

3 Corona-update: blijf zorgen voor een veilige winkel **8** Loonstijging per 2021
12 BTW-convenant wordt beëindigd **16** Online bloemenverkoop neemt een vlucht
18 Floral Education Center krijgt steeds meer vorm

Thomas Vloedgraven, HK bloemstudio:

"Mijn doel is het merk HK verder uit te bouwen"

Pagina 6



Bijzondere tijd



John Thijert
info@vbw.nu

De tijd van terugblikken is aangebroken. 2020 zullen we nog lang blijven herinneren. Grote tegenstellingen kenmerken het jaar. In de privésituatie hebben velen te maken gekregen met het Coronavirus. Bedrijfsmatig heeft het ook grote invloed gehad met wisselende, maar voor veel bloemisten geen negatieve, effecten. VBW heeft het afgelopen jaar op volle toeren gedraaid om haar leden te ondersteunen. In de lobby zijn er belangrijke resultaten geboekt en zijn er mooie samenwerkingen ontstaan met andere (branche)organisaties. Het is in deze tijd goed om te zien dat samenwerkingen echt tot stand komen en ondernemers innovatief inspelen op de steeds weer veranderende omgeving. We mogen met elkaar trots zijn op de wijze waarop we met deze crisis omgaan.

De toekomst

Het einde van het jaar is ook het moment om vooruit te kijken. Op korte termijn staat de kerstperiode voor de deur. Ieder jaar weer een drukke tijd, waarbij het dit jaar belangrijk is om vooraf goed na te denken over de manier waarop je deze drukte het beste kunt managen binnen je winkel. Blijf zorgen voor een veilige omgeving voor jezelf, je medewerkers en je klanten. Probeer een manier te vinden om de drukte te reguleren. Wellicht met aangepaste openingstijden, waar nodig/mogelijk werken met ploegen, zorgen voor een passende klantenopvang buiten de deur, extra aandacht op jouw online-presentatie (en bezorging) en meer werken met bestellingen en/of een andere manier van winkelrouting.

Ik wens jullie veel succes en alle gezondheid toe in deze bijzondere tijd.

John Thijert, voorzitter VBW

Bloemist

Colofon

Redactie

Bram Rijkers
Marco Maasse
Mark Heemskerk
Sandra Keegel

Redactieadres

Horaplantsoen 20
6717 LT Ede

Foto's

VBW

Vormgeving

Muntz

Drukwerk

CommunicatiePartners

Productie

VBW Bloemist is een uitgave van
Vereniging Bloemist Winkeliers
www.vbw.nu

Deze Bloemist is tot stand gekomen
met steun van het Sociaal Fonds
Bloemenspecialzaken



Inhoud

- 3 Corona-update: blijf zorgen voor een veilige winkel
- 5 10 tips voor ondernemen in onzekere tijden
- 6 HK bloemstudio Deventer
- 8 Loonstijging per 2021
- 9 Hoe is het met... Bloemist van het jaar 2019 'De Bloemenvink'
- 10 Plantion Transport ontzorgt bloemist
- 12 BTW-convenant bloemistenbranche wordt beëindigd en krijgt doorstart
- 14 Renault pakt uit met een eindejaarsknaller
- 15 7 voordelen om digitaal te gaan werken
- 16 Online bloemenverkoop neemt een vlucht
- 18 Floral Education Center krijgt steeds meer vorm en inhoud
- 20 Lokaal Retailbelang: jouw lokale lobbypartner
- 21 Is jouw verzuimverzekering op orde?
- 22 Omzetstijging houdt aan
- 23 Kerstgroet
- 24 Smithers-Oasis: duurzaam met goede margemogelijkheden

Corona-update

Blijf zorgen voor een veilige winkel

Corona-update

We zullen voorlopig nog te maken blijven houden met alle gevolgen van corona. Los van de gezondheid heeft het virus een groot effect op de economie op de langere termijn. De bloemenbranche is, over het algemeen tot nu toe, goed door deze crisis heen gekomen. Onze winkels hebben zich goed aangepast aan de nodige maatregelen. De consument vond en vindt het prettig om in de kleinere speciaalzaken te komen. Hier is nog aandacht voor persoonlijk contact en is het gevoel van veiligheid groot. Daarnaast zijn de verkopen via het online-kanaal fors gegroeid.

Lobby

VBW is de afgelopen periode druk geweest met het informeren en ondersteunen van de leden. Ook in de lobby praat VBW mee op verschillende relevante tafels. De belangrijkste aandachtspunten vanuit VBW zijn:

- Het zorgen dat bloemenwinkels open mogen blijven;
- Compensatie voor de kosten van werkgevers voor het quarantaine-verzuim. Testen duurt te lang, thuiswerken is in onze branche (nagenoeg) niet mogelijk en kosten kunnen niet worden verhaald op de verzuimverzekering;
- Stimulering (binnenlandse) bestedingen door verhogen van besteedbaar inkomen (gunstiger bruto/netto-verhouding) en BTW-verlaging op gezondheidbevorderende producten/diensten/activiteiten. Bloemen en planten dragen daadwerkelijk bij aan een gezondere samenleving;
- In deze moeilijke economische tijd pleit VBW voor het stabiliseren van de minimumlonen;
- Compensatie of afschaffing van de transitievergoeding bij onbedoelde tijdelijke bedrijfssluiting of bedrijfsbeëindiging.

Het aantal onderwerpen gaat verder dan deze naastgenoemde punten. Via onze website en nieuwsbrief ontvang je altijd de meest actuele informatie op de lobby-onderwerpen. Zijn er zaken die we nog niet meenemen in de lobby, maar voor jou belangrijk zijn, laat die dan aan ons weten. Bij lobby is het belangrijk om onze standpunten te onderbouwen met verhalen uit de praktijk.



[Lees verder >](#)



VBW biedt support met coronatest en hygienemiddelen

Samen met onze partners voorzien we onze leden van producten en diensten die op dit moment belangrijk zijn. Zo is er een aanbod voor plexiglasschermen, beschermingsmiddelen zoals mondkapjes, hygiënezuilen en desinfectiemiddelen, en hebben we een aanbod voor commerciële coronatesten en sneltesten.

Bekijk het volledige aanbod op vbw.nu.

Corona-
update

Blijf het actuele nieuws volgen

Regelgeving en ontwikkelingen rondom corona veranderen wekelijks (soms dagelijks). VBW volgt al deze ontwikkelingen op de voet en informeert jou direct. Dat doen we via de website, digitale nieuwsbrieven en social media. Blijf ons volgen. Het is belangrijk om de regels zo goed mogelijk na te leven. Alles wat je moet weten over corona en jouw winkel vind je op onze websitepagina: vbw.nu/corona



Feestdagen & Corona

De feestdagen staan weer voor de deur. Dit jaar vraagt dat om nog extra voorbereidingen. De kans is groot dat de Kerst door veel mensen thuis gevierd gaat worden. Daar liggen veel kansen voor onze branche, maar daarmee ook de nodige uitdagingen. Het is belangrijk om vroegtijdig te starten met de voorbereidingen hiervoor. Een eventuele verruiming van openingstijden kan ervoor zorgen dat je de klantenstroom beter kunt regelen.

VBW heeft voor jou 10 tips opgesteld om de klantenstroom in aanloop naar de feestdagen te reguleren. Kijk voor alle details op www.vbw.nu of neem contact op met je relatiebeheerder.

10 tips voor ondernemen in onzekere tijden



Corona heeft het ondernemen niet makkelijker gemaakt. Ondanks de vele tragische persoonlijke omstandigheden bij patiënten en slachtoffers zijn er gelukkig ook mooie dingen gebeurd. Voor de meeste bloemisten heeft de crisis tot op heden voor een aanzienlijke toename in de gemiddelde winstgevendheid gezorgd. Helaas geldt dat niet voor iedereen en schulden zijn dan snel gemaakt. Alertheid is geboden, zeker in deze onzekere en onstuimige tijd.

10 tips

Het is goed om vooruit te blijven kijken. Philip Vijfhuizen, bedrijfsadviseur en MfN registermediator wordt op advies van VBW regelmatig betrokken bij ondernemers in zwaar weer. Hij heeft een aantal tips om te ondernemen in onzekere tijden:

1. Wees zuinig op je geld, zorg dat je je verplichtingen kan blijven betalen;
2. Vraag je af of je de voorgenomen investering juist wel op dit moment moet doen, of is het niet noodzakelijk en is het verstandig om dat nog (even) uit te stellen?

3. Houd je administratie goed bij (of laat dat goed verzorgen). Voorkom nare verrassingen achteraf, terwijl je zaken wel had kunnen weten. Werk daarom met regelmatige tussenrapportages om te zien hoe goed het gaat;
4. Meet het aantal klanten en de gemiddelde besteding per klant. Als je dit op langere termijn bijhoudt kan je er heel veel van leren en bijsturen waar nodig;
5. Laat de Belastingsschuld niet onnodig oplopen, deze zal je in de aanstaande jaren wel moeten terugbetalen. Gebruik dit soort overheidsmaatregelen alleen als het echt niet anders kan;
6. Zoek naar ruimte in het reduceren van kosten. Denk daarbij aan de inzet van medewerkers, het verlagen van de huur, de wijze van inkoop, het beperken van de privé opnames en het afstoten van niet rendabele activiteiten;
7. Wees scherp op termijnen van de huurovereenkomst. Je mag als huurder niet eenzijdig een huurovereenkomst openbreken. Veel ondernemers hebben een huurovereenkomst voor langere periodes en wordt (automatisch) verlengd. Daarnaast heb je vaak te maken met een lange opzegtermijn;
8. Blijf alert of jouw locatie ook in de toekomst nog een plaats is waar jouw klanten blijven komen. Als dat niet zo is, denk dan na over alternatieve opties. Locatie is een van de meest bepalende factoren voor de toekomst;
9. Blijf scherp op het behalen van een goede winstmarge. Verkoop je producten tegen een goede prijs;
10. Zit het tegen, zoek dan op tijd hulp. Buitenstaanders hebben vaak een andere en meer objectieve blik op jouw winkel. Zelfs als er geen goede vooruitzichten meer zijn is het goed om te proberen de regie in eigen hand te houden. Vraag daarbij hulp aan je VBW-relatiebeheerder.

'Alertheid is geboden, zeker in deze onzekere en onstuimige tijd.'

Meer informatie

W: vijfhuizen.nl of vbw.nu/bedrijfsadvies
E: info@vbw.nu of philip@vijfhuizen.nl
T: 0318-527568 (keuze 6)





"Mijn doel is het merk HK verder uit te bouwen"



Thomas Vloedgraven en zijn team openen de nieuwe winkel

Op 1 april 2020 hebben Paul en Betsy Hafkamp, van Paul Hafkamp Bloemen uit Deventer, het stokje overgedragen aan Thomas Vloedgraven. Daarmee sluiten Paul en Betsy na 40 jaar een fantastische tijd af.

Sinds 1 september is de winkel verder gegaan als bloemstudio onder de naam HK bloemstudio. Een bewust gekozen naam met een knipoog naar het verleden, een naam met geschiedenis, een naam waar 40 jaar vakmanschap bij hoorde. Om die reden is besloten de afkorting HK (HafKamp) in de nieuwe naam op te nemen. Maar bij een overname was het ook tijd voor een frisse start met meer eigenheid. Daar horen een nieuwe hippe naam en uitstraling bij.

Jonge ondernemer met ambitie

Thomas Vloedgraven is zeker geen onbekende in de bloemenbranche. Op zijn 21ste opende hij zijn eigen bloemenwinkel in zijn woonplaats Wijhe. Zijn ambities werden al snel duidelijk, want op zijn 22ste werd hij verkozen tot 'Bloemist van het Jaar 2015-2016'. Eind 2019 werd Thomas door Paul en Betsy Hafkamp benaderd of hij wellicht geïnteresseerd was om hun bedrijf in Deventer over te nemen. Na veel koppen koffie en goede gesprekken werden de plannen voor de toekomst gemaakt.

Thomas aan het woord

"De gesprekken met Paul, Betsy en met mijn accountant en hun adviseur hebben ertoe geleid dat ik op 2 december het koopcontract tekende. We spraken af dat er vanaf 1 januari gestart zou worden met een inwerktraject van drie maanden, om op die manier alle facetten van het bedrijf te leren kennen. Daarnaast hield ik mijn goedlopende winkel in Wijhe nog aan." Echter door een samenloop van verschillende omstandigheden kwam Thomas tot het grote besluit om de winkel in Wijhe af te stoten. "Het voelde alsof alles ineens samen kwam en ik op een kruispunt stond. Twee van mijn vaste medewerksters in Wijhe kozen voor een carrièreswitch en gingen uit dienst. Ik zag mijn team in Wijhe uiteenvallen in een tijd waarin goede medewerkers heel lastig te vinden zijn. Daarnaast liep mijn huurovereenkomst in oktober af en voelde het niet verstandig om in deze onzekere tijd, waarbij de maatregelen met betrekking tot het coronavirus een grote en langdurige impact hebben, voor een langdurige periode bij te tekenen. Kortom: twee bedrijven draaiende houden

is nu erg risicovol en voor mij niet realistisch. Ik merk en voel aan alles dat mijn toekomst als ondernemer nu in Deventer ligt.”

‘Feestelijke’ opening

21 maart was de dag dat Paul en Betsy Hafkamp het 40-jarige bestaan gepast vierden. Op 1 april was vervolgens de officiële overname. Door de Corona-uitbraak kon dit niet groots worden gevierd. “Oorspronkelijk had ik een verbouwing gepland. Maar door de toegenomen drukte en de onzekerheid die Corona met zich meebracht, besloot ik daar nog mee te wachten. Na de eerste ‘golf’ hebben we de verbouwing toch doorgezet en op 1 september was de heropening van de nieuwe bloemstudio een feit. Een nieuwe naam met een nieuwe uitstraling. Helaas geen groot feest, maar alle klanten kregen een fles champagne mee naar huis om thuis te kunnen proosten op de opening. De champagne had ik van restaurant “The Lemon Tree” waar we veel mee samenwerken, zo worden onze bloemen al gebruikt in hun gerechten. Een gebaar dat zeer werd gewaardeerd.”

Gespecialiseerd in bloemen

Uniek in Nederland is het feit dat HK bloemstudio bijna alleen bloemen verkoopt en daarin is gespecialiseerd. 95% van omzet bestaat uit de verkoop van bloemen, de overige 5% is glaswerk etc. Nieuw voor Thomas was dat het klantenbestand voor ongeveer 70% bestaat uit zakelijke klanten. Thomas: “Groot voordeel van een groot, zakelijk klantenbestand is dat je een goede vaste basis in omzet en omloopsnelheid hebt, daarmee hou je je product altijd mooi vers. Mijn inkoop doe ik deels online en deels zelf via de veiling. Op die manier blijf je goed geïnformeerd over de actualiteiten en het aanbod.”

Toekomstbestendig

Thomas heeft met de overname, naast zijn medewerkers die uit Wijhe zijn meegekomen, ook een sterk team van vakkundige medewerkers overgenomen. De meeste werken er al meer dan 25 jaar. Daarmee blijven de bestaande klanten vertrouwde gezichten aantreffen in de bloemstudio. Met de nieuwe, moderne uitstraling van de bloemstudio weet HK bloemstudio ook de jongere doelgroep goed te bereiken. “Corona maakt het lastig om nu heel doelgerichte plannen te maken. Door de grote drukte van de afgelopen periode staan we eigenlijk meer in de ‘overlevingsstand’. Natuurlijk is dat positief, want er zijn winkels en branches die in een andere overlevingsstand staan. Onze uitdaging is voor nu om iedere dag weer het werk af te krijgen en de kwaliteit te leveren waar we voor staan.”



Bouwen aan het merk HK bloemstudio

“De nieuwe bloemstudio heeft enorme potentie en mijn doel is om het ‘merk’ HK verder uit te bouwen en de focus te houden op mooie bloemen. Momenteel zijn we in gesprek met onze contentstrategen, tekstschrijver, ontwerper en social media expert om in alles wat we doen een herkenbare uitstraling in de communicatie te ontwerpen en er een plan voor te maken. Een klant moet bij een emotionele ervaring verbinding voelen met ons merk/bloemstudio. Waar we bijvoorbeeld mee bezig zijn is merchandise. Bij het ontwerp van ons logo is daar al over na gedacht. Wij hebben bijvoorbeeld een vormelement boven de letters HK staan. Dit moet ons herkenbare symbool worden zoals bijvoorbeeld de M van McDonald's.”

Korte uitleg over het logo

- De letters HK zijn dwarsdoorsneden van bloemstengels. Zonder een goede stengel geen bloem, zonder een goed logo, geen goede onderneming.
- De nerf van een blad zien we als een levenslijn. Het doorstromen en groeien van het bedrijf. Daarnaast zien we in de nerf van het blaadje een ‘fingerprint’: de vingerafdruk van Thomas, hij drukt nu zijn stempel op de onderneming.
- Omdat we blaadjes vaak terugzien in logo's van bloemisten, zijn ze niet origineel. Daarom hebben we het blaadje uitgekleed tot een modern vormelement dat goed is toe te passen in de huisstijl.



CAO-nieuws:

Loonstijging per 2021

In de CAO voor de Bloemendetailhandel staan voor de komende periode een aantal (loon)aanpassingen die doorgevoerd moeten worden.

2020

In lijn met de gemaakte CAO-afspraken dienen bloemisten hun medewerker(s) in november 2020 een eenmalige bruto-uitkering te geven van 0,6% van het totaal betaalde brutoloon in de periode van november 2019 t/m oktober 2020.

2021

Met vakbond AVV is afgesproken om in het najaar een evaluatie te doen over de ontwikkelingen in de bloemistenmarkt met het oog op de CAO-afspraken voor 2021. Vooruitlopend op de uitkomst van dit overleg zullen normaal gesproken de volgende CAO-aanpassing vanaf januari 2021 gaan gelden:

- Voor de loonstijging wordt de verandering in het Wettelijk Minimumloon aangehouden per 1 januari 2021;
- Vanaf januari 2021 is de normale werkweek 40 uur, de loontabel is daarop ook aangepast; dat betekent overigens niet dat de medewerkers verplicht meer uren moeten gaan werken, als werkgever heb je wel de mogelijkheid om dat in overleg samen af te spreken;
- Er wordt een reiskostenvergoeding toegekend van € 0,15 per kilometer. Dit gaat gelden vanaf de 11de km per enkele reis;
- Per medewerker wordt een (persoonlijk) opleidingsbudget t.b.v. vakmatige ontwikkeling toegekend van 0,5% van de loonsom per jaar. De werkgever beheert dit budget en zal in overleg (jaargesprek) met de medewerker de besteding bepalen en invullen.

Het is belangrijk om met je loonverwerker afstemming te hebben over de aanpassingen, dan kunnen deze direct worden doorgevoerd in de loonadministratie en kom je later niet in de problemen.

'Vanaf 1 januari is de normale werkweek 40 uur.'

CAO-Meldpunt

Van medewerkers en werkgevers horen we periodiek dat helaas niet alle bedrijven en/of medewerkers zich houden aan de afspraken in de CAO. Om die reden is er per 1 november 2020 een digitaal CAO-Meldpunt voor zowel medewerkers als werkgevers geopend, www.meldpuntcaobloemisten.nl. In dit digitale meldpunt kunnen partijen aandachtspunten over de toepassing van de CAO melden en zal er, indien gewenst, middels persoonlijk contact naar oplossingen worden gezocht.

Meer informatie

VBW heeft op de website een rekentool waarmee het makkelijk is om de huidige lonen om te rekenen naar de nieuwe lonen. Heb je vragen over de CAO, dan kun je contact opnemen met de CAO-Helpdesk: (0318) 52 75 68 (keuze 1).

Hoe is het met... Bloemist van het Jaar 2019 'De Bloemenvink'

'Dat onze overwinning ons zoveel zou brengen, daar hadden we geen idee van'



“Woensdag 5 juni 2019: Jeetje wat lijkt dat lang geleden”. Dit is de eerste reactie van Bart en Judith Ebbers van De Bloemenvink Leidschendam op de vraag hoe het ruim een jaar na de winst van de titel ‘bloemist van het jaar 2019’ met ze gaat.

Bijzonder

“Het blijft heel bijzonder. Natuurlijk doe je mee aan een wedstrijd om het hoogst haalbare te bereiken. We gingen voor de 1ste plaats, maar heel eerlijk gezegd dachten we niet dat we het zouden worden. Het mee doen op zich is al winstpunt voor jezelf, het team en de winkel. Je gaat extra kritisch naar je winkel kijken en zet nog eens alle puntjes op de ‘i’. In de dagelijkse drukte kom je vaak dan net niet toe aan de kleine verbeterpunten. Deelname aan de verkiezing was een fantastische kans en uitdaging om dat wel te doen.”

Handen uit de mouwen

Bart heeft het geluk dat hij erg handig is en vindt het leuk om te klussen. Hiermee zorgt hij in de winkel voor vernieuwing en verbetering van de uitstraling. “Als speciaalzaak moet je zorgen dat je met de tijd mee gaat en steeds weer opnieuw de klant blijft verrassen.”

Veel gebracht

“Dat onze overwinning ons zoveel zou brengen, daar hadden we geen idee van. De winkel bestaat al meer dan 30 jaar en ieder jaar groeien we nog, maar nu ging dat ineens wel met een hele grote stap! Er zijn hele leuke dingen op ons pad gekomen. Iedereen leefde mee en het was echt een warm bad waarin we terecht kwamen. Wat ons nog steeds verbaast is dat deze titel ook een hele lange positieve “nasleep” heeft. In onze toch al drukke winkel, gaf de overwinning extra drukte. Dat is natuurlijk fantastisch, maar het is wel puzzelen geweest met de personele bezetting en het afhandelen van bestellingen. Het blijft altijd zoeken naar de juiste balans hierin.”

En toen kwam Corona

Judith vervolgt haar verhaal: “Met mooie verwachtingen begonnen we aan 2020, zowel privé als zakelijk gingen we voor een mooi jaar. Maar het Coronavirus heeft er een bijzonder jaar van



Judith en Bart Ebbers - De Bloemenvink

gemaakt. De één gaat hier beter mee om dan de ander. Voor iemand als ik, die alles graag onder controle heeft, was de toenemende drukte, alle maatregelen en onzekerheid erg moeilijk. Zakelijk gaat het heel goed, dankzij ons geweldige team, dat zich met hart en ziel voor de zaak inzet, maar het vergt wel veel van jezelf als ondernemer en gezin. Als je niet uitkijkt dan wordt je geëld en dan is het belangrijk om bepaalde keuzes te maken.”

Schrijf je in voor de volgende verkiezing!

Het afgelopen jaar is er voor Bart en Judith, om verschillende redenen, één om nooit meer te vergeten. Het winnen van de verkiezing heeft heel veel moois gebracht. Maar ze hebben ook heel veel geleerd het afgelopen jaar. Judith sluit af met de volgende boodschap: “Wil je meedoen met ‘Bloemist van het jaar verkiezing’, dan kan ik je dat absoluut aanraden. Vooral als je verder en hogerop wilt komen met jouw team en je winkel. Mijn belangrijkste boodschap daarbij is: doe het met elkaar en met plezier want meer is niet altijd beter!”

Meer informatie

In 2021 gaat VBW opnieuw de verkiezing ‘Bloemist van het Jaar’ organiseren. Houd onze media in de gaten voor meer informatie en aanmelden.



Plantion Transport ontzorgt bloemist

Steeds vaker kopen bloemisten bloemen, planten en winkelbenodigdheden online. Ook bij Plantion. De grootste uitdaging is: hoe krijg ik de producten snel en kostenefficiënt in de winkel? Plantion lost dit probleem nu op met een 'same day delivery' bezorgservice.

Binnen de veilingwereld vaart Plantion een eigen koers, door naast online ook te investeren in fysieke inkoopmogelijkheden. In Ede zie je bloemisten die op de klok kopen en langsgaan bij het groencentrum of een van de groothandelaren. Behalve het kopen gaat het hen ook om 'ruiken, voelen, proeven', een kop koffie drinken met een collega en een mooie productpresentatie bekijken. Met een wagen vol bloemen en een hoofd vol inspiratie keren ze huiswaarts.

Vaker online

Veel bloemisten gaan niet elke veildag naar Plantion. Want: reizen kost tijd en tijd is geld. In de praktijk is dagelijks kopen op afstand en zo eens in de week naar Plantion een prima combinatie. Om online inkopen te faciliteren, heeft Plantion de

afgelopen jaren fors geïnvesteerd in KOA (realtime kopen op de klok), Klok Voorverkoop (gedeelte van aangemeld klokaanbod) en Plantion Digitale Marktplaats (webshop).

Ophalen kost tijd

Het aandeel online bestellingen bij Plantion is zodoende in de afgelopen jaren gegroeid, en stijgt dit jaar extra door COVID-19. Dat betekent wel een nieuwe uitdaging voor de bloemist, namelijk: hoe krijg ik de producten in mijn winkel? Als ik ze zelf ophaal, ben ik een tijd weg uit de winkel. Ik kan een vervoerder inschakelen, maar hoe zit het dan met de Deense karren en het fust?"

Same day delivery

Plantion broedde vorig jaar al op een concept om de bloemist hierin tegemoet te komen. Projectleider Mariska Maasse: "We denken dat de bloemist zijn tijd liever in de winkel besteedt, dan dat hij de weg op moet. Hij is dus gebaat bij een goede, same day delivery bezorgservice. Daarmee kan Plantion bovendien een interessante marktplaats zijn voor kopers verder weg."



Voordelen Plantion Transport

- Same day delivery
- Bezorging tot aan de deur
- Aantrekkelijk basistarief
- Ompakservice met korting
- Denen tot 7 dagen gratis

Plantion Transport staat open voor alle bloemisten die bij Plantion online of op de klok inkopen.

Meer informatie

E: mariskamaasse@plantion.nl

T: 0318 – 66 17 00

Plantion
Verbindend in
bloemen en planten



Totaalconcept

Snelle bezorging is één ding, maar als het gaat om bloemen planten komt er al snel meer bij kijken. Mariska: "Daarom bieden we een totaalconcept aan: we kunnen desgewenst de producten ompakken en klaarzetten, de bloemist mag zijn bij Plantion gekochte plastic- en papierafval aan de chauffeur meegeven en de vervoerder neemt ook de lege Deense karren mee en levert die in bij Plantion."

'Gebaat bij een goede, same day delivery bezorgservice.'

Kleinere bussen

In B&M Koeriers vond Plantion hiervoor een geschikte partner. Mariska: "B&M is net als Plantion in Ede gevestigd, waardoor we snel kunnen schakelen. Ze hebben een mooi wagenpark met ook kleinere bussen, wat bezorging tot de deur mogelijk maakt. Zo kunnen we efficiënt de producten afleveren in heel Nederland, Duitsland en België." Bloemisten die hiervan gebruik willen maken, kunnen contact opnemen met Mariska Maasse.



Fotocredit: WB van Bree.

BTW-convenant bloemi wordt beëindigd en krij

De reden van beëindiging ligt enkel in het feit dat het juridisch gezien voor het Ministerie niet meer mogelijk is om nieuwe convenanten af te sluiten of lopende convenanten te verlengen. Dit betekent kort dat het huidige BTW-convenant per 31 december 2020 eindigt.

Passend alternatief: forfaitaire regeling, methode 2

Uiteraard heeft VBW met de Belastingdienst en het Ministerie van Financiën gesproken over een passend alternatief, vooral om eenduidigheid en gemak voor de branche te kunnen behouden. Deze hebben we grotendeels gevonden in een bestaande forfaitaire regeling, waarbij in basis de volgende voorwaarden gelden:

- Het kasstelsel moet worden gevolgd;
- De omzet kan niet op basis van de boekhouding worden gesplitst naar de verschillende tarieven;
- De toe te passen methode wordt gekozen voor aanvang van het (boek)jaar en wordt schriftelijk kenbaar gemaakt aan de inspecteur;
- De gekozen methode moet worden toegepast tot aan het (boek)jaar dat volgt op het jaar van de schriftelijke opzegging;
- De inkomsten worden gesplitst naar de verschillende tarieven;
- Vervolgens wordt de verkoopwaarde (incl. BTW) van de inkomsten van één tariefgroep (in geval van bloemisten is dit

tariefgroep hoog) bepaald, dit op basis van een aannemelijke/aangetoonde vaste opslag;

- Van de totale verkopen wordt een bedrag dat gelijk is aan de berekende verkoopwaarde toegerekend aan de verkopen van de goederen van die tariefgroep;
- Het resterende gedeelte van de verkopen wordt toegerekend aan de andere tariefgroep (zijnde de verkopen laag, is bloemen/planten).

Branchegemiddelde opslag verkopen hoog 50%

Samen met Flow Accountants (medegesprekspartner in het overleg) heeft VBW aangetoond dat een branchegemiddelde opslag op de verkopen hoog uitkomt op afgerond 50%. Helaas kan en mag de Belastingdienst en het Ministerie van Financiën specifiek op dit punt geen volledige branche-afspraken maken, en zal dus per bedrijf naar de inspecteur het opslagtariet op hoog-BTW-producten moeten worden overeengekomen. Dit zal individueel aantoonbaar gemaakt (moeten) worden uit de administratie.

Hoe nu praktisch hiermee verder?

Om als ondernemer op een juiste manier fiscaal te handelen adviseert VBW het volgende:

- Meld uiterlijk 31-12-2020 dat je met ingang van 1-1-2021

stenbranche gt doorstart

Het Ministerie van Financiën

gebruik wil maken van Forfaitaire methode 2 BTW-berekening;

Je melding kan je tot en met 31-12-2020 doen bij VBW (www.vbw.nu/BTW) onder vermelding van; Naam bedrijf, vestigingsplaats en omzetbelastingnummer;

- Zorg voor een sluitende inkoopadministratie, gesplitst in hoog en laag (en houd aan het einde van het jaar rekening met de mogelijkheid van afwaardering voorraad hoog, verwerking van breuk enz.);
- Zorg voor je eigen "dossier", bereken vanuit je eigen administratie/calculatie de gemiddelde opslag op hoog BTW-producten, met als informatie en vuistregel dat de branchegemiddelde opslag 50% is;
- Bereken de jaarlijks te betalen BTW hoog, laag en totaal (zie ook rekenvoorbeeld in apart kader).

Meer informatie

W: vbw.nu/btw

E: info@vbw.nu of welkom@flowaccountants.nl

T: 0318 - 527568 (keuze 6) of 033 - 445 17 00

Rekenvoorbeeld

Hierbij is het van belang de volgende voorwaarden te hanteren:

- Totale omzet = € 1.000.000,- (incl. BTW)
- Inkoop hoog = € 40.000,-
- Inkoop laag = € 400.000,-
- Gemiddelde opslag op hoog-BTW-producten = 50%
- BTW-berekening:
 - Verkopen hoog incl BTW = inkoop hoog € 40.000,-
x opslag 50% = € 60.000,- x 1,21 (BTW) = € 72.600,-;
 - Verkopen hoog excl. BTW = € 72.600,- / 1,21 = € 60.000,-
 - BTW hoog = € 72.600,- -/- € 60.000,- = € 12.600,-
 - Verkopen laag = € 1.000.000,- -/- € 72.600,- = € 927.400,-
 - Omzet laag excl. BTW = € 927.400,- / 1,09 = € 850.825,-
 - BTW laag = € 927.400,- -/- € 850.825,- = € 76.575,-
 - Totaal te betalen BTW = € 76.575,- + € 12.600,- = € 89.175,-



Renault pakt uit met een eindejaarsknaller

Renault is al jarenlang trouwe partner van VBW. Om deze samenwerking en de grote voordelen voor de leden nog eens te onderstrepen, komt Renault met een knallende eindejaarsaanbieding. Reageer snel, want deze actie geldt maar tot eind 2020.

Gratis accessoires bovenop scherpe prijs

Leden van VBW profiteren al van kortingen tot 28%. Daarnaast is er een extra aanbieding: gratis accessoires-cheque(s) bij aanschaf van een Renault Bedrijfswagen:

- KANGOO & KANGOO Z.E. € 500
- TRAFIC € 750
- MASTER & MASTER Z.E. € 750

Liever leasen dan kopen? Maak dan gebruik van de interessante en gunstige Financial Lease-condities:

- Financial Lease tegen 1,9% rente voor 48 maanden
- Financial Lease tegen 2,9% rente voor 60 maanden



RENAULT
Passion for life

Speciaal voor bloemisten:

Introductie nieuwe Master Work Edition

Onlangs heeft Renault een nieuwe bedrijfswagen geïntroduceerd: de master Work Edition. De 'Master Work Edition' kenmerkt zich door een rijke standaarduitrusting tegen een aantrekkelijke meerprijs. De Work Edition is beschikbaar in 13 versies die gebaseerd zijn op de uitvoeringen van de Master Gesloten Bestel. Dit is de meest gekozen bedrijfswagen door bloemisten. Voor meer informatie raadpleeg de Renaultdealer.

Meeruitrusting Work Edition:

MediaNav, Lane Departure Warning, Blind Spot Warning, Parkeerensoren Voor, Achteruitrijcamera, Wieldoppen 'maxi' en Pack full mobile office.

Meer informatie

Ga langs bij je lokale Renaultdealer of neem contact op met VBW.

W: vbw.nu/renault

E: info@vbw.nu

T: 0318 - 527568 (keuze 6)



7 voordelen om digitaal te gaan werken

Veel ondernemers werken nu nog met mappen, briefjes voor de bestellingen en kassabonnetjes. Elke maand gaan de mappen naar de accountant voor de belastingaangifte. De facturen worden gemaakt en handmatig verstuurd via de mail. Dat werkt, op zich, maar je doet jezelf wel tekort. Want de administratie kan sneller, beter en makkelijker. Hieronder de 7 voordelen van digitale administratie (mkb servicedesk, 2020).

1. Je raakt nooit meer iets kwijt

Een order kwijtraken. Het kan de beste overkomen. In DC Online vind je onmiddellijk wat je zoekt. Het handigst is om alle inkomende bestellingen meteen in je digitale administratie in te voeren. Dan heb je alle gegevens gelijk digitaal en overzichtelijk.

2. De kans op fouten verkleint

Alles digitaal betekent dat je niet zo snel een fout maakt bij het overtypen van een naam of rekeningnummer. Als je de administratie bijhoudt met DC Online, zijn veel gegevens automatisch al opgeslagen. Hierdoor verkleint de kans op menselijke fouten.

3. Het scheelt veel ruimte

Je kunt de archiefkast met mappen vaarwel zeggen. De administratie staat gewoon op de computer, of beter nog in de Cloud. Daar kunnen gegevens onmogelijk kwijtraken of verloren gaan door brand of defecte computer.

'Ook is het makkelijk als je iets op het werk bent vergeten te doen, om dan thuis de laptop te pakken en het werk af te maken.'

4. Je hebt overzicht

Niet meer zelf rekenen. Als jouw administratie digitaal is, zie je in één overzicht hoeveel geld er inkomt en uitgaat. Je kunt meteen bijsturen als het de verkeerde kant op dreigt te gaan.

5. Je kunt er altijd bij

Een digitale administratie die in de Cloud zit, daar kun je altijd bij. Er kunnen meerdere mensen tegelijk in werken. Ook is het makkelijk als je iets op het werk bent vergeten te doen, om dan thuis de laptop te pakken en het werk af te maken.



6. Minder tijd (en dus kosten) voor de boekhouder

Jouw boekhouder is ook minder (betaalde) tijd kwijt aan het doorspitten van de administratie en het opstellen van jaarrekeningen. Vooral als je samen in DC Online werkt, gaat dit een stuk efficiënter.

7. Goed voor het milieu

De administratie digitaliseren scheelt op de lange termijn een flinke hoeveelheid papier. Dat is goed voor het milieu en voor jou. zo heb je minder kosten aan papier, printen, enveloppen en postzegels. Win-win. En vergeet niet, klanten vinden het steeds belangrijker dat je maatschappelijk verantwoord onderneemt.

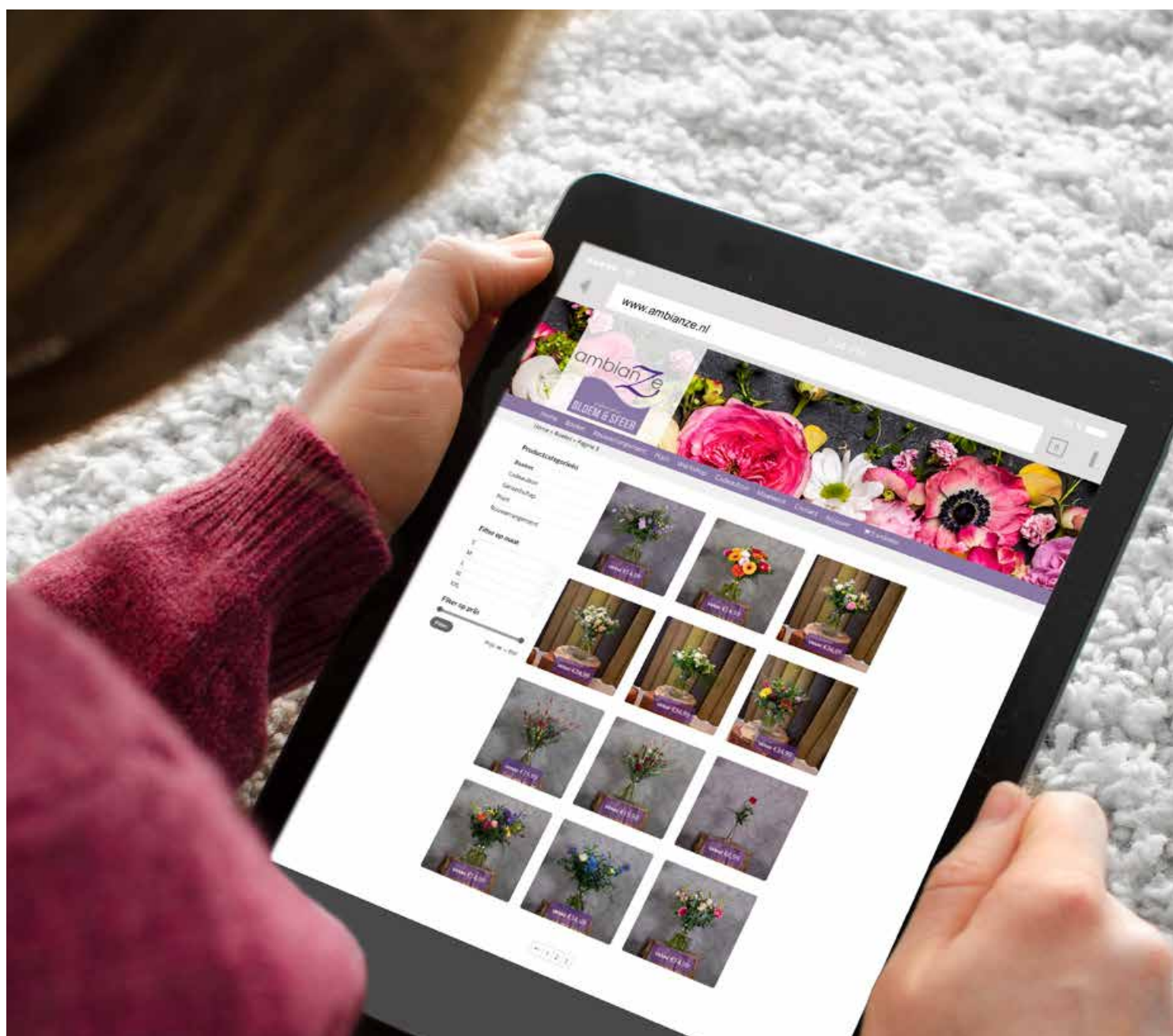
Meer informatie

W: dcag.nl

E: info@dcag.nl

T: 0345 – 54 50 80





Online bloemen- verkoop neemt een vlucht

Online zichtbaar zijn voor de consument is de afgelopen maanden nog belangrijker geworden dan het al was. De online verkopen zijn dit jaar met bijna 35% gestegen (bron: ABN Amro). In het begin zag je dat vooral voor de 'standaardproducten' van de supermarkt, maar dat breidt zich steeds verder uit. Corona heeft nog een schepje bovenop deze ontwikkelingen gedaan. Binnen de bloemenbranche hebben we zelfs een periode gehad dat de websites van de bekende verzendorganisaties 'on hold' moesten worden gezet omdat de bestellingen te veel werden.

Niet achterblijven

VBW biedt al een aanzienlijk pakket aan diensten en producten om je online zichtbaarheid te vergroten. Op dit moment wordt er gewerkt aan een nieuwe STAP; STAP-online. Bloemist Pascal Zijlmans (Ambianze Zijlmans Bloem&Sfeer) uit Kaatsheuvel, was al behoorlijk actief via Facebook en een zeer goedlopende Whatsapp service, maar voor de online verkoop kon nog een verbeterslag gemaakt worden. Pascal aan het woord: "Wij waren al behoorlijk actief op de zakelijke markt via FloraNL. Richting de consument hadden we echter sterk de behoefte om een eigen stijl aan te kunnen bieden en ook te kunnen laten zien via de website/webshop. Beleving is naar mijn idee een belangrijke marketingtool voor de speciaalzaak. Met een eigen webshop kun je de sfeer en beleving op de juiste manier overbrengen. Daarnaast heb je hiermee ook zelf alles in eigen hand: assortiment, beeldmateriaal, verkoopprijzen, bezorgtijden en zeker niet te vergeten de marge."



De nieuwe webshop van Ambianze Zijlmans Bloem&Sfeer is sinds 1 augustus operationeel. Pascal: "het is nog te vroeg om de resultaten te delen, daar hebben we echt nog wat langer de tijd voor nodig. Er zijn nog wel wat aanpassingen en verbeteringen die we graag willen doorvoeren om de webshop verder te optimaliseren. Wel zien we een stijging in de online verkoop en de bezoekersaantallen. Wij werken al een tijd met een Whatsapp service, waar heel veel klanten gebruik van



maken. Voor veel consumenten is dat nog steeds een makkelijke en directe manier van bestellen. Wat we nu zien gebeuren is dat mensen via Whatsapp een screenshot sturen van hetgeen ze online hebben gezien en willen bestellen. Op die manier zien we dus dat de verschillende online-kanalen elkaar versterken. Het is dus van belang dat de verschillende uitingen online qua beeld & sfeer goed op elkaar aansluiten."

'Met de webshop is er een mooie stap gezet in de online zichtbaarheid en ik ben ervan overtuigd dat dit verkoopkansen biedt.'

Toekomst volop kansen

Pascal ziet voor de toekomst volop kansen. "Met de webshop is er een mooie stap gezet in de online zichtbaarheid en ik ben ervan overtuigd dat dit verkoopkansen biedt. Daarnaast willen we de komende tijd nog beter inzicht krijgen in- en feeling krijgen bij onze klanten. Met een goed klantvolgsysteem kun je heel goed communiceren met jouw doelgroep, of specifieke groepen binnen jouw doelgroep of zelfs richting individuele klanten. Wij willen onze klanten persoonlijke aandacht kunnen geven, ook via het digitale kanaal. Daarmee wordt je klant ook fan van jou, je medewerkers en je bedrijf. Er is nog een wereld te winnen in online ondernemen. De ontwikkelingen gaan enorm hard, haak nu aan bij deze ontwikkelingen en probeer voorop te blijven lopen!"

Meer informatie

W: [ambianze.nl](https://www.ambianze.nl)

E: info@vbw.nu

T: 0318 - 527568 (keuze 6)

Floral Education Center krijgt steeds meer vorm en inhoud

VBW is continu bezig met het versterken van de branche. Scholing en opleiding is daar een essentieel onderdeel van. In nauwe samenwerking met een groep AOC's (Agrarische Onderwijscentra) wordt er hard gewerkt om te komen tot hoogwaardig en toekomstgericht vakonderwijs, meer instroom in de opleidingen en kwalitatief hoogwaardige uitstroom van goede medewerkers. Met de scholen die een ambitieus programma 'Bloem' hebben heeft VBW een samenwerkingsovereenkomst gesloten onder de naam 'Floral Education Center'. Dit kwaliteitskeurmerk van VBW vervangt daarmee de eerdere 'Bloemistenacademie'. Voorlopig wordt de samenwerking aangegaan met de volgende scholen: Aeres (Midden-Oost NL), Cita Verde (Zuid-Oost NL), Clusius (Noord-West NL), Curio (Zuid-West NL) en Zone (Noord-Oost NL).

Kwaliteitslabel Floral Education Center

Met het label Floral Education Center beogen VBW en de participerende scholen zich samen verder te ontwikkelen op allereerst onderwijsinhoud. Naast de aandacht voor vakkennis en vakmanschap zijn de thema's ondernemen, communicatie, hospitality, duurzaamheid en klantgerichtheid essentieel in de opleiding. En dat wordt niet alleen op de scholen geleerd, juist de verbinding met de praktijk is in het Floral Education Center concept voorwaarde. Goede zorg voor examens op nivo is uiteraard ook belangrijk.



Curio



Clusius

'Een belangrijk onderdeel van de afspraken binnen het Floral Education Center is de aansluiting met en op de praktijk.'

Betere aansluiting op de praktijk

Een belangrijk onderdeel van de afspraken binnen het Floral Education Center is de aansluiting met en op de praktijk. Om dit te versterken worden bloemistambassadeurs betrokken bij de deelnemende scholen. Deze bloemisten vormen een belangrijk klankbord voor de inhoud van de praktijklesstof, zorgen voor een praktijkleerstructuur in de vorm van carrousselstages, verzorgen gastlessen enz.



Cita Verde

'Met het label Floral Education Center beogen VBW en de participerende scholen zich samen verder te ontwikkelen op allereerst onderwijsinhoud.'



Aeres

Word jij ambassadeur?

Word jij ambassadeur?

Voor de meeste scholen hebben we al een aantal ondernemers gevonden die mee willen denken in het onderwijs en de rol van ambassadeur willen invullen. We zijn nog op zoek naar aanvulling hierop. Per school willen we graag tussen de 5 en 10 ambassadeurs aansluiten. Daarvoor zijn we dus nog op zoek naar ondernemers. Aanmelden kan bij Mark Heemskerk, info@vbw.nu.

Meer informatie

W: vbw.nu/vakonderwijs
E: info@VBW.nu
T: 0318 – 527 568 (keuze 6)



Zone

Lokaal Retailbelang: Jouw lokale lobbypartner

Steeds meer en vaker spelen er lokaal/regionaal zaken waar je als ondernemer mee te maken hebt. Bestemmingsplannen, ruimtelijke ordening, openbare orde, aanbesteden, maatregelen die jouw lokale gemeente verordent enz. Wat als de omgeving waar je zit (bijvoorbeeld de binnenstad of het winkelcentrum) achteruitgaat? Trekt je gebied dan nog wel voldoende bezoekers? Is er wel voldoende gevarieerd aanbod als het gaat om winkels, horeca en culturele voorzieningen? Komen mensen er graag? Al deze zaken vragen om een krachtige en deskundige lokale gesprekspartner. VBW is daarom betrokken geweest bij de vorming van Lokaal Retailbelang: de lokale lobby-organisatie voor de retail/detailhandel.

Lokaal Retailbelang

Lokaal Retailbelang is ontwikkeld door de gezamenlijke brancheorganisaties in de detailhandel en winkelambacht en richt zich op de lokale, regionale en provinciale overheid. Het kan daarbij gaan om langdurige trajecten, zoals een lokale detailhandels- of structuurvisie, maar ook om de aanpak van acute lokale en soms zelfs individuele problemen. Omdat je lid bent van VBW, kan je voor jouw lokale en regionale thema's Lokaal Retailbelang inschakelen. Zo wordt jouw positie naar je lokale gemeente en provinciale overheid versterkt.



'Als VBW-lid kan je voor jouw lokale en regionale thema's Lokaal Retailbelang inschakelen.'

Deskundig team met specialistische en lokale kennis

Lokaal Retailbelang beschikt over deskundige specialisten, die lokaal goede ingangen hebben in de politiek. Zij kunnen je helpen deze te bespreken en op te lossen.

Voorbeelden van ondersteuning:

- Ruimtelijke ordening
- Detailhandels- en structuurvisies
- Visies op binnensteden en winkelgebieden
- Transformatie van winkelgebieden
- Omgevingsvisies, omgevingsplannen en programma's
- Mobiliteit, bereikbaarheid, parkeerbeleid
- Oneerlijke concurrentie (winkelambacht) en vliegende winkels
- Winkeltijden op lokaal nivo
- Regionale samenwerking met AOC's

Meer informatie

W: vbw.nu

E: info@vbw.nu

T: 0318-527568 (keuze 6)

Gratis verzuimverzekeringscheck:

Is jouw verzuim-verzekering op orde?

Heb je werknemers in dienst, dan heb je waarschijnlijk ook een verzuimverzekering met arbodienst. Maar de ene verzuimverzekering is de andere niet. Vraag jij je weleens af waarom de administratie bij een zieke werknemer zoveel tijd kost of ben je weleens verrast door onverwachte kosten? Grote kans dat jij geen Verzuim-ontzorgverzekering hebt.

MKB Verzuim-ontzorgverzekering

De Verzuim-ontzorgverzekering is per 1 januari 2020 ingegaan met als doel om juist de kleinere werkgevers beter te ondersteunen. Met meer overzicht, betere dekking en garanties zodat je niet voor onverwachte kosten komt te staan. Dat wil jij toch ook? Belangrijk dus om te weten of jouw verzekering een MKB Verzuim-ontzorgverzekering is.

Al aangesloten bij VBW ZorgPortaal?

Dan hoef je niets te doen. Het VBW ZorgPortaal is zo'n Verzuim-ontzorgverzekering en gaat zelfs nog een stap verder. Leden van

VBW profiteren van een korting op de premie en de dekking is verruimd zodat het naadloos aansluit op onze CAO.

Nog niet aangesloten bij VBW Zorgportaal? Laat je polis gratis checken!

Laat nu gratis jouw verzuimverzekering checken. Stuur een kopie van je polis naar VBW Risk, info@vbwrisk.nl, en je ontvangt een gratis check of jouw verzekering voldoet aan de MKB Verzuim-ontzorgverzekering. Indien niet, dan denken we graag mee over een goede oplossing.

Meer informatie

W: vbwrisk.nl

E: info@vbwrisk.nl

T: 030 – 284 86 10



Flow Accountants: Omzetstijging houdt aan



Francesco de Haan en Jolien Bettonviel van Flow Accountants

Dit bijzondere Coronajaar laat bijzondere resultaten zien bij veel ondernemers in de branche. Brancheaccountant Flow Accountants doet in de persoon van Francesco de Haan verslag van de eerste drie kwartalen van dit jaar. Daarbij dient vooraf te worden opgemerkt dat het hier om gemiddelden gaat. In de praktijk zien we ook in de bloemenbranche bedrijven die het zwaar hebben op dit moment.

Omzetstijging houdt aan, marge iets gekrompen

Francesco: "Over de eerste drie kwartalen zien we een omzetstijging van 10,7%. De hoogste piek lag in het tweede kwartaal, maar ook in september zaken we nog een mooie stijging van 9,8%. We kunnen hieruit opmaken dat er nog steeds veel mensen thuis zijn/werken. Daar komt bij dat de uitgaven voor vakantie, horeca of andere ontspanning door de verschillende maatregelen aanzienlijk zijn afgenomen en de consument dus meer te besteden heeft voor in huis. De marge is wat teruggelopen en komt nu uit op 51,3% waar

die vorig jaar op 53,5% lag. Dit is voornamelijk toe te schrijven aan de hoge inkooprijzen. Bloemen en planten zijn duurder geworden. Daarentegen is het resultaat aanzienlijk verbeterd ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Belangrijkste oorzaak hiervoor is dat de arbeidsproductiviteit is gestegen. De personele kosten zijn in absolute zin ongeveer gelijk gebleven. Tot slot neemt het resultaat ook toe omdat de vaste kosten de vaste kosten blijven. Bij toenemende omzet houd je dus meer over onderaan de streep.

Zakelijke markt

Bedrijven die zich vooral op de zakelijke markt begeven, hebben op dit kanaal een aanzienlijke daling gezien. Er is gemiddeld 25% minder op rekening verkocht. Een logische ontwikkeling gelet op de lockdown voor de horeca en het advies voor thuiswerken. Veel bedrijven hebben deze omzetsdaling wel kunnen compenseren met de winkelverkoop en online.

Vierde kwartaal

Voor het vierde kwartaal zijn de verwachtingen (zeer) positief te noemen. De aangescherpte maatregelen houden de consument nog een tijdlang in huis en men heeft geld te besteden en meer tijd beschikbaar. Het is voor de komende tijd belangrijk om die omzetpiek ook in goede banen te leiden binnen je winkel."

Pas op!

In een eerder artikel in Bloemist werd al gewaarschuwd voor het feit dat er ergens een kantelpunt zal komen in de ontwikkeling. Francesco: "Die waarschuwing geldt nog steeds, maar is nu met deze tweede Coronagolf, verder vooruitgeschoven. We zullen het jaar goed afsluiten en wellicht begin volgend jaar ook weer goed starten, maar de economie zal de gevolgen gaan voelen van de Coronacrisis. Hoe en wanneer dat voelbaar zal zijn is moeilijk in te schatten, maar bouw voor jezelf een reserve op voor de tijd die komen gaat."

Meer informatie

W: flowaccountants.nl

E: welkom@flowaccountants.nl

T: 033 - 445 17 00



Fiscale eindejaartips

We naderen het einde van het jaar. Voor velen is 2020, zakelijk gezien, een goed jaar (geweest). De omzetten liggen aanzienlijk boven vorig jaar en hoewel de marges wellicht iets minder zijn, laten de meeste klanten van Flow Accountants een beter resultaat zien dan vorig jaar. Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat je nu nadenkt over mogelijke investeringen om zo dit jaar nog fiscaal voordeel te kunnen behalen.

Een paar tips

Francesco de Haan geeft een aantal tips die jou wellicht fiscaal gezien voordeel op kunnen leveren:

- Pak je verlanglijstje er weer eens bij. Stel je wensen niet langer uit maar investeer nog dit jaar in bijvoorbeeld die nieuwe webshop/website, huisstijl, winkelinrichting, restyling winkelpand of onderhoud aan het bedrijfspand.
- Is de bedrijfsauto wellicht aan vervanging toe? Stel dat dan niet uit.
- Hoe staat het met jouw pensioenvoorziening? Is het nu misschien een goed moment om hier een extra aanvulling op te doen?
- Heb jij nog incurante voorraad (meer dan één jaar oud), dan is het een goed moment om dit in één keer af te boeken.

Laat jouw accountant kijken naar de voorlopige aanslag inkomstenbelasting. Is deze niet in lijn met de te verwachten belastingaanslag over dit jaar? Pas deze dan nu nog aan om verrassingen achteraf te voorkomen.

Wanneer je kiest voor een verbouwing, dan zal dat waarschijnlijk niet meer dit jaar worden uitgevoerd. In dat geval kun je wel nog dit jaar de verplichting aangaan en een aanbetaling doen. De aanbetaling dient minimaal de hoogte te zijn van de maximale investeringsaftrek. Dat komt neer op een aanbetaling van ongeveer 30% van het totale investeringsbedrag.

Vraag om advies

Hoe je het beste om kunt gaan met belastingzaken, investeringen en je uiteindelijke resultaat blijft altijd maatwerk. Stem dat vooraf duidelijk af met je accountant en laat de verschillende opties bekijken en uitleggen.

Meer informatie

Flow Accountants

W: flowaccountants.nl

E: welkom@flowaccountants.nl

T: 033 - 445 17 00



Het team van VBW wenst je succesvolle Kerstverkoop en voor daarna hele fijne en gezonde feestdagen. Geniet van de welverdiende rust na een bewogen jaar.

Het kantoor van VBW is tussen Kerst en Oud en Nieuw gesloten. Dat betekent dat wij van 25-12 t/m 3-1 niet bereikbaar zijn. Vanaf **maandag 4-1** staan we graag weer voor je klaar.



Smithers-Oasis:

Duurzaam met goede margemogelijkheden



Chris Martens

De producten van Smithers-Oasis zijn onder veel bloemisten bekend en worden zeer gewaardeerd. Er wordt veel geïnnoveerd op kwaliteit, uitstraling en duurzaamheid. **Zo is er een brede lijn biologische producten (OASIS® BIO FLORAL FOAM), waarmee je je uitstraling van duurzame bloemist kunt onderstrepen.** Deze producten zijn voor 91% biologisch afbreekbaar in 3 jaar daarmee loopt Smithers-Oasis voorop.

Pick & Go

Onderzoek heeft uitgewezen dat de **consument** bereid is tot aankoop van reeds opgemaakte bloemwerken. Chris Martens, directeur Smithers-Oasis BeNeLux: "Het onderzoek laat zien dat er **sterke bereidheid is om bloemstukken te kopen, wanneer die al klaar staan in de winkel en direct meegenomen kunnen worden.** Deze producten geven een mooie uitstraling in je winkel en zijn ook **mooie marges op te behalen.** Het is dus het proberen waard, zeker wanneer je in een winkelgebied zit met veel passanten."

OASIS® BLACK IDEAL steekschuim is 'gratis'

Binnen het assortiment van Smithers-Oasis is naast het 'gewone' groene steekschuim ook OASIS® BLACK IDEAL verkrijgbaar. Chris Martens: "Als je niet meer het volledige steekschuim hoeft te bedekken, kun je **sneller en met minder bloemen een aantrekkelijk arrangement** maken. Dat maakt OASIS® BLACK IDEAL steekschuim commercieel interessant voor bloemisten. Maak zelf de rekensom en kom tot de conclusie dat daarmee **dit steekschuim 'gratis' is en een besparing op de arbeidskosten oplevert.** Hetzelfde geldt overigens voor het bruine OASIS® Bio steekschuim".

Tips & tricks

Op de website van Smithers-Oasis (www.oasisfloral.nl) vind je naast het volledige assortiment ook het onderdeel 'Tips & Tricks'. Hier wordt het gebruik van veel producten, via handige filmpjes, uitgelegd. Deze Tips & Tricks worden regelmatig aangevuld met nieuwe filmpjes van webinars. Daarnaast biedt de website volop inspiratie en is dus het bekijken zeker waard.



Meer informatie?

W: oasisfloral.nl

Kijk voor nog meer inspiratie op Instagram, Facebook of Pinterest (OASIS® Floral Products BeNeLux).



Bronvermelding: Hanneke Frankema, Fotograaf Nico Alsemgeest en DPK Florist Magazine.