



Sabine Clappaert

wil de wereld beter maken

Sabine Clappaert beseft dat ze veel kansen heeft gekregen in het leven en wil daar iets voor terugdoen. Kansarme jonge mensen coachen zodat ze een beter leven kunnen leiden bijvoorbeeld. Daarbij kiest ze uitdrukkelijk voor authenticiteit. Markantmagazine is benieuwd naar wat haar drijft in werk en leven.



The why(?) kid

‘Waarom ?’ is wellicht het woord dat Sabine het meest heeft uitgesproken in haar tot nu toe 40-jarig bestaan. Ze kreeg een eerder vrije opvoeding van haar ouders en ook via de Steiner-school waar ze school liep in Zuid-Afrika. Daar belandde ze als blanke negenjarige in een land waar de apartheid regeerde. Als ze terugblijkt, denkt ze vooral aan de voorkeursbehandeling die ze genoot: “ het koloniale leven was enerzijds gunstig voor blanke westerlingen: werk, veel comfort en goede scholen. Anderzijds zag ik er dingen gebeuren, die me deden nadenken.” Ze werd aangemoedigd door haar ouders om kritisch te zijn en al vroeg zelf verantwoordelijkheid op te nemen. “Daardoor was ik op vrij jonge leeftijd al met ethische vragen bezig”, vertelt ze. Vandaag is ze zich meer dan ooit bewust van de grote impact die deze opvoeding in Afrika op haar heeft gehad: “Ik koester voor altijd de drijfveer om iets terug te doen voor de bevoorrechte jeugd die ik mocht beleven. Ik voel een sterke wil om de wereld een stukje ‘beter te maken.”

De wereld is mijn dorp, maar ook mijn roots zijn belangrijk

“Toen ik 24 was trok ik naar Australië, waar ik met mijn Zuid-Afrikaanse partner vijf jaar ben gebleven. Met mijn diploma’s marketing en informatietechnologie op zak vond ik vlug een eerste boeiende job als communicatieverantwoordelijke bij een groot reclamebureau.” “In 2001 was mijn opa erg ziek; het was de aanleiding om naar België terug te keren. Tegelijk voelde ik dat dit het moment was om mijn roots te herontdekken.

Professioneel ging het me voor de wind: ik solliciteerde bij Barco, een groot West-Vlaams bedrijf in de technologiesector en ik kreeg er de functie van marketing-communicatieverantwoordelijke van één van de divisies binnen het bedrijf. Ik was er één van de weinige vrouwen in het middle-management. Een periode van vijf jaar waarin ik veel leerde en het geluk had te werken voor een baas die me veel vrijheid gaf en verantwoordelijkheid liet nemen.” In deze erg mannelijke ‘ingenieurs-omgeving’ ervoer ze voor het eerst de ‘glassceiling’ (glazen plafond) en de vooroordelen tegen vrouwen. Op haar vraag naar een bedrijfswagen, kreeg ze in plaats van de gebruikelijke BMW, een VWGolf, omdat ze ‘de eerste vrouw was die een bedrijfswagen zou krijgen en het zo minder zou opvallen.’ Nu ontlokt deze anekdote haar een glimlach, toen was dit allerm minst het geval!

Aan de Barco-periode kwam een einde toen ze net naast een internationale functie als communicatiedirecteur greep. Een vrouw van 43 jaar kreeg de functie. Het management van Barco, hoewel erg tevreden over haar prestaties, meende dat Sabine met haar 32 te jong zou zijn om in deze mannelijke wereld voldoende respect af te dwingen. Weer dat glazen plafond ?

Van communicatie naar ‘marketing to women’....

“Via projecten voor enkele grote klanten van een PR-bedrijf in Brussel, kreeg ik de kans me meer specifiek te verdiepen in *marketing to women*. Zo ondervond ik bijvoorbeeld dat autobanden verkopen aan mannen of vrouwen, een heel andere aanpak vereist!

Daarnaast kreeg ik via collega’s, in het kader van interne communicatie, ook regelmatig vragen over diversiteit.

Een voorbeeld: welke pakketten (loon-en andere voordelen) kon men aanbieden om vrouwen tot bepaalde functies aan te trekken en ze er ook te houden? En hoe konden we ze best helpen door-groeien?

Bedrijven helpen communiceren mét vrouwen: deze specifieke focus doet me eind 2006 besluiten om mijn eigen bedrijf op te richten: Muse communication – gender smart marketing.”

...en verder naar diversiteit en inclusie in bedrijven

“Mijn insteek blijft service aan bedrijven en cliëntencommunicatie. De laatste 6 à 7 jaar heeft zich een verschuiving voorgedaan: van vragen rond externe communicatie (hoe positioneert een bedrijf zich op de markt en tegenover cliënten?) naar advies over interne communicatie. Deze vragen situeren zich veel meer op het niveau van HR in een bedrijf.

Was in 2006 gender en *diversiteit* een probleem van de vrouwen in een bedrijf en hun beperkte kansen om door te groeien, dan is dit nu verschoven naar het empoweren van alle medewerkers en het creëren van een gezonde bedrijfscultuur om zo de productiviteit te verhogen en het (dure) personeelsverloop tegen te gaan. Een gezonde bedrijfscultuur begint bij authentieke leiders, die getuigen over de waarden die ze voorstaan in en via hun bedrijf en zo rolmodel worden voor hun medewerkers. *Walter Torfs* is daar een goed voorbeeld van: hij brengt het verhaal van zijn passie voor ‘schoenen Torfs’, maar tegelijk scoort het tevredenheidsonderzoek bij de werknemers hoog.

Als mensen weten waarvoor een bedrijf - en zijn leider - staat en er zich kunnen mee identificeren, als ze respectvol worden behandeld, verantwoordelijkheid krijgen en deel vormen van een gezond ‘ecosysteem’ met frequente en open feedback, dan zullen ze hun job met veel meer engagement doen. Dat is de enige manier om langer en zinvoller te werken.”

‘Women’s forum for the economy & society’

Dit is volgens Sabine het meest inspirerende event van en voor vrouwen. In oktober ’13 werd de zevende editie gehouden in Deauville met als thema: ‘*The open world: compete, coöperate, create*’.

“Vrouwelijke *bedrijfsleiders* van grote bedrijven wereldwijd en leiders/leidsters van non-profit organisaties komen hier samen, inspireren elkaar en bouwen aan de toekomst met een vrou-



welike visie. Ik interview er machtige vrouwen met ideeën en passie die vanuit hun positie verandering kunnen brengen. *Viviane Reding*, Europees Commissaris voor Gelijke Kansen, is er één van."

"Ik herinner me het boeiende verhaal van een Indische man die in Afrika, op verschillende plaatsen *The Barefoot College* oprichtte om grootmoeders vorming te geven en hun ervaring te delen met elkaar. Enige toelatingsvoorwaarde tot deelname was de leeftijd: +50! Op deze manier bouwde hij mee aan de uitbouw van een authentieke samenleving."

"Dare to Dream": mijn eigen project om de wereld beter te maken

Sabine droomt er al jaren van om 'iets' terug te geven voor al de kansen die ze zelf in haar leven heeft gekregen en dan vooral haar bevoorrechte opvoeding en jeugd.

"Inspiratie vond ik op een eerder Women's forum, waar ik praatte met Yolanda Cuba, die zelf een directeur was bij SABMiller en vond dat vrouwen te weinig rolmodellen hebben: *"There is a growing body of research that suggests strong same-sex role models are especially important for young women. In a male-dominated culture – in which men make up 78% of MPs and 95% of FTSE 100 chief executives – men and boys, and specifically white, middle-class men and boys, have an army of examples who show that success is possible. For women and girls, the individual success stories become all-important."* The Guardian, 2011.

"Dit statement was mijn uitgangspunt en eind 2012 stichtte ik met zeven andere vrouwen de vzw Dare to Dream. Doel van onze vzw is jonge meisjes tussen 12 en 19 jaar uit een minder bevoorrechte omgeving, in die periode dat ze zelf nog keuzes kunnen en moeten maken, in contact te brengen met inspirerende vrouwelijke rolmodellen.

De methodiek is 'TED-talks for girls': korte inspirerende uiteenzettingen door vrouwen met passie voor hun job. Nadien worden deze meisjes ook begeleid door 'career guidance counselors'.

De eerste sessie wordt gehouden in februari 2014 in Kaapstad (Zuid-Afrika). Het is echter onze bedoeling wereldwijd en tweemaal per jaar zo'n event te organiseren. De volgende keer is wellicht België aan de beurt. 🍷

i www.women-forum.com
www.daretodreamproject.org/



Mijn stokpaardje is: authenticiteit, leiderschap en vrouwenrechten

Ik ben fier op: mijn achtergrond en opvoeding, die me gemaakt heeft tot wat ik vandaag ben en waar ik voor sta

Ik erger mij aan: arrogantie, klein-zeligheid en wreedheid van mensen tegenover elkaar

Mijn hobby: met mijn hond door de velden lopen

Wat maakt mij gelukkig? Veel lezen en de natuur

Luxe? Wel leuk, maar niet nodig

Eén dag vrij: in de zon met een boek

Lievelingsboeken: De kracht van kwetsbaarheid (Brene Brown)

Lievelingsmuziek: filmmuziek van In search of sugarman

Familiemoment: 'braaien' met mijn partner: dat staat voor barbecueën en uitgebreid zitten kletsen bij het vuur