

**Petra de Boevere**

# **Meisje van de Slijterij**

DURF TE DELEN EN ERVAAR DE KRACHT VAN  
SOCIAL MEDIA VOOR JEZELF EN JE BEDRIJF



## Voorwoord

Vorig jaar ontdekte ik op Twitter iemand die zich @Slijterijmeisje noemde. Het was geen hogere wiskunde om uit te vogelen dat daar een slijtster achter schuilging, als dat tenminste de vrouwelijke vorm van slijter is, met een winkel in Breskens, een eigen site en een blog.

Nu zat mijn huwelijk in een fase die door mijn echtgenote en mij 'de grote wijntwisten' is genoemd. Mijn vrouw hield, en houdt in extreme mate van de frisse sauvignon blanc-druif, vaak gecombineerd met vetting hout. Ik ben daarentegen meer van de wat hoerige chardonnay, maar dan vaak zonder al te veel opdringerig hout.

Lang zijn wij op zoek geweest naar de ideale wijn om samen te drinken. Een avond in een restaurant liep altijd uit op een veldslag om de wijnkaart. Loire (sauvignon blanc) met zijn verschillende gradaties kattenpis versus bourgogne (chardonnay) met zijn liters karakterloze zaagseljus. Chablis (mineraalachtig) versus côte de beaune (boterig). Nieuwe-wereldwijn (innovatief, maffe gisten) versus oude-wereld (*terroir*, traditie). Kurk versus schroefdop.

'Doe mij eens een doosje bijzondere witte,' twitterde ik @Slijterijmeisje op goed geluk, omdat mijn vrouw en ik

wel wat huwelijks counseling van een deskundige konden gebruiken. Retailtherapie. Een dag later bezorgde de postbode een vrolijke doos met daarin drie flessen hout voor mijn vrouw en drie flessen houtarm voor mij. Het was een openbaring.

Bij die eerste lichting, want er volgden nog vele meisjesdozen, zat een wijn die we tot op de dag van vandaag koesteren: Alexanderfontein 2008 uit het Zuid-Afrikaanse Darling. Een maf genoeg houtvrije sauvignon blanc, die inmiddels tot een van onze lievelingswijnen behoort.

En passant was ik onder de indruk geraakt van het bedrijf van @Slijterijmeisje, die in het echte leven Petra de Boevere bleek te heten. Voor een consument, als ik mezelf daar even toe mag rekenen, is haar werkwijze even eenvoudig als aangenaam. Wijn is een plezierartikel en de aanschaf ervan onderdeel van de lol.

Tot ik bij Petra kocht, struinde ik uitsluitend rond in real-life-slijterijen, met die heerlijk doffe geur van gebottelde verlangens. Dankzij @Slijterijmeisje kwam ik erachter dat haar manier van acquisitie en verkoop óók amusant en verrassend kan zijn.

Het is mooi dat zij nieuwe technieken en mogelijkheden van internet onderzoekt en gebruikt. Dit lijkt me een verrijking. Een tijd terug vertelde ze me dat ze gevraagd was om een boek te schrijven over haar digitale avonturen. Zoals Petra mijn vrouw en mij geholpen heeft met onze zoektocht door het wijnlandschap, zo is het mij een eer deze aanbeve-

lende woorden te mogen schrijven.

En omdat ik weet dat Petra houdt van innovatieve manieren waarop klant en handelaar communiceren, wil ik tot slot graag van de gelegenheid gebruikmaken door een in een voorwoord volgens mij nog niet eerder geopperde vraag te stellen: @Slijterijmeisje, zou ik bij dezen nog een doosje Alexanderfontein 2008 kunnen bestellen?

Ronald Giphart

## Inleiding

Toen ik op de middelbare school zat wilde ik cabaretière worden. Maar in Amsterdam naar de kleinkunstacademie zat er niet in. Zo'n eigenwijs provinciaals meisje met een grote mond in een grote stad, dat leek mijn ouders niet zo'n goed idee. Dat ik vervolgens al heel snel in de drank terecht kwam was dan weer wel acceptabel. Sommige dingen blijven echter je leven lang kriebelen. Ik vond het leuk om te schrijven en toen weblogs hun intrede deden, kon iedereen eenvoudig zelfstandig publiceren en een publiek bereiken. Mijn leven werd steeds leuker.

Gedurende de jaren experimenteerde ik heel wat af. Hoe meer ik durfde te delen, hoe meer van mijn dromen uitkwamen. Ik kreeg zakelijk dingen voor elkaar die me voorheen nooit gelukt waren. Ik had en heb maar een klein slijterijtje, maar door tijd en energie te investeren, bereikte ik voor mijn gevoel meer dan ik ooit met grote marketingbudgetten had kunnen doen. Het geheim is dat internet persoonlijk is geworden en er achter elk toetsenbord een mens zit. Je kunt de kracht van social media pas herkennen als je zelf ook sociaal bent.

Zo heb ik al jaren een lijstje. Een lijstje waarop dingen staan die ik ooit nog eens wil doen, wie ik graag zou wil-

len ontmoeten, met wie ik graag eens aan tafel zou willen zitten. Eigenlijk is het een soort dromenlijstje. Sinds ik digitaal netwerk, sinds 2003, kan ik steeds meer dingen van dat lijstje wegstrepen. Dingen die ik altijd als onhaalbare doelen bestempelde, overkomen me tegenwoordig gewoon. Al is het nog steeds niet gewoon, want ik verwonder me er nog elke dag over.

Door dromen te delen komen ze uit. Als niemand weet wat je graag wilt, zul je het ook nooit krijgen. Het is de wet van Sinterklaas, iets waar je niet om vraagt, zul je ook nooit krijgen. De kans dat je de juiste Sinterklaas tegenkomt is met de technieken anno 2010 wel veel groter geworden dan vroeger. *De wet van Sinterklaas* is een boekje van Rob de Best, één van de honderden inspirerende mensen die ik in de afgelopen jaren heb mogen ontmoeten. BELEVINGSVERBETERAAR staat er op zijn visitekaartje, en als je dan ook nog De Best heet, dan intrigeert dat.

Op mijn dromenlijstje stond al vanaf het begin 'een boek schrijven'. Een paar jaar geleden bedacht ik dat wat ik de afgelopen jaren allemaal meemaakte als gevolg van mijn internetgebruik, wat ik ervan leerde en wat het me bracht, een prachtig boek kon opleveren waarmee ik andere mensen kon inspireren. Maar zou men dat wel willen lezen? Zou iemand het kopen?

Die vragen weerhielden me om een paar maanden intensief te gaan schrijven, maar ik deelde de droom wel met anderen. En toen kwam de dag dat Timo Boezeman van A.W. Bruna me belde. Hij vroeg me het boek te schrijven dat ik

stiekem eigenlijk al wilde schrijven. Dit is het dan. Mijn verhaal, maar wel met een boodschap.

In dit boek vertel ik mijn verhaal waarin internet en social media de afgelopen tien jaar een enorm grote rol hebben gespeeld. De wereld werd kleiner en mijn kennissenkring en netwerk werden groter. Ik kon dingen doen waar ik vroeger alleen van droomde. Ik kreeg de kans mijn dromen waar te maken, omdat ik, dankzij de beschikbare techniek, toegang had tot de hele wereld en ik eenvoudig kon laten zien wie ik was, wat ik deed en waar ik voor stond.

Er is maar één Petra de Boevere. Die Petra heeft een gezin, heeft een passie voor dranken, is ondernemer, is eigenwijs, heeft een mening, is politiek actief, maakt zich druk, is soms verdrietig maar vaker euforisch, is nieuwsgierig, heeft genieten vooropstaan en houdt wel van een goede grap of stunt op zijn tijd. Al die aspecten samen maken mij tot wie ik ben en hoe meer aspecten ik online van mezelf liet zien, hoe meer dingen me ook lukten.

Dit is geen handboek en het is ook geen stappenplan. In dit boek beschrijf ik de stappen die ik heb genomen op de digitale snelweg. Ik stond tien jaar geleden nog onder aan de digitale trap. Elke trede die ik nam terwijl ik die trap opging moest ik ook nemen. Van elke traptrede leerde ik iets. Het was niet alleen de techniek die ik me eigen maakte, en die zich steeds verder ontwikkelde, ik leerde ook wat me iets bracht en wat niet, wat mij persoonlijk lag en wat niet. En ik leerde dat, terwijl bijna niemand in mijn omgeving begreep wat ik deed en waar ik mee bezig was, ik wel dege-

lijk iets aan het opbouwen was. Ik bouwde namelijk kapitaal op. Niet in geld; ik bouwde sociaal kapitaal op en voor mij is dat waardevoller, dat geeft meer bevrediging dan een hoog banksaldo me waarschijnlijk ooit zal kunnen geven. Maar uiteindelijk ging ik ook geld verdienen met de dingen die ik leuk vond om te doen. Doordat ik had gegeven, kreeg ik uiteindelijk ook terug. Het is waar dat je pas kunt vermenigvuldigen als je kunt delen.

Een boek schrijven is wel iets heel anders dan een blogpost of een column schrijven. De boekenmarkt zit ook heel anders in elkaar dan de drankenmarkt waar ik in thuis ben. Als ik een drankje of iets exclusiefs voor mijn winkel wil bedenken, heb ik eerst een drankje en ga ik daarna nadenken over de fles, het etiket en de naam. Bij boeken werkt dat toch anders. Nog voor ik begon te schrijven moest er al een omslag komen. Na een brainstorm op mijn blog en Twitter was ik eruit. Het moest een foto van mij worden, opgebouwd uit de avatars van volgers op Twitter. Alle mensen uit mijn digitale netwerken tezamen voegen namelijk iets toe aan mijn persoon. Achter elk toetsenbord zit een mens, een echt mens met ideeën, kwaliteiten, kennis en een mening. Het omslag kwam er dankzij @Remcobron (Remco Bron), die de foto maakte, @Basjobsen (Bas Jobsen), die het voor elkaar kreeg alle avatars van mijn volgers binnen te halen via de API van Twitter, en @Basturk (Bas Turk), die het fotomozaïek maakte met zijn bedrijf Mymoza.

Zelf weet ik niet alles, maar samen weten we dat wel. Soms is het fijn om een idee of vraag in de groep te gooien. Mijn onlinecontacten inspireren me, helpen me, motiveren me,



steunen me, laten me vaak ook relativeren en ik denk dat ik dat op mijn beurt ook voor hen doe.

Er was dus een omslag, maar er was nog geen boek. De verhalen zaten nog in mijn hoofd. Ik werd dan ook een beetje zenuwachtig toen mensen al aan het bestellen waren nog voor het boek er was. Maar het is gelukt om de verhalen van mijn hoofd naar mijn toetsenbord te krijgen. Dat kon ik niet alleen. Daarom heb ik ook een heel rijtje mensen dat ik wil noemen, omdat het me zonder hen niet was gelukt. Allereerst mijn drie mannen. Bram, Pepijn en Merijn. Bram is mijn man. Pepijn en Merijn zijn onze zonen en behoren tot de zogenaamde netwerkgeneratie, ook wel *Digital Natives* genoemd. Ze zijn beiden verschillend en maken ook op verschillende manieren gebruik van de technieken die 2010 hun biedt. Bram, Pepijn en Merijn hebben best weleens wat te stellen met die vrouw en moeder, maar ze steunen me wel altijd. Ik had het nooit zonder hen gekund. Veel passages heb ik aan Bram voorgelezen en ik kreeg van hem ook veel eerlijke kritiek, waar ik trouwens niet altijd wat mee heb gedaan.

En dan al die mensen die geholpen hebben met de totstandkoming van dit boek, stukjes hebben bijgedragen of previews hebben gelezen om me feedback of bevestiging te geven: Timo, Monique, Peter, Erwin, Ronald, Jan, Frits, Justien, Anna-Maria, Yvonne, Martijn, Hare Majesteit koningin Beatrix (door middel van haar kerstboodschap), Jan, Murk, Astrid, Sanne, Marian, Marcel, Rian, Harrie, Felix, Petra H, Marco, Multiscope en de vertegenwoordigers van drankenmerken die me bezochten en verplicht werden om

eerst naar een passage te luisteren voor we de bestellingen deden. Maar ook iedereen die me inspireerde, volgde, mijn blog las en filmpjes keek. Zonder jullie, en al die anderen die ik misschien nog wel vergeet, was dit boek er helemaal niet geweest.

Als laatste, maar zeker niet de minste, bedank ik Ronald Giphart, die bereid was het voorwoord te schrijven. Ronald ging mij volgen op Twitter en vroeg om wijnadvis. Dat gaf ik hem met liefde en hij bestelde verscheidene ‘meisjesdozen’. Op zijn beurt heeft hij mij weer uitgelegd hoe de boekenmarkt in elkaar zit. Ieder zijn vak. Toen hij me de eerste keer belde zei ik: ‘Wow, nu heb ik als simpel blogger-tje en slijter zomaar een echte schrijver aan de lijn!’ Waarop hij antwoordde: ‘Maar wel eentje die in alle kranten staat.’

In een boek kun je geen filmpjes laten zien en een boek vol blogpostings of lange webadressen is het in mijn ogen ook niet helemaal. Daarom heb ik op Meisjevandeslijterij.nl een aparte pagina aangemaakt waar per hoofdstuk van dit boek linkjes te vinden zijn naar de relevante blogs, postings, filmpjes en verhalen waar ik in dit boek naar verwijs. Ik wens je veel leesplezier.

# Durf te delen

## Landgenoten

‘Tegenwoordig zijn uw burens misschien vreemden, maar kunnen uw naasten zich vele duizenden kilometers verderop bevinden. Dankzij de techniek kunt u anno 2010 eenvoudig contact onderhouden met uw naasten. Grootouders zien en spreken hun kleinkinderen in verre landen. Je spreekt elkaar soms elke dag. Mensen communiceren via snelle, korte boodschapjes. Onze samenleving wordt steeds socialer. Mensen leven mee met virtuele naasten die aan ernstige ziektes lijden of sterven. Mensen helpen elkaar, zijn bereid kennis te delen en samen bereikt u meer.

De moderne technische mogelijkheden maken de wereld en Nederland, mooier. Afstanden vervagen en virtuele contacten zijn complementair geworden aan die in de fysieke wereld. U hebt zich aangepast aan de techniek. U hebt niet minder contact, maar juist meer. U leert andere mensen online kennen en diept die contacten uit in de fysieke wereld. U verschijnt op de uitvaart van mensen van wie hun burens dachten dat ze geen vrienden hadden, maar die hadden ze dus wel. Ik constateer nog wel een diepe kloof tussen de gedigitaliseerden en de steeds kleinere groep die dat niet is. Daar moeten wij met zijn allen aan werken.’

Dit was niet de kerstboodschap van de koningin op 25 december 2009. Die zag er juist heel anders uit. Ik ben zo vrij geweest enkele passages voor haar volgende kerstboodschap te schrijven.

Haar woorden met kerst 2009 waren namelijk: 'In deze tijd van mondialisering zijn snelheden vergroot en afstanden verkleind. Technische vooruitgang en individualisering hebben de mens onafhankelijker en afstandelijker gemaakt. Tegenwoordig zijn zelfs burens soms vreemden. Je spreekt elkaar zonder gesprek, je kijkt naar elkaar zonder de ander te zien. Mensen communiceren via snelle, korte boodschapjes. Onze samenleving wordt steeds individualistischer. Persoonlijke vrijheid is los komen te staan van verbondenheid met de gemeenschap. De moderne technische mogelijkheden lijken mensen wel dichterbij elkaar te brengen maar ze blijven op veilige afstand, schuilgaand achter hun schermen. Wij kunnen nu spreken zonder tevoorschijn te komen, zonder zelf gezien te worden, anoniem. Domweg, grofweg emoties uiten is makkelijk geworden. Op spreken zonder respect wordt niemand meer afgerekend. Niet het vreemd zijn maakt de ander agressief, maar agressiviteit maakt de ander tot vreemde.'

Deze kerstboodschap, waar ik me totaal niet in kon vinden, inspireerde me tot het schrijven van een brief aan Hare Majesteit, waarin ik haar probeerde uit te leggen dat de wereld juist mooier werd dankzij de technologische ontwikkelingen. Ik had de indruk dat Hare Majesteit de wereld van 2010 niet meer begrijpt. Internet is in de jaren steeds volwassener geworden en social media maken mensen naar mijn mening ook echt socialer. Natuurlijk is het nog steeds mogelijk om anoniem van alles te roepen op internet, maar

anoniem roepen wordt wel steeds minder serieus genomen. Een mening heeft pas waarde als je ook weet van wie die mening afkomstig is. En anders is er ook altijd nog het kruisje rechtsboven, zoals er ook een knop op je tv zit: Doe Maar zong het al in de jaren tachtig, je hoeft niet alles te lezen. Alles is een keuze.

De brief die ik terugkreeg van het Koninklijk Huis, waarin gemeld werd dat de koningin kennis genomen had van mijn opmerkingen, was nog met een typemachine getypt op prachtig papier. Misschien is het kabinet van de koningin wel de laatst overgebleven organisatie met een echte typekamer met ratelende typemachines. En ook dat heeft zijn charme.

## Durf te delen

Je had dit boek waarschijnlijk niet gekocht als je niet nieuwsgierig was naar de mogelijkheden van nieuwe media en Web 2.0. Als je nog niet ingestapt bent, doe het dan nu. Maar als je denkt dat je er bent door een aantal accounts en profielen aan te maken, moet ik je helaas teleurstellen. Het is een investering. Niet van geld maar van tijd en energie waar je pas in de toekomst van kunt gaan profiteren, zowel zakelijk als privé.

Delen betekent niet alleen halen maar vooral brengen. Als het je lukt toegevoegde waarde te brengen, krijg je die uiteindelijk ook terug. Ik noem het de gunfactor, of de Whuffie Factor zoals Tara Hunt, die een boek met gelijknamige titel schreef, het noemt. Whuffies staan voor sociaal kapitaal en de nieuwe kapitalisten zijn volgens haar de mensen met

de meeste whuffies. Whuffies verdien je door te geven. Je geeft geen geld maar toegevoegde waarde.

Geef advies als men dat vraagt, help mensen als je dat kunt, deel je kennis en wees jezelf. Ook als het even wat minder gaat.

Als je je begeeft in sociale netwerken, die altijd bestaan uit mensen, kun je je niet beperken tot een louter zakelijke houding. Dat kun je wel proberen, maar het zorgt er nooit voor dat er tussen jou en anderen een band ontstaat. Die band is namelijk cruciaal. De huidige technieken maken het ons mogelijk om anders en sneller te communiceren, maar ze maken het ook mogelijk om met elkaar te delen en elkaar te inspireren. Er zullen altijd hordes mensen zijn die helemaal niet willen delen. Dat is ook helemaal niet erg, iedereen maakt gelukkig zijn eigen keuzes. Weet alleen wel dat als je alleen wilt zenden, social media je weinig of niets zullen brengen.

Er bestaan op internet vele duizenden community's. Mensen met gelijke interesses vinden elkaar en het stelt wel degelijk allemaal iets voor. Zie het als een kroeg. Niet iedereen die aan een bar zit ligt je en je zult niet met iedereen een gesprek aanknopen. De bar op internet daarentegen is zo enorm lang dat er altijd wel mensen tussen zitten met wie je een klik hebt.

### **Hoe het begon**

Als kind dacht ik dat rijk en beroemd synoniemen waren: als je beroemd bent, ben je ook rijk.

En in wezen is dat natuurlijk ook zo. Je bent rijk omdat je veel mensen kent, omdat veel mensen jou kennen, omdat je een waardevol netwerk hebt, omdat veel mensen waarderen wat je doet, omdat je invloed hebt, omdat jij mensen inspireert en omdat jouw bijdrages als waardevol worden gezien. Maar rijkdom heeft in die zin heel weinig met geld te maken. De kunst is om eerst die sociale rijkdom te bereiken, zodat je die waarde vervolgens financieel kunt verzilveren. En daarbij speelt internet voor mij een belangrijke, of misschien wel de allerbelangrijkste, rol.

Toen ik zeventien was, runde ik een café. Op mijn negentiende werkte ik op een cruiseschip in het Caribisch gebied, waarop ik ook mijn man ontmoette. Hij was machinist aan boord. Daarna heb ik nog enkele jaren op de Olau Line, de veerdienst van Vlissingen naar Sheerness (Engeland), gewerkt en tussendoor was er in een toeristisch gebied als West-Zeeuws-Vlaanderen altijd wel werk in de horeca te vinden. In september 1993 startte ik, na tien jaar in de horeca te hebben gewerkt, mijn eigen slijterij in Breskens. Ik had natuurlijk ook een horecabedrijf kunnen beginnen, dat blijf ik een prachtige branche vinden, maar ik wilde ook een gezin. Een winkel gaat 's avonds op slot, in een horecabedrijf ben je nooit klaar. En met een partner die andere ambities heeft moet je dan wel iets gaan doen waar je bij wijze van spreken tot je 65e plezier in kunt hebben.

Voor een baas blijven werken was in mijn ogen geen optie. Daarvoor was ik te eigenwijs. Ik zag altijd wel dingen die in mijn ogen beter konden en ik liet me niet zo eenvoudig de wet voorschrijven. Daarin ben ik trouwens niet veranderd.

Mijn partner voer en was maanden van huis en ik begon een slijterij/wijnhandel omdat ik gek was van drank. Je moet iets doen waar je verstand van hebt en in mijn geval was dat nu eenmaal drank.

We namen een tweede hypotheek, huurden een pandje naast een supermarkt en ik kon losgaan. Maar ik had me in al mijn enthousiasme wel op een aantal dingen verkeken.

De thuismarkt bleek heel anders in elkaar te zitten dan de horecamarkt. Bovendien dacht ik heel veel verstand van sterkedrank en wijn te hebben, maar ook dat kon een stuk beter en, last but not least, echt welkom in de branche was ik ook al niet. Waar ik eigenlijk had verwacht enthousiast binnengehaald te worden als 26-jarige die het aandurfde een slijterij te beginnen en van nul op te bouwen zodat elke gulden omzet een overwinning op de concurrentie was, begon de VNSW, de Vereniging van Nederlandse Slijters en Wijnhandelaren, tegenwoordig Slijtersunie geheten, een proefproces tegen me. Ze zochten jurisprudentie voor slijterijen bij supermarkten. Sommaties, kort gedingen, procedures, ik voelde me behandeld als een crimineel, terwijl ik alleen maar een winkel was begonnen. Het maakte me gek, ik sliep niet meer.

In de polis van de rechtsbijstandsverzekering die ik bij het starten van mijn bedrijf had afgesloten, stond een clause dat alle kosten die verband hielden met het opstarten van je bedrijf, niet onder de dekking vielen. Ik kwam al snel tot de conclusie dat het slimmer was geweest als ik rechten was gaan studeren. Dan had ik tenminste echt geld verdiend.

De bank wilde in de tussentijd wel elke maand geld zien. De juridische kosten liepen op. Uiteindelijk besloot ik in



het voorjaar van 1995 eieren voor mijn geld te kiezen. We verkochten met pijn in ons hart het polderhuisje waar we zo van hielden en waaraan we vijf jaar zelf hadden verbouwd. Het huisje waarvan ik zelf tot bloedende handen toe muren had gevoegd en waarvan eigenlijk alleen de oorspronkelijke voorgevel nog was blijven staan. We kochten een woonwinkelpand een eindje verderop. Van het huurcontract van de oude locatie kwam ik natuurlijk niet zo gemakkelijk af en inclusief alle kosten had dat hele grapje van enthousiast een winkel beginnen door al die slopende procedures ons meer dan een ton in guldens gekost.

Als het aan mijn man lag, was ik gestopt, met schulden. ‘Ze gunnen het ons niet, stop er nu maar mee, dit wordt helemaal niks.’ Maar zo zit ik nu eenmaal niet in elkaar. Ik zei: ‘Nu denken ze dat ze last van me hebben, maar ik zal zorgen dat ze het echt krijgen.’

Jarenlang moest er geld bij, ik werkte me zeven slagen in de rondte en kreeg tussendoor twee prachtige zonen. Schijnbaar voelt je lichaam het aan wanneer je daar even tijd voor hebt. De winkel was op zondag en dinsdag gesloten. Pepijn is geboren op een zondag en Merijn op dinsdag. Ik heb een zus met een drogisterij. Haar winkel was gesloten op zondag en woensdagmiddag. Haar kinderen werden dan ook geboren op zondag- en woensdagmiddag. Misschien is het toeval, maar volgens ons is het dat niet. Bevallen doe je alleen als je er tijd voor hebt, basta.

Toen ze baby's waren, had ik de jongens altijd bij me achter de winkel of in hun Maxi-Cosi achter de toonbank. In het

dorp werd er soms schande van gesproken, want er huilde er weleens een en dat zou onprofessioneel zijn. Soms duwde ik een net aanwezige vertegenwoordiger een baby met fles in de hand wanneer er een klant binnenkwam en als het echt uit de hand liep, kon ik altijd de buurvrouw bellen. Als ik een luier aan het verschonen was en er kwam een klant binnen, legde ik de baby op een handdoek op de grond zodat er niets kon gebeuren en ging ik eerst de klant helpen. Klanten gingen overdag nu eenmaal voor. Als ik dan eindelijk terugkwam werd ik toegelachen, en lag hij nog altijd gewoon met die blote billetjes op de grond.

O ja, ik voelde me best weleens een slechte moeder en ik voelde me ook weleens een slechte ondernemer, maar ik had nu eenmaal gekozen om én moeder én ondernemer te zijn. Dus dat moest en zou ik combineren. Op drukke dagen hadden we een oppas aan huis. Boven de winkel, zodat ik wel altijd bereikbaar was als er echt iets aan de hand was.

Ik schreef in die tijd stukjes voor lokale bladen. In het begin tikte ik die op een typemachine en faxte ik ze. In de avonden zat ik daarnaast nog in het bestuur van de winkeliersvereniging, en de omzet groeide elk jaar. Ik volgde ook nog een vinologencursus bij het Eigentijds Vlaams Wijninstituut in Brugge, en het jaar erop de cursus voor Meestervinoloog; dat papiertje haalde ik in 1999.

Het leukste van mijn vak was en is nog steeds het adviseren en enthousiasmeren. Het verhaal achter de fles, achter elke fles. Die verhalen wilde ik kennen en vertellen en dat deed ik ook. In mijn winkel en in die stukjes in de lokale bladen.

Ik las alles wat los en vast zat, ik werd een echte vakidoot. Ik wilde alles proeven en serveerde het af wanneer ik het bagger vond. Want iets waar ik niet achter stond kon ik toch niet verkopen.

Toen kwam internet in mijn leven.

## **De digitale snelweg**

Mijn eerste computer nam ik over van mijn verzekeringsagent, die in 1993 zelf een nieuwe aanschafte. Ik had natuurlijk wel pc's gezien in de bedrijven waar ik gewerkt had, maar als serveerster of barkeeper moest je vooral de kassa kunnen bedienen. Ik had nooit met een computer gewerkt. Dat was ook niet nodig, computers waren voor kantoor-mensen, ik zorgde voor gasten.

Op die eerste computer stond WordPerfect. WordPerfect was een tekstverwerkingsprogramma dat ik nooit gesnapt heb, en daar kon ik dus ook niets mee. Na avonden vol frustratie ging ik mijn stukjes maar weer op mijn elektrische typemachine tikken met een flesje Typex ernaast om te kunnen corrigeren. Ik gebruikte die computer alleen om te telebankieren met een telefoonmodem en af en toe uit verveling een spelletje patience te spelen.

Ergens in 1996 kreeg ik internet, via datzelfde telefoonmodem. Het dreef mijn telefoonrekening tot ongekennde hoogtes. Ik wilde namelijk alles weten en er kwam geen eind aan dat internet. Ik klikte heel de wereld door, vrat informatie en bleef me verbazen dat dit zomaar vanuit huis kon. Dat

informatie zo bereikbaar werd. Ik vond het geweldig en het kostte me dan ook vaak mijn nachtrust.

Microsoft maakte het me toen ook mogelijk om stukjes te tikken op die computer. Het programma Word snapte ik namelijk wel. En het maakte me blij.

Er was echter ook wel een nadeel. Als ik me druk maakte over iets, schreef ik weleens een ingezonden brief naar een krant of vakblad. Maar voordat ik die had getikt, in een envelop had gestopt en ook nog een postzegel had gevonden, was er al heel wat tijd verstreken. Vervolgens moest ik ook nog een brievenbus zoeken om die brief te posten en vaak bleef die brief dus ongepost boven op de kast liggen. Nu ik kon e-mailen schrok ik soms zelf van de snelheid waarmee ik op verzenden kon klikken en wat ik daarmee soms in gang zette. Zo kon het bijvoorbeeld dat het televisieprogramma *Ook dat nog!* zich met een conflict tussen mij en de gemeente ging bemoeien waardoor een wethouder het een beetje moeilijk kreeg. Ik leerde dat tot tien tellen zo nu en dan slim was. Maar ik maakte vooral driftig gebruik van de mogelijkheden van de snellere, digitale communicatie. Zo kon ik in 2002 Kamerleden mailen om mijn mening te geven toen ik boos was over een ophanden zijnde accijnsverhoging die de branche loeihard zou treffen en per mail mijn collega's oproepen de faxapparaten in Den Haag gek te maken.

Ik ging de e-mailadressen van klanten verzamelen. Klanten die in 1999 al internet hadden vonden het toen, en in het begin van deze eeuw, nog fantastisch om e-mail te ontvangen. Dat is inmiddels wel veranderd sinds ieders mailbox elke dag vol spam zit.