

*“De sterkte van Think Pink?
Ongetwijfeld onze betrokkenheid”*

HEIDI VANSEVENANT



OPRICHTEND VOORZITTER
Think Pink



17

Think Pink, de nationale borstkankercampagne, is ondertussen een gevestigde waarde en onmisbaar voor vele lotgenoten. Maar wat veel mensen niet weten, is dat Think Pink elf jaar geleden is ontstaan vanuit het persoonlijke verhaal van oprichtster Heidi Vansevenant. “Na zelf kanker te hebben wou ik iets doen met mijn eigen ervaringen.”

verhaal x ondernemer

“Ik heb altijd een druk gezinsleven gehad, dus ook toen ik plots te horen kreeg dat ik schildklierkanker had”, start Heidi haar verhaal. “Geloof me, op zo’n moment staat je leven stil. Ineens komen er heel wat onzekerheden op je af. Ik kreeg de diagnose bijvoorbeeld telefonisch te horen en wist toen nog niet eens welke kanker ik had of waar de tumor zich bevond. Ik heb tien dagen moeten wachten tot ik meer wist.”

“Mijn groot voordeel tijdens die periode was gelukkig dat ik enorm positief ingesteld ben. Dat heeft me er echt doorgetrokken. Natuurlijk heb ik wel in zak en as gezeten, maar nooit lang. Ik kon mij altijd wel terug oppepen wanneer het eens slechter ging. Dan dacht ik: “Komaan, ik ga me toch niet laten doen door een ziekte.” Die vechtlust heb ik altijd gehad.”

Een harde leerschool

“Door mijn ziekte kwam ik in een wereld terecht die ik nog nooit van dichtbij had gezien. Mijn persoonlijke ervaring was dat er geen groot opvangnet was waar ik terecht kon met mijn vragen of bekommernissen. Gelukkig was mijn eigen omgeving er wel voor mij, en dan denk ik bijvoorbeeld aan mijn ouders. Niet dat ze de hele tijd aan mijn bed of thuis zaten. Maar gewoon het gevoel hebben dat er iemand voor je is, dat je vader en moeder dichtbij zijn. Dat was voor mij op die momenten belangrijk.”

“Het moeilijkste vond ik om moeder en partner te blijven. Ik zat met twee kinderen van 11 en 13 jaar die zo’n nieuws elk op hun eigen manier verwerken. En jij moet er dan voor hen blijven staan, je wilt het gezin draaiende houden. Zelf ben ik dan ook nog eens iemand die niet snel hulp vraagt, ook al kon ik het misschien wel gebruiken. “Het zal wel lukken”, is een zinnetje dat ik vaak in de mond neem. Ik cijferde me dus een beetje weg, maar dat zit ook gewoon in mij.”

“Het was een harde leerschool maar ik heb uit dit verhaal heel veel geleerd”, gaat Heidi verder. “Ik heb geleerd hoe mensen zich gedragen en reageren op slecht nieuws. Wat ze wel en niet doen. Maar ook wat ze net beter wel of niet zouden doen. En dat heeft van mij een soort expert gemaakt.



Dat ik de ziekte zelf heb ervaren en heb gezien wat het met jou en je entourage doet, gaf me de moed om hier iets mee te doen. Om anderen te helpen waar nodig.”

De start van Think Pink

“Zo kwam Think Pink in the picture. Waarom de focus op borstkanker? Enerzijds omdat borstkanker de meest voorkomende kanker is bij vrouwen in België, terwijl maar de helft van de Vlaamse vrouwen zich laat controleren. Dat moet veel beter. Maar anderzijds ook omdat Samsung, het elektronicabedrijf, een campagne wou voeren om internationaal borstkanker te steunen via de verkoop van hun Lady Phone. Mijn job van toen gaf me niet veel voldoening dus ik nam graag het risico om mee te stappen in dit verhaal. En als ik mijn tanden ergens in zet, dan ga ik er ook de volle 100% voor. Ik had er ontzettend veel zin in.”

**“ALS IK MIJN TANDEN ERGENS
IN ZET, GA IK ER DE VOLLE
100% VOOR”**

“Wat indertijd begon als een tijdelijke campagne is gegroeid tot een blijvende nationale campagne met dertien medewerkers, meer dan zestig partners en

HEIDI VANSEVENANT

Oprichtend voorzitter van Think Pink vzw x 56 jaar x Geboren in Oostende x Woont in Brugge x Drie kinderen: Hannelore, Lieselot en Oleg x Vier kleinkinderen

driehonderd vrijwilligers. Al is dat natuurlijk niet vanzelf gegaan. Een goede strategie bepalen, ons kenbaar maken en zorgen dat we de geloofwaardigheid hebben om mee te tellen in overheidsbeslissingen. Dat alles is er puur gekomen door het harde werk en de vele uren die we erin hebben gestoken. Met een nine-to-fivejob was Think Pink nooit zo groot geworden.”

“MET EEN NINE-TO-FIVEJOB WAS THINK PINK NOOIT ZO GROOT GEWORDEN”

Het gevoel van voldoening

“Think Pink heeft tegenwoordig vier duidelijke doelen en drie sterke fondsen. En dat allemaal onder één motto: geef borstkanker geen kans. “Onze doelen zijn informeren, sensibiliseren, wetenschappelijk onderzoek financieren en zorg- en nazorgprojecten ondersteunen”, legt Heidi uit. “Dat doen we met behulp van onze drie fondsen: het Geef om Haar Fonds, Share your Care Fonds en het SMART Fonds. In die fondsen verzamelen we het geld dat gegenereerd wordt uit acties, evenementen, donaties... En waarmee we echt het verschil willen maken.”

“De sterkte van Think Pink? Dat is ongetwijfeld de grote betrokkenheid van ons team. We zitten geen hele dagen op kantoor, maar staan ook in het veld. We hebben nauw contact met lotgenoten, vrijwilligers, vrienden en familie. We zijn geen goed doel dat op het einde van de rit klaarstaat om de cheque in ontvangst te nemen. We zijn een bereikbaar team dat nooit veraf staat en dat ook de tijd neemt voor de kleine dingen. Een simpele sms of

een kaartje kan wonderen verrichten voor mensen die het moeilijk hebben. En het feit dat ik lotgenoot ben, opent ook deuren naar andere lotgenoten. Ik weet waarover ze spreken en dat is vaak een enorme steun.”

“Natuurlijk denk ik soms wel eens: “Wat doe ik mezelf toch aan.” Ik heb ook momenten dat ik het even niet zie zitten en gewoon wat tijd voor mezelf wil. Maar dan hoef ik maar één persoonlijk mailtje te krijgen waarin iemand ons bedankt omdat ze dankzij ons een pruik heeft kunnen kopen, en ik vergeet al mijn zorgen. Ik heb mijn job nooit gedaan om rijk te worden, zo zit ik niet in elkaar. Maar de rijkdom die je krijgt uit voldoening, dat is pas onbetaalbaar. En in een team staan van mensen die voldoening halen uit hun job. Dat is zo dankbaar. En daar doe ik het voor.”

