

# De gevolgen van de coronacrisis voor promotionele producten

**De coronacrisis treft iedereen. Zowel individueel alsook zakelijk. Ook binnen de branche voor promotionele producten en relatiegeschenken zijn de gevolgen van de wereldwijde pandemie merkbaar. De omzetverwachtingen voor 2020 zijn dan ook fors naar beneden bijgesteld. Toch signaleert de branchevereniging Platform Promotional Products | PPP een aantal opmerkelijke ontwikkelingen en trends in de markt.**

Aan het begin van de coronacrisis zag je de omzet, bij nagenoeg iedere onderneming binnen de branche, fors onderuit gaan. Vooral veel leveranciers van promotionele producten via e-commerce werden direct extra geraakt, daar waar partijen met nog langlopende projecten enige tijd later de gevolgen merkten.

## **Veerkracht en creativiteit**

Maar in deze bijzondere tijd is toch ook de veerkracht en creativiteit van de ondernemers weer opvallend. Door het wegvallen van onder andere teambuilding, beurzen- en netwerkactiviteiten, is er door leveranciers van promotionele artikelen samen met de klant nagedacht hoe een promotioneel product een positieve rol kan invullen in deze bizarre tijd. Dit heeft tot goede, effectieve voorstellen geleid, met als gevolg ook mooie, nieuwe opdrachten.

## **De waarderingskracht van promotionele producten**

De coronacrisis betekent dus niet alleen maar kommer en kwel. Zo zien we ook positieve ontwikkelingen zoals het waarderen van werknemers en relaties. Juist in deze tijd gebeurt dat vaker. Meer dan ooit gaat het om binding met – en aandacht voor – relaties. In die processen speelt het promotionele product een versterkende rol. Die zijn de afgelopen tijd dan ook veelvuldig ingezet bij persoonlijke boodschappen, hart onder de riem berichten en andere activiteiten richting medewerkers, relaties en andere doelgroepen. In feite heeft de crisis de waarderingskracht van promotionele producten extra duidelijk gemaakt. Hoe leuk is het om voor de vrijdagmiddag een borrelpakket thuis gestuurd te krijgen of leuke gadgets voor op je bureau om het werken aangenamer te maken en te weten dat er aan je wordt gedacht? Of een leuke strandtas om je toch een fijne vakantie te wensen?

## **200 miljoen extra fiscale ruimte**

Een opsteker, zeker voor relatiegeschenken, is de verruiming van de Werkkostenregeling (WKR). Die is dit jaar, mede door inspanningen vanuit de branchevereniging, verhoogd van 1,7 naar 3,0%. Dat betekent ruim 200 miljoen euro extra fiscale ruimte voor ondernemers om te besteden aan de waardering van medewerkers en / of binding met relaties. Vooral bedrijven binnen de branche die

zich specialiseren in het leveren van relatie- en of kerstgeschenken, kunnen van deze verruiming profiteren. Om die boodschap naar eindklanten helder over te brengen heeft de branchevereniging een animatie ontwikkeld: <https://www.youtube.com/watch?v=e6dFpe-l3ho>.

## **Bewuster en nog professioneler**

Natuurlijk zijn er op dit moment nog veel onzekerheden. Bijvoorbeeld: Wat gebeurt er als de overheidssteun wordt stopgezet? Verandert door het coronavirus de mindset bij consumenten en bedrijven? Gaan we bewuster leven? Minder vliegen? Gaan we echt voor duurzame producten? Wie zal het zeggen... Feit lijkt, dat door de crisis de toekomst voor iedereen en alle bedrijven er anders uit gaat zien. PPP verwacht dat organisaties nog serieuzer en duurzamer promotionele producten en relatiegeschenken gaan inkopen en nog bewuster gaan inzetten. Steeds meer afnemers begrijpen dat het op de juiste manier inzetten van een promotioneel product, tot een goed rendement leidt en dat daarvoor een betrouwbare leverancier met kennis van zaken van cruciaal belang is. ◀◀



Dit jaar is, mede door inspanningen vanuit PPP, de Werkkostenregeling (WKR) verhoogd van 1,7 naar 3,0%. Dat is een opsteker voor de branche.

Wilt u op de hoogte blijven van wat er in de branche speelt? Word lid van het PPP! Ontdek de voordelen! [www.ppp-online.nl](http://www.ppp-online.nl)