

Van: 6minutes e-mail newsletters <listmaster@6minutes.be>**Aan:** veerle.solia@amsab.be <veerle.solia@amsab.be>**Datum:** 04/17/2008 01:08 PM**Onderwerp:** woman matters nr. 167 - Koelbloedigheid bij seksuele voorlichting - Hartstocht of rede? - Wie heeft oog voor seksistische reclame?De artikels uit deze nieuwsbrief op de site lezen: <http://www.6minutes.be/NL/Rubriek.aspx?RubriekID=11>

6minutes woman matters 167 van 17/04/2008
het web en de wereld vanuit een vrouwelijk oogpunt

Aan veerle solia veerle.solia@amsab.be

Huwelijk als veilige kooi

Huwelijk en liefde worden in het mooiste geval in een adem genoemd. Er is ook een andere manier om het te bekijken en dat is wat Frankrijk doet als het om Nicolas Sarkozy en Carla Bruni gaat.

[Lees meer](#)

Kunnen vrouwen Yahoo redden?

De kwakkelende search engine Yahoo startte recent met een nieuwe site voor vrouwen tussen 25 en 54 jaar oud. 'Shine', zo heet de site, moet het internetbedrijf meer peilen op de commerciële boog geven die ze richten naar de belangrijkste besissingnemers in de meeste huishoudens.

[Lees meer](#)

Hartstocht of rede?

In 'De liefde dus', geeft de Nederlands filosoof en schrijfster Joke J.Hermesen een soort van antwoord op de vraag of mensen naar hun hart of naar hun verstand moeten luisteren en of beide te combineren zijn. Het is meteen de titel van haar meest recente roman over het liefdesleven van de 18 de eeuwse Belle van Zuylen.

[Lees meer](#)

Wie heeft oog voor seksistische reclame?

Reclame doet onze wereld een beetje glanzen en ontlaadt wat van zijn spanningen. Maar zij speelt lang niet voor iedereen dezelfde rol. Sommige mensen richten er hun leven naar in, anderen zien haar haast over het hoofd. Onderzoekster communicatiewetenschappen aan de Universiteit Antwerpen Corine Van Hellefont gaat al jaren na hoe vrouwvriendelijk of –onvriendelijk reclame bij ons is, haar bevindingen en bijkomende onderzoeksresultaten verschenen nu in boekvorm.

[Lees meer](#)

Blog over hoogtepunt heen?

Een drietal jaar is het verschijnsel blog nu prominent aanwezig in het internet, en er is nog geen zicht op enig business model voor de lange termijn. Integendeel, belangrijke publicaties herzien hun politiek. Niet alleen het profijtbeginnsel staat ter discussie, nog meer de kwaliteit.

[Lees meer](#)

[Nokia zet Tube in tegen iPhone](#)
[10 redenen om achterdochtig te zijn](#)
[Een man in een pak](#)
[5 manieren om de besten aan boord te houden](#)
[Terug naar de ketterij: werknemers beheren hun eigen pc](#)
[Vastgoedprijzen: hoe is de situatie vandaag?](#)

6 aandachtspunten leiden naar de top

Opklimmen naar de top of de Kilimanjaro beklimmen is in feite hetzelfde, schrijft bedrijfseconoom B. Jüch. Het komt er gewoon op aan zijn focus te behouden op 6 essentiële aandachtspunten.

[Lees meer](#)

[Shakespeare, maar dan zonder uitgevers](#)
[Wie vindt lokale online content betrouwbaar?](#)
[5 manieren om de besten aan boord te houden](#)

Myspace Music

Netwerksite Myspace wil via de miljoenen profielpagina's van artiesten muziek en merchandise verkopen.

Koelbloedigheid bij seksuele voorlichting

Een op twee jongeren weet niet waar zij/hij terecht moet voor anticonceptiva, dat blijkt uit recent onderzoek. Mama is slechts voor een derde van de jongeren de belangrijkste bron van informatie over seksualiteit en papa blijkt verloren gelopen te zijn in de enquête.

[Lees meer](#)

Marketing die droomt en inspireert

Emotionele verbondenheid, dat is wat vrouwen zoeken voor ze een merk een plaats in hun hart en, niet onbelangrijk, in hun budget geven. Dat is de overtuiging van een aantal vrouwelijke marketeers; zij distantiëren zich van de stereotype marketing naar vrouwelijke consumenten tegen een rozige achtergrond. 'Muse Communication, een communicatieagentschap gespecialiseerd in intelligente marketing naar vrouwen', bericht erover op zijn nagelnieuwe website.

[Lees meer](#)

Myspace Music, zoals het project gedoopt werd, wordt gesteund door de drie grootste platenlabels Universal Music Group, Sony BMG Music Entertainment en Warner Music GroupCorp. Gesprekken met EMI zouden nog niet afgelopen zijn.

[Lees meer](#)

[Overheid moet het gebruik van de eID dringend gaan promoten](#)

[Test: Devolo dLAN Audio extender](#)

[Test: Corel WinDVD 9 Plus Blu-ray](#)

[Zeydon Z60 wint Red Dot Award](#)

[Sail for Europe brengt Europese burgers bij elkaar](#)

[Beheer van uw abonnementen, opzeg, adreswijziging](#)

[6minutes](#) is een koepel van nieuwsbrieven voor zakelijke en persoonlijke interesses - [Gratis abonneren](#)

Eindredactie: Tristan Van Dorsselaer - Redactie: [Marleen De Geest](#) - [Reacties en persberichten](#) - [Zoeken in het archief](#)

Deze editie is verzonden naar 6732 abonnees.

Reclamewerving: Beweb Regie - Straight to your online audience - sales@beweb.com - Tel: +32 (0)2 423 55 60

Deze nieuwsbrief is een uitgave van 6minutes Press bvba, Brusselsesteenweg 118, 1850 Grimbergen

Uitgevers: Toon Lowette en Leo Van Dorsselaer - e-mail: editor@6minutes.be

© Copyright 6minutes Press, Grimbergen - Deze nieuwsbrief wordt met zorg samengesteld. Daarvoor worden goede bronnen en referenties gebruikt. De uitgever is niet aansprakelijk voor het gebruik van de informatie in deze publicatie. - [Voorwaarden](#) voor overname van inhoud - [Privacy](#)