

Just In Case

Ready when you need it





Inhoudsopgave

Probleem	03
Oplossing	05
Missie & Visie	07
Doelgroep	08
Concurrentie	10
Marketing & Sales	13
Financiën	16
Onze huisstijl	23
Media-uiting	31
Mockups	32
Ai verantwoording	33
Bronnenlijst	34

Probleem

Veel vrouwen worden onverwacht ongesteld op momenten waarop zij geen menstruatieproducten bij zich hebben. Dit gebeurt bijvoorbeeld op school, werk, onderweg, tijdens festivals of andere evenementen. Op zulke momenten zijn menstruatieproducten niet altijd direct beschikbaar, waardoor vrouwen afhankelijk zijn van anderen of noodoplossingen moeten gebruiken.

Om te onderzoeken hoe groot dit probleem daadwerkelijk is, hebben wij een **enquête** uitgevoerd onder **157 respondenten**. Uit deze enquête blijkt dat maar liefst **93,0%** van de respondenten weleens onverwacht ongesteld is geworden zonder menstruatieproducten bij zich te hebben.

Daarnaast gaf **41,4%** aan dat dit één tot drie keer per jaar gebeurt en nog eens **43,9%** dat dit minder dan één keer per jaar voorkomt. Dit laat zien dat het probleem regelmatig voorkomt onder menstruerende vrouwen.

De situaties doen zich voor op verschillende locaties. De meest genoemde locaties zijn **school (56,1%)**, **werk (54,1%)** en **onderweg (34,4%)**. Ook **festivals** en **evenementen** worden genoemd als locaties waar dit probleem voorkomt.

Wanneer vrouwen geen menstruatieproducten beschikbaar hebben, zoeken zij vaak naar tijdelijke oplossingen. Uit de enquête blijkt dat **66,9%** producten leent van iemand anders en **51,0%** toiletpapier gebruikt als noodoplossing. Daarnaast geeft **27,4%** aan naar huis te gaan wanneer zij geen menstruatieproducten beschikbaar hebben.

Een bijkomend probleem is doorlekken. Uit de enquête blijkt dat **66,2%** van de respondenten weleens is doorgelekt doordat zij geen menstruatieproducten bij zich hadden. Hierdoor ontstaat niet alleen behoefte aan menstruatieproducten, maar soms ook aan schoon ondergoed.

Ook externe onderzoeken bevestigen dit probleem. Uit onderzoek van Libresse onder Nederlandse vrouwen blijkt dat **53%** bang is om door te lekken tijdens een festival en dat **één op de vijf** vrouwen weleens een festival overslaat vanwege haar menstruatie (Libresse, z.d.; LINDA, z.d.). Daarnaast ervaart meer dan de helft van de vrouwen ongemak tijdens festivals wanneer zij ongesteld zijn.

Verder blijkt uit onderzoek van EenVandaag dat **vier op de tien** jonge vrouwen de afgelopen jaren zijn gestopt met hormonale anticonceptie. Hierdoor hebben meer vrouwen weer een natuurlijke menstruatiecyclus, die vaak minder voorspelbaar is dan wanneer zij de pil gebruiken. Dit vergroot de kans dat vrouwen onverwacht ongesteld worden op momenten waarop zij geen producten bij zich hebben.

Het probleem wordt extra relevant doordat vrouwen een groot deel van het festival- en concertpubliek vormen. Uit onderzoek van POPLIVE blijkt dat **56%** van de bezoekers van festivals en concerten vrouw is (POPLIVE, 2020). Hierdoor is de kans groot dat een aanzienlijk deel van de bezoekers tijdens een evenement met dit probleem te maken krijgt.

Er is daarom behoefte aan een toegankelijke en directe oplossing waarmee vrouwen op elk moment snel toegang hebben tot menstruatieproducten en indien nodig schoon ondergoed.

Oplossing

Just In Case biedt een directe oplossing voor vrouwen die onverwacht ongesteld worden op locaties zoals festivals, concerten, evenementen, scholen, werkplekken en openbare toiletten. Op deze momenten zijn menstruatieproducten vaak niet beschikbaar, terwijl vrouwen hier wel direct behoefte aan hebben.

Uit onze **enquête** onder **157 respondenten** blijkt dat **93,0%** weleens onverwacht ongesteld is geworden zonder menstruatieproducten bij zich te hebben. Daarnaast geeft **75,2%** aan gebruik te willen maken van Just In Case wanneer het beschikbaar is. Dit laat zien dat er behoefte is aan een toegankelijke noodoplossing.

Om dit probleem op te lossen biedt Just in Case een compacte menstruatie-noodkit aan die verkrijgbaar is via automaten op locaties waar vrouwen deze producten het meest nodig hebben.

Just In Case Kit

Het hoofdproduct van Just In Case is een compacte en herbruikbare menstruatie-pouch. De pouch heeft een formaat van ongeveer 15 x 15 x 3 centimeter en is ontworpen om vrouwen direct te helpen wanneer zij onverwacht ongesteld worden.

De inhoud van de kit bestaat uit:

- 3 tampons (regular)
- 2 maandverbandjes
- 2 individueel verpakte vochtige doekjes
- 1 informatiekaart

De inhoud van de kit is gebaseerd op de resultaten van onze **enquête**. Hieruit bleek dat **50,3%** van de respondenten een voorkeur heeft voor reguliere tampons. Daarnaast gaf **52,9%** aan dat er minimaal drie tampons in de kit moeten zitten en vond **45,2%** dat twee maandverbandjes voldoende zijn voor een noodsituatie.

De pouch is voorzien van een overzichtelijke indeling. Aan de linkerkzijde bevinden zich de tampons en vochtige doekjes, terwijl aan de rechterzijde de maandverbandjes worden opgeborgen. Hierdoor kunnen gebruikers snel vinden wat zij nodig hebben.

Naast het praktische aspect is de verpakking ook duurzaam ontworpen. De pouch is herbruikbaar en kan na gebruik opnieuw worden gevuld met menstruatieproducten of worden gebruikt voor het opbergen van andere persoonlijke spullen. Hierdoor wordt verspilling verminderd en krijgt de verpakking een langere levensduur.

Just In Case Underwear

Naast de menstruatiekit biedt Just in Case ook noodondergoed aan voor situaties waarin vrouwen zijn doorgelekt.

Uit onze **enquête** blijkt dat **66,2%** van de respondenten weleens is doorgelekt doordat zij geen menstruatieproducten beschikbaar hadden. Hierdoor ontstaat niet alleen behoefte aan menstruatieproducten, maar soms ook aan schoon ondergoed. Om hiervoor een oplossing te bieden verkoopt Just In Case noodondergoed los van de kit. Hierdoor betalen gebruikers alleen voor de producten die zij daadwerkelijk nodig hebben.

Beschikbare varianten:

- Slip XS-M
- Slip M-XL
- Hipster XS-M
- Hipster M-XL

Elke verpakking bevat:

- Eén schoon ondergoed
- Een hygiënezakje voor gebruikt ondergoed
- Een hersluitbare verpakking

Uit de enquête blijkt dat **36,9%** van de respondenten zeker noodondergoed zou kopen en **42,0%** dit misschien zou doen. Samen geeft dus **78,9%** aan open te staan voor de aankoop van noodondergoed. Daarnaast gaf **79,6%** van de respondenten aan een voorkeur te hebben voor zwart ondergoed. Om deze reden wordt het noodondergoed uitgevoerd in een zwarte kleur.

Beschikbaarheid

Just In Case wordt aangeboden via automaten die worden geplaatst op locaties waar het probleem zich vaak voordoet.

Uit de enquête blijkt dat respondenten de producten het liefst willen kunnen kopen op:

- Festivals (**86,0%**)
- Openbare toiletten (**78,3%**)
- Scholen (**77,7%**)
- Stations (**66,9%**)
- Concert- en evenementenlocaties (**65,6%**)

Door de producten via automaten aan te bieden, zijn ze direct beschikbaar op het moment dat iemand ze nodig heeft. Hierdoor hoeven gebruikers niet op zoek naar een winkel of afhankelijk te zijn van anderen.

Missie & Visie

Missie

De missie van Just In Case is om vrouwen op ieder moment toegang te geven tot essentiële menstruatieproducten wanneer zij deze onverwacht nodig hebben. Wij willen stress, ongemak en onzekerheid verminderen door een toegankelijke en praktische noodoplossing aan te bieden.

Visie

Just In Case gelooft dat menstruatieproducten net zo vanzelfsprekend beschikbaar moeten zijn als toiletpapier en zeep. Niemand zou een festival, concert, schooldag, werkdag of evenement hoeven te onderbreken vanwege een onverwachte menstruatie.

Op lange termijn wil Just In Case bijdragen aan een samenleving waarin menstruatie geen belemmering vormt voor deelname aan sociale, educatieve en professionele activiteiten. Door menstruatieproducten toegankelijker te maken, willen wij bijdragen aan meer comfort, zelfvertrouwen en gelijkwaardigheid voor vrouwen.

Doelgroep

Just In Case richt zich op vrouwen die onverwacht ongesteld kunnen worden op momenten waarop zij geen menstruatieproducten bij zich hebben. De primaire doelgroep bestaat uit **vrouwen** tussen de **16 en 35 jaar** die regelmatig festivals, concerten, evenementen, scholen, hogescholen, universiteiten en openbare locaties bezoeken.

Deze doelgroep is actief, vaak onderweg en bevindt zich regelmatig op locaties waar menstruatieproducten niet direct beschikbaar zijn. Daarnaast blijkt uit onderzoek dat steeds meer jonge vrouwen stoppen met hormonale anticonceptie. Hierdoor hebben zij vaker een natuurlijke en soms minder voorspelbare menstruatiecyclus, waardoor de kans op een onverwachte menstruatie toeneemt.

Kenmerken van de doelgroep:

- Vrouwen van 16 tot 35 jaar.
- Bezoeken regelmatig festivals, concerten en evenementen.
- Zijn actief op sociale media zoals TikTok en Instagram.
- Hebben behoefte aan gemak en directe beschikbaarheid.
- Zijn bereid te betalen voor een oplossing op het moment dat zij deze nodig hebben.
- Hebben niet altijd menstruatieproducten bij zich.

Naast de eindgebruikers richt Just In Case zich ook op organisaties die de producten willen aanbieden aan hun bezoekers. Hierbij gaat het om festivals, concertzalen, evenementenlocaties, scholen en andere openbare locaties.

Waar is de doelgroep te vinden?

Uit onze **enquête** onder **157 respondenten** blijkt dat vrouwen Just In Case het liefst beschikbaar zien op locaties waar het probleem zich vaak voordoet.

De meest genoemde locaties zijn:

- Festivals (**86,0%**)
- Openbare toiletten (**78,3%**)
- Scholen (**77,7%**)
- Stations (**66,9%**)
- Concert- en evenementenlocaties zoals Ziggo Dome en AFAS Live (**65,6%**)

Hieruit blijkt dat de doelgroep zich vooral bevindt op locaties waar mensen langere tijd verblijven en niet direct toegang hebben tot een winkel of drogisterij.

Online bevindt de doelgroep zich voornamelijk op:

- TikTok
- Instagram
- Festival- en evenementenpagina's
- Studentengemeenschappen
- Lifestyle- en vrouwgerichte platforms

Deze kanalen zijn interessant voor toekomstige marketingcampagnes van Just In Case.

Omvang van de doelgroep

De doelgroep van Just In Case is aanzienlijk. Uit onderzoek van POPLIVE blijkt dat **56%** van de bezoekers van festivals en concerten vrouw is (POPLIVE, 2020). Daarnaast blijkt uit onderzoek op Lowlands dat zelfs 64,5% van de bezoekers vrouw is (MaxiAxi, z.d.).

Nederland telt jaarlijks miljoenen bezoeken aan festivals, concerten en evenementen. Grote locaties zoals Ziggo Dome, Ahoy, AFAS Live, Lowlands, Pinkpop, Defqon.1 en Mysteryland ontvangen gezamenlijk jaarlijks honderdduizenden tot miljoenen bezoekers.

Wanneer meer dan de helft van deze bezoekers vrouw is, ontstaat een zeer grote potentiële doelgroep voor Just In Case.

Ook onze enquête bevestigt de behoefte aan het product.

Van de **157 respondenten** gaf:

- **93,0%** aan weleens onverwacht ongesteld te zijn geworden zonder producten bij zich te hebben;
- **75,2%** aan Just In Case te willen gebruiken;
- **94,9%** aan het product via een automaat te willen verkrijgen.

Op basis van deze resultaten verwachten wij dat er voldoende vraag is naar een toegankelijke menstruatie-noodoplossing op locaties waar vrouwen het product direct nodig hebben.

Concurrentie

Belangrijkste concurrenten:

Hoewel Just In Case een relatief uniek concept is, zijn er verschillende partijen die inspelen op dezelfde behoefte: het verkrijgen van menstruatieproducten op het moment dat deze nodig zijn.

De belangrijkste concurrenten zijn drogisterijen, supermarkten, menstruatieautomaten en initiatieven van merken zoals Libresse.

Concurrent	Product/Dienst	Sterke punten	Zwakke punten
Drogisterijen (Kruidvat, Etos)	Losse menstruatieproducten	Groot assortiment, bekende merken	Niet altijd direct beschikbaar op evenementen
Supermarkten	Losse menstruatieproducten	Relatief goedkoop	Vaak buiten evenemententerreinen gelegen
Menstruatieautomaten	Losse tampons en maandverband	Direct beschikbaar	Bieden slechts één product tegelijk aan
Libresse Refresh Spot	Gratis menstruatieproducten op festivals	Sterk merk, gratis aanbod	Alleen aanwezig op enkele evenementen
Vrienden/familie	Producten lenen	Gratis oplossing	Niet altijd beschikbaar
Just In Case	Complete menstruatie-noodkit + noodondergoed	Alles direct beschikbaar in één oplossing	Nieuw concept



Drogisterijen en supermarkten:

Drogisterijen en supermarkten vormen indirecte concurrenten van Just in Case. Zij verkopen menstruatieproducten tegen relatief lage prijzen en beschikken over een breed assortiment. Het nadeel is dat deze winkels niet altijd aanwezig zijn op locaties waar het probleem ontstaat, zoals festivals, concerten en evenementen.

Menstruatieautomaten:

Op sommige locaties zijn automaten aanwezig waarin losse tampons of maandverband verkrijgbaar zijn. Deze automaten bieden echter slechts een deel van de oplossing. Gebruikers moeten zelf bepalen welk product zij nodig hebben en krijgen geen aanvullende producten zoals vochtige doekjes of noodondergoed.

Libresse Refresh Spot:

Tijdens evenementen zoals Pinkpop biedt Libresse gratis menstruatieproducten aan via speciale Refresh Spots (Pinkpop, z.d.; Sponsorreport, z.d.). Dit initiatief laat zien dat er behoefte bestaat aan menstruatievoorzieningen op evenementen (Pinkpop, z.d.; Adformatie, z.d.). Het nadeel is dat deze voorzieningen slechts op enkele evenementen beschikbaar zijn en afhankelijk zijn van tijdelijke campagnes.

Producten lenen van anderen:

Uit onze enquête blijkt dat **66,4%** van de respondenten menstruatieproducten leent van iemand anders wanneer zij onverwacht ongesteld worden. Dit laat zien dat veel vrouwen momenteel afhankelijk zijn van hun omgeving wanneer zij geen producten bij zich hebben.

Onderscheidend vermogen:

Just In Case onderscheidt zich doordat het niet alleen een menstruatieproduct aanbiedt, maar een complete noodoplossing.

Waar bestaande aanbieders voornamelijk losse producten verkopen, biedt Just In Case een samengestelde kit die direct gebruikt kan worden in een noodsituatie.

Belangrijke onderscheidende kenmerken zijn:

- Complete oplossing in één product.
- Herbruikbare pouch.
- Direct verkrijgbaar via automaten.
- Inclusief vochtige doekjes voor extra comfort.
- Los verkrijgbaar noodondergoed voor situaties waarin iemand is doorgelekt.
- Compact formaat dat eenvoudig mee te nemen is.
- Ontwikkeld op basis van onderzoek onder de doelgroep.

Daarnaast blijkt uit onze enquête dat **67,1%** van de respondenten weleens is doorgelekt doordat zij geen menstruatieproducten beschikbaar hadden. Juist voor deze groep biedt het noodondergoed een aanvullende oplossing die momenteel nauwelijks wordt aangeboden door concurrenten.

Een ander belangrijk verschil is de beschikbaarheid. Uit de enquête blijkt dat **95,9%** van de respondenten Just In Case het liefst via een automaat zou verkrijgen. Hierdoor kunnen gebruikers op elk moment van de dag direct geholpen worden zonder afhankelijk te zijn van openingstijden of personeel.

Conclusie

Just In Case concurreert niet zozeer op prijs, maar op gemak, snelheid en volledigheid. Het concept biedt een oplossing voor een probleem dat veel vrouwen herkennen en combineert meerdere producten in één direct beschikbare noodoplossing. Hierdoor onderscheidt Just in Case zich duidelijk van bestaande aanbieders van menstruatieproducten.

Onze grootste concurrent is niet Kruidvat, maar het lenen van een tampon van een vriendin.

Marketing & sales

Promotie:

Om ervoor te zorgen dat de doelgroep interesse krijgt in Just In Case, wordt gebruikgemaakt van een combinatie van online en offline marketing. Het doel is om naamsbekendheid op te bouwen en vrouwen bewust te maken van de oplossing die Just In Case biedt.

Social media:

De belangrijkste promotiekanalen zijn TikTok en Instagram. Hier bevindt een groot deel van onze doelgroep zich dagelijks. Via deze kanalen worden video's en berichten gedeeld waarin herkenbare situaties centraal staan.

Voorbeelden hiervan zijn:

- Een festivalbezoeker die onverwacht ongesteld wordt.
- Een vrouw die doorlekt tijdens een concert.
- Een student die geen menstruatieproducten bij zich heeft op school.

Door herkenbare situaties te gebruiken ontstaat er herkenning bij de doelgroep en wordt duidelijk welk probleem Just In Case oplost.

Influencer marketing:

Daarnaast wil Just In Case samenwerken met vrouwelijke content creators die open praten over menstruatie, gezondheid, welzijn en lifestyle. Denk hierbij aan influencers zoals **Lise van Wijk**, die op haar sociale media regelmatig open en eerlijk onderwerpen bespreekt die voor veel jonge vrouwen herkenbaar zijn. Ook **Mascha Feoktistova (Beautygloss)** staat bekend om haar persoonlijke en toegankelijke content.

Verder zijn **Gwen van Poorten** en **Jade Anna** interessante samenwerkingspartners. **Gwen van Poorten** heeft al ervaring met campagnes rondom menstruatieproducten, onder andere voor Libresse, en **Jade Anna** spreekt haar volgers regelmatig aan over welzijn en persoonlijke verzorging.

Ook **Pauline Wingelaar** past goed bij het merk door haar openheid, humor en herkenbare verhalen uit het dagelijks leven.

Daarnaast sluiten **Abby Hoes**, **Sophie Milzink** en **Nina Warink** goed aan bij de doelgroep van Just In Case. **Abby Hoes** spreekt zich regelmatig uit over onderwerpen rondom vrouwengezondheid en welzijn. **Sophie Milzink** staat bekend om haar eerlijke en toegankelijke content over het dagelijks leven van jonge vrouwen. **Nina Warink** bespreekt in haar podcast Vrouwmibo samen met andere vrouwen openhartig onderwerpen die veel jonge vrouwen bezighouden, waaronder gezondheid, relaties en persoonlijke ervaringen.

Deze influencers kunnen Just In Case introduceren bij hun volgers door persoonlijke ervaringen te delen en te laten zien hoe de kit een praktische oplossing biedt in onverwachte situaties. Hierdoor ontstaat herkenning, vertrouwen en meer bekendheid voor het merk.

Promotie op locatie:

Omdat Just In Case vooral wordt gebruikt op het moment dat het probleem ontstaat, wordt ook ingezet op zichtbaarheid op locatie.

Mogelijke middelen zijn:

- Stickers op toiletdeuren.
- Posters bij wastafels.
- Bewegwijzering naar de automaat.
- QR-codes naar sociale media.

Hierdoor worden bezoekers direct gewezen op de beschikbaarheid van het product.

Mond-tot-mondreclame:

Uit onze **enquête** blijkt dat **72,6%** van de respondenten Just in Case zou aanbevelen aan een vriendin, moeder of kennis. Dit laat zien dat mond-tot-mondreclame een belangrijke rol kan spelen in de groei van het concept.

Product als marketingmiddel:

De herbruikbare pouch zorgt ervoor dat gebruikers het product ook na gebruik blijven bewaren. Hierdoor blijft de merknaam zichtbaar en ontstaat extra bekendheid onder vrienden en familie.

Plaats:

Verkoop via automaten

Uit onze **enquête** blijkt dat **94,9%** van de respondenten Just In Case het liefst via een automaat zou verkrijgen. Daarom kiest Just in Case ervoor om de producten aan te bieden via vendingmachines die strategisch worden geplaatst bij toiletten.

De automaten bevatten:

- Just In Case Kit (verschillende prints)
- Slip XS-M
- Slip M-XL
- Hipster XS-M
- Hipster M-XL

Hierdoor zijn de producten 24 uur per dag beschikbaar zonder tussenkomst van personeel.

Verkooplocaties:

Op basis van de enquête zijn de meest interessante locaties:

- Festivals
- Concertzalen
- Evenementenlocaties
- Openbare toiletten
- Stations
- Scholen
- Hogescholen en universiteiten

In de eerste fase richt Just In Case zich voornamelijk op festivals, concertzalen en evenementenlocaties. Hier ontstaat het probleem vaak op momenten waarop bezoekers niet eenvoudig een winkel kunnen bezoeken.

Distributiekkanalen:

Just In Case maakt gebruik van een hybride distributiemodel.

Business-to-Business (B2B)

Just In Case levert producten aan:

- Festivals
- Concertzalen
- Evenementenorganisaties
- Scholen
- Openbare locaties

Deze organisaties plaatsen de automaten op hun locatie of bieden ruimte aan bestaande automaten.

Business-to-Consumer (B2C)

De eindgebruiker koopt de producten rechtstreeks uit de automaat wanneer zij deze nodig heeft.

Hierdoor profiteert zowel de locatie als Just In Case van iedere verkoop.

Financiën

Kostenstructuur

Vaste kosten:

Om Just In Case operationeel te houden worden verschillende vaste kosten gemaakt. Hierbij gaat het onder andere om de website, administratie, onderhoud van de vendingmachines, dataverbindingen voor de betaalterminals, verzekeringen en marketingactiviteiten. De totale vaste kosten bedragen naar schatting €3.960 per jaar.

Kostenpost	Per jaar
Website en domeinnaam	€120
Administratie en boekhouding	€300
Dataverbinding vendingmachines	€540
Onderhoud vendingmachines	€1.200
Verzekeringen	€300
Totaal vaste kosten per jaar	€2.460

Marketing- en communicatiekosten (MarCom):

Naast de vaste kosten maakt Just in Case gebruik van marketing- en communicatieactiviteiten om naamsbekendheid te creëren en de doelgroep te bereiken. Deze kosten worden apart weergegeven omdat ze gericht zijn op promotie en groei (Drukwerkdeal, z.d.; Join Marketing, z.d.).

Kostenpost	Het eerste jaar
Posters (300 A3-posters)	€75
Social media advertenties	€720
Influencer marketing	€900
Totaal MarCom kosten	€1.695

Voor de promotie van Just in Case wordt gebruikgemaakt van verschillende marketingmiddelen.

Posters

- 300 A3-posters via Drukwerkdeal
- Totale kosten: €75
- Kosten per poster: €0,25

Social media advertising

- Advertenties via Instagram en TikTok
- Gemiddeld €4 tot €8 per 1.000 vertoningen
- Jaarlijks marketingbudget: €720

Influencer marketing

- Samenwerkingen met nano- en micro-influencers
- Verwachte kosten: €50 tot €750 per post
- Jaarlijks budget: €900

Variabele kosten:

De variabele kosten zijn afhankelijk van het aantal producten dat wordt verkocht. Deze kosten bestaan uit de inkoop van de producten, verpakkingsmateriaal en arbeidskosten voor het samenstellen van de pakketten.

De **kostprijs** van een **Just In Case Kit** bedraagt **€3,85** (Alibaba, z.d.; Sanitaircentre, z.d.; Wax Discounter, z.d.). Deze kostprijs bestaat uit de pouch, tampons, maandverband, vochtige doekjes, een informatiekaart en arbeidskosten voor het inpakken van de kit.

Voor het **noodondergoed** bedraagt de **kostprijs €1,18** voor het **slip-pakket** en **€1,28** voor het **hipster-pakket**. Deze kosten bestaan uit het ondergoed, een hygiënezakje, verpakkingsmateriaal en arbeidskosten.

Just In Case Kit

Onderdeel	Kosten
Pouch	€2,50
Tampons (3 stuks)	€0,27
Maandverband (2 stuks)	€0,25
Vochtige doekjes (2 stuks)	€0,54
Informatiekaart	€0,05
Arbeidskosten	€0,24
Totaal	€3,85

Slip-pakket

Onderdeel	Kosten
Onderbroek	€0,61
Hygiënezakje	€0,06
Verpakking	€0,32
Arbeidskosten	€0,19
Totaal	€1,18

Hipster-pakket

Onderdeel	Kosten
Onderbroek	€0,70
Hygiënezakje	€0,06
Verpakking	€0,32
Arbeidskosten	€0,20
Totaal	€1,28

Vendingmachines:

De vendingmachines vormen een belangrijk onderdeel van het verdienmodel van Just In Case. De automaten zorgen ervoor dat de producten direct beschikbaar zijn op locaties waar vrouwen deze het meest nodig hebben, zoals festivals, concerten en evenementen.

Naast een verkoopfunctie dragen de vendingmachines ook bij aan de zichtbaarheid van het merk. De automaten worden volledig bestickerd in de huisstijl van Just In Case, waardoor zij functioneren als zowel verkooppunt als marketingmiddel.

Voor de opstartfase wordt uitgegaan van refurbished vendingmachines (DGA Vending, z.d.; Vending@Work, z.d.). Hierdoor blijven de investeringskosten beperkt terwijl het concept op grotere schaal getest kan worden.

De investering per automaat bestaat uit:

Onderdeel	Kosten
Refurbished vendingmachine	€3.750
Bestickering	€1050
Startvoorraad	€300
Totaal per automaat	€5.100

Winstmargeanalyse:

Om de investering in vendingmachines, voorraad, marketing en toekomstige groei terug te verdienen, wordt gewerkt met een winstmarge op de producten.

Product	Kostprijs	Verkoopprijs	Winst per stuk
Just In Case Kit	€3,85	€8,95	€5,10
Slip-pakket	€1,18	€4,95	€3,77
Hipster-pakket	€1,28	€5,95	€4,67

De verkoopprijs is bewust hoger dan de kostprijs omdat Just In Case producten aanbiedt op locaties waar directe beschikbaarheid van grote waarde is.

Daarnaast moet de marge bijdragen aan het terugverdienen van de investering in vendingmachines, bestickering, onderhoud en voorraadbeheer.

Inkomstenstromen:

Just In Case maakt gebruik van een **hybride verdienmodel** waarbij zowel **Business-to-Business (B2B)** als **Business-to-Consumer (B2C)** wordt toegepast.

Binnen het **B2B-model** werkt Just In Case samen met festivals, evenementenorganisaties, concertzalen en andere locaties waar veel bezoekers aanwezig zijn. Op deze locaties worden de **vendingmachines** geplaatst. In sommige gevallen kan gewerkt worden met een revenue-share constructie waarbij een deel van de opbrengst wordt gedeeld met de locatie.

Binnen het **B2C-model** koopt de eindgebruiker de producten rechtstreeks uit de automaat op het moment dat zij deze nodig heeft. Hierdoor zijn de producten direct beschikbaar zonder tussenkomst van personeel.

De belangrijkste inkomstenbronnen van Just In Case zijn:

- Verkoop van de Just In Case Kit;
- Verkoop van noodondergoed;
- Samenwerkingen met festivals en evenementenlocaties;
- Mogelijke reclame- en sponsorinkomsten op vendingmachines;
- Toekomstige uitbreiding van het assortiment.

De **prijsstelling** van de **producten** is gebaseerd op de **kostprijs**, de waarde voor de klant, marktprijzen op festivals en evenementen en de investering in vendingmachines en branding. Hierdoor blijft het concept financieel haalbaar en kan verdere groei worden gerealiseerd.

Ten opzichte van concurrenten onderscheidt Just In Case zich door een complete noodoplossing aan te bieden. Waar drogisterijen en menstruatieautomaten voornamelijk losse producten verkopen, biedt Just In Case een complete kit inclusief meerdere menstruatieproducten en een herbruikbare pouch.

Winst- en verliesrekening:

Voor de financiële prognose wordt uitgegaan van een gefaseerde groei van het aantal vendingmachines. In het eerste jaar start Just In Case met drie automaten op kleinere festivals en evenementen. In de daaropvolgende jaren wordt het concept uitgebreid naar meer festivals, evenementenlocaties en andere openbare locaties.

Jaar	Omzet	Variabele kosten	Vaste kosten	Nettowinst/-verlies
Jaar 1	€6.750	€3.465	€3.960	-€675
Jaar 2	€22.500	€11.550	€4.500	€6.450
Jaar 3	€60.000	€30.800	€6.000	€23.200

Financiële levensvatbaarheid

Break-evenanalyse:

Voor de start van Just in Case wordt uitgegaan van drie vendingmachines. De investering per automaat bedraagt ongeveer €5.100. Dit bedrag bestaat uit de aanschaf van een refurbished vendingmachine, de bestickering in de huisstijl van Just in Case en de eerste voorraad producten.

Onderdeel	Kosten per automaat
Refurbished vendingmachine	€3.750
Bestickering	€1.050
Startvoorraad	€300
Totaal per automaat	€5.100

Voor drie automaten komt de totale investering uit op **€15.300**.

De gemiddelde winst per verkocht product bedraagt ongeveer **€4,50**. Om de investering in de automaten terug te verdienen moet Just in Case ongeveer **3.400 producten verkopen**.

Wanneer ook de overige opstartkosten worden meegenomen, zoals marketing, branding en de eerste voorraad producten, komt het totale **break-evenpunt** uit op ongeveer **4.511 verkochte producten**.

Aangezien Just in Case in het eerste jaar voornamelijk actief zal zijn op kleinere festivals en evenementen, wordt verwacht dat dit break-evenpunt niet direct wordt bereikt. Het eerste jaar staat vooral in het teken van het testen van het concept, het opbouwen van naamsbekendheid en het verzamelen van gebruikerservaringen.

Door uitbreiding naar meer festivals, evenementen en andere locaties verwacht Just in Case binnen twee tot drie jaar winstgevend te zijn.

Investeringsbehoefte:

Voor de opstart van Just in Case is een investering nodig voor vendingmachines, bestickering, voorraad, marketing en branding.

Investering	Bedrag
3 vendingmachines incl. bestickering en startvoorraad	€15.300
Eerste voorraad Just in Case Kits	€2.000
Eerste voorraad noodondergoed	€1.000
Website en branding	€500
Marketingcampagne	€1.000
Onvoorziene kosten	€500
Totale opstartkosten	€20.300

In de beginfase richt Just in Case zich op kleinere festivals en evenementen. Hiervoor worden drie vendingmachines ingezet om het concept in de praktijk te testen. Op basis van de resultaten kan het concept vervolgens gecontroleerd worden uitgebreid naar meer festivals, evenementenlocaties, scholen, hogescholen, universiteiten en openbare ruimtes.

Door deze gefaseerde aanpak blijft het financiële risico beperkt en kan verdere groei worden gefinancierd vanuit de opbrengsten van eerdere verkopen.

Ons logo

Het logo van Just In Case staat voor **betrouwbaarheid**, **toegankelijkheid** en **ondersteuning** op momenten waarop je het nodig hebt.

De naam **Just In Case** verwijst naar voorbereid zijn op onverwachte situaties. De druppel symboliseert menstruatie, maar ook **zorg**, **comfort** en het gevoel dat er altijd een oplossing binnen handbereik is.

Hoofdlogo

Just In Case

Ready when you need it

Logo varianten

Just In Case

Ready when you need it

Wit logo

Wordt gebruikt op donkere achtergronden, social media video's en fotografie.

Just In Case

Ready when you need it

Zwart logo

Wordt toegepast op lichte achtergronden en professionele communicatiemiddelen.

Kleurvarianten

Voor speciale collecties, campagnes en drukwerk kan het logo worden uitgevoerd in kleuren uit het kleurenpalet van Just In Case.

Just In Case

Ready when you need it

Just In Case

Ready when you need it

Just In Case

Ready when you need it

Just In Case

Ready when you need it

Ons lettertype

Voor Just In Case is gekozen voor een combinatie van een speels en stijlvol display lettertype voor koppen en een modern, goed leesbaar lettertype voor teksten.

Samen zorgen deze lettertypes voor een uitstraling die **vrouwelijk, toegankelijk** en **zelfverzekerd** is.

Primair lettertype

Grained Regular

Grained Regular wordt gebruikt voor titels, koppen en belangrijke merkuitingen.

Het lettertype heeft karakter, elegantie en een speelse uitstraling die perfect past bij Just in Case.

Voorbeelden:

- **Just In Case**
- **Hoofdstuktitels**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Speel | Stijlvol | Opvallend | Vrouwelijk

Secundair lettertype

Fahkwang Regular

Fahkwang Regular wordt gebruikt voor lopende teksten, beschrijvingen en informatieve content.

Het lettertype is modern, duidelijk leesbaar en zorgt voor een fijne leeservaring in elke uiting.

Voorbeelden:

- Ready when you need it
- Broodtekst

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Modern | Duidelijk | Toegankelijk | Leesbaar

Typografie in gebruik

Just In Case

Ready when you need it

Een combinatie van **Grained Regular** voor impact en **Fahkwang Regular** voor leesbaarheid en duidelijkheid.

Grained regular

Vorbereid op elk moment

Fahkwang regular

Altijd een oplossing binnen handbereik

Fahkwang regular

Just In Case zorgt ervoor dat vrouwen zich zeker en zelfverzekerd voelen, waar ze ook zijn.

Onze kleuren

Onze kleuren zijn zorgvuldig gekozen om vrouwelijkheid, vertrouwen, energie en zachtheid uit te stralen. Samen vormen ze een frisse, speelse en toegankelijke uitstraling die perfect past bij Just In Case.

PRIMAIRE KLEUREN:



Liefde & Vrouwelijkheid

#FDA4C3

Zacht, warm en vrouwelijk.
Deze kleur staat voor liefde,
zorg en zelfvertrouwen.



Energie & Zelfvertrouwen

#AF393D

Krachtig en opvallend.
Deze kleur geeft energie en
staat voor durf en actie.



Fris & Positief

#D8E690

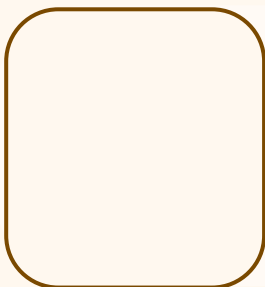
Fris, natuurlijk en positief.
Deze kleur brengt balans en
staat voor een nieuwe start.



Vrolijk & Opvallend

#FFE16D

Zonnig, vrolijk en
optimistisch.
Deze kleur zorgt voor
energie en een positieve
vibe.



Zacht & Toegankelijk

#FFF8EF

Neutraal en zacht.
Deze kleur zorgt voor rust,
ruimte en een warme basis.

Onze kleuren

Onze secundaire kleuren ondersteunen de uitstraling van Just In Case en zorgen voor afwisseling binnen de verschillende prints, verpakkingen en communicatiemiddelen.

Deze kleuren geven het merk meer diepte, persoonlijkheid en flexibiliteit zonder de herkenbaarheid van de huisstijl te verliezen.

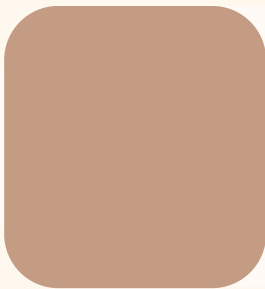
SECUNDAIRE KLEUREN:



Zacht & Vrouwelijk

#FDA4C3

Zacht, lief en vrouwelijk.
Deze kleur straalt comfort en vertrouwen uit.



Natuurlijk & Warm

#AF393D

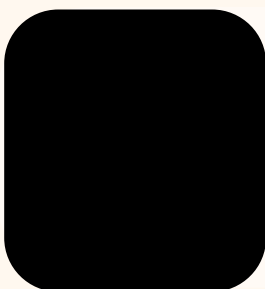
Warm, rustig en toegankelijk.
Deze kleur geeft een natuurlijke uitstraling.



Luxe & Karakter

#D8E690

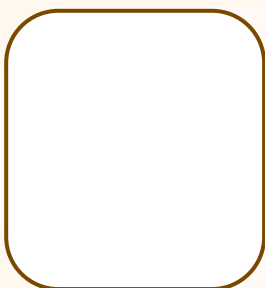
Rijk, krachtig en stijlvol.
Deze kleur zorgt voor een luxe uitstraling.



Tijdloos & Krachtig

#FFE16D

Sterk, stijlvol en opvallend.
Deze kleur zorgt voor contrast en karakter.



Fris & Neutraal

#FFF8EF

Licht, schoon en eenvoudig.
Deze kleur brengt rust en balans.

Onze prints

Iedere vrouw heeft een eigen stijl.

Daarom bieden wij verschillende prints aan zodat je pouch niet alleen functioneel is, maar ook past bij jouw persoonlijkheid en vibes.

ZEBRA PRINTS:



Zebra Red

Stoer, opvallend en zelfverzekerd.

Voor de vrouw die durft op te vallen en haar eigen pad volgt.



Zebra Pink

Zacht, speels en vrouwelijk.

Voor de dromerige, lieve en optimistische vibes.



Sunset Zebra

Vrolijk, energiek en festival-ready.

Voor de avontuurlijke geest die altijd op zoek is naar plezier.



Classic Zebra

Tijdloos, stijlvol en krachtig.

Voor de vrouw die houdt van simpel, chic en altijd goed.

Onze prints

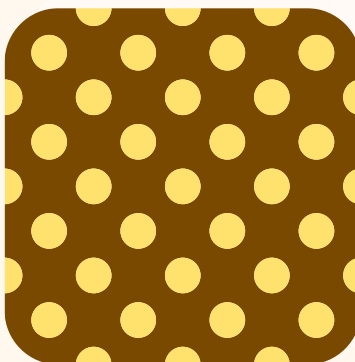
De stippenprints geven de collectie een vrolijke en retro uitstraling. Deze ontwerpen zijn speels, herkenbaar en perfect voor een positieve uitstraling.

STIPPEN PRINTS:



Sunny Dots

Vrolijk, opvallend en energiek.



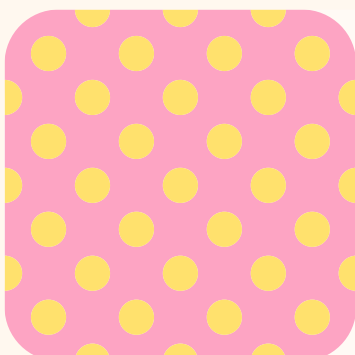
Cocoa Dots

Warm, stijlvol en uniek.



Soft Pink Dots

Lief, zacht en vrouwelijk.



Candy Dots

Speels, kleurrijk en optimistisch.

Onze prints

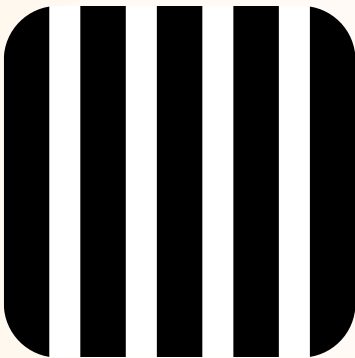
De strepenprints zorgen voor een frisse en moderne uitstraling. Door de verschillende kleurcombinaties ontstaat voor iedere stijl een passende pouch.

STREPEN PRINTS:



Festival Stripe

Fris, kleurrijk en opvallend.



Classic Stripe

Tijdloos, krachtig en stijlvol.



Sunset Stripe

Warm, energiek en vrolijk.



Candy Stripe

Zacht, speels en toegankelijk.

Onze prints

De panterprints geven de collectie een modieuze en trendy uitstraling. Deze collectie is ontworpen voor vrouwen die houden van een unieke en stijlvolle look.

PANTER PRINTS:



Cocoa Panther

Warm, natuurlijk en stijlvol.



Lime Panther

Opvallend, fris en speels.



Soft Panther

Zacht, elegant en vrouwelijk.



Golden Panther

Luxe, krachtig en opvallend.

Media-uiting

De promotie van Just In Case vindt plaats op locaties waar veel vrouwen aanwezig zijn, zoals festivals, concertzalen, scholen, sportscholen en openbare toiletten.

Uit onze enquête blijkt dat dit de plekken zijn waar vrouwen het product het liefst beschikbaar zien. Door middel van posters creëren we zichtbaarheid en naamsbekendheid en wijzen we bezoekers op de automaten waarin Just In Case verkrijgbaar is.



Mockups

Het assortiment van Just In Case bestaat uit menstruatiekits, noodondergoed en diverse pouch-designs. Door verschillende kleuren en prints aan te bieden, kunnen gebruikers kiezen voor een stijl die bij hen past.



AI verantwoording

Tijdens het ontwikkelen van Just in Case is ChatGPT gebruikt als ondersteunend hulpmiddel bij verschillende onderdelen van het project.

AI is ingezet voor het genereren van ideeën, het uitwerken van concepten, het maken van mock-ups en het verzamelen van achtergrondinformatie.

De volgende gesprekken zijn gebruikt:

Ontwikkeling en vormgeving

- Ontwerp en uitwerking van het tasje:

<https://chatgpt.com/c/6a3a9f0e-af84-83eb-ab8a-ee4369c6cd85>

- Mock-up van de poster:

<https://chatgpt.com/share/6a3bc311-2438-83eb-b5c2-4428bac23a35>

- Mock-up van de verpakkingszakjes:

<https://chatgpt.com/share/6a3bc2b9-246c-83eb-baa8-4537b20d4e7d>

Onderzoek

- Onderzoek naar het percentage vrouwen met een onregelmatige menstruatiecyclus:

<https://chatgpt.com/c/6a31d0af-2648-83eb-91c1-c0a696982f40>

ChatGPT is uitsluitend gebruikt als ondersteunend hulpmiddel. Alle gegenereerde informatie, ontwerpen en berekeningen zijn door ons gecontroleerd, aangepast en verwerkt in het bedrijfsplan. De uiteindelijke keuzes, conclusies en uitwerkingen zijn door ons zelf gemaakt.

Bronnenlijst

- Adformatie. (z.d.). Libresse-activatie op Pinkpop valt in de prijzen. Geraadpleegd op 24 juni 2026, van <https://www.adformatie.nl/creatie/bureaus/libresse-activatie-op-pinkpop-valt-in-de-prijzen>
- Alibaba. (z.d.). Custom Laser Cutting One Piece Female Underwear. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van https://www.alibaba.com/product-detail/Custom-Laser-Cutting-One-Piece-Female_1600924421365.html
- Alibaba. (z.d.). Factory Wholesale Custom Logo Mini Storage Pouch. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van https://www.alibaba.com/product-detail/Factory-Wholesale-Custom-Logo-Mini-Storage_1601032604676.html
- Alibaba. (z.d.). Wholesale Underwear Women Seamless Laser Cutting Panties. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van https://www.alibaba.com/product-detail/Wholesale-Underwear-Women-Seamless-Laser-Cutting_1601084893689.html
- AliExpress. (z.d.). Hersluitbaar verpakkingstasje (zipper pouch). Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://nl.aliexpress.com/item/1005010542787826.html>
- AliExpress. (z.d.). Tasjes. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://nl.aliexpress.com/item/1005010620538830.html>
- Armoedefonds. (z.d.). Menstruatiearmoede. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://www.armoedefonds.nl/armoede/menstruatiearmoede-3/>
- CBS. (2024). Hoeveel mensen bezoeken concerten en voorstellingen? Geraadpleegd op 16 juni 2026, van <https://longreads.cbs.nl/nederland-in-cijfers-2024/hoeveel-mensen-bezoeken-concerten-en-voorstellingen>
- CCV. (z.d.). Pinautomaat kopen. Geraadpleegd op 22 juni 2026, van <https://www.ccv.eu/nl/betaaloplossingen/pinautomaten/pinautomaat-kopen>
- CompanyInfo. (z.d.). Pop-Up Toilet Events B.V. Geraadpleegd op 24 juni 2026, van <https://companyinfo.nl/organisatieprofiel/verhuur-van-overige-consumentenartikelen-rest/pop-up-toilet-events-b-v-beemte-broekland-74130226-000042112095>
- DGA Vending. (z.d.). Hoeveel kost een vending machine? Geraadpleegd op 22 juni 2026, van <https://www.dga-vending.com/blogs/actueel/hoeveel-kost-een-vending-machine>
- DGA Vending. (z.d.). Wrapped vending machine. Geraadpleegd op 22 juni 2026, van <https://www.dga-vending.com/blogs/actueel/wrapped-vending-machine>
- Drukwerkdeal. (z.d.). Drukwerkdeal. Geraadpleegd op 24 juni 2026, van <https://www.drukwerkdeal.nl>

- Egotier. (z.d.). Multifunctionele met gerecycled katoen. Geraadpleegd op 24 juni 2026, van <https://www.egotier.nl/multifunctionele-met-gerecycled-katoen-70-en-polyester-30-rpet-140-g-m-egotier-92077-665047/>
- Events.nl. (z.d.). Festivals trekken oudere bezoekers, clubs behouden jong publiek. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://www.events.nl/nieuws/festivals-trekken-oudere-bezoekers-clubs-behouden-jong-publiek>
- Join Marketing – Hoeveel kost een influencer?. (z.d.). Hoeveel kost een influencer? Geraadpleegd op 22 juni 2026, van <https://join.marketing/nl/blog/hoeveel-kost-een-influencer/#/>
- Libresse. (z.d.). Niet ongesteld door stress. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://www.libresse.nl/taboes-doorbreken/feiten-en-fabels/alles-over-ongesteld-zijn/niet-ongesteld-door-stress/>
- LINDA. (z.d.). Ongesteld op een festival: 1 op de 5 vrouwen slaat het over. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://www.linda.nl/reizen/asjemenou/ongesteld-op-festival-onderzoek>
- Marie Claire. (z.d.). Marie Claire duikt in maatsdiscriminatie en ijdele marketingtrucs. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://marieclaire.nl/artikel/30477/reportage-marie-claire-duikt-in-maatsdiscriminatie-en-ijdele-marketingtrucs>
- MaxiAxi. (z.d.). Lowlands. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://www.maxiaxi.com/blog/lowlands>
- Meulenberg, R. (z.d.). Menstruatie en stress. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://ruudmeulenberg.nl/lichamelijke-stress-burnout-klachten/menstruatie/>
- NAV.com. (2023, 24 augustus). How to Start a Vending Machine Business. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://www.nav.com/blog/vending-machine-business-1864566/>
- NCBI. (2023). Hygiene practices during menstruation. Geraadpleegd op 18 juni 2026, van <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10372806/>
- NOS. (2019, 12 november). Menstruatie-armoede: geen geld voor maandverband, dan maar wc-papier. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://nos.nl/artikel/2309153-menstruatie-armoede-geen-geld-voor-maandverband-dan-maar-wc-papier>

- Pets Place. (z.d.). Adori Poepzakjes Animal Print. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://www.petsplace.nl/adori-poepzakjes-animal-print-hondenpoepzakjes-8711621970086-pps>
- Pinkpop. (z.d.). Libresse Refresh Spot keert terug op Pinkpop. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://www.pinkpop.nl/libresse-refresh-spot-keert-terug-op-pinkpop/>
- POPLIVE. (2020, juni). Het grote LIVE publieksonderzoek [PDF-document]. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://www.poplive.nl/wp-content/uploads/2020/06/Het-grote-LIVE-publieksonderzoek-POPLIVE-2020.pdf>
- Rutgers. (2025). Seksueel plezier op Lowlands 2025. Geraadpleegd op 18 juni 2026, van <https://rutgers.nl/onderzoeken/seksueel-plezier-op-lowlands-2025>
- S., T., et al. (2024). Menstrual irregularities and mental health: a cross-sectional study. *Annals of Medicine & Surgery*. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van https://journals.lww.com/atmr/fulltext/2024/10000/menstrual_irregularities_and_mental_health__a.7.aspx
- Sanitaircentre. (z.d.). Maandverband Ultra Wings bulkverpakking. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://www.sanitaircentre.nl/verbruiksartikelen/24053-maandverband-ultra-wings-bulkverpakking-6x40-stuks-8719743056985.html>
- Sanitaircentre. (z.d.). Tampons Normal bulkverpakking. Geraadpleegd op 22 juni 2026, van <https://www.sanitaircentre.nl/verbruiksartikelen/23746-tampons-normal-6x150-stuks-8719743056909.html>
- SpecialtyVending. (z.d.). For Festivals. Geraadpleegd op 22 juni 2026, van <https://specialtyvending.nl/for-festivals>
- Sponsorreport. (z.d.). Interview: Libresse maakt menstruatie bespreekbaar. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://www.sponsorreport.nl/interviewlibresse-maakt-menstruatie-bespreekbaar-op-pinkpop-met-opvallende-activatie/>
- Vaelve. (z.d.). Slimme VendingMachines. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://vaelve.com/>
- Vendemi. (z.d.). Vending machines voor festivals. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://vendemi.nl/>
- Vending Partner. (z.d.). Over ons. Geraadpleegd op 17 juni 2026, van <https://vendingpartner.nl/over-ons/>

- Vending@Work. (z.d.). Vending machine kopen. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://www.vendingatwork.nl/vending-machine-kopen/>
- Vistaprint. (z.d.). Visitekaartjes met ronde hoeken. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://www.vistaprint.nl>
- Wax Discounter. (z.d.). Intieme Verfrissingstissues. Geraadpleegd op 19 juni 2026, van <https://www.waxdiscounter.com/nl/intieme-verfrissingstissues-30-stuks.html>
- Wordans. (z.d.). Dake portemonnee van corduroy. Geraadpleegd op 22 juni 2026, van <https://www.wordans.nl/stamina-mn1737-dake-portemonnee-van-corduroy-met-ritssluiting-en-bijpassende-rits-706409/>
- Yehwang. (z.d.). Make-up tasjes met strepen. Geraadpleegd op 22 juni 2026, van <https://nl.yehwang.com/make-up-tasjes-met-strepen-eenvoudig-polyester-dagelijkse-accessoires-71172.html>