

# PR magazine



*If I had one dollar  
left, I'd spend it on PR  
-Bill Gates*

# INHOUDSTAFEL

04

*Waarom jij PR moet studeren*

06

*Wat motiveert ons?*

08

*Gastcollege Politieke Communicatie*

10

*Gastcollege Public Relations bij RCA*

12

*Gastcollege Interne Communicatie*

*Gastcollege Strategische communicatie,  
veranderings- en crisiscommunicatie*

14

*Gastcollege Woordvoerderschap*

16

*Ons project: Flik zkt Flik*

18

*Netwerkevent Idearté*

23

*Onze lectoren*

25

# Waarom PR?

*Lieve student*

*Wat fijn dat jij interesse toont in de masterclass Public Relations. Misschien twijfel je nog over je afstudeerrichting of weet je nog niet helemaal wat PR nu eigenlijk inhoudt. Wij, vijf afgestudeerden PR'ers stonden nog niet zo heel lang geleden ook in jouw schoenen en daarom geven we in dit magazine graag wat meer informatie over onze masterclass.*

*Public Relations is een veelomvattende afstudeerrichting, waarin je onder andere kennis maakt met politieke, strategische en interne communicatie, woordvoerderschap, overheidscommunicatie, veranderingscommunicatie, netwerken en public affairs, eventcommunicatie, perscommunicatie, crisiscommunicatie en doelgroepencommunicatie. Alles komt aan bod in deze opleiding: van het schrijven van een persbericht tot een gehele campagne uitdenken.*

*Laat je in dit magazine onderdompelen in onze wereld. We nemen je mee in onze lessen, in de gastcolleges en in onze opdrachten. Daarenboven stellen we je met plezier voor aan de lectoren die een drijvende kracht waren binnen onze masterclass.*

*Veel leesplezier!*

*Powerteam PR*





*The '22-'23 Team*

# Wat motiveert ons?



Van waar mijn keuze voor de masterclass Public Relations? De keuze naar de masterclass Public Relations stond bij mij vanaf het begin van mijn studie al vast. Ik werd tijdens de coronapandemie namelijk geïnspireerd door de vele persconferenties die werden gegeven. Ik dacht die wil ik later organiseren, en als het kan zelfs beter. Ik hoop in de toekomst op een job, waarbij ik de verschillende aspecten van Public Relations kan beoefenen. Want zowel interne communicatie, woordvoederschap als het organiseren van PR-events spreken mij aan. -Imani Laenen

De veelzijdige masterclass Public Relations was me op het lijf geschreven. Ik wilde mijn voorliefde voor taal, mijn brede interesse in communicatie en mijn soft skills verder uitbouwen en een communicatieve duizendpoot worden. Als PR-expert in spé heb ik geleerd dat daarbij alles draait om beeldvorming en anticipatie. Ik kijk er dan ook enorm naar uit om binnenkort in het echte werkveld als woordvoerder relevant en betekenisvol te communiceren met de buitenwereld. -Fébe Coenen





Ik koos voor de richting communicatie omdat ze zo veelzijdig is. Daarom besloot ik ook in mijn laatste jaar te kiezen voor de masterclass die me naar mijn gevoel het minst beperkte. De masterclasses event, branding & advertising en social media zijn veel specifieker dan PR en schrikten mij daarom wat af. Ondertussen ontdekte ik dat ik de juiste keuze maakte en helemaal thuis hoor in de wereld van PR. Door deze masterclass ben ik te weten gekomen dat ik later graag terecht wil komen in de fashion PR.  
-Emma Claes

Mijn interesse voor PR ontstond tijdens de les Public Relations van meneer Hoebers in het tweede jaar. Hij liet ons een taak maken omtrent interne communicatie. De opdracht en de materie die hij behandelde gedurende de lessen gaven mij steeds meer de bevestiging dat dit de richting was die ik uit zou willen gaan. Public Relations valt niet te omschrijven in enkele zinnen, het is een combinatie van verschillende aspecten. Laat net dat hetgeen zijn wat mij zo prikkelt om hierin door te stromen! -Marie Daniëls



Mijn favoriete serie is Sex And The City. Het iconisch karakter, Samantha Jones, heeft in de serie haar eigen PR-bureau. Sindsdien ben ik heel erg geïnteresseerd in de wereld van de PR. Ik ben me meer en meer gaan verdiepen in het onderwerp waardoor mijn interesse is blijven groeien. Toen ik moest kiezen tussen PR en de andere afstudeerrichtingen, was mijn keuze heel snel gemaakt. Tot vandaag de dag ben ik nog steeds heel blij en vooral dankbaar voor alles wat ik al heb bijgeleerd. -Freya Kellens

# GASTCOLLEGE POLITIEKE COMMUNICATIE INDRA ENGELBOSCH

Kabinetsmedewerker Indra werkt bij de stad Beringen en introduceerde ons in de wondere wereld van de politiek. Na de uitleg over de werking van een lokaal bestuur hadden we voldoende achtergrondinformatie om te beseffen dat perscommunicatie een belangrijk onderdeel van politieke communicatie is. Je moet als communicatieverantwoordelijke immers nadenken over wat waardig is om gecommuniceerd te worden en over hoe je iets framet.



“

Ik heb vooral onthouden dat goede politieke communicatie via diverse kanalen verspreid kan worden en daarin verschilt het natuurlijk met overheidscommunicatie. Bovendien vond ik het boeiend om een maatschappelijke boodschap in een gekleurd jasje te steken en zo een communicatieplan uit te denken. Framing is hierbij natuurlijk het allerbelangrijkste.  
-Fébe

08



Daarenboven is het goed om te weten dat er een duidelijk verschil bestaat tussen politieke communicatie en overheidscommunicatie. Want ze hebben elk hun eigen kanalen, medewerkers, doelen en stijl. Elk van deze vakgebieden staan ook voor diverse communicatie-uitdagingen. Bij politieke communicatie is dat bijvoorbeeld het feit dat het beleid soms om de zes jaar verandert in functie van de verkiezingen.

De communicatiekanalen in de politiek zijn heel uiteenlopend en kunnen elk ook een eigen communicatiedoel verwezenlijken.

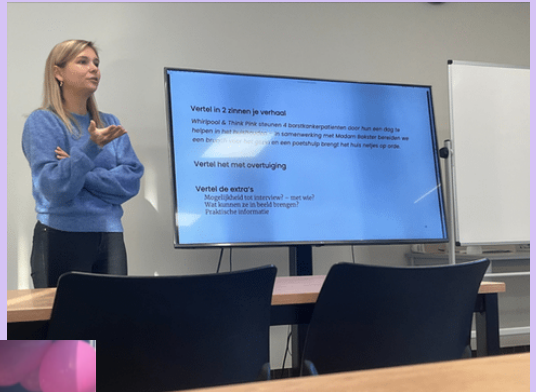
Tijdens deze les kregen wij bovendien de kans om de communicatie van de voorzitters van alle politieke partijen te beoordelen en daarnaast mochten we zelf een maatschappelijke boodschap in een politiek jasje steken. Daarbij moesten we rekening houden met de doelgroep, de kernboodschap, ons standpunt en de kanalen.





# GASTCOLLEGE PUBLIC RELATIONS BIJ RCA EVELIEN OLAERTS

Oud-studente Evelien Olaerts, PR & influencer marketing consultant bij RCA, legde de strategieën en denkwijze bij het opstellen van een echte PR-campagne bloot.



Allereerst liet ze ons kennismaken met de verschillende vormen van Public Relations. Zo leerden we dat er verschillen bestaan tussen 'product PR' en 'corporate PR'. Terwijl het corporate-gedeelte van het vak vooral gaat over het 'in the picture zetten' van het merk zelf aan de hand van nieuws en feiten, worden er bij 'product PR' eerder nieuwe items van het merk bekend gemaakt en is er onder andere communicatie rond influencer-events en limited editions.

Daarna doken we in een case van het merk Whirlpool, waarbij het aandacht genereren voor de samenwerking tussen Think Pink en Whirlpool centraal stond. Een hoofddoel daarbij was dat de pers zoveel mogelijk bereikt moest worden. We overliepen heel het proces: van het opzetten van de campagne tot de brainstorm en de volledige uitwerking.

10



# GASTCOLLEGE INTERNE COMMUNICATIE – AWW KATRIEN WITTEMANS

Katrien Wittemans was ook te gast in de Masterclass Public Relations en zij had het over de interne communicatie bij het Agentschap Wegen en Verkeer. De taak van Katrien en haar interne communicatiecollega? Zorgen dat alle werknemers volledig mee zijn met de strategie en de bedrijfscultuur. Op die manier ontstaat er een uniforme werkomgeving met dezelfde waarden en normen voor iedereen.

Tijdens het gastcollege werden om te beginnen de mogelijke taken van een interne communicatiemedewerker duidelijk. Zowel copywriting, contentcreatie, employer branding als planning kunnen aanbod komen binnen deze werkomgeving.

“

Het gastcollege van Katrien bevestigde nogmaals dat wie extern wil winnen, intern moet beginnen.  
- Marie





Daarenboven onderzochten we alle interne communicatiekanalen van het Agentschap Wegen en Verkeer. Van een nieuwsoverzicht creëren voor de werknemers tot events op poten zetten en magazines ontwerpen; het zijn allemaal taken van de interne communicatiemedewerker. Meer dan ooit werden alle facetten van dit beroep aan ons blootgelegd.

Tot slot mochten we creatief aan de slag en dat was voor ons natuurlijk het hoogtepunt van de les. We moesten namelijk originele antwoorden verzinnen op korte cases zoals: 'Hoe zouden jullie ervoor zorgen dat er een gevoel van verbondenheid ontstaat bij onze medewerkers?' We lieten ons helemaal gaan en haalden ideeën aan als een gigantisch tuinfeest organiseren met alle werknemers en elkaar nomineren voor collega van de maand.

“

Het enthousiasme van Katrien tijdens het gastcollege spatte er vanaf. De presentatie van Katrien maakte enorm goed duidelijk wat interne communicatie allemaal omvat. Er komt veel meer bij kijken dan enkel en alleen communiceren in-person of via mail met de werknemers van een bedrijf. Met andere woorden, ze stak ons echt aan met haar passie voor interne communicatie. - Imani



# GASTCOLLEGE STRATEGISCHE COMMUNICATIE, VERANDERINGS- EN CRISISCOMMUNICATIE – LIMBURG.NET ILSE LUYPAERTS



“

Some are born great, some achieve greatness, and some hire public relations officers.  
-Daniel J. Boorstin

Ilse Luypaerts, manager Communicatie van Limburg.net en oud-studente van onze opleiding, trakteerde ons op sterke strategische communicatie, veranderingscommunicatie en crisiscommunicatie.

Deze gastdocent stelde ons daarvoor de communicatie rond Optimo voor. Dat is de lancering van de nieuwe afvalophaling in 33 gemeenten, een thema dat duidelijk relevant is voor alle Limburgse gezinnen en daarom is het belangrijk dat de communicatie van Limburg.net proactief en menselijk is.

Vertrekkend vanuit de missie en de doelen van de organisatie werd het plan van aanpak voorgesteld. Want in zo'n veranderingscommunicatie moet je niet alleen rekening houden met de communicatiefases van je plan naar de doelgroep, maar ook met voldoende nazorg; je moet de burgers hulp bieden waar nodig.

“

Bij het gastcollege van Ilse Luybaerts kregen we een sterk staaltje overheidscommunicatie voorgeschoteld en dat triggerde mijn communicatie-hart toch wel! Als communicatiedeskundige ben je hierbij immers een schakel in het spanningsveld tussen de stakeholders en heeft je werk een grotere maatschappelijke meerwaarde voor de burgers. - Fébe



Wanneer er zo'n grote veranderingen de kop zullen opsteken, wil de burger bovendien de voordelen van het innovatieve systeem zien. Daarom is de waarom-fase met zijn eigen communicatiekanalen absoluut noodzakelijk om de aanpak te staven.

Omdat mensen gewoontedieren zijn en veranderingen in hun eigen leefomgeving niet snel integreren, moest er veel aan crisiscommunicatie worden gedaan. Als woordvoerder moest Ilse Luybaerts daarom transparant, meetbaar, feitelijk, oplossingsgericht en eerlijk communiceren.

# GASTCOLLEGE WOORDVOERDERSCHAP – INFRABEL FRÉDÉRIC PETIT



Woordvoerder van Infrabel Frédéric Petit gaf ons een gastcollege over zijn leven als perswoordvoerder. In levensechte cases werden we met onze neus op de feiten gedrukt, want woordvoerder zijn is meer dan een babbeltje slaan. Met de woorden “Welkom in mijn wereld” introduceerde hij ons in zijn boeiende job en zo werd het TV-gezicht van Infrabel - de man die je steeds op het nieuws ziet als er iets gebeurd is bij de spoorwegen - een persoon van vlees en bloed.

“

Ik wil later graag perswoordvoerder worden in een B2B-organisatie! Als gezicht van een onderneming kan je zo in strategische, menselijke en doordachte communicatie het verschil maken voor je doelpubliek. Ik keek dan ook al weken uit naar het gastles van Frédéric Petit en al mijn verwachtingen werden ingevuld. Naast heel wat hard skills, vertelde hij op een hele warme manier over zijn ervaringen met het beroep en de woordvoerdersopdracht was voor mij dan natuurlijk de kers op de taart. - Fébe

16

“

In the midst of  
every crisis lies  
great opportunity.

-  
Albert Einstein



We leerden dat het niet eenvoudig is om perswoordvoerder te zijn. Je moet immers niet alleen permanent zoeken naar een juist evenwicht tussen gezin en werk, maar ook tussen feiten, emoties en strategieën. Naast alle theoretische aspecten van het beroep gaf hij heel wat praktische tips en levenslessen waarmee we als woordvoerder een onderneming feitelijk en positief kunnen positioneren.



EVENT

**Flik zkt Flik**



# FLIK ZKT FLIK

In de eerste lesweken van ons derde jaar kregen we verschillende briefings over hoe onze masterclass Public Relations er dit jaar zou uitzien. We kwamen in contact met Fatma Aldemir, een aspirant-commissaris die onze hulp wou inroepen voor de organisatie en communicatie van een project. Voor haar opleiding tot commissaris bij de politie wilde ze graag 'een soort van infodag' organiseren. Die zou in het thema staan van het rekruteren van allochtone jongeren.



Al snel merkten we dat we voorzichtig moesten omgaan met de communicatie rond het thema diversiteit. Wijzelf behoorden niet tot de doelgroep die we wilden bereiken, daarom schakelden we de hulp in van enkele tussenpersonen die ons verder op weg hielpen.



Een paar uur voor ons event spraken we met de studenten, begeleidende lector en Fatma af in Bistro H. Daar overliepen we het draaiplan nog eens en zorgden we voor een beetje aankleding van de zaal. Ook op het event zelf hielpen we met heel wat praktische zaken. Zo verwelkomden we de gasten en hielden we allemaal het overzicht op heel het event.

Bij aankomst was er een kleine introductie door Fatma Aldemir, aspirant-commissaris. Daarna speelde de hele groep het spel 'Over de drempel' waar ze hun mening konden geven over verschillende stellingen. Hierdoor was er ruimte voor conversatie en discussie tussen de deelnemers en de agenten van politiezone LRH. Vervolgens mochten de deelnemers op speeddate met de agenten en kregen ze uitleg over controle, fouille en handboeien. Tenslotte volgde de rondleiding in het Politiehuis met een exclusieve kijk achter de schermen.





# FLIK ZKT FLIK



- Unieke blik achter de schermen
- Ongestraft je gedacht zeggen
- Exclusieve rondleiding en demo's

**23 november 16u00-18u30**

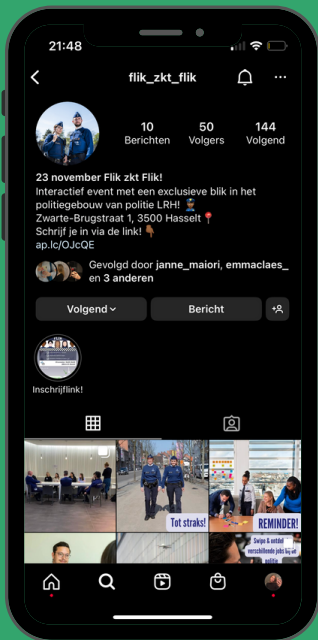
**@Bistro H, Hasselt**

SCHRIJF JE HIER IN!



@flik\_zkt\_flik

@FliktkFlik



Woensdagavond hebben 27 jongeren in de gebouwen van politiekezone LRH kennis gemaakt met de jobs binnen het politiekorps. Dat gebeurde tijdens het event Flik zkt Flik waarbij politiemensen in functie in dialoog gingen met de jongeren en honderduit over hun job vertelden.



Woensdagavond hebben 27 jongeren in de gebouwen van politiekezone LRH kennis gemaakt met de jobs binnen het politiekorps. FOTO: TOM PALMANS

## Meer meisjes dan jongens op event Flik zkt Flik

**POLITIE HASSELT**

Dirk Jacobs

**A**spirant-commissaris Fatma Aldemir, zelf vier jaar bij LRH aan de slag, bokste het event in elkaar, samen met vijf communicatiestudenten bij PXL. "Sinds ik hier ben binnen gestapt, heb ik nog geen dag spijt daarvan", steekt Fatma de jonge kandidaat-politiemensen een hart onder de riem. "We hebben erover nagedacht en willen jullie een beter beeld bezorgen van wat de politie

eigenlijk is en doet. Dat doen we met een interactief spel, een rondleiding door onze gebouwen en een open gesprek waarin bijvoorbeeld rekrutering, kansen maar ook zaken als diversiteit aan bod komen."

Het was Aldemir die onlangs in *Het Belang van Limburg* nog ijverde voor meer kleur bij het blauw in de straat, en deels daarom met dit initiatief kwam. Ze mag spreken van een succes, want van de 27 jongeren had ongeveer de helft een allochtone achtergrond. Onder hen ook Baltu Asil (21). "Alle informatie die je hier krijgt, is mooi meegenomen", zegt Asil. "Er is zeker meer diversiteit bij de politie nodig. Ik ben zelf van Bree en daar zijn er veel verschillende achtergronden, maar dat weerspiegelt zich niet in het politie-

korps. Hier bij politie LRH zie je al wat meer diversiteit, maar in kleine steden dus minder."

Opvallend: het jonge publiek bestond uit een twintigtal meisjes en zeven jongens. "Dat viel me eigenlijk ook al op", lacht Meret Jamin (19) uit Nieuwerkerken. "Ik studeer thuis- en bejaardenzorg en dat is best leuk. Maar ik wil ook andere opties verkennen en dan trekt de actie binnen de politie me wel aan. Of ik al beslist heb? Nee, maar als het me bevalt, kan dat heel snel gaan."

### Tongeren boven

Aan één tafel zitten drie jongemannen, zowaar allemaal zeventien jaar en uit Tongeren. Landbouwstudent Yarne Onkelinx is zowat voorbestemd om hier te zijn. "Mijn ouders zijn agenten,

mijn stiefpapa ook. Ik zie thuis hoe de job is, want ze praten er wel eens over. Dat gaat nooit over concrete dingen, maar over wat ze hebben gedaan. Dat spreekt me enorm aan."

"Papa is agent, hij is fier dat ik hier ben", grijnst Warre Houben, die secretariaat talen studeert. "Maar mama ziet dat al veel minder zitten. Mijn opleiding kan zeker helpen, ik krijg veel taken en ook een flinke portie recht."

"Politie trekt me aan", lacht Nick Houbrechts, leerling tuinbouw. "Ik hou van de feuilletons op tv, zolang het er maar niet zoals in *De Baartpolitie* aan toe gaat. Actie, spanning ... dat maakt de wisselende uren en het weekendwerk wel goed."

"We zijn tevreden met de opkomst voor dit event. Ik zie een mooie groep mensen waarvan we hopen dat sommigen er ooit aan denken om bij ons te komen werken", glundert korpchef Philip Pirard richting de jonge bende. "Als dat zo is, en ook voor anderen, één adres: Zwarte Brugstraat 6. Loop even binnen of stuur een briefje of mail. Het kan het begin zijn van een fantastische loopbaan."

# NETWERKSESSIE IDEARTÉ

Als PR-deskundigen in spé is het belangrijk om te kunnen netwerken. Daarom nodigde communicatiebureau Idearté ons uit op een inspirerend netwerkevenement. De laatste PR-trends werden zo aan ons voorgesteld. Na de presentatie van enkele Vlaamse en internationale sprekers kregen we overheerlijke hapjes voorgeschoteld en mochten we netwerken met bedrijfsleiders en experts uit ons vak. Deze contacten kunnen in ons latere beroepsleven vast en zeker nog van pas komen.



“

Leaders don't create followers,  
they create more leaders

*Advertising is saying  
you're good. PR is  
getting someone else  
to say you're good.*

*- Jean-Louis Gassée*

# ONZE LECTOREN

## LECTOR PR ELLEN THEUNEN

Wat is jouw link met Public Relations?

Naast mijn werk als lector heb ik een drietal communicatiejobs uitgeoefend: commerciële communicatie in een reclamebureau, social profit communicatie bij UNIZO en overheidscommunicatie bij Stad Turnhout. Het werd snel duidelijk dat mijn hart en kunnen liggen bij die laatste twee ervaringen. Public Relations en overheidscommunicatie zijn, voor mij alleszins, de communicatievormen die het meest gefocust zijn op de doelgroep. Ik hou van doorgedreven ontvangersgericht denken. Wat heeft mijn doelgroep nodig? Wat kan ik betekenen voor hen? Zo kom je tot communicatie die een verschil kan maken, die maatschappelijk relevant is en beide partijen verder helpt.

Wat is de meerwaarde van de masterclass Public Relations?

In deze masterclass nemen we een 'deep dive' in PR. Handboeken en lectoren vooraan de klas zijn niet meer aan de orde. Professionals, vaak echte specialisten nemen de junior-collega's mee in hun verhaal. Denk hierbij niet aan een gastcollege dat bedoeld is om te inspireren, dit contact gaat verder: wat dat. De 'les' is praktijkgericht, interactief en sluit vaak af met een pittige challenge. Bv. zelf de rol van woordvoerder opnemen voor de camera, met een journalist, op een geschikte locatie... Deze masterclass vindt plaats in een kleine groep, een groot voordeel. We kunnen 'up close and personal' worden. We starten het semester met een gesprek met de studenten. Opnieuw die vraag: wat heb jij nodig? Welke type professional wil jij ontmoeten? Uiteraard hebben we zelf een aantal gasten in het achterhoofd, maar we zoeken de beste match met deze groep studenten. Deze groep studenten is ook een PR-bureau. Naast de wekelijkse ontmoetingen buigen zij zich ook over een PR-project, voor een echte klant. Afgelopen jaar was dat 'Flik zoekt Flik', een succesvol rekruteringsfeest.

Wat wil jij toekomstige studenten bijbrengen?

Ik wil de studenten middenin de PR-praktijkverhalen brengen. Zodat zij voor zichzelf kunnen uitzoeken welke rol zij zelf kunnen opnemen in dit verhaal.

In dit vak ben ik eerder coach dan lector. Aan het begin van het derde jaar hebben onze studenten al veel communicatiebagage. We willen hen hun ware potentieel doen ontdekken. Dat is voor elke student anders. Ik hoop dat ik in het individueel traject van elke student hem of haar stappen kan doen zetten.

Afgelopen jaar gebeurde het. Vijf individuele studenten startten in september, een beetje zoekend, aan de masterclass. Ergens onderweg evolueerden zij naar een onbevreesd en zelfsturend team, dat snel en goed werk afleverde. Tegen januari hield ik hen amper bij. Buitengewoon! Dat proces mee helpen faciliteren, daar ga ik voor!

# 25



# OPLEIDINGSHOOFD HERVE VAN DE WEYER

Waarom moeten studenten voor de masterclass Public Relations kiezen?

De masterclass Public Relations brengt de studenten elke week in contact met het werkveld. Elke week een nieuwe gastspreker die een bepaalde topic behandelt. Je krijgt informatie van specialisten uit het werkveld. Bovendien kan je ook zelf invulling geven aan de masterclass. Samen met de begeleidende lector krijgt de masterclass een meerwaarde voor de student. En we pakken elk jaar uit met ronkende namen. Op die manier werken we ook de uitbouw van je professioneel netwerk. En, natuurlijk, hoort er een oefening bij. Die oefening heeft twee doelen: een communicatieprobleem oplossen én ervoor zorgen dat je daarmee in de media komt.

Voor welke studenten is Public Relations de ideale keuze?

Public Relations is de beste keuze voor studenten die een impact willen creëren met communicatie. Public Relations was lange tijd synoniem voor persconferenties en bijhorende feestjes. Dat is, gelukkig, al lang niet meer het geval. Public Relations is geëvolueerd naar een 360 graden aanpak. Creativiteit in het bedenken van strategieën én het uitwerken van strategieën, dat zijn de competenties waarover de studenten moeten beschikken. Studenten Public Relations hebben een open mind, volgen de actualiteit op de voet en weten hoe ze een doelgroep in hun hart kunnen raken. Kortom, als je op zoek bent naar een masterclass die online en offline communicatie omvat dan is de keuze snel gemaakt.

Welke richting kunnen de studenten dan uit in hun beroepsleven?

De studenten die opteren voor de masterclass Public Relations komen terecht in PR-bureaus, op nieuwsredacties en in productiehuisen. Daarnaast zijn er veel openbare instellingen die op zoek zijn naar studenten uit onze masterclass. Ik denk aan de gemeentelijke en stedelijke informatiediensten en de overheidsdiensten. Als er één ding duidelijk werd tijdens de coronapandemie, dan is het wel dat duidelijke en doelgerichte communicatie noodzakelijk is. En precies daarin zijn onze studenten heel goed.



# COLOFON

*Redactieadres: Hogeschool PXL  
Vildersstraat 5, 3500 Hasselt*

*Verantwoordelijke uitgever: Herve Van De Weyer*

*Hoofdredactie: Fébe Coenen, Imani Laenen & Emma  
Claes*

*Redactiemanager: Freya Kellens & Marie Daniëls*

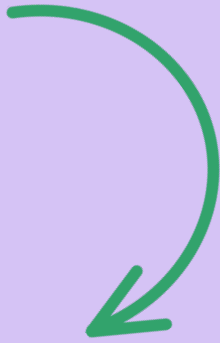
*Eindredactie: Emma Claes*

*Lay-out: Freya Kellens & Marie Daniëls*

*Foto's: Ellen Theunen*

# Geïnteresseerd?

*Scan de QR-code en  
schrijf je in!*



*Nog vragen? Check  
onze socials!*



@Professionele Bachelor Communicatie



@pxlcommunicatie



@pxlcommunicatie