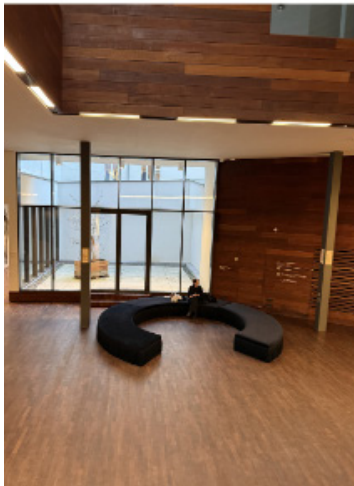


STAGEDOSSIER

HELEN HALKETT @ FLANDERS DC



THOMAS
MORE



TOT HET BEHALEN VAN HET DIPLOMA
VAN BACHELOR IN DE
COMMUNICATIE

KEUZETRAJECT: BRAND BUILDING &
CONTENT CREATION

STAGEMENTOR: ALEX KOLOTOUKHINA
STAGEBEGELEIDER: RENAAT BOGAERT

Academiejaar: 2024 -2025

Academiejaar 2024 - 2025

STAGEDOSSIER

HELEN HALKETT @ FLANDERS DC

Meet the player



Inleiding

Hallo! Mijn naam is Helen Halkett, een enthousiaste student communicatie aan de Thomas More Hogeschool in Mechelen. Ik heb een passie voor het ontwikkelen van creatieve concepten en het vertellen van inspirerende verhalen.

Gedurende mijn 23 levensjaren ben ik altijd op zoek geweest naar nieuwe avonturen en ervaringen. Reizen en het ontdekken van nieuwe plekken geven me energie, maar tegelijkertijd hecht ik veel waarde aan familie en vrienden. Samen creëren we de mooiste herinneringen, van spontane uitstapjes en gezellige glaasjes cava ;))

Daarnaast ben ik sociaal ingesteld en geniet ik ervan om nieuwe mensen te ontmoeten. Mijn liefde voor communicatie gaat hand in hand met mijn passie voor mode. De manier waarop mode een verhaal kan vertellen en emoties kan uitdrukken zonder woorden, fascineert me. Buiten mijn studie verdiep ik me dan ook graag in de modewereld. Ik volg trends, ontdek creatieve ontwerpers en probeer vooral mijn eigen stijl te ontwikkelen. Of het nu gaat om het samenstellen van outfits, het bijwonen van modeshows of het verkennen van vintage boetieks, ik voel me helemaal in mijn element wanneer ik omringd ben door mode.

Als communicatiestudent en mode-enthousiasteling zou ik het geweldig vinden om mijn passies te kunnen combineren. Met mijn creativiteit en communicatievaardigheden hoop ik boeiende content en inspirerende creaties te maken.

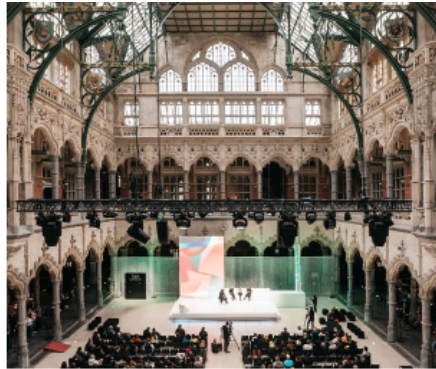
Ps. Ik hou ook enorm van sporten!

Content

Meet the player



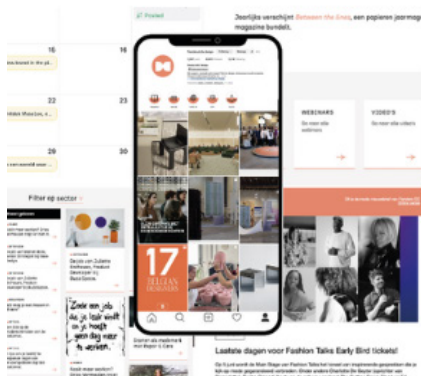
The game is on



Flanders DC



Een olympisch takenpakket



Inhouds- tafel



De coach achter het team



Drie creatieve goals in de netten



It was a wrap



Finish bereikt

The Game is on



Stageverwachtingen

Flanders DC biedt volgens mij de unieke kans om te werken aan projecten die perfect aansluiten bij mijn leerdoelen en ambities, met een specifieke focus op de mode-industrie. De mogelijkheid om te werken binnen een organisatie die mode-ondernemers ondersteunt, spreekt me enorm aan, omdat het mijn passie voor mode en branding combineert met ook als doel om meer praktische ervaringen op te doen in deze sector. Mijn verwachtingen voor deze stage zijn dan ook breed en gericht op het versterken van zowel mijn theoretische als praktische vaardigheden binnen het ruime begrip van communicatie.

Ten eerste wil ik bijdragen aan de ontwikkeling van inspirerende content voor de verschillende online en offline kanalen van Flanders DC, specifiek gericht op mode-ondernemers. Dit omvat het creëren van blogartikelen, social media posts en nieuwsbrieven die waardevolle inzichten en inspiratie bieden voor de doelgroep. Met het maken van deze content wil ik me verder verdiepen in het vertellen van verhalen zodat jonge mode-ondernemers hun merkidentiteit kunnen versterken. Tegelijkertijd hoop ik mijn vaardigheden in contentcreatie en storytelling te ontwikkelen en meer te leren over de impact die goed geplaatste content kan hebben op het succes van een merk.

Daarnaast is het voor mij belangrijk om mee te werken aan de ontwikkeling van campagnes die jonge mode-ondernemers helpen om hun merk sterker in de markt te zetten. Bij dit proces denk ik dan aan het uitvoeren van doelgroeponderzoek, het ontwikkelen van communicatiestrategieën en het analyseren van de effectiviteit van de campagnes. Ik ben erg benieuwd naar de verschillende methoden en tools die gebruikt worden om deze campagnes te optimaliseren en het succes van een campagne te meten. Dit zal mij niet alleen meer inzicht geven in hoe campagnes in de mode-industrie werken, maar ook in hoe ik zelf een effectieve communicatiestrategie kan ontwikkelen.

Verder hoop ik ervaring op te doen in de communicatie rondom de organisatie van evenementen en netwerkmomenten die Flanders DC organiseert. Dit biedt mij de kans om het volledige proces van eventplanning en de uitvoering te leren kennen. Dit kan essentieel zijn voor het opbouwen van mijn ervaring in het organiseren en communiceren van events binnen de mode- en creatieve sector. Het lijkt me bijzonder waardevol om niet alleen te leren hoe een evenement succesvol wordt georganiseerd, maar ook hoe de communicatie rondom zo'n evenement strategisch wordt ingezet om de juiste doelgroepen te bereiken en te betrekken.

Door al deze ervaringen hoop ik mijn kennis van branding, contentcreatie en strategische marketing verder te ontwikkelen en mijn strategisch denkvermogen meer te ontwikkelen. Ik ben ervan overtuigd dat deze stage me de kans zal geven om mijn vaardigheden in digitale communicatie, visuele branding en marketing te versterken, en dat ik praktische inzichten zal opdoen die ik in mijn toekomstige carrière kan toepassen.

Deze stage biedt voor mij ook een waardevolle kans om mijn netwerk binnen de mode-industrie uit te breiden, waardevolle connecties te leggen met jonge mode-ondernemers, professionals, en een goed inzicht te krijgen in hoe de mode-industrie functioneert. Ik beschouw deze stage als een unieke kans om mijn passie voor mode en communicatie verder te combineren en mijn vaardigheden te ontwikkelen. Ik kijk er enorm naar uit om mijn theoretische kennis in de praktijk om te zetten en bij te dragen aan inspirerende projecten binnen de creatieve sector. Ik hoop ook mijn netwerk in de modewereld verder uit te bouwen. Want laat ons eerlijk zijn: in deze sector zijn de juiste connecties vaak dé sleutel tot succes. Hopelijk opent deze stage dan ook de deur naar mijn eerste job na het afstuderen!

FLAN DERS DC

District Of Creativity



Stagebedrijf

Stagezoektocht

Flanders DC was vanaf het begin mijn eerste keuze voor een stageplaats. Ik ontdekte het bedrijf via een Excel-lijst van onze hogeschool, en het sprak me meteen aan. Als student communicatie met een grote passie voor mode, was ik opzoek naar een stageplek waar ik mijn interesse voor mode kon combineren met mijn communicatievaardigheden. Ik heb dan ook meteen een mail gestuurd met alle nodige documenten om me kandidaat te stellen als stagiair bij Flanders DC. Daarna bleef het lange tijd spannend of ik echt mocht starten. Alex, die tijdens mijn stage mijn stagementor zou worden, had op school een gastles gegeven. Daardoor raakten ook andere studenten geïnspireerd om zich aan te melden. Na enkele weken vol spanning kreeg ik eindelijk het verlossende nieuws: ik mocht beginnen als allround stagiair op de communicatiedienst van Flanders DC.

Wat me meteen aansprak bij Flanders DC, is de unieke en veelzijdige rol die het bedrijf speelt binnen de creatieve sector in Vlaanderen. Ze richten zich niet uitsluitend op modeprofessionals, maar ondersteunen ook mensen die actief zijn in design, gaming en architectuur. Die brede en inclusieve aanpak sprak me erg aan. Als student met een passie voor mode zag ik dit als een uitgelezen kans om mijn kennis van de modesector te verdiepen, maar tegelijkertijd ook mijn blik te verruimen en inzicht te krijgen in het bredere creatieve landschap. Wat Flanders DC voor mij echt onderscheidt, is hun duidelijke focus op jonge ondernemers. Het viel me op dat ze niet alleen inspireren, maar ook concrete tools en begeleiding aanbieden om creatief talent te laten groeien. Dat gaf me onmiddellijk het gevoel dat ze inzetten op vernieuwing, durven denken in mogelijkheden en écht geloven in de kracht van de volgende generatie.

Die toekomstgerichte visie en de dynamiek die ervan uitgaat, maakten dat ik me nog meer aangetrokken voelde tot het bedrijf. Later wil ik graag werken in de mode- of designwereld, omdat die sector me sterk aanspreekt. Flanders DC leek me daarom de ideale plek om ervaring op te doen, dankzij hun focus op creativiteit, ondernemerschap en ondersteuning van jonge mode- en designprofessionals.

Flanders DC?

“Flanders DC (Flanders District of Creativity vzw) is het Vlaamse design- en modecentrum en werkt aan sterk toekomstgericht ondernemerschap in de design- en modesector. Flanders DC ondersteunt de twee sectoren ook in hun rol van motor voor economische en maatschappelijke vooruitgang door ervoor te zorgen dat vanuit andere economische sectoren designers meer ingeschakeld worden als innovatiepartner” (Flanders DC, z.d.). Flanders DC is er helemaal voor mensen die actief zijn in de Vlaamse design- of modesector. Of je nu een beginnende ontwerper, een creatieve ondernemer met groeiplannen, of een bedrijf dat wil innoveren met design bent, dan staat Flanders DC helemaal klaar om je te helpen.

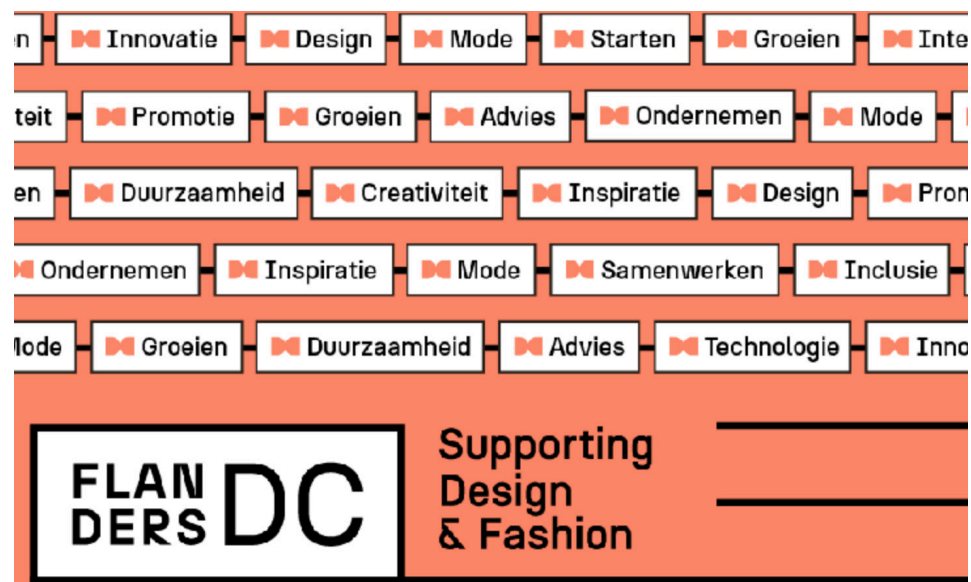
Sinds 2023 focussen ze zich volledig op design en mode. Denk aan alles van mode, accessoires en juwelen tot grafisch ontwerp, digital design, interieur en meubelontwerp. Wat doet Flanders DC? Ze geven advies, delen kennis, brengen mensen samen en helpen mensen stappen zetten, van de opstart tot internationale groei. Daarbij heeft Flanders DC extra oog voor wat écht telt vandaag: duurzaamheid, technologie, inclusie en creativiteit. Ze geloven ook sterk in de kracht van samenwerking: tussen ontwerpers, sectoren én bedrijven die willen innoveren.

Flanders DC is een vzw in opdracht van de Vlaamse overheid, maar ze blijven altijd neutraal en onafhankelijk. Hun ultieme doel? Mensen de ruimte geven om hun creativiteit te laten groeien. Kortom: ben jij actief in design of mode in Vlaanderen? Dan is Flanders DC jouw partner in creatie. Flanders DC is verder gevestigd in het ModeMuseum (MoMu) in het hartje van Antwerpen: een locatie die perfect past bij de focus op mode en design. Zodra je binnenkomt, voel je de creatieve en inspirerende sfeer die zo typerend is voor de sector. Zelf vond ik het een heel aangename plek om stage te lopen. De centrale ligging maakte het makkelijk om tijdens de middag even naar buiten te gaan of na een stagedag te genieten van de stad.

Bedrijfscultuur

Door mijn stage heb ik beter leren begrijpen waar Flanders DC voor staat. Het werd me al snel duidelijk dat ze een onmisbare motor zijn voor de creatieve sector in Vlaanderen. Zoals eerder vermeld ondersteunen ze ondernemingen en professionals in onder andere mode, design, architectuur en digitale media en dat doen ze met kennis en passie. Flanders DC biedt een brede waaier aan tools, informatie en advies rond thema's zoals ondernemerschap, duurzaamheid, branding en financiering. Alles is erop gericht om de creatieve sector te versterken en te laten groeien. Daarnaast zorgen ze met evenementen, publicaties en netwerkmomenten voor verbinding, het delen van kennis en inspiratie.

Wat mij vooral opviel, is hoe sterk Flanders DC inzet op maatschappelijke relevantie en duurzaamheid. Diversiteit wordt er niet alleen erkend, maar ook actief gewaardeerd. Werken bij Flanders DC betekent deel uitmaken van een omgeving waar inhoud, impact en creativiteit hand in hand gaan. De bedrijfscultuur bij Flanders DC is open, toegankelijk en collegiaal. Er is veel ruimte voor eigen initiatief, samenwerking en het delen van ideeën.



Het team van Flanders DC (zie coverfoto) bestaat uit een twintigtal collega's die werken in een informele en toegankelijke sfeer. Wat hen verbindt, is een gedeelde passie voor creativiteit, ondernemerschap, mode en design. Het is een diverse groep professionals, elk met hun eigen expertise en specialisatie. Die variatie is ook echt nodig: de werking van Flanders DC is breed en veelzijdig, en vraagt om mensen met uiteenlopende talenten en achtergronden. Die combinatie van verschillende profielen maakt het team sterk en zorgt ervoor dat ze samen een grote impact kunnen maken.

Het volledige team omvat onder meer het communicatieteam, projectmanagers, een PR-verantwoordelijke, een finance manager, fashion coördinatoren en nog vele anderen. Daarnaast gaat Flanders DC regelmatig samenwerkingen aan met andere bedrijven, bijvoorbeeld bij evenementen om communicatieboodschappen te verspreiden. Ik vond het zelf een heel fijn team. Er was zeker ruimte om ideeën uit te wisselen, wat ik als erg positief heb ervaren. Tegelijkertijd heb ik gemerkt dat thuiswerken het soms moeilijker maakt om een hechte band op te bouwen met collega's. Sommige collega's waren bijvoorbeeld maar één dag per week op kantoor, wat spontane interacties soms moeilijk maakte.

Daarnaast had iedereen het behoorlijk druk met zijn of haar eigen takenpakket. Omdat het team voornamelijk individueel werkt, is er minder nood aan overlegmomenten, waardoor de sociale babbeltjes eerder beperkt bleven. Die ervaring heeft me wel iets duidelijk gemaakt: ik hecht echt veel waarde aan samenwerking en informeel contact met collega's. In een volgende job hoop ik dan ook terecht te komen in een team waar daar wat meer ruimte voor is.

Er worden bij Flanders DC duidelijk inspanningen geleverd om de collegiale sfeer te versterken. Zo is er elke maand een "Tiepsy Thursday", waarbij we met de collega's iets gaan drinken, en wordt er regelmatig een teamoverleg georganiseerd, vaak gecombineerd met een gezellige lunch. Ook verjaardagen worden niet overgeslagen: jarigen worden gevierd met koffiekoeken of een gezellig ontbijt. Voor mijn afscheid werd er ook iets speciaals georganiseerd: een zoet vieruurtje voor het hele team. Daarnaast kreeg ik een goedgevulde mand vol snoep en koekjes als dank voor mijn inzet. Dat vond ik echt een heel fijn en warm gebaar. Het zijn die kleine dingen die tonen dat er wel degelijk aandacht is voor verbondenheid en waardering op de werkvloer.

Mijn ervaring

Vanaf de eerste dag voelde ik me welkom bij Flanders DC. Er hing een open sfeer en ik kreeg meteen het gevoel dat ik erbij hoorde. Die positieve start gaf me het vertrouwen om te groeien en mezelf te tonen binnen het team. Wat ik erg waardeerde, was hoe de workload geleidelijk werd opgebouwd. In het begin kreeg ik de tijd om de werking van de organisatie te leren kennen en stilaan meer verantwoordelijkheid op te nemen. Ze werken bij Flanders DC met een overzichtelijk systeem van 'To do's': duidelijke lijsten met taken, inclusief deadlines en verwachtingen. Voor mij was dit een hele fijne manier van werken: het gaf structuur en zorgde ervoor dat ik altijd wist waar ik aan toe was.



In het begin kreeg ik vooral opdrachten via Alex, mijn stagebegeleider. Maar naarmate de stage vorderde en mijn zelfstandigheid groeide, begonnen ook andere collega's mij taken toe te vertrouwen. Dat gaf me het gevoel dat mijn inzet gewaardeerd werd en dat iedereen vertrouwen had in mijn werk. Tegelijkertijd leerde ik omgaan met deadlines en het plannen van verschillende opdrachten. Ook het digitale platform waarop we werkten, vond ik erg handig. Het bood niet alleen overzicht, maar was ook een vlotte manier om feedback te krijgen en snel te communiceren met collega's.

De stageplaats bij Flanders DC sloot perfect aan bij mijn keuzetraject en was dus absoluut relevant. Flanders DC is actief binnen de creatieve sector, een omgeving die nauw aansluit bij zowel mijn interesses als de richting die ik binnen mijn opleiding gekozen heb. Het voelde dan ook als een logische en vooral erg leerrijke plek om mijn eerste stappen in het werkveld te zetten. Wat ik bovendien sterk vond, is dat Flanders DC duidelijk ervaring heeft met het begeleiden van stagiairs. Er is een goede infrastructuur en structuur voorzien: van een duidelijk takenpakket en vaste contactpersoon tot tools die het samenwerken en opvolgen van opdrachten vergemakkelijken. Alles is erop gericht om stagiairs op een zelfstandige, maar goed ondersteunde manier te laten groeien.

Stagedossier



Functie en takenpakket

Tijdens mijn stage bij Flanders DC kreeg ik de waardevolle kans om actief mee te draaien binnen een veelzijdig en dynamisch communicatie- en marketingteam. Mijn officiële functietitel luidde 'Allround Communicatiemedewerker', wat ook volledig weerspiegelde hoe breed en afwisselend mijn takenpakket was.

Sociale media

Gedurende mijn stage was ik verantwoordelijk voor het beheren van de sociale mediakanalen van Flanders DC, waaronder Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, X en YouTube. Hierbij hield ik niet alleen rekening met de eigenheid van elk kanaal, maar zorgde ik er ook voor dat de content telkens aansloot bij de doelgroep en de tone of voice van de organisatie. Ik ontwikkelde creatieve en visueel aantrekkelijke content met behulp van programma's zoals Adobe Illustrator, Photoshop, After Effects en Premiere Pro. Daarnaast schreef ik korte, krachtige en doelgroepgerichte copy die de boodschap van Flanders DC op een doeltreffende manier overbracht. Flanders DC is actief op enorm veel kanalen zoals: FlandersDCDesign, FlandersDCFashion, HenryVanDeVeldeAwards, IkKoopBelgisch en ForTheNow.

Het beheren van de sociale mediakanalen was in het begin een uitdaging voor mij. Gaandeweg heb ik geleerd dat een organisatie werkt met een vaste vorm en een duidelijke structuur in de communicatie. Elke post moet passen binnen de huisstijl en tone of voice van Flanders DC. Dit vroeg van mij niet alleen creativiteit, maar ook nauwkeurigheid en strategisch inzicht. Dankzij deze ervaring heb ik geleerd hoe belangrijk het is om content niet enkel visueel aantrekkelijk te maken, maar ook inhoudelijk sterk en consistent met de identiteit van de organisatie. Soms moesten mijn eigen creatieve ideeën dus plaatsmaken voor de vaste huisstijl van de organisatie, iets wat ik heb moeten leren en appreciëren.

Bij evenementen was ik verantwoordelijk voor de live verslaggeving op sociale media. Ik legde de sfeer en hoogtepunten vast via foto's, video's en stories, en bracht zo de beleving op een authentieke en aantrekkelijke manier over. Tegelijk nam ik het communitymanagement op mij: ik beantwoordde vragen, ging in interactie met volgers en stimuleerde betrokkenheid. Daarnaast maakte ik tijdens de events videobeelden die ik nadien monteerde tot aftermovies. Zo kon de ervaring achteraf nog gedeeld worden en diende het materiaal meteen ook als promotie voor toekomstige edities.

Verder leverde ik een actieve bijdrage aan het optimaliseren van de sociale mediakanalen en het ontwikkelen van nieuwe contentformats. Door samen met het team voortdurend na te denken over vernieuwende formats en invalshoeken, probeerde we de content fris, relevant en aantrekkelijk te houden voor de doelgroep. Ik kreeg daarbij de ruimte om eigen ideeën aan te brengen en om bestaande formats kritisch te evalueren voor verbetering. Deze creatieve uitdaging leerde me niet alleen trends en behoeften van het publiek beter in te schatten, maar ook hoe belangrijk het is om content af te stemmen op het juiste kanaal en doel.

Videobewerking

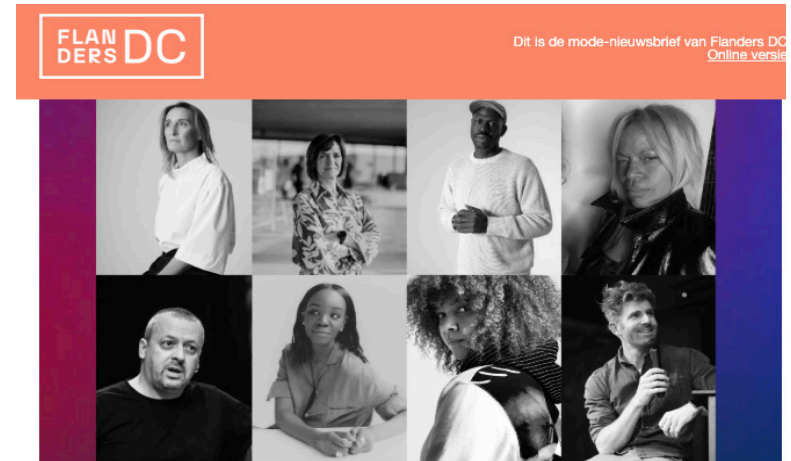
Een ander belangrijk aspect van mijn stage was mijn betrokkenheid bij het volledige videoproductieproces. Ik kreeg de kans om mee te denken en te werken aan de pre-productie, productie én post-productie van diverse videoprojecten. Flanders DC zet sterk in op video om evenementen zichtbaar te maken. Zo worden er regelmatig video's geproduceerd, zowel ter promotie van aankomende events als in de vorm van aftermovies die de sfeer en hoogtepunten achteraf samenvatten.

Tijdens de pre-productiefase was ik betrokken bij het ontwikkelen van concepten, het opstellen van draaiboeken en het organiseren en plannen van draaidagen op events. In deze voorbereidende fase leerde ik hoe essentieel het is om vanaf het begin helder te formuleren wat je wilt vertellen en hoe je dat het beste visueel kunt overbrengen. Ik werd gestimuleerd om actief mee te denken over creatieve invalshoeken, formats en verhaallijnen die aansloten bij de doelgroep en de beoogde communicatiedoelen. Daarnaast deed ik ervaring op met het maken van shotlists en het inschatten van tijdschema's, wat me hielp om het belang van structuur en planning binnen het creatieve proces te begrijpen. Deze fase liet me inzien hoe bepalend de keuzes rondom locatie, tone of voice, vormgeving en doelgroep zijn voor het succes van een video.

Tijdens mijn stage leerde ik nog beter werken met de videobewerkingssoftware Premiere Pro. Ik kreeg de kans om zelf montages te maken, wat een heel leerrijke ervaring was. Het was boeiend om te ontdekken hoeveel invloed editing heeft op de toon, structuur en impact van een video. Door te experimenteren met overgangen, geluidsbewerking, kleurcorrectie en grafische elementen, begreep ik beter hoe beeld, geluid en tempo samen een verhaal kunnen versterken. Deze fase maakte duidelijk dat post-productie minstens even creatief en belangrijk is als het filmen zelf. Oog voor detail en een goed gevoel voor ritme maken daarin echt het verschil.

Nieuwsbrief

Een ander belangrijk onderdeel van mijn takenpakket was het opstellen, vormgeven en versturen van de wekelijkse nieuwsbrief. Deze werd elke donderdag uitgestuurd, waarbij er telkens werd afgewisseld tussen een design- en een modenieuwsbrief. Het opmaken van de nieuwsbrief was een bijzonder waardevolle leerschool. Ik kreeg de kans om van dichtbij te ervaren hoe een nieuwsbrief in een professionele context wordt ingezet. Zo leerde ik werken met nieuwsbrieftools en kreeg ik inzicht in de strategische opbouw van een mailing: van het bedenken van een pakkende onderwerpregel tot het bepalen van de juiste tone of voice en het creëren van een aantrekkelijke visuele lay-out.



EVENT

Laatste dagen voor Fashion Talks Early Bird tickets!

Op 5 juni wordt de Main Stage van Fashion Talks het toneel van inspirerende gesprekken die je kijk op mode gegarandeerd verbreden. Onder andere Charlotte De Geyter (oprichter van Bernadette), Recho Omondi (host van de scherpe podcast The Cutting Room Floor) en Ed Sander (expert in Chinese e-commerce) brengen elk hun perspectief op mode, media en markt. Geen klassieke keynotes, wél onconventionele sit-downs die aan het denken zetten. Benieuwd wat zij te zeggen hebben over de toekomst van fashion? Grijp snel je early-bird ticket, want de tijd dringt!

SCOOR JE EARLY BIRD TICKET



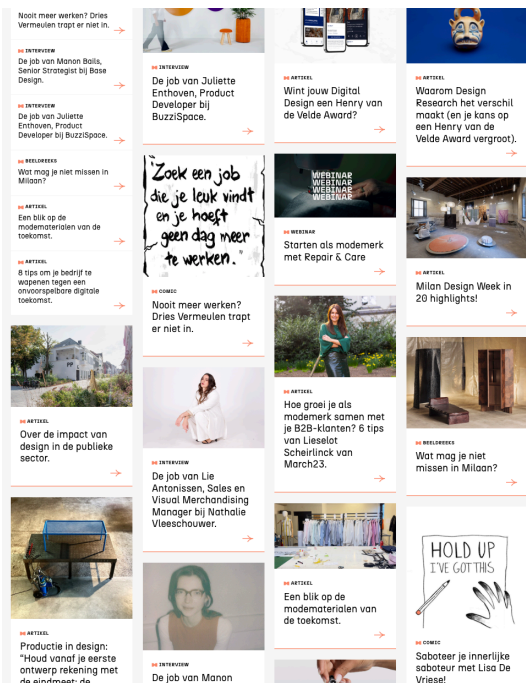
CONVERSATIONS

Ook het selecteren en structureren van relevante inhoud vroeg vaak om een combinatie van creatief en analytisch denken. Daarnaast kreeg ik regelmatig feedback op mijn werk, wat me hielp om mijn schrijfvaardigheid en gevoel voor doelgroepgerichte communicatie verder te ontwikkelen. Het was boeiend om te merken hoe belangrijk consistentie, timing en analyse (zoals open rates en click-throughs) zijn voor de effectiviteit van een nieuwsbrief.

Magazine

Flanders DC beschikt over een online magazine waarop artikels, interviews en nieuws uit de creatieve sector worden gepubliceerd. Eén keer per jaar wordt hieruit een selectie gebundeld in een gedrukt magazine. Tijdens mijn stage werkte ik actief mee aan de redactie en creatie van content voor dit online magazine. Dit bood me de kans om mijn schrijfvaardigheden verder te ontwikkelen en om inhoudelijke verhalen uit de creatieve sector te vertalen naar toegankelijke, informatieve en aantrekkelijke artikels.

Ik leerde niet alleen sterker en doelgerichter schrijven, maar ook om te redeneren vanuit het perspectief van de lezer. Daarnaast werkte ik nauw samen met collega's uit het team, wat mijn gevoel voor samenwerking en feedback versterkte. Ook het praktische aspect kwam aan bod: ik leerde hoe ik artikels online moest publiceren en stond mee in voor de verspreiding via sociale media, zodat de content terecht kwam bij het juiste publiek.



Brainstormsessies

Naast mijn vaste taken nam ik ook actief deel aan brainstormsessies voor zowel grote als kleine communicatie- en marketingcampagnes. Deze sessies boden me waardevolle inzichten in hoe creatieve ideeën binnen een professioneel team tot stand komen, beoordeeld worden en uiteindelijk uitgroeien tot concrete plannen. Ik vond het bijzonder inspirerend om te zien hoe verschillende invalshoeken samenvloeien tot één sterk concept, waarbij er telkens gezocht werd naar de juiste balans tussen creativiteit, haalbaarheid en het strategische doel. Daarnaast woonde ik elke dinsdag de communicatiemeeting bij. Tijdens deze overlegmomenten wisselden we ideeën uit, bespraken we de lopende contentplanning en evenementen, en bekeken we de ticketverkoop. Wanneer nodig dachten we samen na over hoe we onze communicatie konden aanscherpen om nog beter resultaat te behalen.



Tijdens mijn stage kreeg ik de kans om aan uiteenlopende taken te werken, wat het geheel erg boeiend en leerrijk maakte. Zo hielp ik mee bij het creëren van content voor sociale media, schreef ik posts en zorgde ik mee voor een herkenbare en aantrekkelijke tone of voice die aansloot bij de doelgroep. Daarnaast ondersteunde ik de communicatie rond events, onder andere door het opstellen van nieuwsbrieven en het verzorgen van de praktische communicatie naar deelnemers.

Ik werkte ook mee aan campagnes gericht op jonge mode-ondernemers. Hierbij dacht ik actief mee over hoe we deze doelgroep het best konden bereiken en aanspreken. Door deze gevarieerde taken leerde ik gestructureerd werken, creatief denken en professioneel communiceren. Bovendien werd het belang van goede samenwerking binnen een team heel duidelijk voor mij: dankzij overleg en feedback kwamen we samen tot sterke en doordachte resultaten.

De coach achter het team



Alex Kolotoukhina

Content Creator & Social Media Manager

Alex, mijn stagebegeleider bij Flanders DC

Tijdens mijn stage bij Flanders DC werd ik begeleid door Alex, een 30-jarige met Russische roots die al jaren in Antwerpen woont. Leuk detail: Alex studeerde net als ik aan Thomas More en volgde zelfs dezelfde richting. Intussen maakt ze al bijna vijf jaar deel uit van het communicatieteam van Flanders DC, waar ze een belangrijke en veelzijdige rol speelt en betrokken is bij bijna alle aspecten van de communicatie. Ze zorgt voor de visuele content, beheert de sociale media, stelt contentplanningen op en volgt de verschillende kanalen op de voet. Ook bij events is ze actief aanwezig: ze maakt foto's, verzamelt beeldmateriaal en denkt mee na over hoe alles in beeld wordt gebracht, zowel online als offline.

Daarnaast begeleidt Alex alle stagiairs bij Flanders DC. Tijdens onze stageperiode werkte ik samen met drie andere studenten. Alex verdeelde de taken op een duidelijke manier, gaf gerichte feedback en stond steeds klaar om ons te ondersteunen waar nodig. Dankzij haar ervaring en overzicht weet ze precies hoe alle communicatiestukken op elkaar moeten aansluiten en zorgt ze ervoor dat de planning vlot en gestructureerd verloopt. Haar aanpak is praktisch en helder, maar tegelijk ook heel toegankelijk, wat haar tot een fijne en effectieve stagebegeleider maakt.

Coaching

Omdat zowel Alex als ik niet elke dag op kantoor aanwezig waren, verliep de communicatie vaak via het digitale platform van Flanders DC. Daar kreeg ik feedback, werden to-do's aangemaakt en kon ik gemakkelijk overzicht houden. Het was een handige manier om structuur in mijn werk te brengen. Door die hybride werkwijze werd er wel veel verantwoordelijkheid van mij verwacht. Er was geen stagementor die voortdurend over mijn schouder meekeek, waardoor ik echt mijn eigen planning en discipline moest bewaken. In het begin voelde dat best ongewoon aan. Ik miste wat extra begeleiding en duidelijke uitleg, zeker bij nieuwe opdrachten. Samen met Nova, de andere stagiair, heb ik toen veel

zelf moeten uitzoeken. Vaak kreeg ik een opdracht als "maak een video", met enkele richtlijnen en uitleg. De begeleiding was er wel, maar vooral op afstand en minder in het uitvoerende stuk van de taken. Toch groeide ik precies door die aanpak. Ik leerde zelfstandig werken, beslissingen nemen en mijn eigen manier van aanpakken ontwikkelen. Naar het einde van de stage toe begon ik die vrijheid zelfs echt te waarderen.



Zoals eerder vermeld zou ik Flanders DC zeker opnieuw aanraden als stageplek. Wel lijkt het me zinvol om te overwegen om de begeleiding van stagiairs niet volledig bij één persoon te leggen. Op die manier wordt de werkdruk voor Alex verlicht, en is het team ook beter voorbereid op onvoorziene omstandigheden, zoals ziekte of afwezigheid.

Tijdens mijn stage was Alex enkele dagen ziek, waardoor Nova en ik even niet goed wisten wat er van ons verwacht werd. Onze sturende kracht viel plots weg, en dat zorgde voor onzekerheid over de prioriteiten en opvolging van taken. Bovendien valt het op dat Alex een erg specifieke rol vervult binnen het team. Zij beheert onder andere de sjablonen en visuele bestanden. Wanneer zij uitvalt, kunnen collega's daardoor vaak niet verder werken omdat ze geen toegang hebben tot de nodige documenten of tools. Als feedback zou ik dan ook meegeven dat het goed zou zijn om bepaalde kennis en bestanden breder te delen binnen het team. Zo blijft de continuïteit gegarandeerd, ook wanneer iemand onverwacht afwezig is. Dit maakt de werking niet alleen veerkrachtiger, maar zorgt ook voor meer rust binnen het team én bij de stagiairs.

Drie creatieve goals in de netten



Project 1: Contentkalender Campagne 'Ik koop Belgisch'

Koop Lokaal, Kies Belgisch!

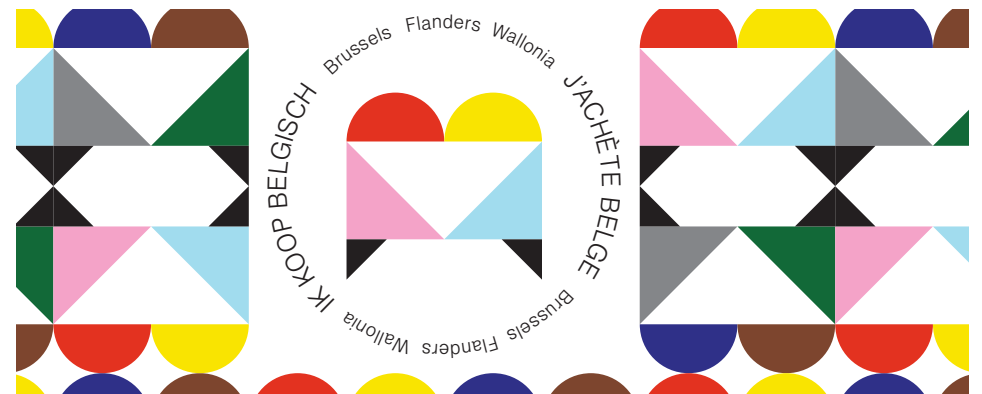
Ik Koop Belgisch is een campagne die Belgische consumenten aanmoedigt om producten van lokale creatieve ondernemers te kopen. Het initiatief, gelanceerd door Flanders DC in samenwerking met MAD en WBDM, wil Belgische merken en creatievelinge in sectoren zoals mode, design en media promoten. Op het platform ikkoopbelgisch.be kunnen bezoekers meer dan 1.500 Belgische artiesten, designers en merken ontdekken. Deelnemende merken moeten een Belgisch ondernemingsnummer hebben, en het creatieve proces moet in België plaatsvinden. De website biedt ook een handige locatiezoeker waarmee je creatieve ondernemers in jouw buurt kunt vinden. (IkkoopBelgisch,z.d.) Door Belgisch te kopen, steun je niet alleen de lokale economie, maar ook het creatieve talent van eigen bodem. De campagne moedigt consumenten aan om hun aankopen te delen via sociale media met de hashtag #ikkoopbelgisch, om zo het bewustzijn en de zichtbaarheid van Belgische merken te vergroten. Het uiteindelijke doel van de campagne is om Belgische creativiteit meer zichtbaarheid te geven en de lokale economie te versterken (Ik Koop Belgisch, z.d.)

"Ik Koop Belgisch" zie je tegenwoordig overal opduiken. Wat ooit begon als een campagne om Belgische creatieven te steunen, is ondertussen uitgegroeid tot een herkenbaar symbool voor lokale trots. Tijdens mijn stage in Antwerpen wandelde ik vaak door de stad, en telkens opnieuw viel mijn oog op het bekende logo, op winkeldeuren en etalages. Het is mooi om te zien hoeveel winkels en ondernemers deze boodschap omarmen. Het laat zien dat ze bewust kiezen voor lokale creativiteit en vakmanschap. En als consument voel je je daar automatisch mee verbonden. Het is een warme oproep om talent van eigen bodem te steunen. Een kleine moeite met een grote impact!

Verkregen briefing

De socialmediastrategie van Ik Koop Belgisch is gericht op het vergroten van de zichtbaarheid van de Belgische mode- en designwereld bij een breed publiek, met behulp van sterke storytelling op Instagram en Facebook. De content, die eerder een 'feeling look' had, zal evolueren naar meer authentieke verhalen en prachtige beelden, gepresenteerd in een stijl die doet denken aan toonaangevende modetijdschriften zoals ELLE en Vogue. De herkenbare huisstijlkleuren worden op een subtiele manier als accent ingezet om de visuele identiteit extra kracht bij te zetten.

Het doel is om terug leven in de kanalen te blazen door minstens twee posts per week te delen, gebaseerd op drie kernpijlers. Selling the Story benadrukt het unieke verhaal van Belgische merken, met aandacht voor duurzaamheid, inclusie en innovatie. Be There and See It richt zich op events zoals pop-ups en fashion weeks om offline steun voor Belgische merken te stimuleren en zo de band tussen makers en publiek te versterken. Join the Fanbase laat zien wie Belgische mode draagt, waardoor de liefde en betrokkenheid voor de lokale creativiteit groeit. Op deze manier wordt er een sterke community opgebouwd rond Belgische mode en design, krijgt het talent van eigen bodem de aandacht en waardering die het nodig heeft.



Contentplan opstellen

In het kader van de campagne 'Ik koop Belgisch' heb ik een volledige contentkalender uitgewerkt, met als doel een gestructureerd en doordacht communicatieplan op te stellen dat de campagneboodschap versterkt en de betrokkenheid van het publiek aanzienlijk vergroot. Deze kalender biedt een overzicht van alle geplande communicatieacties die erop gericht zijn om Belgische merken, lokale ondernemers en producten van eigen bodem in de spotlight te zetten. Door een duidelijk en overzichtelijk plan te maken, kunnen de verschillende communicatiekanalen op elkaar worden afgestemd en wordt een consistente en herkenbare boodschap uitgedragen.

Voor elk item in de contentkalender heb ik een uitgebreide toelichting voorzien waarin het specifieke doel van de post wordt beschreven. Dit kan variëren van het vergroten van het bewustzijn rond het belang van lokaal kopen, het voorstellen van een uniek Belgisch merk, tot het stimuleren van interactie met het publiek via polls, vragen in stories of andere interactieve formats. Daarbij heb ik nagedacht over de doelgroep per kanaal, zodat de boodschap maximaal effect kan hebben. Zo richt ik me bijvoorbeeld op jonge, bewuste consumenten via socialmediakanalen als Instagram en Facebook, terwijl meer diepgaande en informatieve content via nieuwsbrieven en artikels naar zakelijke partners wordt gestuurd.

De keuze voor het communicatiekanaal en de timing van elke post heb ik afgestemd op relevante momenten en evenementen, zoals de Paasvakantie, Belgische productdagen, lanceringsdata, feestdagen of themaperioden die een natuurlijke link leggen met mode of design. Deze timing zorgt ervoor dat de boodschap beter landt en het engagement wordt verhoogd. Daarnaast wordt per geplande post duidelijk aangegeven welk type beeldmateriaal benodigd is, of het nu gaat om foto's, korte video's, infographics of andere visuele content, en welke tone-of-voice gebruikt moet worden bij de post.



Verder heb ik bij iedere post hashtags toegevoegd die aansluiten bij de campagne, zoals #ikkoopbelgisch, om de vindbaarheid en het bereik op sociale media te vergroten. Ook zijn er duidelijke calls-to-action opgenomen, die het publiek aanmoedigen om actief deel te nemen, bijvoorbeeld door het delen van eigen aankopen, het bezoeken van lokale events of het reageren op interactieve content. Dit zorgt niet alleen voor meer betrokkenheid, maar bouwt ook aan een loyale community rondom de campagne.

Dankzij deze gestructureerde en gedetailleerde aanpak ontstaat er een duidelijke rode draad doorheen de maand. Bovendien is de kalender flexibel genoeg om waar nodig bijgestuurd te worden, bijvoorbeeld op basis van de respons vanuit het publiek of actuele gebeurtenissen. Op die manier blijft de communicatie fris, relevant en maximaal impactvol.

April, 2025

7	8	9	10	11
Het is eindelijk zov...			Goed nieuws voor ... Stap binnen in de ... 17:00 New brand alert! Tijde... Posted	
14	15	16	17	18
	New brand in the pi...		Essentieel Antwerp ...	
21	22	23	24	25
	Ontdek MassLee, e...		Maak kennis me...	

Wat heb ik geleerd?

Het werken met een contentkalender tijdens mijn stage bij Flanders DC was een waardevolle ervaring die mijn organisatorische en strategische vaardigheden verder heeft ontwikkeld. De kalender zorgde niet alleen voor structuur en overzicht, maar ook voor consistentie en tijdige plaatsing van content op de verschillende sociale mediakanalen. Door de content vooraf in de kalender te plannen, kregen we de mogelijkheid om vooruit te denken en een evenwichtige mix van inhoud te creëren. Dit stelde me in staat om belangrijke momenten, zoals evenementen of campagnes, te plannen en ervoor te zorgen dat de content tijdig werd gecreëerd en goed aansloot bij de thema's van die periodes. De kalender zorgde er bovendien voor dat we niet zomaar content produceerden, maar dat alles zorgvuldig werd afgestemd op de doelstellingen en de gewenste boodschap van de organisatie.

Wat ik vooral geleerd heb, is hoe belangrijk flexibiliteit is. Hoewel de contentkalender veel structuur bood, moesten we soms snel inspelen op onverwachte gebeurtenissen of veranderingen in de agenda. Denk bijvoorbeeld aan het moment waarop een wereldster Ann Demeulemeester droeg op het MAD Gala. Het was dan essentieel om de kalender snel aan te passen en de contentstrategie vlot bij te sturen. Daarnaast merkte ik dat het vinden van relevante content niet altijd eenvoudig is. Het is cruciaal om voortdurend boeiende content te blijven aanbieden en vooruit te denken over de wensen en behoeften van het publiek, zonder achter de feiten aan te lopen. De uitdaging lag voor mij vooral in het vinden van de juiste balans tussen relevantie en variatie. Vooral bij het zoeken naar nieuwe Belgische merken, designers en actueel nieuws was het soms moeilijk om content in te plannen die na enkele weken nog steeds relevant zou zijn.

Het werken met de contentkalender heeft me niet alleen geleerd hoe content wordt gemaakt, maar ook hoe belangrijk het is om vooruit te plannen, terwijl er tegelijkertijd ruimte is voor spontane reacties. Deze vaardigheden zijn van grote waarde, en ik ben ervan overtuigd dat ik ze in de toekomst zal toepassen.

#IKKOOP BELGISCH

WHY?

Ik heb dit project gekozen omdat het goed aansluit bij mijn interesse in communicatie en de creatieve sector. Het gaf me de kans om mijn vaardigheden toe te passen en verder te ontwikkelen in een realistische werkomgeving. Door te werken met de contentkalender kon ik mijn organisatorische en strategische skills verbeteren én leren hoe je sterke content maakt. Het was voor mij belangrijk om op een gestructureerde manier te werken, zodat de berichten die we deelden relevant en op het juiste moment bij de doelgroep terechtkwamen. Het project liet me ook inspelen op actuele thema's, zoals het ondersteunen van Belgische merken, een boodschap die ik zelf ook belangrijk vind. Door content te maken voor verschillende platformen kon ik mijn kennis van digitale communicatie uitbreiden en mijn creativiteit inzetten om echt impact te maken. Het was voor mij leerrijk, uitdagend en vernieuwend om te werken met een contentplanning, wat het project tot een waardevolle ervaring maakte en als een echte meerwaarde voelde.

Project 2: Fashion Talks 2025



Fashion Talks 2025: dé place to be voor iedereen in mode

Fashion Talks is het belangrijkste modecongres van België. Elk jaar komen ontwerpers, merken, ondernemers en andere fashion lovers samen om bij te leren, inspiratie op te doen en nieuwe mensen te ontmoeten. Sinds enkele jaren vindt Fashion Talks elk jaar plaats in de eerste week van juni, in Antwerpen, de stad waar mode leeft. Voor deze 7e editie hebben niemand minder dan Elodie Ouédraogo (ELLE Belgium) en Elspeth Jenkins (Marie Claire) het programma samengesteld. De line-up van Fashion Talks 2025 brengt opnieuw een sterke mix van stemmen uit de modewereld samen zoals: Suzy Menkes, Hanan Bešović en Recho Omondi. Ook ondernemers zoals Charlotte De Geyter (BERNADETTE), Ann Claes (CRG) en An Kluft (PLUTO) nemen het woord, naast creatieven als Karen Binns, Guillaume Schmidt (Patta) en Dominique Nzeyimana. Thema's als duurzaamheid en technologie komen aan bod via sprekers als Simon Gryspeert, Odeta Jace en Ed Sander Fashion Talks, z.d).

Het werk achter de schermen

Tijdens mijn stage heb ik intensief meegewerkt aan de voorbereidingen van Fashion Talks, met een bijzondere focus op de communicatie rond het event. Dit bood me de kans om mijn creativiteit en communicatievaardigheden op verschillende manieren in te zetten. Zo werkte ik actief mee aan het opstellen van nieuwsbrieven over Fashion Talks, het bedenken van social media captions, het maken van visuals en het voorbereiden van Instagram-posts die het event op een aantrekkelijke manier in de kijker moesten zetten. Daarnaast kreeg ik ook de verantwoordelijkheid om video's te monteren. Ook het onderzoeken van mogelijke samenwerkingen met influencers om de zichtbaarheid van Fashion Talks te versterken, vond ik erg leerzaam. Het gaf me inzicht in hoe belangrijk geloofwaardigheid en bereik zijn in influencer marketing. Een absoluut hoogtepunt van mijn stage was het moment waarop een van mijn gemonteerde video's niet alleen door Elodie, maar ook door ELLE België werd gedeeld op

hun Instagramkanalen. Dat was voor mij een bevestiging dat mijn werk gezien werd. De video op het platform van ELLE haalde meer dan 10.000 views, een fantastisch resultaat en een echte mijlpaal tijdens mijn stageperiode. Het was een moment van trots dat me zeker zal blijven en dat mijn enthousiasme voor contentcreatie alleen maar heeft versterkt.

Wat heb ik geleerd?

Fashion Talks was voor mij niet alleen een inspirerend evenement, maar ook een leerrijke ervaring achter de schermen. Tijdens mijn stage heb ik ontdekt hoe intensief de voorbereiding van een grootschalig modecongres is en hoeveel teamwork, planning en creativiteit daarbij komt kijken. Ik heb geleerd om communicatieboodschappen strategisch af te stemmen op een specifieke doelgroep, en het belang ingezien van een consistente visuele en inhoudelijke lijn in alle uitingen, zowel op sociale media als in nieuwsbrieven.

Het videowerk heeft mijn technische vaardigheden verder aangescherpt, maar vooral mijn oog voor storytelling versterkt. Ik heb geleerd hoe je beelden en muziek samenbrengt tot een krachtige boodschap die mensen raakt. Daarnaast leerde ik hoe waardevol het is om snel en oplossingsgericht te denken wanneer er deadlines naderen of wanneer plannen veranderen. Door het contact met influencers en redacties als ELLE en Marie Claire heb ik ook meer inzicht gekregen in het medialandschap en de dynamiek van pers- en partnerrelaties. Ik leerde hoe belangrijk authenticiteit is in communicatie, zeker binnen de modewereld waar geloofwaardigheid en uitstraling hand in hand gaan.

Kortom: deze stage heeft me niet alleen praktische tools en kennis opgeleverd, maar ook het vertrouwen gegeven dat ik klaar ben om mijn plaats te vinden in de mode- en communicatiewereld.

WHY?

Ik heb het project Fashion Talks gekozen, omdat dit project alles samenbrengt waar ik als communicatiestudent en mode-liefhebber voor sta: creativiteit, strategie en storytelling binnen een sector die me enorm boeit.

Het was een unieke kans om achter de schermen mee te draaien bij een van de belangrijkste mode-events van België, en om mee te bouwen aan de manier waarop zo'n event naar buiten wordt gebracht. Dit project gaf me niet alleen de ruimte om mijn talenten te ontwikkelen, van video editing tot social media copywriting, maar ook om impact te maken. Het moment waarop mijn video werd opgepikt door grote namen als Elodie Ouédraogo en ELLE België, voelde als een echte bevestiging van mijn kunnen. Fashion Talks is voor mij het perfecte voorbeeld van hoe communicatie mee het verschil kan maken. De week na mijn stage werd ik ook verwacht op de Fashion Talks, wat echt een heel fijne ervaring was. Het was leuk om te zien dat dit event heel geslaagd was, mede door mijn communicatie.



Project 3: Henry Van de Velde Awards

Vlaams design in de spotlight

De Henry van de Velde Awards bekronen het beste wat design in Vlaanderen te bieden heeft. Elk jaar zetten deze prestigieuze prijzen ontwerpers, bedrijven, producten, projecten en systemen in de kijker die met doordacht design een positieve impact maken op mens, milieu en economie. Van innovatieve digitale toepassingen tot duurzame woonoplossingen en ambachtelijke creaties: de Awards tonen hoe breed en krachtig design kan zijn. Dankzij een professionele en onafhankelijke jury, bestaande uit experts uit diverse domeinen, vormen de Henry van de Velde Awards een echt kwaliteitslabel binnen de designsector. Er zijn negen categorieën: Business Innovation, Consumer, Crafts by Bokrijk, Design Research, Digital Design, Environment, Graphics, Habitat en Spaces (Henry van de Velde Awards, z.d).

“De Henry van de Velde Awards staan garant voor innovatie en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dat design kan ingezet worden voor innovatie willen wij uitdragen naar al onze Vlaamse ondernemingen” (Vlaio, z.d).

De Awards worden georganiseerd door Flanders DC, het aanspreekpunt voor creatief ondernemerschap in design en mode. Met een officiële prijsuitreiking, een eigen publicatie, een tentoonstelling én een uitgebreide online campagne vormen de Henry van de Velde Awards een sterk platform voor design uit Vlaanderen.

Achter het doek van de awards

Tijdens mijn stage heb ik intensief meegewerkt aan de content voor de Henry van de Velde Awards. Deze prestigieuze Awards zijn erg belangrijk binnen de

designwereld en vragen dan ook heel wat voorbereiding van het Flanders DC team. Het proces start al bij de inschrijvingsfase, waarin kandidaten hun project

zelf moeten indienen via een dossier. Hierover wordt vooraf al uitgebreid gecommuniceerd, zowel online als via andere kanalen. Daarnaast heb ik veel content gecreëerd om de verschillende categorieën van de Awards duidelijk uit te leggen. Verder heb ik video's opgenomen met eerdere winnaars. Hiervoor trok ik naar hun werkplek of thuisomgeving om hen te filmen en achteraf zorgde ik voor gemonteerde video's. Het doel van deze video's? Twijfelaars overtuigen om ook deel te nemen en te laten zien waarom het écht de moeite waard is om een project in te dienen. Achteraf was het fijn om te zien dat de inschrijvingen binnenstroomden en dat mensen de communicatie goed hadden ontvangen.



Wat heb ik geleerd?

Tijdens mijn werk aan de Henry van de Velde Awards heb ik niet alleen inhoudelijk veel geleerd, maar ook mijn visuele vaardigheden sterk ontwikkeld en verfijnd. Eén van de meest waardevolle ervaringen was het voorbereiden en afnemen van interviews met vorige winnaars. Dit betekende: zelf contact leggen, afspraken maken, en vooraf goed nadenken over wat ik precies wilde filmen. Ik leerde hoe belangrijk het is om vooraf gerichte vragen op te stellen, het juiste materiaal te checken en een helder beeld te hebben van het gewenste eindresultaat. Door die voorbereiding kon ik praktisch en efficiënt filmen op locatie, wat plaatsvond bij de mensen thuis of op hun werkplek.

Daarnaast heb ik geleerd hoe je een verhaal visueel opbouwt. Niet alleen door de juiste quotes of shots te kiezen, maar ook door sfeer te creëren. Zo heb ik ook video's gemaakt over eerdere edities van de Awards, met als doel om de beleving en de energie van het event opnieuw tot leven te brengen. Dat was niet enkel technisch interessant, maar ook inhoudelijk uitdagend: hoe vertaal je een gevoel naar beeld? Welke muziek klopt met de beelden? Welke boodschap wil je overbrengen?

Een ander belangrijk leerpunt was het werken met feedback. Tijdens mijn stage kreeg ik regelmatig input van collega's. Ik leerde om die feedback niet persoonlijk te nemen, maar juist als een kans om mijn werk naar een hoger niveau te tillen. Door kritisch te leren kijken naar mijn eigen materiaal en dat van anderen, ben ik gegroeid in het verfijnen van mijn video's en content.

Kortom: deze ervaring heeft me niet alleen technische vaardigheden bijgebracht, maar me ook geleerd hoe je een sterk inhoudelijk verhaal maakt, afgestemd op een doelgroep én in samenwerking met een professioneel team. De combinatie van inhoud, creativiteit en samenwerking die ik heb geleerd, neem ik zeker mee naar de toekomst.



WHY?

Ik heb voor de Henry Van De Velde Awards gekozen als project omdat het één van de grootste is binnen Flanders DC. Er gaat veel aandacht en tijd naar de Henry van de Velde Awards, juist omdat er zoveel verschillende categorieën, deelnemers, juryleden en projecten bij betrokken zijn. Dit maakt het organiseren en communiceren rondom de Awards extra complex en uitdagend, maar ook enorm boeiend. Daarnaast is er veel persaandacht verbonden aan het event, wat betekent dat vanaf het begin van mijn stage in februari al volop focus lag op deze Awards. Dit zorgde voor een dynamische werkomgeving waarin ik meteen betrokken was bij belangrijke communicatie-uitingen en mediacampagnes.

Voor veel ontwerpers betekent het winnen van een Henry van de Velde Award niet alleen erkenning, maar ook een waardevolle trofee voor hun werk. Een prijs die hun carrière een flinke boost kan geven. Het was dan ook bijzonder om een bijdrage te mogen leveren aan zo'n invloedrijk en inspirerend project binnen de designwereld.

It was a wrap



Mijn essentiële takeaways

Tijdens mijn stage bij Flanders DC kreeg ik de kans om mijn passie voor mode en branding in de praktijk te brengen. Vanaf het begin werd ik betrokken bij uiteenlopende projecten die me uitdaagden en toelieten om mijn theoretische kennis om te zetten in concrete ervaring. Een van de belangrijkste dingen die ik geleerd heb, is hoe je op een strategische manier content creëert die echt werkt. Door blogartikels, sociale media posts en nieuwsbrieven te schrijven voor Flanders DC, heb ik mijn schrijf- en storytellingvaardigheden sterk verbeterd. Ik leerde hoe je content afstemt op je doelgroep en hoe doordachte communicatie een groot verschil kan maken in de positionering van een merk.

Daarnaast kon ik meewerken aan campagnes die jonge mode-ondernemers ondersteunen in het versterken van hun merk. Ik ontdekte hoe belangrijk doelgroeponderzoek is en hoe je vanuit die inzichten een duidelijke communicatiestrategie opbouwt. Die ervaring heeft mijn strategisch denkvermogen aangescherpt en me doen inzien hoe essentieel het is om te vertrekken vanuit de noden en leefwereld van je doelgroep.

Ook op het vlak van evenementencommunicatie heb ik veel bijgeleerd. Ik mocht meehelpen bij de voorbereiding, communicatie en de praktische uitvoering van netwerkmomenten. Zo ontdekte ik dat een succesvol event veel meer omvat dan de dag zelf: het gaat om hoe je mensen via communicatie betreft voor, tijdens en na het evenement, en hoe je via die momenten een community opbouwt, iets wat ik enorm boeiend vind. Verder heb ik tijdens deze stage ook heel wat nieuwe vaardigheden geleerd, zoals videomontage. Ik kreeg de kans om zelf video's op te nemen, te monteren en te gebruiken in sociale media posts. Dit was een totaal nieuw domein voor mij, en ik ben trots op hoe snel ik daarin gegroeid ben. Tijdens deze stage heb ik dus veel bijgeleerd op het vlak van contentcreatie, storytelling en het communiceren naar een specifieke doelgroep binnen de modewereld. Toch merkte ik ook dat ik nog stappen wil zetten in het meer strategische luik van communicatie.



Hoewel ik heb mogen meewerken aan verschillende boeiende projecten, lag de focus vaak op het uitvoerende werk: teksten schrijven, video's monteren, visuals maken, nieuwsbrieven schrijven, sociale media posts uitwerken,..... Super waardevol en leerzaam, maar ik merkte dat het strategische denkwerk wat minder aan bod kwam. Ik had graag nog meer inzicht gekregen in hoe campagnes van A tot Z worden opgebouwd: van conceptontwikkeling en positionering tot het bepalen van kanalen, doelstellingen en KPI's.

Daarom wil ik me in de toekomst graag verder verdiepen in hoe je een sterk strategisch verhaal opbouwt. Hoe maak je keuzes die passen bij de merkidentiteit? Hoe ontwikkel je een campagne die niet alleen creatief is, maar ook effectief en meetbaar resultaat oplevert? En hoe werk je hierin samen met andere teams of partners? Ik geloof dat het begrijpen en toepassen van strategisch denken essentieel is om later een sterkere rol te kunnen spelen binnen branding en communicatie. Daarom wil ik me hierin verder uitdagen en nog gericht leren hoe ik strategie kan koppelen aan creatie. Bij mijn stage lag de focus op creaties, het creatieve aspect. Ik zal dus zelf nog meer strategie leren bepalen.

Finish bereikt



#AtomiumSmile

Het laatste woord

Mijn stage bij Flanders DC was een heel fijne en leerrijke ervaring. Het team was oprecht en behulpzaam, en dankzij de goede begeleiding van Alex voelde ik me vanaf dag één welkom en gesteund. Ook de rest van het team deed echt hun best om me te helpen, wat het voor mij makkelijker maakte om nieuwe dingen te leren en mezelf verder te ontwikkelen. Daarom wil ik Flanders DC bedanken om zoveel tijd en energie te investeren in mijn groeiproces. Dankzij jullie heb ik me kunnen ontplooien in een inspirerende omgeving, vol kansen om bij te leren en te groeien, zowel professioneel als persoonlijk.

Een speciaal bedankje gaat ook uit naar Nova, mijn medestudent communicatie. Het was super fijn dat zij er ook was, want samen konden we dingen uitzoeken en dat gaf een extra stukje rust en vertrouwen tijdens de stage. Naast al het leren en hard werken, was er gelukkig ook ruimte om samen te lachen, te stressen en alles daartussenin. Samen met Nova kon ik ervaringen delen, twijfels bespreken en gewoon even ventileren wanneer het nodig was. Het was enorm fijn om samen deze ervaring te kunnen delen.

Om dit stagedossier af te sluiten, wil ik graag het docententeam van de opleiding Communicatie bedanken. De lessen doorheen het jaar hebben me uitstekend voorbereid om mijn stage tot een goed einde te brengen. Het was heel waardevol om theorieën en inzichten uit de klas te herkennen op de werkvloer en ze meteen te kunnen toepassen in de praktijk. Dankzij die stevige basis begon ik aan mijn stage met vertrouwen.

Ik kijk met veel plezier terug op deze periode en ben dankbaar voor alle kansen en ondersteuning die ik heb gekregen. Het was een mooie ervaring die me niet alleen heeft doen groeien, maar me ook gemotiveerd heeft om nog meer te leren en mezelf verder te ontwikkelen binnen het communicatievak.

Bibliografie

Fashion Talks. (z.d.). About FashionTalks. Flanders DC. Geraadpleegd op 22 mei 2025 via <https://fashiontalks.be/en-gb/about-fashion-talks/>

Flanders DC. (z.d.). Ons aanbod. Flanders DC. Geraadpleegd op 15 mei 2025 via <https://www.flandersdc.be/nl/ons-aanbod>

Flanders DC. (z.d.). Over Flanders DC. Geraadpleegd op 20 mei 2025 via <https://www.flandersdc.be/nl/over-ons>

Henry van de Velde Awards. (z.d.). About Henry van de Velde Awards. Geraadpleegd op 24 mei 2025 via <https://www.henryvandevelde.be/nl/about>

Ik Koop Belgisch. (z.d.). Ik Koop Belgisch: kies voor creativiteit van eigen bodem. Flanders DC. Geraadpleegd op 22 mei 2025 via <https://ikkoopbelgisch.be/nl>

Vlaio. (z.d.). About Henry van de Velde Awards. Henry van de Velde Awards. Geraadpleegd op 24 mei 2025 via <https://www.henryvandevelde.be/nl/about>

Bijlage 1: Verstuurde sollicitatiebrief

Beste Alex

Mijn naam is Helen Halkett en ik ben 23 jaar. Ik ben een enthousiaste communicatie student aan de Thomas More Hogeschool in Mechelen. Met mijn reeds behaalde bachelor in sociaal werk, heb ik ervoor gekozen om mijn kennis en vaardigheden verder te ontwikkelen in de communicatie, met als doel uiteindelijk de modewereld binnen te treden. Mijn grote passie is dus mode en alles wat daarbij komt kijken.

Momenteel zit ik in mijn laatste jaar en heb ik gekozen voor de afstudeerrichting brand building en content creation. Deze keuze heeft mijn interesse in branding verder aangewakkerd. Tijdens mijn studie heb ik geleerd hoe ik effectieve content en campagnes kan creëren die aansluit bij de wensen en behoeften van verschillende doelgroepen. Ik zou mijn frisse blik en sterke communicatieve vaardigheden willen toepassen bij jullie projecten.

Graag zou ik de kans willen krijgen om mijn passie voor mode en communicatie in de praktijk te brengen en te leren van jullie expertise. Mijn stageperiode zal starten vanaf februari 2025 en zal ten einde lopen op juni 2025.

Ik kijk er alvast naar uit om samen te werken aan inspirerende projecten.

In bijlage kan u alvast mijn CV terugvinden.

Met vriendelijke groeten

Helen Halkett

Bijlage 2: Mijn CV

HELEN HALKETT



HELLO !

14/06/2001
Alexander Farnéselaan 63 , 9120 Melsele
Geboren te Duffel

CONTACT 04 72 17 67 27 helenhalkett.be
helen.halkett01@gmail.com

WERKERVARING

Stage Flanders DC Antwerpen
februari 2025 tot heden

Stage OCMW Lint
februari 2023 – juni 2023

Stage Sociale dienst AZ Sint-Maarten
oktober 2021 - december 2021

Hostess tweepuntnul
2022 tot heden

Hostess smd/dpg-media
2021 tot heden

Kinderanimator speelpleinen Kontich
zomer 2020 tot heden

François food & drinks Kontich
2020

OPLEIDINGEN

Bachelor Communicatie (Thomas More)
2023 - heden

Bachelor Sociaal Werk (AP-hogeschool)
2020 - 2023 (Behaald met onderscheiding)

Sociaal en Technische Wetenschappen
2013 - 2019

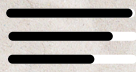
VAARDIGHEDEN

Indesign
Photoshop
Wordpress
Socials
Excel
Word



TALEN

Nederlands
Engels
Frans



INTERESSES

 Mode
 Fotografie
 Sport

Bijlage 3: Stagecontract



INDIVIDUELE STAGEOVEREENKOMST

Ondergetekende partijen

de stageplaats/stagegever

Naam: Flanders DC
Adres:
Nationalestraat 28
2000 Antwerpen
Tel: +3216242902 E-mail: alex.kolotoukhina@flandersdc.be
Instellingsnummer/ondernemingsnummer:
hieronder "de stagegever" genoemd, vertegenwoordigd door de Heer/Mevrouw
Alex Kolotoukhina
Functie: Content creator/social media manager E-mail: alex.kolotoukhina@flandersdc.be

de student(e)

Naam en voornaam: Helen Halkett
Adres:
Alexander Farnéselaan 63
9120 Beveren
Opleiding: Bachelor Communicatie (Mechelen) Afstudeerrichting of traject: Afstudeerrichting
Commerciële communicatie
Rijksregisternummer:
(rijksregisternummer alleen invullen als de student toegang nodig heeft tot patiëntendossiers)
E-mail: r1000404@student.thomasmore.be
hieronder "de stagiair" genoemd,

Thomas More Mechelen-Antwerpen vzw

Adres:
Zandpoortvest 60
BE-2800 Mechelen
Tel: 015/36 91 00 E-mail: info@thomasmore.be
hierna "de hogeschool" genoemd, vertegenwoordigd door de Heer/Mevrouw
Bert Van den Broeck
Opleidingsmanager E-mail: bert.vandenbroeck@thomasmore.be

komen het volgende overeen:

- 1 In deze stageovereenkomst worden de algemene modaliteiten beschreven waarbinnen een stagiair van de hogeschool bij de stagegever zijn/haar stageactiviteiten kan uitvoeren. Ze regelt de verhouding tussen de stagegever, de hogeschool en de stagiair.

Een stage is een leeractiviteit die gericht is op het verwerven van algemene en/of beroepsgerichte competenties, waarbij de arbeidssituatie de leeromgeving is. Stage maakt integraal deel uit van het onderwijsprogramma/curriculum van de stagiair georganiseerd door de hogeschool, er worden expliciete leerdoelen voor geformuleerd. Tijdens een stage komt de stagiair in contact met het concrete werkveld. Hij maakt zich het denken en handelen eigen dat typisch is voor een bepaalde beroepscategorie. Hij leert er omgaan met collega's, klanten, patiënten, maar ook met de beroeps cultuur, werkdruk en krijgt de kans verworven kennis en inzichten te confronteren met de praktijk in het werkveld. Door het uitoefenen van beroepsactiviteiten onder leiding van een stagementor op de stageplaats en onder begeleiding van een stagebegeleider uit de hogeschool krijgt de stagiair de kans zijn competenties verder te ontwikkelen.

- 2 De partijen komen overeen dat de stagiair bij de stagegever een onbezoldigde stage zal lopen. De stagegever aanvaardt de stagiair voor het volbrengen van een stage die deel uitmaakt van de opleiding die de stagiair volgt.
De stage vindt plaats in de periode:

ingaaend op 10/2/2025 en eindigend op 30/5/2025

en wordt uitgevoerd in volgende vestigingsplaats(en):

Flanders DC
Nationalestraat 28, 2000 Antwerpen

De concrete planning van de stage, de aard van de stage, de omschrijving van de inhoud, het stagevolume en de situering van de stage in het opleidingstraject worden beschreven in de stagerichtlijnen. De stagiair en de stagegever komen de uren van de stageprestaties overeen, rekening houdend met de wetgeving die op de stagesituatie van toepassing is en met het aantal werkuren dat de student dient te presteren.

- 3 Thomas More duidt de Heer/Mevrouw Greet Wachters
Tel: E-mail: greet.wachters@thomasmore.be
aan als stagecoördinator, die het aanspreekpunt is van de opleiding voor deze stage.

De stagegever duidt de Heer/Mevrouw Alex Kolotoukhina
Tel: +3216242902 E-mail: alex.kolotoukhina@flandersdc.be
aan als stagementor, die het aanspreekpunt is van de stagegever voor deze stage.

- 4 De stagegever zorgt voor een passend onthaal en begeleiding. Bij aanvang van de stage bezorgt hij de stagiair alle inlichtingen in verband met het arbeids- en huishoudelijk reglement van toepassing op de stageplaats en stelt een exemplaar van dit reglement ter beschikking van de stagiair.

De stagegever engageert zich ertoe aan het welslagen van de stage mee te werken door de stagiair taken op te geven, aangepast aan de gevolgde studies en rekening houdende met de competenties van de stagiair, zoals overeengekomen. De stagegever zal voor de goede uitvoering hiervan een personeelslid als stagementor aanduiden.

De stagegever zal tijdens/na de stageperiode een feedbackverslag over de stagiair opstellen, aan de hand van een door de hogeschool ter beschikking gesteld document. De stagegever kan te allen tijde contact opnemen met de hogeschool (contactgegevens zijn terug te vinden in artikel 3).

- 5 De stagiair aanvaardt zich te gedragen naar de bepalingen van de stagerichtlijnen en het arbeids- en huishoudelijk reglement van de stageplaats en verklaart de veiligheidsmaatregelen te zullen naleven.

De stagiair verklaart de nodige zorgvuldigheid in acht te nemen voor alle zaken en materialen die aan hem/haar worden toevertrouwd of ter beschikking gesteld in het kader van de stage.

De stagiair verbindt zich ertoe aanwezig te zijn bij elke geplande stageactiviteit op de stageplaats. Hij/zij is verplicht elke afwezigheid te verantwoorden en de stagegever en de hogeschool (stagebegeleider) hiervan voor aanvang van de stageactiviteit op de hoogte te brengen. De stagegever stelt de hogeschool in kennis van iedere niet verantwoorde afwezigheid van de stagiair.

De stagiair verklaart, met de ondertekening van deze stageovereenkomst, kennis te hebben genomen van de stagerichtlijnen van zijn opleiding en leeft de verplichtingen na die in dit kader bestaan.

Thomas More Mechelen-Antwerpen vzw
Zandpoortvest 60
BE-2800 MECHELEN
T+32(0)15 36 91 00
Wwww.thomasmore.be

Thomas More Kempen vzw
Kleinhoefstraat 4
BE-2440 GEEL
T+32(0)14 56 23 10
Wwww.thomasmore.be

pagina 1 van 7

Thomas More Mechelen-Antwerpen vzw
Zandpoortvest 60
BE-2800 MECHELEN
T+32(0)15 36 91 00
Wwww.thomasmore.be

Thomas More Kempen vzw
Kleinhoefstraat 4
BE-2440 GEEL
T+32(0)14 56 23 10
Wwww.thomasmore.be

pagina 2 van 7

- 6 De hogeschool bezorgt tijdig informatie over het opzet en de organisatie van de stage, evenals over de verwachte competenties die de stagiair moet nastreven.

De hogeschool volgt het verloop van de stage op en stelt hiervoor een of meerdere stagebegeleiders aan.

De hogeschool is verantwoordelijk voor de eindbeoordeling van de stage en houdt hierbij rekening met het advies van de stagegever.

De hogeschool houdt bij de toewijzing van stagiairs aan de stagegever rekening met een evenwichtige verdeling over de verschillende fases van de opleiding.

- 7 Tijdens de duur van de stage behoudt de stagiair juridisch het statuut van student van de hogeschool. Hij is geen werknemer van de stagegever waarmee hij derhalve geen arbeidsovereenkomst sluit. Hierbij volgt dat:
- De stagiair geen recht heeft op bezoldiging of vergoeding door de stagegever voor de opdrachten verricht in het kader van de stage. Onkosten verbonden aan opdrachten gegeven door de stagegever kunnen niet verhaald worden op de stagiair of de hogeschool.
 - Onkosten die de stagiair uit eigen beweging maakt, zijn voor rekening van de stagiair, tenzij hij hiervoor een regeling treft met de sociale dienst van de hogeschool.
 - De stagiair niet onderworpen is aan de wetgeving op de maatschappelijke zekerheid zodat hiervoor geen bijdrage ten laste van de stagegever kan worden opgelegd.

- 7.1 De stagiair verplicht zich ertoe de hogeschool onmiddellijk (binnen 48u) op de hoogte te stellen van elk ongeval waarbij hij/zij betrokken is tijdens de stage of op weg van en naar de stageplaats.

- 7.2 De wetgeving betreffende de arbeidsongevallen - zowel voor de ongevallen van en naar de stageplaats als voor de arbeidsongevallen tijdens de stage - is van toepassing op de stagiair op grond van het KB van 13 juni 2007 tot wijziging van het KB van 25 oktober 1971 tot uitbreiding van het toepassingsgebied van de arbeidsongevallenwet van 10 april 1971. De stagiair is ter zake verzekerd door de onderwijsinstelling binnen de waarborgen van de polis.

Indien de stagiair in geval van een buitenlandse stage een bezoldiging of vergoeding zou ontvangen, dan kan bovenstaande dekking niet gegarandeerd worden. Het is de verantwoordelijkheid van de student en de stageplaats om ervoor te zorgen dat de student afdoende verzekerd is voor alle mogelijke lichamelijke ongevallen die zich kunnen voordoen.

Wanneer er zich een ernstig arbeidsongeval (wet Welzijn art. 94 bis;) codex over het welzijn op het werk, boek I, titel 6) voordoet, neemt de preventiedienst van de stagegever deze verplichtingen op en bezorgt de hogeschool (t.a.v. de dienst Veiligheid-Gezondheid-Milieu) uiterlijk 14 dagen na het ongeval een afschrift van het omstandig verslag.

- 7.3 De stagegever is burgerlijk aansprakelijk voor schade aan derden die wordt veroorzaakt door een toevallige en lichte fout van zijn stagiair bij de uitvoering van zijn stage. (art. II/355/1 codex hoger onderwijs). De hogeschool heeft als vangnet een verzekeringsdekking genomen die enkel zal tussenkomen ingeval de stagegever zijn burgerlijke aansprakelijkheid voor schade aan derden door een toevallige en lichte fout van zijn stagiair bij de uitvoering van zijn stage, volgens art. II/355/1 codex hoger onderwijs, niet zelf verzekerd zou hebben. De aanvullende verzekeringsdekking van de hogeschool bestaat enkel uit een basisverzekering burgerlijke aansprakelijkheid voor een toevallige en lichte fout van de stagiair die schade zou veroorzaken aan derden bij de uitvoering van zijn stage, zonder extra uitbreidingen zoals burgerlijke aansprakelijkheid na levering. De stagegever zal de grenzen van de polis respecteren. In geval van stage buiten België dient de stagegever voor de aanvang van de stage na te vragen of de polis van de hogeschool wel van toepassing is.

De stagegever ziet erop toe dat de stagiair de hem opgedragen taken correct uitvoert. Hij controleert het gepresteerde werk van de stagiair zodat hij de eventuele fouten kan rechtzetten vooraleer er schade veroorzaakt wordt.

De stagiair verbindt zich ertoe de stagegever onmiddellijk (binnen 48 u) op de hoogte te stellen wanneer hij/zij schade heeft veroorzaakt aan derden tijdens de stage.

- 7.4 De polis van de hogeschool dekt niet de aansprakelijkheidsrisico's die voorzien zijn in de verplichte automobielverzekering van het voertuig waarmee de student zich verplaatst.

Bij ongevallen op weg van en naar de stageplaats, alsmede tijdens verplaatsingen in het kader van de uitvoering van zijn stage, is de stagiair door de ongevallenpolis/arbeidsongevallen-verzekering van de hogeschool uitsluitend gedekt voor lichamelijke schade. De polis van de hogeschool dekt niet de aansprakelijkheidsrisico's die voorzien zijn in de verplichte automobielverzekering van het voertuig waarmee de student zich verplaatst. Stofelijke schade, zoals aan zijn voertuig, valt evenmin onder de ongevallenpolis van de school, en de student zal noch de hogeschool, noch de opdracht gevende docent hiervoor aansprakelijk kunnen stellen.

Het gebruik van een motorvoertuig als bestuurder, zowel een persoonlijk motorvoertuig als een voertuig van de stagegever, behoort niet tot de beoogde uitvoering van de stageovereenkomst. Indien dit toch gebeurt in overeenkomst tussen de stagiair en de stagegever, zien beiden integraal af van elk verhaal dat zij zouden kunnen uitoefenen tegen de hogeschool vzw en haar verzekeraars. Indien de stagiair toch met een wagen van de stagegever rijdt, is hij/zij, behoudens andersluidende overeenkomst opgemaakt tussen hem/haar en de stagegever in zijn/haar voordeel, persoonlijk verantwoordelijk voor verkeersovertreden, verkeersboetes, parkeerboetes e.d. Deze opsomming is niet limitatief. De stagegever zal de student, voorafgaandelijk aan het begin van de stage, volledig informeren over de inhoud van de verzekeringspolis van de wagen en over eventuele franchise. De stagiair verplicht zich ertoe de stagegever onmiddellijk op de hoogte te brengen van elk ongeval waarbij hij/zij betrokken is gedurende de stage met de ter beschikking gestelde wagen.

- 7.5 Een student kan personeelsleden of bestuurders die door Thomas More worden ingeschakeld om deze overeenkomst met de student uit te voeren niet aansprakelijk stellen. Op deze regel bestaan er vier uitzonderingen waarbij een claim door een student tegen een personeelslid of bestuurder van Thomas More mogelijk blijft:

- in geval de claim geen verband houdt met de uitvoering van deze overeenkomst;
- in geval van bedrog door een personeelslid of bestuurder van Thomas More;
- in geval een personeelslid of Thomas More opzettelijk schade veroorzaakt aan een student; of
- in geval van een aantasting van de fysieke of psychische integriteit van de student veroorzaakt door een personeelslid of bestuurder van Thomas More.

- 7.6 TM heeft geen reisbijstandsverzekering voor studenten die op eigen initiatief, bijvoorbeeld in het kader van een stage, naar het buitenland reizen. De student kan via de site van de verzekeringsdienst KUL (<https://admin.kuleuven.be/sab/vz/reisbijstand-uitgaand#section-1>) zelf de polis reisbijstand onderschrijven.

- 8 Met betrekking tot het welzijn, de veiligheid en de gezondheid van de stagiair wordt volgende overeengekomen:

- De nationale wetgeving van de stageplaats omtrent welzijn, veiligheid en gezondheid van de stagiair is integraal van toepassing.
- De stagegever behandelt de stagiair volgens de bepalingen van de Welzijnswet - Wet van 4 augustus 1996 betreffende Welzijn op het werk en zijn uitvoeringsbesluiten, in het bijzonder de codex over het welzijn op het werk, Boek X, titel 4, alsmede van alle mogelijke andere geldende voorschriften.
- De student overhandigt aan de organisatie het VGM-dossier met beschrijving van de risico's en de VGM-opvolging die verbonden zijn aan zijn opleiding. Dit VGM-dossier maakt integraal deel uit van de overeenkomst (in bijlage).
- De stagegever maakt in overeenstemming met de Welzijnswet een risicoanalyse op van de werkplaats. Als uit de risicoanalyse van de werkplaats blijkt dat er bijkomende VGM-risico's voorkomen bij het uitvoeren van de activiteiten, dan brengt de stagegever de hogeschool hiervan op de hoogte via aanduiding op het VGM-dossier. De stagegever meldt tevens op het VGM-dossier welke preventiemaatregelen worden georganiseerd voor deze bijkomende VGM-risico's. Indien een bijkomend risico aanleiding geeft tot gezondheidsgevaar, wordt dit uitgevoerd door de hogeschool, tenzij anders aangeduid op het VGM-dossier.
- Indien de stagegever nalaat het VGM-dossier te ondertekenen of terug te sturen, gaat de hogeschool er van uit dat er geen bijkomende risico's voor de student zijn.
- Indien medische opvolging vereist is, moet de student bij aanvang van de stage over een formulier voor gezondheidsbeoordeling beschikken. Wanneer dit niet het geval is, kan de student de stage niet starten.
- De stagegever die verantwoordelijkheid draagt voor radioactieve en/of nucleaire installaties de stagiair verzekert voor de risico's die hij/zij loopt in verband met deze installaties, zowel voor lichamelijke ongevallen als voor zijn/haar eventuele burgerlijke aansprakelijkheid.

- 9 De stagegever, de stagiair en de hogeschool verbinden zich ertoe zich deontologisch te gedragen. In het bijzonder verbinden zij zich ertoe fabricagemethodes, bedrijfsgeheimen en andere vertrouwelijke informatie waarvan zij kennis zouden krijgen in het kader van de stage, niet bekend te maken aan derden, tenzij hiervoor voorafgaandelijk schriftelijke toestemming werd verkregen van de stagegever. Deze verplichting duurt voort na de stageperiode. Iedere inbreuk leidt tot de onmiddellijke beëindiging van de stage en zo nodig tot tuchtmaatregelen door de hogeschool.

De hogeschool maakt informatie in het kader van (bachelor)proefstages publiek toegankelijk via het internet. In sommige gevallen kan het niet de bedoeling zijn deze via internet te verspreiden omwille van het vertrouwelijke karakter ervan. Indien dit het geval is, kan de stagegever gebruik maken van een embargoprocedure. Hij heeft hierbij de keuze uit een Internet Embargo of een Totaal Embargo. Hij vindt hierover meer informatie op de website: <http://www.thomasmore.be/bibliotheek/doks> (document: "Belangrijke info online eindwerkendatabank")

De stagiair in de gezondheidszorg verbindt zich er toe tijdens zijn/haar stage te handelen in overeenstemming met de code van de plichtenleer en het beroepsgeheim te respecteren.

- 10 Voor zover er persoonsgegevens worden verwerkt tijdens de stage, verklaren de stagegever, de stagiair en de hogeschool zich te houden aan de van toepassing zijnde privacywetgeving en in het bijzonder de Algemene Verordening Gegevensbescherming. De algemene privacyregeling van Thomas More is terug te vinden op de website: <http://www.thomasmore.be/privacy>.

De stagegever en de hogeschool nemen de redelijke maatregelen om ervoor te zorgen dat hun werknemers niet communiceren via privé e-mailadressen.

- 11 Zowel de stagegever als de stagiair verbinden zich ertoe alle praktische problemen met betrekking tot de overeengekomen verplichtingen, het verloop, de voortijdige beëindiging of de evaluatie van de stage te bespreken met de stagebegeleider. Wanneer de stagiair of de stagegever zijn verplichtingen niet nakomt, zal de andere partij de hogeschool hiervan op de hoogte brengen, met het oog op overleg over de mogelijke gevolgen.

- 12 Deze overeenkomst wordt afgesloten voor de duur zoals aangegeven in artikel 2 en kan niet stilzwijgend verlengd worden.

Geen van de partijen kan de stage zonder voorafgaand overleg met de andere partijen voortijdig afbreken. Wanneer de bemiddelingspoging zoals voorzien in artikel 11 zou mislukken hebben de stagegever en de hogeschool het recht om zonder opzegtermijn een einde te maken aan deze overeenkomst, in volgende omstandigheden:

- bij wangedrag, slechte wil, opzettelijke overtreding van de bepalingen van het arbeidsreglement en/of artikel 9 of niet verantwoorde afwezigheid van de stagiair;
- wanneer de stagegever niet voldoet aan zijn verplichting mee te werken aan het welslagen van de stage, zoals bepaald door art. 4.

De partij die de overeenkomst wil verbreken, dient de andere partijen hiervan onmiddellijk schriftelijk in kennis te stellen, met opgave van de redenen van de verbreking.

De stageovereenkomst wordt van rechtswege ontbonden indien de stagiair op het ogenblik van de voorziene aanvangsdatum niet voldoet aan de voorwaarden voor het verrichten van de stage, zonder dat hierdoor enig recht op schadevergoeding kan ontstaan in hoofde van de partijen.

- 13 Wanneer door overmacht de stage niet meer kan plaatsvinden op de vestigingsplaats van het stagebedrijf, zal de stage online worden verdergezet. Slechts wanneer online activiteiten niet mogelijk zijn, voert de student een stageopdracht uit. De stageopdracht moet conform de takenlijst van de afstudeerrichting of traject zijn. De stagecoördinator keurt de stageopdracht goed.
- 14 De ondertekening van deze stageovereenkomst impliceert ook dat de ondergetekenden akkoord gaan met de bijlagen bij de stageovereenkomst. De bijlagen kunnen via de student opgevraagd worden bij de hogeschool.

Het bestaan van deze overeenkomst sluit niet uit dat partijen met derden overeenkomsten afsluiten en kan dus niet als een exclusiviteitsovereenkomst worden beschouwd.

- 15 Op deze overeenkomst is het Belgisch recht van toepassing. De rechtbanken van het gerechtelijke arrondissement Antwerpen zijn bevoegd. Deze overeenkomst bestaat uit 7 pagina's.

Opgemaakt te Mechelen op 9/12/2024

in 3 exemplaren, waarbij elke partij bevestigt een afschrift te hebben ontvangen.

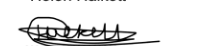
de stagegever
Alex Kolotoukhina



de hogeschool
Bert Van den Broeck



de stagiair
Helen Halkett



Bijlage

1. VGM-dossier opleiding

Bijlage 4: VGM bijlage

VGM-Dossier - VEILIGHEID GEZONDHEID MILIEU

WERKPOSTFICHE

Bachelor in het Communicatiemanagement

Naam student: Helen Halkett	
Academiejaar: 2024 - 2025	
Plaats van stage, onderzoek: Flanders DC	
Met volgende VGM-risico's komt de student mogelijk in contact tijdens de opleiding (practica, excursies, projecten, stages, bachelorproeven, masterproeven): heffen en tillen van lasten vallende, loskomende stukken hoogte - valdiepte > 2m. rijden met een (firma-)wagen werken met machines werken met apparaten en proefopstellingen lawaai > 80 dBa	
De preventieve VGM-opvolging van bovenstaande VGM-risico's wordt uitgevoerd door de opleidingsinstelling en omvat: moederschapsbescherming bescherming bij lactatie	
De invulling van de volgende preventiemaatregelen moet voorzien worden voor de student op de plaats waar activiteiten met bovenstaande risico's worden uitgevoerd: werkkledij veiligheidsschoenen gehoorbescherming hoofdbescherming	
Dit gedeelte wordt ingevuld door de organisatie/het bedrijf (van stage, onderzoek)	
Vermeld de eventueel bijkomende VGM-risico's (nog niet hierboven opgelijst) die voorkomen bij het uitvoeren van de activiteiten tijdens de stage of onderzoek: ☐ geen bijkomend risico ☐ andere risico's:	
Volgende preventiemaatregelen worden georganiseerd door de organisatie/het bedrijf voor deze bijkomende VGM-risico's:	
Indien bijkomende risico's aanleiding geven tot een gezondheidstoezicht, dan wordt dit uitgevoerd door de opleidingsinstelling van de student tenzij hieronder anders aangeduid: ☐ Gezondheidstoezicht via organisatie/bedrijf	
Verantwoordelijke organisatie/bedrijf Naam: Alex Kolotoukhina Handtekening:  Datum: 10/12/2024	Verantwoordelijke opleidingsinstelling Naam: Bert Van den Broeck Handtekening:  Datum: 9/12/2024

Bijlage 5: Stagetakenlijst

**THOMAS
MORE**

STAGETAKENLIJST

De stagetaken Overeenkomstig artikel 4 uit deze overeenkomst engageert de stagegever zich ertoe aan het welslagen van de stage mee te werken door de stagiair taken op te geven, aangepast aan de gevolgde studies en rekening houdende met de competenties van de stagiair. Deze stagetakenlijst vormt een extra bijlage bij de stageovereenkomst.

Omschrijving van de stagetaken:

Beheren van onze social media kanalen (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, X, YouTube, ...)

Visuals maken in Illustrator, Photoshop, After Effects en Premiere Pro

Schrijven van creatieve short copy

Live reporting van events op onze social media kanalen

Community management / community building / conversation management

Helpen bij pre-production, production en post-production van video's en podcasts

Nadenken over de optimalisatie van onze kanalen

Nieuwe formats bedenken voor onze social media kanalen

Nieuwsbrieven en mailing opstellen en versturen

Meewerken aan de content voor ons (online) magazine

Meewerken aan de content voor ons (online) magazine

Goedgekeurd door stagebegeleider Hogeschool
Naam: Alex Kolotoukhina

Goedgekeurd door stagebegeleider
Handtekening

Helen Halkett

Communicatie - Brand Building & Content Creation

Stagedossier

