



8 maart 2021 | NIEUWSBRIEF

Check de coronacalculator!

Ook de wenskaartensector is getroffen door de lockdown en winkelsluitingen vanaf 15 december jl. Veel verkooppunten zijn al bijna drie maanden gesloten. Hopelijk is er vanaf 31 maart a.s. meer ruimte voor versoepeling.



Ook voor bedrijven in onze sector kunnen de steunmaatregelen van de overheid soelaas bieden. Een handig overzicht biedt de [coronacalculator](#) van MKB-Nederland en VNO-NCW. Bijvoorbeeld de [Tijdelijke Noodmaatregel Overbrugging voor Werkgelegenheid](#) (NOW). Bedrijven kunnen met de NOW tot 85% van hun loonkosten vergoed krijgen als ze verwachten ten minste 20% omzet te verliezen. [Het loket om NOW3.2 aan te vragen](#) (tijdvak januari, februari en maart 2021) is geopend tot en met 14 maart a.s.

De [Tegemoetkoming Vaste Lasten \(TVL\)](#) is voor ondernemingen die door de coronamaatregelen veel omzet verliezen, maar wel doorlopende vaste lasten hebben. Bedrijven met minder dan 250 medewerkers krijgen een subsidie voor hun vaste lasten. De TVL-subsidie is afhankelijk van de hoogte van de vaste lasten en het omzetverlies.

Gert van Doorn: “Wij investeren ons de crisis uit!”

“Het zag er zo goed uit toen we 7 december jl. ons persbericht [“Kerstkaart ongekend populair”](#) uitbrachten. De vraag naar kerstkaarten was ongekend groot. Sinds het begin van de corona crisis, is het aantal wenskaarten dat gekocht en verstuurd wordt sterk gegroeid.

Mooi om te zien hoeveel impact ons persbericht had. Niet alleen in de vakmedia maar ook in de landelijke dagbladen en een uitgebreid item op NPO Radio 1.

Maar een week later moesten alle niet-essentiële winkels sluiten en daarmee een groot aantal wenskaartverkooppunten. Een hard gelag voor veel ondernemers en jammer dat we een goed wenskaartenjaar niet top konden afsluiten.

In onze nieuwsbrief van eind december hebben we al aandacht geschonken aan de steunmaatregelen van de overheid. Daarbij gaven we aan de mogelijkheid te onderzoeken een bijzonder beroep te doen op de overheid de bedrijven in onze sectoren tegemoet te komen, met name vanwege de te verwachten kerstkaart retouren. Vanwege de best wel goede cijfers over heel 2020 hebben we daar bij nader inzien van afgezien. Nu zijn we volop bezig met 2021. Onze campagne “een kaart blijft langer hangen” gaan we verder uitbreiden. Zodra de winkels weer open zijn, gaan we los op social media. Dankzij jullie financiële campagnebijdrage en een flinke bijdrage uit ons eigen vermogen. Wij investeren ons de crisis uit!

Ik zie jullie graag medio mei a.s. op onze ALV en/of bij een ledenbijeenkomst die we hopelijk later dit jaar weer kunnen organiseren”.



Wenskaart campagne 2021 in de startblokken

De Algemene Ledenvergadering heeft eind vorig jaar besloten de campagne “Een kaart blijft langer hangen” in 2021 voort te zetten. De basis blijft zes weken awareness campagne (vanaf eind augustus) op social media gevolgd door 2 weken conversie-campagne met premium uitgifte in de retail vanaf 4 oktober (week 40 en 41). De conversie-campagne wordt

ondersteund door advertenties in weekbladen, POS-materiaal in deelnemende winkels, radio spots en op social media.

Nieuw dit jaar is dat de campagne wordt uitgebreid met twee extra (awareness) campagneperiodes op social media. Met een blijvende focus op de doelgroep: vrouw, 25-54 jaar. Het doel blijft de bekendheid van de slogan - en de waarde van het kaartje sturen - te behouden en te verhogen (verstuurintentie behouden gedurende 2021 na elke campagne: 50% eind 2021).

De eerste flight op social media stond rond deze tijd gepland. Besloten is deze uit te stellen i.v.m. de sluiting van veel wenskaartverkooppunten. Uitgangspunt is dat de campagne van start gaat circa 2 weken nadat de winkels weer open zijn. Gemikt wordt op Pasen of Moederdag.

een
kaart
blijft langer
hangen

Personalialia

Gerrit van Oosten (general manager Convenience Concept) is bereid het bestuur te komen versterken. Het bestuur zal hem bij de eerstvolgende ALV voordragen. Het bestuur bestaat nu uit : Gert van Doorn (Primera), voorzitter; Jan Willem Koch (Hallmark), penningmeester; Peter Tijink (The Art Group) en Nadine van der Klugt (PostNL).



De campagne wordt voorbereid en begeleid door een werkgroep. Hierin zijn actief: Samantha Korenhof (PostNL), Vivian-Claire Roos (Convenience Concept), Anniek Sniijders (Hallmark), Leon Corstens (Paperclip Cards), Claire Vossenber (Primera). Sinds begin dit jaar wordt de werkgroep ondersteund door Dunja Hoejenbos, marketing communicatie deskundige.



Financiën

De vereniging heeft 2020 met een positief saldo kunnen afsluiten. De jaarrekening 2020 zal worden voorgelegd aan de ALV die voor medio mei a.s. gepland staat. De factuur voor de 2021 contributie wordt binnenkort verstuurd. Het contributiebedrag is ongewijzigd 1000 euro.

De bijdrage aan de 2021 campagne wordt later geïnd. De ALV van november jl. is akkoord gegaan met het campagneplan 2021 en met een budget van totaal € 342.500,-. Daarvan wordt € 117.100,- opgebracht door de deelnemende retailpartijen; € 180.350,- door de uitgeverijen en PostNL en komt € 45.000,- uit het eigen vermogen van de vereniging.

Uw vragen en opmerkingen zien we graag via bureau@wenskaartnederland.nl



2021 © **Retailkantoor**

Als je niet langer e-mails van ons wil ontvangen, kun je je [afmelden](#).