi en stroom. Als er aan deze punten wordt voldaan is de ondernemer locatieonafhankelijk. Zorg dat de onderneming een *war fund* tot zijn beschikking heeft, minimaliseer kosten, besteed werkzaamheden uit, verzeker de onderneming en zorg dat geldzaken op orde zijn met behulp van een boekhouder. Dit zijn stappen die de onderneming een stap dichterbij toekomstbestendigheid brengt.

Relevantie

Dit onderzoek is relevant voor ondernemers die een onderneming in de content creatie branche willen beginnen. Dit onderzoek geeft een speelveld weer met onderdelen voor de onderneming waar ze naartoe kunnen werken. Dit onderzoek heeft niet alle diepgang op de onderwerpen die genoemd zijn, maar geeft wel een overzicht van bronnen van inkomsten, hoe locatieonafhankelijk werken mogelijk is en onderdelen die bijdragen aan toekomstbestendigheid. Het is geen stappenplan maar heeft wel alle handvatten om zelf een plan uit te schrijven.

Aanbevelingen

Praktijk

Als er gekeken wordt naar wat dit onderzoek voor waarde meegegeven kan worden aan de praktijk, wordt er gekeken naar de doelgroep. De doelgroep van dit onderzoek zijn startende ondernemers op het gebied van content creatie. Ik beveel startende ondernemers aan om te starten met dit onderzoek en het te gebruiken als richtlijn voor het schrijven van een eigen plan. Kijk naar je eigen missie, normen en waarden en pak daar de passende inkomstenbronnen bij. Verdiep je vervolgens in de kennis en theorieën om deze inkomstenbronnen juist aan te pakken, dit kan door het lezen van boeken of het volgen van cursussen of lessen. Het is misschien niet het leukste werk waar je de onderneming voor gestart bent, maar ik raad aan om een goede fundatie te bouwen door je risico's op voorhand al vast te stellen. Gebruik systemen die bij jou passen om deze risico's te spreiden en te benutten, zoals bijvoorbeeld een kostenmanagementsysteem. Stel een plan op met jouw doelen, van korte tot lange termijn. Maak deze doelen concreet en bedenk wat er nodig is om ze te bereiken.

Zoals hiervoor genoemd in hoofdstuk 4 discussie is er een nieuw speelveld opkomst met kortere video's die niet meer door productieteam gemaakt worden, maar ook door een ondernemer met zijn camera of telefoon. Ik adviseer content creators om zich hier mee in te gaan verdiepen. Het is altijd waardevol om op de hoogste te blijven van de trends en dit te gebruiken voor je eigen gewin.

Daarnaast adviseer ik om de tips van de ondernemers door te nemen die hieronder worden opgesomd. Per tip geef ik ook mijn aanbevelingen mee.

Ga volledig voor je onderneming! – Wacht er niet te lang mee voordat je de stap waagt om volledig voor jezelf te gaan. Als er meer druk achter staat, omdat je kosten hebt die je moet betalen, zal je er harder voor werken. Het kan natuurlijk zijn dat je onderneming de eerste keer niet meteen genoeg geld op levert, zorg er dan ook voor dat je een war fund en een back-up plan achter de hand hebt.

Creëer je eigen vertrouwde netwerk, koester die en leer ontzettend veel van ze. –

Ontwikkel goede relaties met je klanten omdat ze kunnen zorgen voor mond tot mondreclame. Op deze manier ontstaat een warme lead omdat je klant al positieve verhalen over jouw diensten of producten verteld kan hebben aan je potentiële klant. Om van je klant een tevreden klant te maken moet je er altijd voor zorgen dat je, vooral in het begin, meer waarde levert dan wat je beloofd. Een voorbeeld hiervan is dat je in plaats van 30 foto's je de klant nu 40 foto's geeft zonder dat ze hier extra voor hoeven te betalen. Neem in je netwerk ook mensen op die hetzelfde doen als jij, concullega's. Je kan veel van elkaars werk leren en als het nodig is elkaar om hulp vragen. Denk hierbij ook aan het inhuren van hun diensten voor een opdracht waarvoor je niet geschikt bent of geen tijd hebt, op deze manier besteed je werk uit en kun je er een commissie op pakken.

Een andere manier om een netwerk te creëren is door gebruik te maken van social media. Via social media kunnen mensen over de hele wereld bereikt worden en worden hier communities gebouwd met mensen die hetzelfde over dingen denken. Het is ook mogelijk om van social media een extra inkomstenbron te maken. Als je een grote following groeit zijn er bedrijven die jou willen betalen voor promotie via jouw kanaal of voor content creatie. Een

voorbeeld hiervan is respondent C die met het merk Sony samen werkt. Belangrijk voor social media is dat je actief en interactief bent met de mensen in jouw netwerk.

Geniet! Het is niet erg om een keer wat minder te doen, elke dag 1% iets beter doen is 37 keer per jaar meer dan nietsdoen. – Vaak wordt gezegd dat je als ondernemer dag en nacht met je onderneming bezig bent. Denk dan goed na of dit het voor jouw waard is, waarom begon je met ondernemerschap? Dit is hoogstwaarschijnlijk niet om dag en nacht te werken, uiteindelijk wil je een bepaalde lifestyle bereiken. Houdt die goed in je achterhoofd wanneer je aan het werk bent, als je een dag hebt dat je niet gemotiveerd bent is het ook goed om een dag vrij te nemen. Je bent niet voor niets eigen baas en daarom mag je ook zelf je tijd indelen. Als je die dag niet gemotiveerd bent is die dag waarschijnlijk ook een stuk minder productief dan een dag dat je heel veel motivatie hebt. Denk eraan dat rust nemen mag en dat je juist dingen moet ervaren om je creativiteit weer te prikkelen en je laat beseffen waarvoor je het ook al weer allemaal doet.

Investeer in persoonlijke ontwikkeling, investeren in jezelf geeft de allerbeste return. – Persoonlijke ontwikkeling is iets waar we altijd bewust en onbewust mee bezig zijn. Je verandert door je leven heen door de lessen die je leert en de ervaringen die je meemaakt. Stil blijven staan is geen optie. Aan persoonlijke ontwikkeling kun je werken door het volgen van coaching of cursussen. Als deze stappen te groot zijn voor jou kunt je ook gemakkelijk beginnen door het lezen van een boek. Er zijn enorm veel boeken over persoonlijke ontwikkeling en het veranderen van de mindset, veel van deze boeken zijn ook gericht op ondernemers.

Ook worden er veel cursussen aangeboden op dit gebied, ook in combinatie met business. Dit kunnen onlinecursussen zijn maar ook cursussen in groepen. Ik heb zelf de ervaring met een cursus die plaats vond in Dubai. In deze cursus werd de deelnemers veel geleed over mindset, communicatie, het stellen van doelen, het omgaan met emoties en hoe deze je gedrag beïnvloeden maar ook over business. Denk hierbij aan het opstellen van een waarde ladder, hoe je een website met funnels inricht en hoe je communiceert met verschillende soorten klanten.

Heel veel oefenen en het vooral doen vanuit passie. – Voordat je echt ergens goed in bent zal je er eerst veel tijd in moeten steken. Je bent altijd een leerling en een meester, er is altijd iemand beter of minder goed dan dat jij bent. Neem hierbij dan ook de tijd om te leren van andere en om andere te laten leren van jou. Als je jouw werk echt goed vanuit een passie zal er geen dag zijn dat je niet geniet van het werk dat je doet. Natuurlijk zijn er altijd minder leuke taken die ook gedaan moeten worden, maar laat jezelf ook de leuke taken doen.

Ga veel oefenen op verschillende projecten om op deze manier je portfolio uit te breiden voordat je de eerste klanten gaan benaderen. Op deze manier kan je laten zien over welke skills je al beschikt. Klanten benaderen kan in het begin een grote stap zijn, maar dit is er wel eentje die je moet gaan nemen. Het is ook een goede optie om je aan te melden op websites voor freelancers. Hierop posten bedrijven hun opdrachten waarop jij je kunt aanmelden als deze opdracht je geschikt lijkt voor jouw vaardigheden. Als je een opdracht krijgt zorg dan ook weer dat je over delivered voor de klant. Op deze manier kun je de klant voor je winnen en zullen ze eerder jouw diensten voorstellen aan hun netwerk. Nieuwe klanten vinden het

ook altijd fijn om via een portfolio te kunnen kijken wat jouw stijl is en waar je allemaal al ervaring mee hebt.

Leren van je fouten. – Dit is toch wel een van de meest voorkomende tips. Fouten maken is nooit leuk, maar zorg er wel altijd voor dat je er iets van leert. Uiteindelijk zijn het toch vaak de fouten waar we het meeste van leren.

Leer dingen uit handen te geven als het te veel voor je wordt. Uitbesteden is iets waar je naartoe groeit als ondernemer. In het begin is het vaak goedkoper om alles zelf te doen, op deze manier kan je ook alle opbrengsten voor jezelf houden. Hoe meer je groeit hoe drukker je het zult krijgen. Dit is goed maar het moet niet gaan zorgen voor te veel stress. Als je wel stress begint te ervaren wordt het tijd om te gaan kijken naar uitbestede mogelijkheden. Dit kan je ook doen als je een opdracht hebt waarvoor je niet de kwalificaties hebt. Als je dan toch zo'n opdracht aanneemt en deze uitbested, denk er dan aan dat je voor jezelf een marge van de prijs regelt. Vraag een hogere prijs aan de klant waarvan je jezelf een percentage geeft en de rest is voor de ondernemer die de opdracht gaat uitvoeren. Er wordt vaak aangeraden dit percentage tussen de 25% en 50% te nemen.

Waardetoevoeging voor bestaande theorieën

Als je kijkt naar bestaande theorieën valt het op dat hier geen groot aanbod van is. De meeste onderzoeken die wel zijn gedaan sloten niet aan op dit onderzoek. Veel van de literatuur is wat verouderd terwijl er juist veel gaande is op dit gebied. Dit onderzoek maakt duidelijk in hoofdstuk 4 waarover nog geen onderzoek gedaan is maar wat wel heel waardevol kan zijn voor vervolgonderzoek. Dit onderzoek gecombineerd met vervolgonderzoek en meerdere casestudies kan een mooi geheel worden als stappenplan of boek voor beginnende ondernemers in de content creatie branche.

Op de hogescholen worden ook lessen gegeven over ondernemerschap. Toch worden daar vaak ook alleen nog de oppervlakkige onderdelen behandeld. Wat voor de hogescholen erg waardevol zou zijn is ook een onderdeel over content creatie toe te voegen aan hun lessen voor ondernemers. Content is onmisbaar voor ondernemers. Via content worden producten en diensten verkocht. Het is voor ondernemers belangrijk om te weten welke content aansluit bij hun merk maar ook welke content ze moeten hebben voor hun marketingstrategieën. Dit lijkt misschien makkelijk maar dat is het zeker niet. De mooiste foto converteert niet altijd het beste, daarom is het belangrijk meer inzicht te krijgen in je doelgroep en wat hun aanspreekt. Voor ondernemers die zelf content willen maken is het ook waardevol om hier lessen voor aan te bieden. Hierbij is het niet belangrijk om de les alleen te richten op de basisregels van video en fotografie maar juist ook op een stuk storytelling en marketing. Ook moet er een strategie achter zitten voor het type platform waar de content op gedeeld wordt, denkt aan website en social media. Je deelt bijvoorbeeld niet dezelfde video op Instagram als die je op je website wel deelt.

Vervolgonderzoek

Dit onderzoek draagt bij aan nieuwe data over dit onderwerp. Het onderzoek kan gebruikt worden als inspiratiebron voor beginnende content creators maar ook voor toekomstige onderzoekers.

Er is nog veel vervolgonderzoek nodig als er meer duidelijkheid nodig is op het gebied van toekomstbestendig maken van ondernemingen in de content creatie branche. Op dit moment zijn hier nog geen onderzoeken over geschreven. De informatie moet aanwezig zijn, het is niet duidelijk of niet onderzocht of bedrijven hun informatie voor zich willen houden en dit niet delen met andere.

Voor eventueel toekomstig onderzoek zou er meer direct op de onderdelen van de deelvragen ingegaan kunnen worden. Er wordt veel gesproken over de mogelijkheden om geld te verdienen maar niet welke tools en bijzaken er nodig zijn om geld te behouden. Dit is een veel voorkomende valkuil voor ondernemers.

Bibliografie

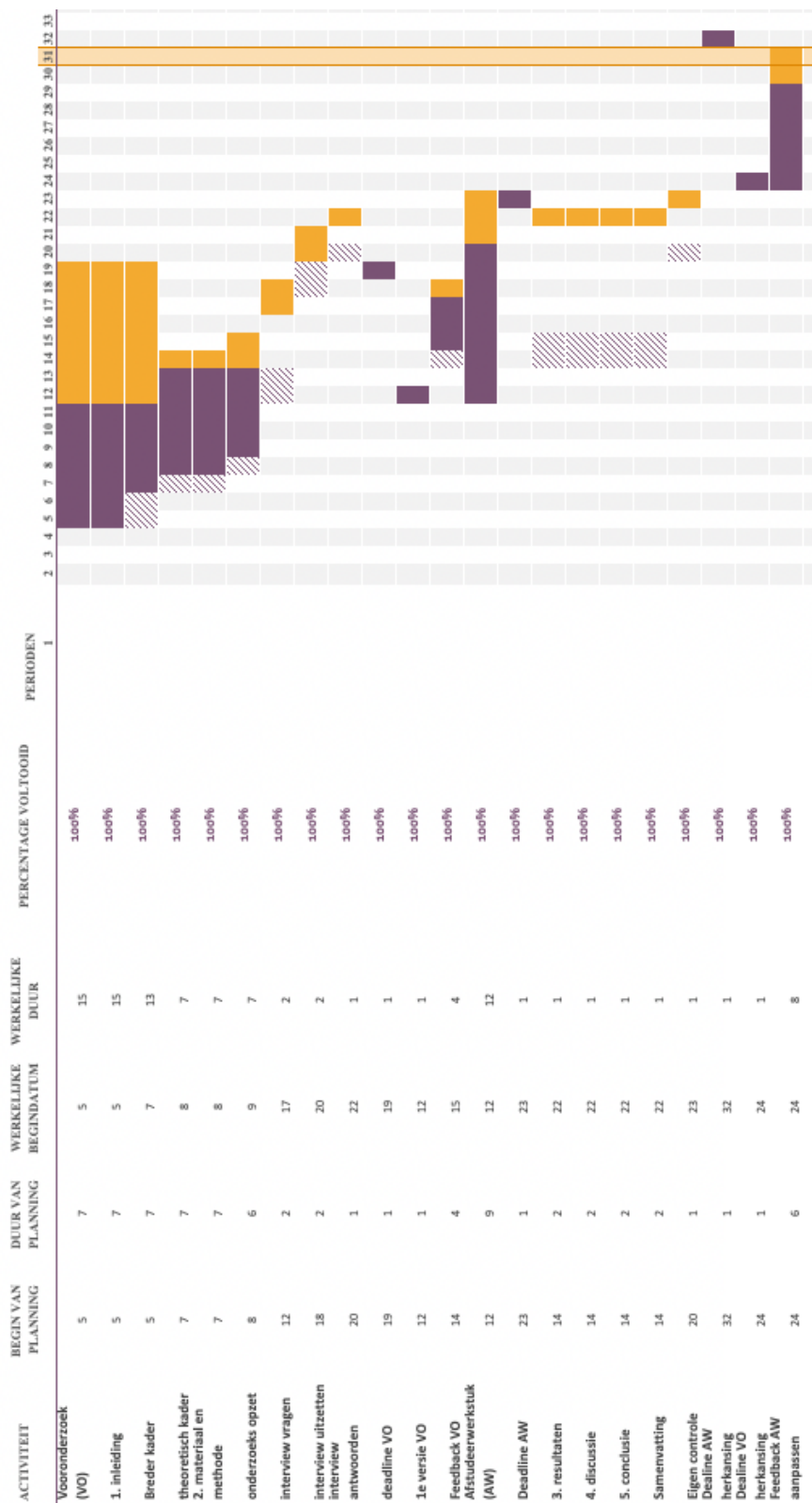
- Adobe. (2020). *De 7 beste social mediasites waar u om moet geven in 2020*. Opgehaald van Adobe: <https://www.adobe.com/express/learn/blog/top-social-media-sites>
- Alalwan, A. A. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 1177-1190.
- Alscher, D. (2019, augustus 27). *The importance of content creation*. Opgehaald van Learning Hub: <https://learn.g2.com/content-creation>
- Althuizen, J. (2021). *Digital marketing trends 2021*. Opgehaald van Digital layers: <https://www.digitallayers.nl/latest/digital-marketing-trends-2021>
- Appel, G. G. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 79-95.
- Aroles, J. G. (2020). 'Becoming mainstream': the professionalisation and corporatisation of digital nomadism. *New Technology, Work and Employment*, 114-129.
- ASAP.be. (2021). *3 redenen waarom je LinkedIn moet gebruiken*. Opgehaald van asap.be: <https://www.asap.be/nl/artikel/3-redenen-waarom-je-linkedin-moet-gebruiken#:~:text=LinkedIn%20is%20het%20grootste%20sociale%20netwerk%20voor%20professionele%20relaties.&text=Werknemers%20verhogen%20met%20een%20LinkedIn,via%20LinkedIn%20hun%20naamsbekendheid%20vergroten>
- Association of National Advertisers. (2018, april). *Survey report: How ANA members are using influencer marketing*.
- Bakanauskas, P. &. (2018). Building a Travel Influencer Brand Using Instagram Tools. *Management of Organizations: Systematic Research*.
- Barthorst, J. B. (2019). Everyday micro-influencers and their impact on corporate brand reputation. *Durham Business School*, 1-2.
- Benders, L. (2020, augustus 13). *Discussie schrijven voor je scriptie*. Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/scriptie-structuur/discussie-scriptie/>
- Benders, L. (2020, maart 6). *Hoe doe je een case study?* Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/case-study/>
- Benders, L. (2021, mei 25). *Onderzoeksresultaten en deelconclusies in je scriptie*. Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/scriptie-structuur/onderzoeksresultaten/>
- Benson, L. (2019). *2019 social media comparison infographic*. Opgehaald van Leverage: <https://www.leverageitl.com/social-media-infographic/>
- Care is . (2021). *Gemiddeld netto pensioen per maand in Nederland in 2021*. Opgehaald van Care-is.nl: <https://www.care-is.nl/nieuws/blog/gemiddelde-nettopensioen-per-maand-in-nederland-in-2021>
- Carroll, D. R. (2017). Instagram. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 1-2.
- CBS. (2020, april 16). *Vakanties van Nederlanders; kerncijfers*. Opgehaald van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/84363NED>
- CBS. (2021, april 14). *Inkomen Nederlanders in 50 jaar meer dan verdubbeld*. Opgehaald van cbs.nl: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/15/inkomen-nederlanders-in-50-jaar-meer-dan-verdubbeld>
- Centraal beheer. (2021). *Kosten arbeidsongeschiktheidsverzekering*. Opgehaald van Centraalbeheer.nl: <https://www.centraalbeheer.nl/zakelijk/inkomensverzekeringen/arbeidsongeschiktheidsverzekering/kosten-berekenen#:~:text=Een%20zelfstandig%20ondernemer%20betaalt%20voor,1%20C56%20per%20gewerkt%20uur>

- Content Science. (2021, maart 16). *Content Science Review*. Opgehaald van Millennial content consumption facts: <https://review.content-science.com/millennial-content-consumption-fact-sheet/>
- De Jong, J. (2021, juni 28). *Content: wat is het precies? We leggen de betekenis van content uit*. Opgehaald van Machielsen: J. (2021, 28 juni). Content: wat is het precies? We leggen de betekenis van content uit. Machielsen. <https://www.machielsen.nl/content-betekenis/>
- Delbaere, M. M. (2020). Social media influencers: A route to brand engagement for their followers. *Psychology & Marketing*, 101-112.
- Dingemanse, K. (2019, september 27). *Validiteit in interviews*. Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/validiteit-in-interviews/>
- Draadloos Internet Laptop. (2021). *Draadloos internet dongel*. Opgehaald van draadloosinternetlaptop.nl: <https://www.draadloosinternetlaptop.nl/dongel-dongle/>
- Ecommerce news. (2021). *Ecommerce*. Opgehaald van ecommerce news : <https://www.ecommercenews.nl/wat-is-ecommerce/>
- Farzanegan, M. R. (2021). International Tourism and Outbreak of Coronavirus (COVID-19): A Cross-Country Analysis. *Journal of Travel Research*, 60(3), 687-692.
- Freelancer.nl. (2021). *Feelance Videograaf*. Opgehaald van Freelancer.nl: <https://freelancer.nl/freelancers/s/videograaf>
- Gregori, N. D. (2013). Affiliate Marketing in Tourism. *Journal of Travel Research*, 196-210.
- Hermann, I. &. (2020). Digital Nomadism: the nexus of remote working and travel mobility. *Information Technology & Tourism*, 329-334.
- Hollebeek, L. D. (2019). Digital content marketing's role in fostering consumer engagement, trust, and value: Framework, fundamental propositions, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 27-41.
- Hoofdkraan.nl. (2021). *Freelancers: film & video*. Opgehaald van Hoofdkraan.nl: <https://www.hoofdkraan.nl/freelancers/design-en-multimedia/film-en-video?offset=20>
- Instagram. (2021). *Instagram*. Opgehaald van Business.instagram.com : https://business.instagram.com/?locale=nl_NL
- Join. (2021). *Wat zijn content creators*. Opgehaald van Join.marketing: <https://join.marketing/nl/kennisbank/wat-zijn-content-creators/#/>
- Kopp, C. M. (2021, februari 23). *Brand awareness*. Opgehaald van Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp#:~:text=Brand%20awareness%20is%20a%20marketing,the%20product%20from%20its%20competition.>
- Mathew, V. &. (2020). Does digital content marketing affect tourism consumer behavior? An extension of technology acceptance model. *Journal of Consumer Behaviour*, 61-75.
- Miller, M. (2011). *Youtube for Business* (2nd edition). Pearson Education (Us).
- Monkeybridge. (2021). *Wat is een funnel*. Opgehaald van Monkeybridge: <https://www.monkeybridge.nl/begrippenlijst/wat-is-een-funnel/>
- Nash, E. C. (2020). Nomadic work and location independence: The role of space in shaping the work of digital nomads. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 271-282.
- Phillips, K. W. (2017). *Ultimate Guide to Instagram for Business*. Amsterdam University Press
- RIVM. (2021). *Reizen en vakantie*. Opgehaald van rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/coronavirus-covid-19/reizen-en-vakantie>
- Schlagwein, D. &. (2020). The mobilities of digital work: the case of digital nomadism. *ECIS*.

- Solomon, T. (2019). *3 Reasons content is the most important part of digital marketing*. Opgehaald van CLICKX: <https://www.clickx.io/content-and-digital-marketing/>
- Swaen, B. (2021, maart 1). *Betrouwbaarheid in je scriptie*. Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/betrouwbaarheid-je-scriptie/>
- TikTok. (2021). *TikTok for business*. Opgehaald van tiktok.com: https://www.tiktok.com/business/en/apps/tiktok?refer=tiktok_web
- Tuten, T. L. (2020). *Social media marketing*. SAGE Publications.
- Valentini, C. (2018). Social Media. *The international encyclopedia of strategic communication*, 1-13.
- Voorveld, H. A. (2019). Brand Communication in Social Media: A Research Agenda. *Journal of Advertising*, 14-26.
- Vrontis, D. M. (2021). Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 1-28.
- Walker-Ford, M. (2021, februari 28). *The 8 best social media platforms to market your business in 2021*. Opgehaald van Social media today: <https://www.socialmediatoday.com/news/the-8-best-social-media-platforms-to-market-your-business-in-2021-infograp/595834/>
- Websteen . (2021). *Wat is conversie?* Opgehaald van Websteen.nl : [https://www.websteen.nl/kennisbank/wat-is-conversie/#:~:text=In%20het%20algemeen%20is%20een,het%20conversiepercentag e%20of%20de%20conversieratio\).](https://www.websteen.nl/kennisbank/wat-is-conversie/#:~:text=In%20het%20algemeen%20is%20een,het%20conversiepercentag e%20of%20de%20conversieratio).)
- Willment, N. (2020). The travel blogger as digital nomad: (Re-)imagining workplace performance of digital nomadism within travel blogging work. *Information Technology & Tourism*, 391-416.
- Zadelhoff, M. (2021). *Passief inkomen genereren - Alles over hoe je passief geld verdient*. Opgehaald van De moderne nomaden: <https://demodernenomaden.nl/online-geld-verdienen/passief-inkomen-genereren/#:~:text=Een%20passief%20inkomen%20is%20een,betreft%20het%20een%20actief%20inkomen.>
- Zimmerman, J. N. (2021). *Social Media Marketing All-in-One For Dummies*. For Dummies.

Bijlage 1.

Gedetailleerde planning



Afbeelding 6. Gedetailleerde planning

Bijlage 2.

Interview vragen

1. Kun je jezelf even voorstellen?
2. Omschrijf jouw werk
3. Hoe ben je hiermee begonnen?
4. Ben je een eigen onderneming gestart?
5. Had je geld achter de hand toen je begon?
6. Wat waren je eerste bronnen van inkomen toen je net begon?
7. Wat zijn fouten die je hebt gemaakt in het begin?
8. Wat zijn waardevolle lessen die je hebt geleerd bij de start?
9. Wat zijn doelen die je voor jezelf had gezet toen je net begon?

10. Wat zijn de inkomstenbronnen die je nu hebt?
11. Wat heeft jou geleid tot deze inkomstenbronnen?
12. Geef per inkomstenbron de voor- en nadelen
13. Geef per inkomstenbron een percentage dat het bijdraagt aan de omzet
14. Is het mogelijk om te leven van de inkomsten uit jouw onderneming?

15. Welke inkomstenbronnen zijn locatieonafhankelijk?
16. Hoe is locatieonafhankelijk werken voor jou businessmodel mogelijk?
17. Is locatieonafhankelijk werken voor jou belangrijk?
18. Wat zijn restricties bij locatieonafhankelijk werken?
19. Wat zijn voor jou voor- en nadelen van locatieonafhankelijk werken?

20. Wat zijn je doelen nu?
21. Heeft Covid dingen veranderd aan je doelen?
22. Wat is jouw plan voor de toekomst?
23. Zijn er dingen die je door Covid niet meer kon doen?
24. Hoe heeft Covid jouw toekomstplan beïnvloed?
25. Hoe maak je jouw onderneming toekomstbestendig?
26. Hoe spreid je de risico's van je onderneming?
27. Hoe ga je om met de kosten?
28. Zijn er taken die je uit handen geeft?
29. Wat zijn tips voor beginnende ondernemers die hetzelfde willen bereiken als jij?

Bijlage 3.

Email uitnodiging onderzoek

Beste ...,

Mijn naam is Nika Homma en ik kom uit Nederland. Ik ben op dit moment bezig met het schrijven van mijn scriptie als laatste onderdeel van mijn ondernemerstraject. In mijn scriptie onderzoek ik hoe content creators een locatie onafhankelijk en toekomstbestendig businessmodel creëren. Ik volg jullie al een tijdje op Instagram en ben geïnspireerd geraakt door jullie (online) leven. Daarom wil ik jullie graag vragen om mij te helpen met afstuderen door mee te werken aan een kort (+/- 20 minuten) interview. Het interview bestaat uit 29 vragen die je kunt vinden in de bijlage en onderaan de mail. De vragen mogen beantwoord worden door middel van een voice recording of kunnen uitgetypt worden in de mail. Jullie antwoorden zijn ter ondersteuning van mijn onderzoek en kan door de school gebruikt worden als voorbeeld voor andere leerlingen. Ik begrijp dat jullie tijd erg kostbaar is en zou het daarom extra geweldig vinden als jullie mij toch willen helpen met het beantwoorden van de vragen.

Alvast super bedankt voor jullie tijd en mogelijke deelname.
Ik kijk uit naar jullie reactie!

Met vriendelijke groet,
Nika Homma
Telefoonnummer – email

Dear ...,

I've been following you on Instagram for a while and I've been inspired by your (online) life. My name is Nika Homma, I'm 23 years old and live in The Netherlands. I am currently writing my thesis as the last part of my entrepreneurial journey for school. For my thesis I write research about how content creators create a location independent and future-proof business model. That is why I would like to ask you to help me graduate by participating in a short (+/- 20 minutes) interview. I have followed one of your courses but would love some more answers on topics like making your business future-proof, the risks and valuable lessons. The interview consists of 29 questions which you can find in the appendix or at the end of this email. The questions can be answered by a voice recording or can be typed in a return email. Your answers are in support of my research and can be used by the school as an example for other students. I understand that your time is very precious and I would therefore be delighted if you want to help me answer the questions. Thank you for your time and possible participation.

Kind regards,
Nika Homma
Phone number – email

Bijlage 4.

Interviews uitgewerkt

Tjade Voigt

Respondent A

Algemeen:

1. Kun je jezelf even voorstellen?

Mijn naam is Tjade Voigt, ik ben 25 jaar oud en ik heb mijn eigen bedrijf in content creatie. Dit houdt in het maken van foto's en video's voor marketingdoeleinde zoals bijvoorbeeld website en social media platformen. Dit doe ik nu drie jaar waarvan fulltime sinds 2021.

2. Hoe omschrijf je zelf je werk?

Ik levert video's en foto's voor marketing doeleinde als video/fotograaf, maar mijn doel is om te zorgen dat mijn content de best werkende content is om te zorgen voor leads en conversies bij mijn klanten. Dit is afhankelijk van hun strategie, doelstellingen, marketing en het middel waar de content geplaatst wordt help ik de beste content daarvoor te maken.

3. Hoe ben je begonnen met je werk?

Ik ben hobbymatig begonnen met het maken van een reis video met mijn GoPro, dit is doorgeslagen en hier kwam fotografie op een gegeven moment ook bij. Dit werd een uit de hand gelopen hobby en op een gegeven moment wil men wat van je, en op een gegeven moment werd dit ook tegen betaling.

4. Had je geld achter de hand toen je begon?

Ja ik had een klein potje, niet per se voor me bedrijf maar ik besteedde het geld wat ik verdiende uit bijbaantjes en loondienst. Het geld wat ik gebruikte kwam uit banen, het is niet dat ik geld spaarde voor mijn bedrijf. Dit veranderde wel toen ik fulltime op mezelf ging. Hiervoor had ik een war fund gespaard waarmee ik een half jaar zonder inkomen vooruit kan.

5. Wat waren de eerste bronnen van inkomen toen je net begonnen?

Echt puur het maken van foto's en video's voor klanten.

6. Zijn er fouten die je hebt gemaakt in het begin?

A. Zo ja, welke waren dit?

Jazeker, een fout was dat ik naar iedereen luisterde in mijn omgeving. Terwijl je alleen specifiek moet luisteren naar de mensen die er verstand van hebben of gedaan hebben wat jij doet. Iedereen heeft namelijk wel een mening. Een andere fout voor mij was te lief zijn. Het gaat om business, niet per se om vriendschappen. Als die toch ontstaan is dat mooi maar het is en blijft business. Daar leer je dan steeds harder in te worden wat zorgt voor duidelijkere afspraken waardoor je ook makkelijker met elkaar om kan gaan, wat uiteindelijk resulteert tot betere relaties.

7. Wat zijn waardevolle lessen die je hebt geleerd bij het starten van je eigen onderneming?

Altijd rustig nadenken voordat je wat doet. Terugkomend op mensen willen wat van je, en de één heeft goede bedoelingen en andere hebben minder goede bedoelingen. Bijvoorbeeld bij een sales gesprek willen ze dat je nu per se tekent, hiervoor kan je positieve manieren gebruiken of negatieve manieren gebruiken. Luister naar je gevoel en laat je niet zomaar in iets dwingen, zorg dat je rustig blijft en zeg gewoon nee. Als het niet volgens jouw voorwaarde is dan niet.

8. Wat waren de doelen die je voor jezelf had gezet toen je net begonnen?

Binnen drie tot vijf jaar ben ik fulltime op mezelf. Uiteindelijk heeft het drie jaar en twee maanden geduurd. Dit was mijn hoofddoel hier zaten voorwaarden aan zoals dat ik kon blijven reizen, stabiele klanten hebben en een war fund sparen.

Inkomstenbronnen:

9. Wat zijn de inkomstenbronnen die je nu hebt in vergelijking met toen je net begonnen?

De fotografie en video opdrachten, dit wordt wel steeds vaker in de vorm van pakketten en abonnementen. Dit zorgt voor maandelijkse afnamen of het opstellen van een jaar planning. Er liggen wel al opzetjes klaar voor een cursus en andere e-commerce projecten. Dit zijn dingen zoals presets, een planner, prints, stockfoto's en cursussen voor fotografie en editen.

10. Hoe ben je tot deze nieuwe inkomstenbronnen gekomen?

Vooraf via Youtube en Instagram of uit bestaande producten inspiratie genomen om tot een eigen product te komen.

11. Kun je per inkomstenbron de voor- en nadelen benoemen?

Maken van content is tijdrovend omdat je zelf fysiek de content moet maken, nou is ook uitbesteden mogelijk wat een voordeel kan zijn. Voordeel van presets is dat je die kan verkopen aangezien je die toch al gemaakt hebt voor klanten of andere projecten het nadeel is dat het al een redelijk verzadigde markt is. Dus je moet het of richten op een hele specifieke doelgroep of één die het nog niet kent. Een ander nadeel is ook dat er hele lage marges op zitten waardoor je er veel moet verkopen om wat winst te maken. Voordeel van de planner is dat het een uniek product is en het er op deze manier nog is voor de doelgroep. Het voordeel is ook dat je het maar een keer hoeft te maken en dan heb je in principe een passief inkomen. Je hoeft niet elke keer opnieuw de planner te maken je hoeft alleen versies op te daten. De hoeveelheid dat het verkoopt is niet afhankelijk van de tijd die jij erin stopt.

12. Welke percentage draagt elke inkomstenbron bij aan je omzet?

Content creatie = 100%, maar in de toekomst met mijn andere inkomstenbronnen erbij wil ik dit gelijkmatiger verdeeld hebben. Hoewel content creatie mijn grootste bron mag blijven.

13. Is het mogelijk om te leven van de inkomsten uit je onderneming?

Zeker, met gemak. Van de content alleen al, er is geen een bedrijf meer die kan bestaan zonder content. Naarmate je beter wordt en je het drukker krijgt gaan de prijzen ook omhoog. De prijzen die ervoor gegeven worden variëren wel heel erg maar zelfs met het minimum verdien je ruim boven modaal inkomen, dus als jij volledig vol geboekt wordt

verdien je heel veel geld laat staan als je ook nog een passief inkomen ernaast hebt of uitbestede en marge pakt op die opdrachten.

Locatieonafhankelijkheid:

14. Welke van je inkomstenbronnen zijn locatieonafhankelijk?

In ieder geval al mijn passieve inkomstenbronnen die ik voor e-commerce wil gebruiken. Het maken van content is semi locatieonafhankelijk, want je hebt wel wifi nodig om dingen te uploaden maar dat hoeft niet per se altijd al ter plekke. Je kan wel editen en dingen af maken waar je wil als er maar op een gegeven moment wifi of stroomtoevoer is voor me laptop en camera's. Voor het maken van content moet je fysiek aanwezig zijn op een locatie. Dit is locatieonafhankelijk omdat je op verschillende locaties aanwezig moet zijn om te werken. Aan de andere kant als jij in Bali zit en je hebt klanten in Nederland dan moet je of terug of het uitbesteden aan iemand die wel op dat moment in Nederland is.

15. Hoe is locatieonafhankelijk werken voor jouw businessmodel mogelijk?

Doordat ik gebruik maak van mijn laptop, camera en internet en that's it. Als ik die dingen heb kan ik overal werken zolang ik uiteindelijk maar weer een keer stroom en internet heb.

16. Is locatieonafhankelijk werken voor jou belangrijk?

Ja dit hoort bij mijn passie van reizen en vrijheid, dus daarmee zoek je dan ook naar de middelen om dat ermee te kunnen bekostigen.

17. Wat zijn de restricties van locatieonafhankelijk werken?

Het is vermoeiend om te reizen, je hebt uiteindelijk wel internet en stroom nodig. Het maakt je tijd gebrekiger omdat je meer reistijd hebt. En Covid is een mooi voorbeeld dat je gewoon niet mag reizen of zeer beperkt.

18. Wat zijn voor jou de voor- en nadelen van locatieonafhankelijk werken?

Voordeel is dat je het gebied vergroot waar je kan werken, wat zou kunnen leiden tot meer klanten. Nog een voordeel voor mij is de vrijheid, vrijheid voor mij is om zelf te bepalen wanneer, waar en hoeveel ik werk. Voor een ander kan dit juist een nadeel zijn dat je veel moet reizen, die zitten liever op één plek.

Toekomstbeeld:

19. Wat zijn je doelen voor de aankomende 5 jaar?

Stabiel inkomen generen door middel van meer opdrachten, consistentere nieuwe opdrachten krijgen. Me passieve inkomstenbronnen goed uitzetten zodat ik daar ook inkomsten uit genereer, zodat ik meer verdien met hetzelfde tijdsbestek wat je besteedt hebt. Zodat ik meer kan investeren en uitbesteden. Op gebied van persoonlijke ontwikkeling wil ik mijn main business (content creatie) zodanig geprofessionaliseerd hebben dat dit ook een bekender bedrijf wordt waarbij met marketing de content heel strategisch weg gezet wordt. Dat je niet alleen een marketing bedrijf bent of fotograaf, de content levert echt geld op voor andere omdat hier goed over na gedacht is. De onderneming uitbreiden naar de travel branche om daar klanten te krijgen, waardoor opdrachten in het buitenland erbij gaan horen. Persoonlijk wil ik echt nog meer een professional worden en veel meer rust krijgen. Dat de opdrachten zodanig veel worden dat uitbesteden ook een optie wordt omdat mijn tijd waardevoller gaat worden.

20. Heeft Covid-19 je doelen veranderd?

Nee mijn doelen zijn juist versnelt.

21. Wat is je plan voor de toekomst?

Het volgen van de cashflow kwadrant. Ik ben gestopt als employee en naar self employed gegaan. Dit self employed moet nu een stuk stabiel worden zodat ik kan groeien naar een business. Of dit mogelijk is en of ik dit wil moet nog blijken maar dat kan gebeuren tijdens de self employed fase. Dit hoeft niet een bedrijf te zijn met honderden mensen, dit kan ook een klein team zijn met vijf mensen in dienst. Het gaat meer om het groeien en dat de omzet mee groeit, dat het makkelijk wordt om een omzet te maken tussen de één en de vijf ton. Van daaruit steeds meer gaan investeren, waardoor je steeds meer een passief inkomen gaat genereren en dat geld voor jou gaat werken in plaats van andersom. Met als uiteindelijke doel dat je welzijn creëert.

22. Zijn er dingen die je door Covid-19 niet meer kan doen?

In het begin was dat het reizen, het kon wel maar moeizaam. Nu is dat wel weer mogelijk en kan dat alleen nog maar meer worden. Klanten verloren zoals restaurants en winkels die dicht gingen, maar dit waren wel de ondernemers die niet mee online gingen. De ondernemers die wel mee online zijn gegaan gingen alleen maar beter.

23. Heeft Covid-19 je toekomstplannen beïnvloed?

Nee, het laat je wel meer nadenken over je risico's.

24. Hoe maak je jouw onderneming toekomstbestendig?

Door het sparen van een war fund, dit spaarpotje mag je ook niet gebruiken want deze is puur voor slechte periodes dat je niet genoeg inkomsten hebt. Ook altijd letten op je uitgaven, hoe meer je gaat verdienen hoe meer je kosten ook mee gaan groeien, dus minimaliseer de uitgaven. Zorg voor meerdere stabiele inkomstenbronnen zodat wanneer er eentje of meer weg vallen je nog andere hebt die dit kunnen opvangen. Elk jaar jezelf door ontwikkelen en opnieuw je businessplannen bekijken en evalueren. Hou hierbij ook rekening met ontwikkelingen in de branche. Ook zorgen dat je naar de investeerders kant komt waardoor geld voor jou werkt en je inkomsten krijgt zonder te werken.

25. Wat zijn de risico's van je onderneming?

Ik ben zelf aansprakelijk, wat een groot risico is. Verzekeringen zijn veel duurder waardoor je als starter veel meer risico loopt. Mismanagement, waardoor je niet goed je bedrijfsvoering aanpakt waardoor je geen omzet kan draaien. Dat je ziek wordt is een risico en dat je dan zelf niet kan werken maar daar heb je als het goed is je war fund voor en je passieve inkomen. Het is als starter lastig om naam te maken en verdere risico's zijn voornamelijk je geldzaken niet op orde hebben.

26. Hoe spreiden je de risico's van jouw onderneming?

Staat gecombineerd hierboven

27. Hoe ga je om met de kosten?

Zo minimaal mogelijk houden en wees tevreden met wat je hebt. Kijk of het echt nodig is om soms wat uit te geven. Als je inkomsten groeien, groeit de rest mee maar je moet wel wat

achter de hand hebben om het op te vangen als je een klap maakt. Ik probeer heel bewust mijn uitgaven te overdenken.

28. Besteden je ook weleens werk uit?

Nog niet veel maar zo af en toe wel al. Bij opdrachten voor simpele klusjes of edit werk. Maar ik ben er wel al mee bezig om steeds meer uit te besteden. Als een opdracht bij mij komt wat ik zelf niet doe of geen tijd voor heb zorg ik dat ik wel een netwerk om mij heen heb die ik dan kan inschakelen en zelf marge kan pakken op het doorspelen van de opdracht. Maar dit kan ook met diensten zijn, zoals me website door iemand laten bouwen of ik laat iemand mijn ads uitzetten maar ik ben wel van mening doe het eerst allemaal zelf om te begrijpen hoe dat in elkaar zit of zorg dat je de juiste mensen hebt die je kan vertrouwen, als je ze niet kan vertrouwen moet je het echt eerst zelf doen.

29. Welke 3 tips zou je beginnende ondernemers, die hetzelfde willen bereiken als jij, meegeven?

Go all the way! Let op met wie je samen werkt en leer ontzetten veel. Het gaat allemaal om geld en startende ondernemers maken hier nog wel fouten mee met wie ze vertrouwen. Creëer je eigen vertrouwde netwerk en koester die ook. Leer en creëer noem ik dit. De laatste is geniet, het is niet erg om een keer wat minder te doen. Een stapje beter is 37 keer meer dan nietsdoen. 1% meer is 37 keer zo veel aan het einde van het jaar dan als je het niet zou doen.

Algemeen:

1. Kun je jezelf even voorstellen?

Mijn naam is Milad en ik ben eigenaar van Mastermind college. Ik ben op een missie om een miljoen mensen in Nederland te helpen naar meer geluk en meer succes binnen 5 jaar tijd. Dit doe ik door middel van Webinars, seminars, events, trips, trips naar het buitenland, producten, werkboeken, planners en een op een coachingen.

2. Hoe omschrijf je zelf je werk?

Het is voor mij geen werk, het is een missie. Ik vind het fantastisch om er mee bezig te zijn. Wanneer ik zin heb kan ik het doen, dit kan ook s' avonds zijn of in het weekend. Dat is ook iets wat ik heel veel mensen leer, om te doen wat ze echt leuk vinden. Ik ben een coach, mentor, inspirator, motivator en spreker.

3. Hoe ben je begonnen met je werk?

Drie jaar geleden kwam iemand naar me toe met de vraag of ik hem kon helpen met het opzetten van zijn online business. Dat kan ik, dus dat heb ik gedaan. Dat verliep heel goed maar het was meer motiveren ook in plaats van het opzetten van de online business. Dat vond hij zo tof dat er iemand anders vanuit hem ook weer naar mij toe kwam van kan ik ook wat gesprekken met jou voeren en ik ben benieuwd wat er is gebeurd bij hem. Na die jongen kwam er weer een en deze zei heb je ook een website? Dat had ik niet maar kon ik wel zo in elkaar zitten, eind van de middag stond de website online. Vanaf toen is het steeds een beetje groter geworden en dit begon allemaal met een op een coachingen. Gratis zelfs, en later werd het 25 euro per uur. Met die coaching hielp ik mensen naar een online business toe, en daarna kwam het stukje mindset erbij en ging ik mij ook verdiepen in NLP (neuro-linguistic programming) gedeelte. Waarom doen we wat we doen en wat zijn de achterliggende gedachten, wat zijn onze belemmerende overtuigingen, waarom houden we onszelf onbewust tegen en nog heel veel ander dingen. Zo is het eigenlijk begonnen en er ontstond een vlammetje in mij wat steeds groter en groter werd naarmate ik steeds meer mensen sprak en hielp.

4. Is het belangrijk voor beginnende ondernemers om geld achter de hand te hebben als ze voor zichzelf beginnen?

Jazeker, ik zou zeggen zorg dat je ieder geval drie tot zes maanden je vaste lasten kan betalen ook als er nul euro inkomen is. Dat zou je wel echt achter de hand moeten hebben. Van de andere kant zorgt het er ook voor dat jij soms minder hard gaat werken, want op het moment dat jij weet einde van de maand moet ik al mijn lasten betalen en er is nog niks binnen gekomen dan ga je veel harder werken dan op het moment dat je weet van ik heb een spaarpotje van 30.000 euro. Die vast lasten kan je dan nog altijd uit dat spaarportje halen, hierdoor heb je altijd een back-up plan. Met een back-up plan heb je minder risico, zonder een back-up plan ga je veel harder werken.

5. Wat zijn veel voorkomende fouten die startende ondernemers maken?

Teveel verschillende dingen tegelijkertijd willen doen waardoor ze focus verliezen. Niet consistent zijn. Opgeven voordat ze door het opbouwproces heen zijn.

6. Wat zijn waardevolle lessen die je hebt geleerd bij het starten van je eigen onderneming of die jij andere leert?

Verantwoordelijkheid nemen, denken in de KKM-module (kwaliteit, kwantiteit en mindset). Weten waar je aan begint met klanten, dit is echt een hele belangrijke, niet iedereen accepteren puur omdat je maar klanten en geld wilt hebben maar kijk ook echt wie je binnen haalt. Respecteer ieder zijn wereld, niet iedereen denkt hetzelfde en dit is ook een hele belangrijke. Soms kan het zijn dat je bij een bepaalde branche denkt van waarom snap je mij niet, om daarop in te spelen zeg ik altijd respecteer elkaars wereld. Iedereen heeft een ander referentiekader en iedereen bekijkt de wereld op zijn of haar eigen manier, je kan niet van een ander verwachten dat hij direct begrijpt wat jij bedoeld of andersom. En de beste tip die ik kan geven is wees een meester in communicaties, dit is het allerbelangrijkste in ondernemen.

Inkomstenbronnen:

7. Wat zijn (passieve) inkomstenbronnen die jij ondernemers aanraadt?

Ik raad altijd passieve aan, maar voordat je bij een passieve inkomstenbron bent moet je gewoon keihard werken. Je moet er eerst voor zorgen van je die buffer bouwt van 30 tot 50 duizend euro waarmee je eventueel inkomstenbronnen kunt bouwen. Verschillende inkomstenbronnen raad ik altijd aan maar in het begin kun je dit gewoon niet doen. Je hebt 100% focus en je focus moet je leggen op één ding omdat ver te kunnen brengen. Tot dat het zo ver is dat het echt een buffer voor je oplevert, vanaf dat moment kan je beginnen met andere inkomstenbronnen op te bouwen. Maar als je tegelijk vier dingen gaat oppakken is het niet mogelijk om te focussen op alle vier tegelijk, je kan maar focussen op één ding tegelijk. Als die eenmaal goed loopt kan je zo veel inkomstenbronnen erbij pakken als je wilt. Voorbeelden hiervan voor online kan van alles zijn. Denk aan affiliate marketing, e-commerce, bol.com, crypto's en ga nog maar zo door. Online geld verdienen is in mijn ogen echt het makkelijkste wat er bestaat.

Locatieonafhankelijkheid:

8. Hoe is locatieonafhankelijk mogelijk voor ondernemers?

Tegenwoordig werken we merendeels vanaf een laptop. Nu ook tijdens corona konden we dat afstandelijk werken heel mooi integreren in thuis werken. Het is bij elke baan bijna wel mogelijk tenzij je fysiek dingen moet inpakken of versturen, dan zit je aan een plek gebonden maar zolang er vanaf een laptop gewerkt kan worden kan je op een locatie werken waar je zelf wilt. Het leukste van online ondernemen is dat je lekker met je laptop ergens anders kan gaan werken, dit hoeft niet per se in een ander land te zijn. Je pakt je laptop en gaat even lekker in een parkje zitten, dat is het leuke van online ondernemerschap en dat maakt het mogelijk.

9. Wat zijn de restricties van locatieonafhankelijk werken?

Ik wist niet dat die er waren. Je hebt goede wifi nodig en toegang tot stroom.

10. Wat zijn volgens jou de voor- en nadelen van locatieonafhankelijk werken?

Voordelen zijn er genoeg, nadelen wil ik het niet noemen. Er zitten echt geen nadelen aan in mijn ogen. Ik vind het fantastisch om mijn laptop te pakken en ergens anders te kunnen werken, een parkje, thuis of in de tuin, bij vrienden of familie en op vakantie. Ik zie er echt

geen nadelen in, behalve wat ik dan net zei met batterijen en wifi. Ik zie alleen maar voordelen zoals volledige vrijheid. En ik vind het ook heerlijk om hier op kantoor te zijn, voor mij voelt het niet als kantoor. Maar als ik het eventjes zat ben pak ik mijn laptop en ga ik weg, ga ik ergens anders werken en dat is de vrijheid die je dan wel hebt. Als ik het werken op kantoor zat zou zijn maar ik niet ergens anders heen kon gaan zou mijn motivatie achteruitgaan, want dan zit ik te werken aan iets op het moment waar het mij niet lekker uit komt. Dan ben ik niet gemotiveerd bezig, dus ik zie alleen maar voordelen.

11. Hoe kan locatieonafhankelijk werken volgens jou bereikt worden?

Dan heb je het sowieso over online ondernemerschap want offline ondernemerschap kan niet locatieonafhankelijk. In de branches die ik ken kan online ondernemerschap eigenlijk altijd locatieonafhankelijk zijn. Alles wat je nodig hebt zou gewoon in je laptop moeten zitten. Want alles wat je op kantoor doet is ook op een laptop. Het kan niet, niet zo zijn eigenlijk. Behalve e-commerce als je een webshop hebt en je moet fysiek producten inpakken en versturen, dan kan je zelf nog locatieonafhankelijk werken behalve diegene die voor je inpakt en bijhoud die zou dan wel aanwezig moeten zijn. Tenzij je alles uitbesteed aan een logistiek fulfilment center, dan ben je helemaal onafhankelijk.

Toekomstbeeld:

12. Hoe kan een ondernemers het beste omgaan met Covid?

Covid is een van de beste gebeurtenissen voor de ondernemers afgelopen jaar. Als we goed kijken naar wat is er precies gebeurt en waarom heeft dit mij geraakt? Als ik moet sluiten dan is dat al het punt van overgaan naar iets in de onlinewereld. Een onlineonderneming is niet vatbaar voor virussen, het blijft altijd door gaan. Sinds de uitbraak van Covid zijn de onlineondernemers gestegen met honderden tot duizenden procenten. Puur omdat iedereen thuis zit en alles online besteld wordt. Dat is de kracht van online ondernemerschap. Voor ondernemers zou ik kijken waarom Covid hen geraakt heeft en hoe ze dat kunnen omzetten naar iets wat in het vervolg niet geraakt wordt. Al ben je een restaurant of café, hoe kan je ervoor zorgen dat je in het vervolg niet geraakt wordt als er wordt gezegd dat alle restaurants dicht gaan. Je ziet heel veel restaurants nu innoveren met thuisbezorgingen en meer, dat zijn de dingen waar je vooraf aan moet denken. Als je open mag zijn en je hebt thuisbezorgingen heb je dubbel winst, dus waarom zou je het niet doen?

13. Hoe maak je een onderneming toekomstbestendig?

Hangt ervan af wat je ziet als toekomst. Ik denk dat iedere onderneming voor zichzelf een toekomstbeeld heeft maar dat heeft echt per onderneming te maken. Sommige zitten heel ver in de toekomst, maar het verschilt per ondernemer. Ik kan daar als coach geen antwoord op geven, dat heeft echt met de ondernemer zelf te maken.

14. Wat zijn de risico's van ondernemers?

Er zijn veel risico's maar ik denk dat het meer een kwestie is van hoe bereid je je erop voor en hoe ga je met risico's of tegenslagen om. Maar of het echt risico's zijn weet ik niet. Een voorbeeld wat ik kan bedenken is dat je facturen niet betaald worden, maar ook daarop kan je voorbereiden. Met bedrijven als factoring, je kan vooruit betaald worden, je kan checks doen op bedrijven, je kan jezelf altijd voorbereiden. Zelfs met e-commerce kan je je steeds beter voorbereiden. Er zijn platformen waar je alles kunt checken zoals verkoopcijfers, zodat je niet komt te zitten met een voorraad thuis. Ik kan echt op niks komen.

15. Hoe spreiden je de risico's van een onderneming?

Als er geen risico's zijn dan kan je ze ook niet spreiden.

16. Hoe adviseer je ondernemers om te gaan met de kosten?

Afhankelijk welke kosten ze nu al hebben maar dat is ook per ondernemer. Ik heb geen idee wat ondernemers als kosten hebben. Maar als het goed is zouden ze zeker wel vijftig a zestig procent moeten overhouden na alle kosten. Dat is ieder geval een richtlijn.

17. Hoe sta jij tegenover het uitbesteden van werkzaamheden?

Zou ik doen, zeker. Alleen niet in de beginfase. Tuurlijk is het heel mooi om al vroeg het uit te kunnen besteden, dan heb je ook een soort van vrijheid, alleen je hebt het harde werken nog niet geproefd. Ik zou in het begin zeggen van pak gewoon al die opdrachten zelf en ga door tot je die buffer hebt en daarna kan je prima uitbesteden. Maar ga pas vanaf het moment uitbesteden dan je het echt niet meer aan kan zelf. Dan ga je uitbesteden naar één persoon, en als jullie het beide niet meer aan kunnen ga je weer uitbesteden naar een tweede persoon. Maar niet vanaf het begin al direct uitbesteden dat zou ik niet doen.

18. Welke 3 tips zou je beginnende ondernemers meegeven?

Investeer in persoonlijke ontwikkeling, dat is de allerbeste tip, die staat altijd bovenaan. Het level van je persoonlijke ontwikkeling is het level van je business ontwikkeling. Als je daar mee begint krijg je zo veel inzichten, en krijg je zo veel dingen mee die je ook mee kunt nemen in je hele leven. Dit is eigenlijk de beste tip, ik ga niet eens een top drie maken, gewoon een top één. Investeren in jezelf heeft de allerbeste return.

Algemeen:

1. Kun je jezelf even voorstellen?

Ik ben Zilver Schmitz, ik ben 19 jaar oud. Ik heb een eigen onderneming als freelance filmmaker en daarnaast ben ik ook een online content creator. Ik wil mezelf geen influencer noemen want zo voel ik me niet maar ik maak wel content voor Youtube en Instagram (social media). Hier ben ik vooral actief op en dat vind ik ook superleuk om te doen.

2. Hoe omschrijf je zelf je werk?

Mijn werk omschrijf ik als niet per se standaard. Ik probeer met alles wat ik doe het toch net even anders te doen dan normaal. Het plezier voor mij zit hem ook niet in de standaard promotiefilmpjes maken voor bedrijven maar echt wel in de klussen waarin ik vrijgelaten wordt om creatief bezig te zijn. Ik zou dus mijn werk omschrijven als niet per se standaard, creatief en met een dubbele laag, tenminste dat probeer ik.

3. Hoe ben je begonnen met je werk?

Ik ben begonnen vanuit trampoline springen, dit deed ik op topsport niveau. Ik heb mee gedaan aan internationale wedstrijden, toen begon ik met video's maken van mijn wedstrijden. Ik maakte dan een verslag van die wedstrijd en van de reis die daaraan gekoppeld zat. Dan moet je denken aan een EK in Spanje of een WK in Amerika, en daar ging ik dan filmpjes van maken en dat vond ik superleuk om te doen. Op een gegeven moment liep dat een beetje uit de hand en ging ik een camera kopen, mensen zagen dat ik dat best wel leuk deed en toen werd ik een keer gevraagd om een bruiloft te filmen. Van het een komt het ander en op een gegeven moment ging ik daar steeds meer geld mee verdienen en nu is dat mijn fulltime job. Ik heb vwo gedaan en ben daarna direct voor mezelf begonnen. Ik heb al twee tussenjaren genomen en ga zo direct mijn derde tussenjaar in dus het is niet echt een tussenjaar meer te noemen. Ik heb trouwens sinds 2019 mijn bedrijf, dus dat is nu twee jaar.

4. Had je geld achter de hand toen je begon?

Eigenlijk helemaal niet. Naast mijn topsport had ik helemaal geen tijd om te werken, ik deed geen normaal bijbaantje ernaast. Ik had een zakcentje van wat ik gespaard had en geld wat ik van mijn ouders kreeg op mijn spaarrekening, maar ik had verder nog geen geld verdient ooit. Het eerste geld wat ik ooit verdiend heb komt dan ook vanuit het filmen van bruiloften, feestjes van vrienden en uiteindelijk werd dat steeds wat groter.

5. Wat waren de eerste bronnen van inkomen toen je net begonnen?

Video opdrachten die ik voor familie en vrienden deed, met name bruiloften, feestjes en aftermovies. Voor school heb ik wat betaalde opdrachtjes gedaan.

6. Zijn er fouten die je hebt gemaakt in het begin?

A. Zo ja, welke waren dit?

Er komt niet meteen iets boven borrelen. Ik denk dat iedereen fout maakt en dat dit ook goed is en dat je daarvan leert. Wel iets waar ik veel tegenaan liep is dat ik alles zelf wil doen. Dit is niet per se een fout want daardoor hou je het wel onder controle en weet je dat het goed gebeurt, maar soms ga je jezelf daarmee in de weg zitten. Krijg je te veel stress van dingen,

ga je dingen doen die je eigenlijk niet zo goed kan, of eigenlijk niet zo leuk vindt. Als je dit soort dingen uit handen geeft levert dat je minder stress op en wordt het eindproduct misschien zelfs beter omdat je dan de dingen die jij niet leuk vindt of niet goed kan uit handen hebt gegeven aan iemand die dat wel leuk vindt of goed kan.

7. Wat zijn waardevolle lessen die je hebt geleerd bij het starten van je eigen onderneming?

Die fout is dus ook een waardevolle les die ik nu geleerd heb. Ik probeer daarom nu ook steeds meer dingen uit handen te geven.

8. Wat waren de doelen die je voor jezelf had gezet toen je net begonnen?

Mijn doel is altijd geweest plezier houden in datgene wat ik doe. Daarnaast is het natuurlijk ook een doel geweest om daar inkomen uit te krijgen.

Inkomstenbronnen:

9. Wat zijn de inkomstenbronnen die je nu hebt in vergelijking met toen je net begonnen?

Toen ik net begon was het heel erg her en der een klein klusje, nu heb ik wel een paar vaste opdrachten in de maand. Ik heb een paar bedrijven waarvoor ik elke maand een video maak. Ik heb vanuit Youtube wat inkomen, dit is niet super veel. Maar dat zijn wel dingen die steeds terugkomen, dus dat is wel een fijn idee dat ik zeker weet dat ik elke maand inkomen heb. Het verschil is met name dat het nu vast is en toen ik begon totaal niet.

10. Hoe ben je tot deze nieuwe inkomstenbronnen gekomen?

Ik heb een hele tijd gewerkt voor/met een bekende Youtuber, Boaz heet hij. Hij maakt elke dag een vlog en daar heb ik mee samengewerkt. Omdat mensen in die video's zagen wat mijn skills zijn en dit mensen ook op viel ben ik best wel gegroeid in mijn following. Dat heeft er ook voor gezorgd dat meer bedrijven/meer mensen mij hebben gezien en dit betekende nieuwe inkomstenbronnen voor mij.

11. Kun je per inkomstenbron de voor- en nadelen benoemen?

Voor mijn vast opdrachten is het vooral heel erg fijn dat het vast is, ik weet zeker dat ik elke maand een inkomen heb. Nadeel daarvan is wel dat het niet de leukste opdrachten zijn om te doen, het zijn niet hele creatieve opdrachten. Het is meer lopende band werk, wel in het videogebied maar ik vind het niet superleuk om te doen. Het voordeel van freelance opdrachten is dat het een stuk beter verdient, een dagprijs voor een video maken is veel hoger dan de edit prijs voor een vlog in elkaar draaien. Dat is een heel groot voordeel, daarnaast zijn de opdrachten ook vaak leuker. Je gaat andere dingen doen dan alleen maar editen, je komt op leuke plekken, je leert nieuwe mensen kennen, je mag soms reizen ervoor dus dat is een heel groot voordeel. Nadeel daarvan is wel dat je niet altijd zeker bent dat je elke maand een x aantal opdrachten binnenkrijgt.

12. Welke percentage draagt elke inkomstenbron bij aan je omzet?

35/40% vast en de rest is van losse opdrachten.

13. Is het mogelijk om te leven van de inkomsten uit je onderneming?

Dat is het, dit komt ook wel door mijn situatie dat ik nog thuis woon bij mijn ouders. Maar als ik wel uit huis zou gaan zou ik nog steeds kunnen rondkomen.

Locatieonafhankelijkheid:

14. Welke van je inkomstenbronnen zijn locatieonafhankelijk?

Dat zijn ze eigenlijk allemaal, als in ik kan alles doen op mijn laptop en ik kan mijn laptop overal mee naartoe nemen. In principe kan ik overal doen wat ik wil doen want me camera kan ik ook overal mee naartoe nemen.

15. Hoe is locatieonafhankelijk werken voor jouw businessmodel mogelijk?

Doordat ik overal kan werken op mijn laptop.

16. Is locatieonafhankelijk werken voor jou belangrijk?

Ja dat is het. Ik vind het ook heel leuk om te reizen, en dit is dan ook iets wat ik meer wil gaan doen als het weer allemaal mag straks. Het is zeker belangrijk voor mij, ik vind het fijn om waar ik dan ook ben te kunnen werken en juist ook op verschillende plekken.

17. Wat zijn de restricties van locatieonafhankelijk werken?

Ik weet niet echt of die er zijn voor mij. Als ik maar een laptop, internet en een camera heb kan ik eigenlijk overal wel werken.

18. Wat zijn voor jou de voor- en nadelen van locatieonafhankelijk werken?

Ik zie er voornamelijk voordelen in. Het enige nadeel is manier dat ik op een plek waar ik niet echt bekend ben ik misschien iets minder goed kan werken dan wanneer ik thuis zit. Ik werk op mijn vertrouwde plekje thuis toch een stuk chiller dan wanneer ik op die plek niet bekend ben zoals bijvoorbeeld ergens in een cafétje.

Toekomstbeeld:

19. Wat zijn je doelen voor de aankomende 5 jaar?

Ik ben niet heel erg goed in nu al in de toekomst kijken en hele verre doelen te stellen. Ik leef heel erg in het nu, zoals in deze week en volgende week en heel veel verder kijk ik niet. Ik plan wel verder vooruit maar ik heb in mijn jeugd iets erg heftigs meegemaakt waardoor ik meer kijk naar het nu. Ik denk meer van laat ik blij zijn met vandaag met het nu en laat ik daarvan genieten. Maar als ik dan toch antwoord moet geven op doelen voor de komende 5 jaar dan zeg ik plezier houden in datgene wat ik doe en zo veel mogelijk proberen te genieten van de dingen die ik mee mag maken door datgene wat ik doe. Ik ben een keer vier maanden naar Afrika geweest en ik heb een keer in Dubai mogen filmen, dit zijn dan dingen waar ik enorm veel geluk uit haal. Dus vooral belangrijk is het geluk halen uit het werk wat ik doe maar niet te vergeten dat ik daar ook van moet kunnen leven. Een ander doel voor mij is ook om reizen en filmen nog meer te kunnen combineren. Het lijkt mij heel tof om uiteindelijk alleen nog maar opdrachten aan te hoeven nemen die ik ook daadwerkelijk super vet vind om te doen.

20. Heeft Covid-19 je doelen veranderd?

Nee eigenlijk helemaal niet.

21. Wat is je plan voor de toekomst?

Dat heb ik dus niet echt. De dingen blijven doen die ik leuk vind.

22. Zijn er dingen die je door Covid-19 niet meer kan doen?

Zeker weten, dat is reizen. Dat vind ik het allerleukste wat er is en dus ook de combi van reizen en filmen, dit is ook waaruit het allemaal begonnen is. Maar dat ik straks wel weer mogelijk, hierdoor ga ik ook morgen naar Portugal en gaat de camera ook zeker weten weer mee.

23. Heeft Covid-19 je toekomstplannen beïnvloed?

Wel een beetje, ik had heel veel plannen liggen om weer te gaan reizen. Ik zou een half jaar een wereldreis maken, maar dit is allemaal niet door gegaan. Dus die toekomstplannen zijn beïnvloed maar die heb ik gewoon opgeschoven.

24. Hoe maak je jouw onderneming toekomstbestendig?

Dit vind ik een hele moeilijke vraag en kan ik daarom nu ook niet beantwoorden.

25. Wat zijn de risico's van je onderneming?

Een risico is dat ik uiteindelijk niet genoeg geld verdient om op mezelf te wonen en bijkomende kosten te kunnen betalen, maar hier kan ik me goed op voorbereiden door mijn inkomstenbronnen te spreiden.

26. Hoe spreiden je de risico's van jouw onderneming?

Door verschillende opdrachten aan te nemen, en een paar vaste opdrachten in de socialmedia wereld, ik doe freelance opdrachten in verschillende branches zoals evenementen, festivals, bruiloften, commercial het is van alles wat. Als er dan een van die dingen wegvalt door bijvoorbeeld Covid dan heb je nog steeds negen andere dingen die je nog wel kan doen. Zoals evenementen zijn er het afgelopen jaar natuurlijk weinig geweest maar daarin had ik dus wel weer heel veel meer de ruimte om voor social media dingen te doen. Dus op manier de branches te spreiden waarin ik werk spreid je ook de risico's.

27. Hoe ga je om met de kosten?

Ik heb niet veel kosten. De kosten die ik heb is voor mijn gear en lidmaatschappen, maar dit is niet mega veel en dit zie ik als investeringen. Hier haal ik uiteindelijk ook weer geld uit omdat ik daar ook mijn opdrachten weer beter kan doen. Het toffe nu ook is omdat ik op social media een beetje een following heb, nu op Youtube iets meer dan 20 duizend en op Instagram zit ik tegen de 30 duizend aan, zijn er best wel bedrijven die willen samenwerken met mij. Heel veel dingen die ik normaal gesproken zou moeten kopen krijg is nu weleens opgestuurd. Ik heb nu een samenwerking met Sony, zij hebben mijn de FX3 camera set opgestuurd die ik nu mag gaan gebruiken. Ik ben ook Sony ambassadeur. Dit zijn wel dingen die superleuk zijn. Ik heb ook een samenwerking met een bedrijf die video lampen maakt en op die manier kan ik mijn kosten nog wat lager houden. Dit zijn vaak dingen die ik zelf ook erg nodig heb en die ik daardoor weer goed kan promoten.

28. Besteden je ook weleens werk uit?

Dit is nu iets wat ik steeds meer doe, ik heb nu ook een stagiair. Daar geef ik heel veel van het rauwe beeldmateriaal aan, hij maakt er een basic edit van en ik ga dat dan finetunen en zet de puntjes op de i. Dit doe ik dus best wel veel en ook als ik iets niet goed kan of het niet leuk vind dan besteed ik het ook uit.

29. Welke 3 tips zou je beginnende ondernemers, die hetzelfde willen bereiken als jij, meegeven?

Ik heb nog niet het idee dat ik er al ben, mensen doen alsof ik heel veel bereikt heb en het leven leidt wat iedereen wil. Dat lijkt misschien op Instagram zo want ik heb best wel wat vette reizen gemaakt en daarvan maak ik mooie plaatjes. Dat is zeker allemaal heel tof maar ik ben zeker ook nog niet waar ik wil zijn. Als ik tips zou moeten geven is het heel veel oefenen en het vooral doen vanuit je passie, dus zolang jij iets doet wat je echt leuk vindt en daar echt moeite en energie in wil stoppen gaan mensen uiteindelijk ook zien dat je dat doet en dat gaat mensen ook opvallen als je dat goed doet. Ook leren van je fouten, dat is ook een goeie. Een les die ik dus ook zelf geleerd heb is dingen uit handen geven als het te veel voor je wordt of als je iets niet goed kan of het niet leuk vind.

Bijlage 5.

Tabel met overzicht antwoorden interviews

Tabel 11. Overzicht antwoorden interviews

Interview vraag	Tjade Voigt	Milad Mahmoodi	Zilver Schmitz
Wat waren de eerste bronnen van inkomen toen je net begon?	Het maken van foto's en video's voor klanten	Niet van toepassing	Video opdrachten die ik voor familie en vrienden deed, met name bruiloften, feestjes en aftermovies. Voor school heb ik wat betaalde opdrachtjes gedaan.
Wat zijn inkomstenbronnen die je nu hebt in vergelijking met toen je begon?	De fotografie en video opdrachten in de vorm van pakketten en abonnementen. Maandelijks afnamen of een jaar planning. Opzet klaar voor een cursus en andere e-commerce projecten. Dit zijn dingen zoals presets, prints, stockfoto's, een planner en cursussen voor fotografie en editen.	Niet van toepassing	Nu heb ik vaste opdrachten in de maand. Ik heb een paar bedrijven waarvoor ik elke maand een video maak. Ik heb vanuit Youtube wat inkomen, dit is niet super veel. Maar dat zijn wel dingen die steeds terugkomen. Het verschil is met name dat het nu vast is en toen ik begon totaal niet.
Hoe ben je tot deze nieuwe inkomstenbronnen gekomen?	Via Youtube en Instagram of uit bestaande producten inspiratie genomen om tot een eigen product te komen.	Niet van toepassing	Ik heb een hele tijd gewerkt voor/ met een bekende Youtube. Omdat mensen in die video's zagen wat mijn skills zijn en dit mensen ook op viel ben ik best wel gegroeid in mijn following. Dat heeft er ook voor gezorgd dat meer bedrijven/meer mensen mij hebben gezien en dit betekende nieuwe inkomstenbronnen voor mij.
Kun je per inkomstenbron de voor- en nadelen benoemen?	Maken van content: Voordeel = uitbesteden mogelijk Nadeel = tijdrovend Presets: Voordeel = geld kunnen verdienen aan al gemaakte presets Nadeel = verzadigde markt, lage marges Planner: Voordeel = uniek product met nieuwe doelgroep, passief inkomen, product hoeft maar 1 keer gemaakt te worden	Niet van toepassing	Vaste opdrachten: Voordeel = ik weet zeker dat ik elke maand een inkomen heb. Nadeel = wel dat het niet de leukste opdrachten zijn om te doen, het zijn niet hele creatieve opdrachten. Freelance: Voordeel = dat het een stuk beter verdient. Dat is een heel groot voordeel, daarnaast zijn de opdrachten ook vaak leuker. Nadeel = wel dat je niet altijd zeker bent dat je

	Nadeel = kosten van productie		elke maand een x aantal opdrachten binnenkrijgt.
Welke percentage draagt elke inkomstenbron bij aan je omzet?	Content maken voor klanten = 100%	Niet van toepassing	35/40% vast en de rest is van losse opdrachten.
Is het mogelijk om te leven van de inkomsten uit je onderneming?	Zeker, met gemak. Van de content alleen al, er is geen een bedrijf meer die kan bestaan zonder content.	Niet van toepassing	Dat is het, dit komt ook wel door mijn situatie dat ik nog thuis woon bij mijn ouders. Maar als ik wel uit huis zou gaan zou ik nog steeds kunnen rondkomen.
Interview vragen	Tjade Voigt	Milad Mahmoodi	Zilver Schmitz
Welke van je inkomstenbronnen zijn locatieonafhankelijk?	Al mijn passieve inkomstenbronnen die ik voor e-commerce wil gebruiken. Het maken van content is semi locatieonafhankelijk, want je hebt wel wifi nodig om dingen te uploaden. Voor opdrachten moet je op locatie komen.	Niet van toepassing	Dat zijn ze allemaal, ik kan alles doen op mijn laptop en ik kan mijn laptop overal mee naartoe nemen. In principe kan ik overal doen wat ik wil doen want me camera kan ik ook overal mee naartoe nemen.
Hoe is locatieonafhankelijk werken voor jouw businessmodel (ondernemers) mogelijk?	Doordat ik gebruik maak van me laptop, camera en internet en stroom. Als ik die dingen heb kan ik overal werken.	Het is bij elke baan bijna wel mogelijk tenzij je fysiek dingen moet inpakken of versturen, dan zit je aan een plek gebonden maar zolang er vanaf een laptop gewerkt kan worden kan je op een locatie werken waar je zelf wilt.	Doordat ik overal kan werken op mijn laptop.
Is locatieonafhankelijk werken voor jou belangrijk?	Ja dit hoort bij mijn passie van reizen en vrijheid, dus daarmee zoek je dan ook naar de middelen om dat ermee te kunnen bekostigen.	Niet van toepassing	Ja dat is het. Ik vind het ook heel leuk om te reizen, en dit is dan ook iets wat ik meer wil gaan doen als het weer allemaal mag straks. Het is zeker belangrijk voor mij is vindt het fijn om waar ik dan ook ben te kunnen werken en juist ook op verschillende plekken.
Wat zijn de restricties van locatieonafhankelijk werken?	Het is vermoeiend om te reizen, je hebt uiteindelijk wel internet en stroom nodig. Het maakt je tijd gebrekiger omdat je meer reistijd hebt. En Covid is een mooi voorbeeld dat je gewoon niet mag reizen of zeer beperkt.	Je hebt goede wifi nodig en toegang tot stroom.	Ik weet niet echt of die er zijn voor mij. Als ik maar een laptop, internet en een camera heb kan ik eigenlijk overal wel werken.
Wat zijn voor jou de voor- en nadelen van	Voordeel:	Ik zie er echt geen nadelen in, behalve wat ik dan net zei met	Ik zie er voornamelijk voordelen in. Het enige nadeel is manier dat ik op een plek

locatieonafhankelijk werken?	Dat je het gebied vergroot waar je kan werken wat zou kunnen leiden tot meer klanten. De vrijheid, vrijheid voor mij is het om zelf te bepalen wanneer, waar en hoeveel ik werk. Voor een ander kan dit juist een nadeel zijn dat je veel moet reizen, die zitten liever op een plek.	batterijen en wifi. Ik zie alleen maar voordelen zoals volledige vrijheid.	waar ik niet echt bekend ben ik misschien iets minder goed kan werken dan wanneer ik thuis zit.
Interview vragen	Tjade Voigt	Milad Mahmoodi	Zilver Schmitz
Had je geld achter de hand toen je begon? / Is het belangrijk om geld achter de hand te hebben als beginnende ondernemer?	Ja ik had een klein potje. Het geld wat ik gebruikte kwam uit banen, het is niet dat ik geld spaarde voor mijn bedrijf. Dit veranderde wel toen ik fulltime op mezelf ging. Hiervoor had ik een war fund gespaard waarmee ik een half jaar zonder inkomen vooruit kan.	Jazeker, ik zou zeggen zorg dat je ieder geval drie tot zes maanden je vaste lasten kan betalen ook als er nul euro inkomen is. Met een back-up plan heb je minder risico, zonder een back-up plan ga je veel harder werken.	Eigenlijk helemaal niet. Ik had een zakcentje van wat ik gespaard had en geld wat ik van mijn ouders kreeg op mijn spaarrekening, maar ik had verder nog geen geld verdient ooit.
Zijn er fouten die je hebt gemaakt in het begin?	Jazeker, een fout was dat ik naar iedereen luisterde in mijn omgeving. Terwijl je alleen specifiek moet luisteren naar de mensen die er verstand van hebben. Een andere fout voor mij wat te lief zijn. Het gaat om business. Daar leer je dan steeds harder in te worden wat zorgt voor duidelijkere afspraken waardoor je ook makkelijker met elkaar om kan gaan, wat uiteindelijk resulteert tot betere relaties.	Teveel verschillende dingen tegelijkertijd willen doen waardoor ze focus verliezen. Niet consistent zijn. Opgeven voordat ze door het opbouwproces heen zijn.	Ik denk dat iedereen fout maakt en dat dit ook goed is en dat je daarvan leert. Wel iets waar ik veel tegenaan liep is dat ik alles zelf wil doen. Dit is niet per se een fout want daardoor hou je het wel onder controle en weet je dat het goed gebeurt, maar soms ga je jezelf daarmee in de weg zitten. Als je dit soort dingen uit handen geeft levert dat je minder stress op en wordt het eindproduct misschien zelfs beter omdat je dan de dingen die jij niet leuk vindt of niet goed kan uit handen hebt gegeven aan iemand die dat wel leuk vindt of goed kan.
Wat zijn waardevolle lessen die je hebt geleerd bij het starten van je eigen onderneming?	Altijd rustig nadenken voordat je wat doet. Luister naar je gevoel en laat je niet zomaar in iets dwingen, zorg dat je rustig blijft en zeg gewoon nee. Als het niet volgens jouw voorwaarde is dan niet.	Verantwoordelijkheid nemen, denken in de KKM-module (kwaliteit, kwantiteit en mindset). Weten waar je aan begint met klanten, dit is echt een hele belangrijke, niet iedereen accepteren puur omdat je maar	Die fout is dus ook een waardevolle les die ik nu geleerd heb. Ik probeer daarom nu ook steeds meer dingen uit handen te geven.

		klanten en geld wilt hebben maar kijk ook echt wie je binnen haalt. Respecteer ieder zijn wereld, niet iedereen denkt hetzelfde en dit is ook een hele belangrijke. Soms kan het zijn dat je bij een bepaalde branche denkt van waarom snap je mij niet, om daarop in te spelen zeg ik altijd respecteer elkaars wereld. Iedereen heeft een ander referentiekader en iedereen bekijkt de wereld op zijn of haar eigen manier, je kan niet van een ander verwachten dat hij direct begrijpt wat jij bedoeld of andersom. En de beste tip die ik kan geven is wees een meester in communicaties, dit is het allerbelangrijkste in ondernemen.	
Wat waren de doelen die je voor jezelf had gezet toen je net begonnen?	Binnen drie tot vijf jaar ben ik fulltime op mezelf. Dit was mijn hoofddoel hier zaten voorwaarden aan zoals dat ik kon blijven reizen, stabiele klanten hebben en een war fund sparen.	Niet van toepassing.	Mijn doel is altijd geweest plezier houden in datgene wat ik doe. Daarnaast is het natuurlijk ook een doel geweest om daar inkomen uit te krijgen.
Wat zijn je doelen voor de aankomende 5 jaar?	- Stabiel inkomen generen door middel van meer opdrachten, consistentere nieuwe opdrachten krijgen. - Me passieve inkomstenbronnen goed uitzetten zodat ik daar ook inkomsten uit genereer, zodat ik meer verdien met hetzelfde tijdsbestek wat je besteed hebt. Zodat ik	Niet van toepassing.	Ik ben niet heel erg goed in nu al in de toekomst kijken en hele verre doelen stellen. Ik plan wel verder vooruit maar ik heb in mijn jeugd iets erg heftigs meegemaakt waardoor ik meer kijk naar het nu. Maar als ik dan toch antwoord moet geven op doelen voor de komende 5 jaar dan zeg ik plezier houden in datgene wat ik doe en zo veel mogelijk proberen te genieten van de dingen die ik mee mag maken

	meer kan investeren en uitbesteden. - Op gebied van persoonlijke ontwikkeling wil ik me main business (content creatie) zodanig geprofessionaliseerd hebben dat ook een bekender bedrijf wordt waarbij met marketing de content heel strategisch weg gezet wordt. - De onderneming ook uitbreiden naar de travel branche om daar klanten te krijgen. - Persoonlijk wil ik nog meer een professional worden en veel meer rust krijgen		door datgene wat ik doe. Dus vooral belangrijk is het geluk halen uit het werk wat ik doe maar niet te vergeten dat ik daar ook van moet kunnen leven. Een ander doel voor mij is ook om reizen en filmen nog meer te kunnen combineren. Het lijkt mij heel tof om uiteindelijk alleen nog maar opdrachten aan te hoeven nemen die ik ook daadwerkelijk super vet vind om te doen.
Heeft Covid-19 je doelen veranderd? / Hoe kunnen ondernemers het beste omgaan met Covid?	Nee, mijn doelen zijn juist versnelt.	Covid is een van de beste gebeurtenissen voor de ondernemers afgelopen jaar. Als we goed kijken naar wat is er precies gebeurd en waarom heeft dit mij geraakt? Een onlineonderneming is niet vatbaar voor virussen, het blijft altijd door gaan. Sinds de uitbraak van Covid zijn de onlineondernemers gestegen met honderden tot duizenden procenten. Voor ondernemers zou ik kijken waarom Covid hen geraakt heeft en hoe ze dat kunnen omzetten naar iets wat in het vervolg niet geraakt wordt.	Nee eigenlijk helemaal niet.
Wat is je plan voor de toekomst?	Het volgen van de cashflow kwadrant. Ik ben gestopt als employee en naar self employed gegaan. Dit self employed moet nu een stuk stabiel worden zodat ik kan groeien naar een business. Van daaruit steeds	Niet van toepassing.	Dat heb ik dus niet echt. De dingen blijven doen die ik leuk vind.

	meer gaan investeren, waardoor je steeds meer een passief inkomen gaat genereren en dat geld voor jou gaat werken in plaats van andersom. Met als uiteindelijke doel dat je welzijn creëert.		
Zijn er dingen die je door Covid-19 niet meer kan doen?	In het begin was dat het reizen, het kon wel maar moeizaam. Klanten verloren zoals restaurant en winkels die dicht gingen, maar dit waren wel de ondernemers die niet mee online gingen. De ondernemers die wel mee online zijn gegaan gingen alleen maar beter.	Niet van toepassing.	<i>Zeker weten, dat is reizen. Dat vind ik het allerleukste wat er is en dus ook de combi van reizen en filmen, dit is ook waaruit het allemaal begonnen is. Maar dat ik straks wel weer mogelijk.</i>
Heeft Covid-19 je toekomstplannen beïnvloed?	Nee, het laat je wel meer nadenken over je risico's.	Niet van toepassing.	Wel een beetje, ik had heel veel plannen liggen om weer te gaan reizen. Ik zou een half jaar een wereldreis maken, maar dit is allemaal niet door gegaan. Dus die toekomstplannen zijn beïnvloed maar die heb ik gewoon opgeschoven.
Hoe maak je jouw onderneming toekomstbestendig?	Door het sparen van een war fund. Ook altijd letten op je uitgaven, hoe meer je gaat verdienen hoe meer je kosten ook mee gaan groeien, dus minimaliseer de uitgaven. Zorg voor meerdere stabiele inkomstenbronnen zodat wanneer er eentje of meer weg vallen je nog andere hebt die dit kunnen opvangen. Elk jaar jezelf door ontwikkelen en opnieuw je businessplannen bekijken en evalueren. Hou hierbij ook rekening met ontwikkelingen in de branche. Ook zorgen dat je naar de investeerders kant komt waardoor geld voor jou werkt en je inkomsten krijgt zonder te werken.	Hangt ervan af wat je ziet als toekomst. Ik denk dat iedere onderneming voor zichzelf een toekomstbeeld heeft maar dat heeft echt per onderneming te maken. Sommige zitten heel ver in de toekomst, maar het verschilt per ondernemer. Ik kan daar als coach geen antwoord op geven, dat heeft echt met de ondernemer zelf te maken.	Dit vind ik een hele moeilijke vraag en kan ik daarom nu ook niet beantwoorden.
Wat zijn de risico's van jouw onderneming?	Ik ben zelf aansprakelijk wat een groot risico is. Verzekeringen zijn veel duurder waardoor je als starter veel meer risico loopt. Mismanagement, waardoor je	Er zijn veel risico's maar ik denk dat het meer een kwestie is van hoe bereid je je erop voor en hoe ga je met risico's of	Een risico is dat ik uiteindelijk niet genoeg geld verdient om op mezelf te wonen en bijkomende kosten te kunnen betalen, maar hier kan ik me

	niet goed je bedrijfsvoering aanpakt waardoor je geen omzet kan draaien. Dat je ziek wordt is een risico en dat je dan zelf niet kan werken maar daar heb je als het goed is je war fund voor en je passieve inkomen. Het is als starter lastig om naam te maken en verdere risico's voornamelijk je geldzaken niet op orde hebben.	tegenslagen om. Maar of het echt risico's zijn weet ik niet. Een voorbeeld wat ik kan bedenken is dat je facturen niet betaald worden, maar ook daarop kan je voorbereiden. Met bedrijven als factoring, je kan vooruit betaald worden, je kan checks doen op bedrijven, je kan jezelf altijd voorbereiden. Zelfs met e-commerce kan je je steeds beter voorbereiden. Er zijn platformen waar je alles kunt checken zoals verkoopcijfers zodat je niet komt te zitten met een voorraad thuis.	goed op voorbereiden door mijn inkomstenbronnen te spreiden.
Hoe spreiden je de risico's van jouw onderneming?	Jezelf goed verzekeren, war fund achter de hand hebben, passieve inkomstenbronnen hebben, je geldzaken goed regelen met boekhouder.	Niet van toepassing.	Door verschillende opdrachten aan te nemen, en een paar vaste opdrachten in de socialmedia wereld, ik doe freelance opdrachten in verschillende branches zoals evenementen, festivals, bruiloften, commercial het is van alles wat. Als er dan een van die dingen wegvalt door bijvoorbeeld Covid dan heb je nog steeds negen andere dingen die je nog wel kan doen. Dus op manier de branches te spreiden waarin ik werk spreid je ook de risico's.
Hoe ga je om met de kosten? / Hoe adviseer je ondernemers om te gaan met de kosten?	Zo minimaal mogelijk houden en wees tevreden met wat je hebt. Kijk of het echt nodig is om soms wat uit te geven. Als je inkomsten groeien, groeit de rest mee maar je moet wel wat achter de hand hebben om het op te vangen als je een klap maakt. Ik probeer heel bewust mijn uitgaven te overdenken.	Afhankelijk welke kosten ze nu al hebben maar dat is ook per ondernemer. Ik heb geen idee wat ondernemers als kosten hebben. Maar als het goed is zouden ze zeker wel vijftig a zestig procent moeten overhouden na alle kosten. Dat is ieder geval een richtlijn.	Ik heb niet veel kosten. De kosten die ik heb is voor mijn gear en lidmaatschappen, maar dit is niet mega veel en dit zie ik als investeringen. Hier haal ik uiteindelijk ook weer geld uit omdat ik daar ook mijn opdrachten weer beter kan doen. Het toffe nu ook is omdat ik op social media een beetje een following heb zijn er best wel bedrijven die willen

			samenwerken met mij. Heel veel dingen die ik normaal gesproken zou moeten kopen krijg is nu weleens opgestuurd. Dit zijn vaak dingen die ik zelf ook erg nodig heb en die ik daardoor weer goed kan promoten.
Besteden je ook weleens werk uit? / Hoe sta jij tegenover het uitbesteden van werk?	Nog niet veel maar zo af en toe wel al. Maar ik ben er wel al mee bezig om steeds meer uit te besteden. Als een opdracht bij mij komt wat ik zelf niet doe of geen tijd voor heb dat ik wel een netwerk om mij heen heb die ik dan kan inschakelen en zelf marge kan pakken op het doorspelen van de opdracht. Maar dit kan ook met diensten zijn van ik laat me website door iemand bouwen of ik laat iemand mijn ads uitzetten maar ik ben wel van mening doe het eerst allemaal zelf om te begrijpen hoe dat in elkaar zit of zorg dat je de juiste mensen hebt die je kan vertrouwen, als je ze niet kan vertrouwen moet je het echt eerst zelf doen.	Zou ik doen, zeker. Alleen niet in de beginfase. Tuurlijk is het heel mooi om al vroeg het uit te kunnen besteden, dan heb je ook een soort van vrijheid, alleen je hebt het harde werken nog niet geproefd. Ik zou in het begin zeggen van pak gewoon al die opdrachten zelf en ga door tot je die buffer hebt en daarna kan je prima uitbesteden. Maar ga pas vanaf het moment uitbesteden dan je het echt niet meer aan kan zelf. Dan ga je uitbesteden naar één persoon, en als jullie het beide niet meer aan kunnen ga je weer uitbesteden naar een tweede persoon. Maar niet vanaf het begin al direct uitbesteden dat zou ik niet doen.	Dit is nu iets wat ik steeds meer doe, ik heb nu ook een stagiair. Daar geef ik heel veel van het rauwe beeldmateriaal aan, hij maakt er een basic edit van en ik ga dat dan finetunen en zet de puntjes op de i. Dit doe ik dus best wel veel en ook als ik iets niet goed kan of het niet leuk vind dan besteed ik het ook uit.
Welke 3 tips zou je beginnende ondernemers, die hetzelfde willen bereiken als jij, meegeven?	- Go all the way! - Let op met wie je samen werkt en leer ontzetten veel. Het gaat allemaal om geld en startende ondernemers maken hier nog wel fouten mee met wie ze vertrouwen. Creëer je eigen vertrouwde netwerk en koester die ook. Leer en creëer noem ik dit.	Investeer in persoonlijke ontwikkeling, dat is de allerbeste tip, die staat altijd bovenaan. Het level van je persoonlijke ontwikkeling is het level van je business ontwikkeling. Als je daar mee begint krijg je zo veel inzichten, en krijg je zo veel dingen mee die je ook mee kunt nemen in je hele leven. Dit is eigenlijk de beste tip, ik	Ik heb nog niet het idee dat ik er al ben, mensen doen alsof ik heel veel bereikt heb en het leven leid wat iedereen wil. Dat lijkt misschien op Instagram zo want ik heb best wel wat vette reizen gemaakt en daarvan maak ik mooie plaatjes. Dat is zeker allemaal heel tof maar ik ben zeker ook nog niet waar ik wil zijn. Als ik tips zou moeten geven is het: - Heel veel oefenen en het vooral doen

	- De laatste is: geniet, het is niet erg om een keer wat minder te doen. Een stapje beter is 37 keer meer dan nietsdoen. 1% meer is 37 keer zo veel aan het einde van het jaar dan als je het niet zou doen.	ga niet eens een top drie maken, gewoon een top één. Investeren in jezelf heeft de allerbeste return.	vanuit je passie, dus zolang jij iets doet wat je echt leuk vindt en daar echt moeite en energie in wil stoppen gaan mensen uiteindelijk ook zien dat je dat doet en dat gaat mensen ook opvallen als je dat goed doet. - Ook leren van je fouten, dat is ook een goeie. - Een les die ik dus ook zelf geleerd heb is dingen uit handen geven als het te veel voor je wordt of als je iets niet goed kan of het niet leuk vindt.
--	--	--	--