

GLASS SKIN, CLEAN GIRL AESTHETIC, SCANDI GIRL MAKE-UP: KIES JE DIT ZELF OF Kiest DE FEED VOOR JOU?

DIVA BRONS ZOEKT HET UIT IN DIVA VS. HET ALGORITME, KRUIDVATS NIEUWE DOCUSERIE OM BEWUSTZIJN TE CREËREN OVER HET EENZIJDIGE BEELD DAT JE SOCIAL FEED JE TOONT.



Van de Scandinavian bronzer look tot de ‘Saint Tropez clean girl’ aesthetic: TikTok en Instagram staan vol beauty-inspiratie. Onderzoek toont aan dat jongvolwassenen hier voortdurend mee in aanraking komen, en dat dit doorwerkt in hoe ze naar zichzelf kijken. 90 procent van de meisjes tussen de 10 en 17 jaar geven zelfs aan minimaal een social media account te volgen waardoor ze zich minder mooi voelen.* Daarom lanceert Kruidvat samen met Diva Brons de nieuwe vijfdelige docuserie *Diva vs. Het Algoritme*. Als onderdeel van de campagne ‘Wat beauty is, bepaal je mooi zelf’. Diva Brons onderzoekt in de serie samen met experts en creators hoe haar online bubbel haar zelfbeeld kleurt én hoe je de regie over je eigen feed weer terugpakt.

Zit jij in een beautybubbel?

Je *For You Page* op Instagram en Tiktok wordt gevormd door wat je bekijkt en waar je op reageert. Hoe vaker je bepaalde content ziet, hoe sneller je feed zich vernauwt tot een niche. Van glass skin tot looksmaxxing, voor je het weet zie je vooral beelden die binnen hetzelfde schoonheidsideaal passen. “Mijn feed is een grote inspiratiebron, maar door deze serie besepte ik pas hoe sterk je in je eigen bubbel kunt zitten,” vertelt presentatrice Diva Brons. “Ik dacht altijd dat ik online juist veel nieuwe en verrassende dingen zag, maar eigenlijk krijg je vooral meer voorgeschoteld van wat je al kent en leuk vindt. Daardoor vraag ik me nu veel bewuster af: vind ik dit écht mooi, of voelt het vooral vertrouwd omdat ik het zo vaak zie?”

Van beautybubbel tot eigen regie

In vijf afleveringen onderzoekt Diva hoe onze beautyfeed wordt gevormd en wat dat met ons doet. Ze duikt in haar tijdlijn en de werking van het algoritme: welke rol spelen likes, kijktijd en interacties in wat we te zien krijgen? In de laatste afleveringen staat één vraag centraal: hoe neem je zelf meer regie over je feed, verbreed je je feed, ontdek je andere perspectieven en blijf je dicht bij wat jij zelf mooi vindt? De eerste aflevering is vanaf 23 september a.s. te zien op de social kanalen [van Kruidvat](#).

Wanneer inspiratie als de norm gaat voelen

Diva gaat in gesprek met experts en deskundigen uit de sector. Een psycholoog, universitair docent en journalist duiden wanneer inspiratie omslaat in vergelijking, en wat dat doet met onze schoonheidsidealen en ons zelfbeeld. Influencers voegen daar hun eigen kant van het verhaal aan toe: hoe zichtbaarheid en trends tot stand komen, en welke rol zij zelf spelen in het vormen van onze feeds.

Een van de experts is GZ-psycholoog Najla Edriouch, die onderzoek doet naar de relatie tussen social media en mentale gezondheid.

“Beauty-inspiratie slaat om in sociale vergelijking op het moment dat je niet meer denkt: ‘dit vind ik mooi en hier haal ik inspiratie uit’, maar: ‘zo zou ik er eigenlijk uit moeten zien’,” legt Edriouch uit. “Juist herhaling speelt daarin een grote rol. Zie je tientallen keren per dag vergelijkbare gezichten, lichamen of huidtypes? Dan kan dat langzaam als normaal of zelfs

de norm gaan voelen. Daarom helpt het om bewust te kijken naar wat je feed met je doet, en ruimte te maken voor verschillende soorten schoonheid.”

Meer van jezelf in je feed

Hoewel je feed deels voor je wordt samengesteld, heb je zelf invloed op wat je volgt, opzoekt en aandacht geeft. “Wat ik vooral heb meegenomen uit de serie, is dat je zelf veel meer invloed hebt op je algoritme dan je misschien denkt,” vertelt Diva. “Ik probeer nu bewuster te kiezen waar ik aandacht aan geef en zoek vaker iets op dat buiten mijn vaste interesses ligt. Dat geeft me juist meer zin om nieuwe looks uit te proberen en mijn eigen smaak verder te ontdekken.”

Je laten inspireren zonder jezelf uit het oog te verliezen, dat idee vormt ook de basis van Kruidvats bredere beautycampagne: *Wat beauty is, bepaal je mooi zelf* . Jouw *For you* page mag inspireren, maar uiteindelijk draait beauty om wat bij jou past.

**Onderzoek WGSN, 2026*

OVER KRUIDVAT NEDERLAND

Wie kent Kruidvat niet? Bij Kruidvat winkelen wekelijks enkele miljoenen klanten. Hiermee is Kruidvat marktleider in de health- & beautymarkt in Nederland en België. Een positie waar we trots op zijn. Ons bedrijf heeft ruim 1.250 winkels en ruim 25.000 medewerkers. Wij geven invulling aan ons motto 'Steeds verrassend, altijd voordelig' door een ruime keuze te bieden uit een voordelig, gevarieerd en hoogwaardig aanbod health-, beauty-, en babyartikelen, aangevuld met een uitgebreid en verrassend assortiment producten.

CONTACTGEGEVENS

AS WATSON HEALTH & BEAUTY BENELUX

Team Corporate Communicatie

pers@nl.aswatson.com

[+31 318 579597](tel:+31318579597)

KOPIEER LINK

<https://www.kruidvat.nl/pers/271825-glass-skin-clean-girl-aesthetic-scandi-girl-make-up-kies-je-dit-zelf-of-kiest-de-feed-voor-jou/>