

# Smullen van de Havermelkelite

02-11-2023 11:00



**Jonas Kooyman (34) serveert zijn 15.000 volgers elke twee weken 'de Havermelkelite': een nieuwsbrief met verhalen over de jonge Randstedeling, die zich onderscheidt met onder meer podcasts, natuurwijn, yoga en havermelk. Jonas duidt deze stedelijke levensstijl en helpt zijn lezers op deze manier om hem beter te begrijpen. Zijn nieuwsbrief werd zo succesvol dat hij er inmiddels van kan leven en zijn baan bij NRC heeft opgezegd.**

Verdien je meer dan € 80.000 per jaar en voel je je toch arm? Misschien ben je dan wel een HENRY. En waarom spelen zoveel hoogopgeleide marketingmensen bakkertje? Hoe fotografeer je je eten voor Instagram? Waarom zijn paddodruppels zo populair?

Hoe ziet het met de opkomst van de trakteercultuur: elke dag een koffie à € 4,50 buiten de deur? Of de reserveringsgekte in de horeca?

Het zijn zomaar wat onderwerpen die Jonas Kooyman aanroert in zijn veelgelezen nieuwsbrief de Havermelkelite. Hij deelt daarin ook boeken-, serie- en podcasttips die gerelateerd zijn aan het onderwerp. Op zijn gelijknamige Instagram-account vind je grappige memes en 'Havermelkelite-acties', zoals 'Kind (3): "Er is een nieuw meisje in de klas en ze heet Chai Latte." Bleek 'Charlotte' te heten."

## Woord van het jaar

De door Kooyman bedachte term de 'havermelkelite' werd in 2021 door het Genootschap Onze Taal genomineerd voor woord van het jaar. Steeds vaker duikt hij op in discussies over flink spenderende jonge stedelingen die allemaal dezelfde e-bikes en sportschoenen hebben, die dagelijks havermelkcappuccino's en lattes voor vier euro bestellen, voor acht euro een zuurdesembrood kopen, natuurwijn drinken en dezelfde hippe restaurants, boutique-sportscholen en exclusieve yogastudio's bezoeken. Ze werken in de creatieve of corporate sector en wonen in veryuppendede buurten, waar de huizenprijzen torenhoog zijn.

## Stempel op de stad

"Het verschil met de yuppen van de jaren negentig is dat de Havermelkelite echt een stempel op de stad drukt. Op den duur zal hij alleen nog maar bereikbaar zijn voor mensen met een grote portemonnee en die hebben zij. Door hen is hij in tien jaar tijd flink veranderd. In mijn stukken ligt de focus vaak op Amsterdam, maar je vindt deze levensstijl ook in andere steden zoals Den Haag, Utrecht, Rotterdam, Berlijn, Londen," legt Kooyman uit.

Hij heeft een neus voor het onderwerp. Met gevoel voor ironie legt hij feilloos de vinger op de 'zere' plek. Misschien wel juist omdat hij zelf óók meedoet aan de levensstijl van de havermelkelite. Maar hij is er in zijn verhalen ook kritisch over. Kooyman: "Amsterdam is altijd een tolerante stad geweest. Ik vind dat hij er voor allerlei verschillende groepen moet zijn, ook voor diegenen die weinig geld hebben. Het is jammer dat hij steeds duurder wordt, waardoor wordt de stad steeds meer een plek wordt voor de hogere middenklasse die de stijgende kosten wél kunnen betalen. Daar laat ik me kritisch over uit in mijn verhalen. Vooral als mensen in hun eigen bubbel blijven en zich niet bekommeren om anderen die het minder hebben."

## Trendvolgers

Ook stedelingen die klakkeloos alle trends van de havermelkelite volgen, kunnen rekenen op Kooymans scherpe pen. "Je ziet veel twintigers en dertigers nu bijvoorbeeld lopen met sportschoenen van Salomon, bedoeld om in heuvels en bergen te wandelen. Hetzelfde geldt voor kleding van Lululemon of de aluminium rolkoffers van RIMOWA. Mensen doen elkaar na en dragen geen eigen identiteit of stijl meer uit."

Kooyman signaleert de trends veelal in zijn eigen omgeving. "Als ik ergens ben, let ik goed op. Dan zie ik bijvoorbeeld dat iedereen bepaalde sportschoenen draagt, dat in hippe restaurants overal smashburgers op de kaart staan of dat op Schiphol jonge mensen met dezelfde koffers van RIMOWA lopen. Dan ga ik uitzoeken wat daarachter zit. Ik lees ook veel binnenlandse als internationale kranten en bladen. Zo zag ik ergens de term HENRY (High earners, not rich yet, red). Vervolgens hoorde ik iemand vertellen over een vriend die veel geld verdiende, maar uitgaf aan huur, waardoor hij altijd blut was. Over zo'n fenomeen ga ik dan schrijven."

## Succesvolle nieuwsbrief

Kooyman schreef zes jaar lang voor bladen als NRC, Elle en Vice, en dan vooral over jonge stedelingen en hun levensstijl. "Als freelancer zocht ik naar een eigen niche waarmee ik me kon onderscheiden en profileren. Mijn artikelen over de tijdgeest, de levensstijl van de jonge stedeling werden goed gelezen en veel gedeeld. In 2020 ontstond het idee om een nieuwsbrief met verhalen over dit onderwerp te maken. Ik beheerde bij NRC al voor twee dagen in de week de nieuwsbrief en vond dat zo leuk dat ik dacht: waarom maak ik er zelf niet een?"

Toen corona kwam, was hij even bang dat zijn plan volledig in zou storten, want er was vanaf dat moment weinig meer te doen in de stad. "Het tegendeel was waar. Mensen bleken juist behoefte te hebben aan content. De nieuwsbrief werd goed gelezen en begon te groeien, zeker toen hij ook nog eens werd gedeeld door iemand met veel volgers."

Kooyman kreeg in diezelfde periode een baan aangeboden bij NRC, een lang gekoesterde droom van hem. “Zo’n baan is niet makkelijk te vinden, dus ik besloot dat het te gaan doen in combinatie met mijn nieuwsbrief. Die was inmiddels zo succesvol dat ik een *paywall* had geïnstalleerd. Ik hield er naast mijn werk een aardig centje aan over. Dat werd zoveel dat ik er van zou kunnen leven. Vorig jaar besloot ik daarom mijn baan bij NRC opzeggen om me fulltime gaan toe te leggen op de Havermelkelite.”

## Mini-uitgever

Zijn nieuwsbrief heeft op dit moment 15.000 abonnees, waarvan er 1100 € 4,50 per maand betalen voor een XL-versie van de nieuwsbrief, waarop alle artikelen, memes en lees-en cultuurtips te lezen zijn. Het bijbehorende Instagram-account heeft 150.000 volgers. “Per maand houd ik zo’n € 3000 à 3500 over en dan verkoop ik nog advertenties op Instagram. Ik beschouw mezelf nu als een soort mini-uitgever.”

Wat maakt dit fenomeen nu zo boeiend voor mensen? Kooyman denkt dat zijn doelgroep het prettig vindt om te lezen over de hypes en trends die hij duidt en uitlegt. “De meerderheid van de lezers komt zelf uit de havermelkelite. Een ander deel ziet het meer als een antropologisch verschijnsel en vindt het interessant om te lezen wat er speelt in de Randstad en bij te houden welke trends, nieuwe woorden of vreemde afkortingen er zijn.”

De nieuwsbrief verschijnt om de twee weken op zondag. “De ene keer schrijf ik een column, de andere keer een artikel over een nieuwe trend of een interview met bijvoorbeeld een schrijver. Ik stop er ook elementen uit mijn eigen leven in, waardoor het persoonlijker wordt en mensen me een beetje leren kennen.”

## Toekomstplannen

Kooyman vertelt het allemaal vanuit een Airbnb in Griekenland, waar hij tot het einde van het jaar verblijft om aan zijn boek te werken. “Dat zal gaan over de havermelkelite en de impact daarvan op de stad. Als alles meezit, verschijnt het volgende zomer.”

Maar hij heeft meer plannen. “Ik heb net getekend bij een influencer-managementbureau dat mij gaat begeleiden met campagnes en advertenties op sociale mediakanalen. Verder ga ik volgend jaar een podcast maken over de havermelkelite. Maar eerst maar eens mijn boek afmaken!”

<https://havermelkelite.substack.com/>

<https://www.instagram.com/havermelkelite/>