

Heeft reclame in Wateringen zin? – wat de cijfers zeggen

Datum: 3-10-2026. Vraag Jamal: "zoek dat uit voor Wateringen" (reclamebudget).

Bronnen: DaVinci-kassa per jaar (analyses/kassa-wateringen-2023-2026.md), kasboek per dag (data/kasboek-wateringen-2023-2026.csv), bankuitgaven per leverancier (data/leveranciers-wateringen-2023-2025.csv + Rabo/ABN/creditcard 2026), Advon-maandcijfers jan-aug 2026, jaarrekeningen 2023-2025.

1. Eerst dit: de daling van Wateringen is iets anders dan je denkt

De jaarrekeningen suggereren een gestage afbraak: -17,0% in 2024 en -15,6% in 2025. Maar de jaarrekening 2024 staat € 53.676 boven de kassa (het bekende boekingsvraagstuk). Leg je de **kassa** naast elkaar, dan ziet het zo uit:

JAAR	KASSA-OMZET EX BTW	VERANDERING
2023	406.575	—
2024	280.292	-31,1%
2025	281.955	+0,6%
2026 (prognose)	270.400	-4,1%

Er is dus één grote klap, in 2024. Daarna stond het stil en nu zakt het licht. Dat is een heel ander probleem dan "het loopt elk jaar verder terug".

2. En de omzet per openingsdag is stabiel

Uit het kasboek, per dag geteld:

PERIODE	OMZET EX BTW	OPENINGSDAGEN	PER DAG
jan-aug 2024	184.997	120	1.542
jan-aug 2025	185.431	121	1.532
jan-aug 2026	177.582	121	1.468

Zelfde aantal dagen, vrijwel dezelfde omzet per dag. De klap van 2024 zat dus **niet** in minder vraag per open dag. Hij zat in minder capaciteit: woensdag dicht, N. Olijhoek eruit, de personeelskosten in Wateringen gingen in 2024 met 41,6% omlaag.

Dat is belangrijk voor je vraag. Reclame koopt méér klanten. Maar als de stoelen op de dagen dat je open bent al vol zitten, is reclame weggegooid geld en zit de knop bij openingsuren en personeel.

3. Wat is er precies aan reclame gestopt?

Bankuitgaven (incl btw) aan reclame- en media-partijen, Wateringen:

PARTIJ	2023	2024	2025	JAN-AUG 2026
Meta (Facebook/Instagram advertenties)	5.511	1.180	0	0
Pinterest Ads	1.511	273	0	0
FunX (radio)	2.768	4.326	2.595	0
BeeContent (content/social beheer)	2.362	3.262	3.742	600
WR Sparkling	1.350	3.069	2.339	475
Merit Media	1.002	1.002	1.002	668
MailerLite	54	216	214	104

PARTIJ	2023	2024	2025	JAN-AUG 2026
Totaal via de bank	14.683	14.142	10.494	1.809
(verkoopkosten in de jaarrekening)	24.610	17.033	11.664	2.356

Twee dingen:

- **Alle betaalde advertenties zijn naar nul.** Meta en Pinterest stopten in 2024-2025, FunX-radio stopte in 2026. Wat er nog staat is beheer, sponsoring en een mailtool.
- **De timing valt samen:** Meta ging in 2024 van € 5.511 naar € 1.180, hetzelfde jaar waarin de omzet 31% zakte.

4. Maar hier is het tegenbewijs, en dat is sterk

Rijswijk groeit in 2026 met 22,7% terwijl daar óók bijna geen reclame meer is — € 1.853 in acht maanden, en Google Ireland (advertenties) staat daar sinds 2025 op nul.

Met drie jaarcijfers en twee salons die tegengesteld bewegen kan ik **niet aantonen** dat het stoppen met adverteren de omzet van Wateringen heeft gekost. Het kan net zo goed de capaciteit zijn. Wie beweert dat het één van de twee is, gokt.

5. Wat moet € 10.000 reclame opbrengen om zich terug te betalen?

Marge op extra omzet in Wateringen (jan-aug 2026: inkoopquote 21,4%, loonquote 19,1%):

SITUATIE	MARGE OP DE EXTRA EURO	NODIG AAN EXTRA OMZET	DAT IS	PER OPENINGSDAG
Er is lege ruimte	78,6%	12.716	+4,7% omzet	68

SITUATIE	MARGE OP DE EXTRA EURO	NODIG AAN EXTRA OMZET	DAT IS	PER OPENINGSDAG
(alleen inkoop variabel)				
Er moeten extra uren bij (inkoop + loon)	59,5%	16.808	+6,2% omzet	90

De lat ligt laag. € 68 extra omzet per openingsdag, op een dag die nu € 1.468 draait.

Ter vergelijking: als je alleen de daling van dit jaar terugdraait (€ 11.555 omzet) levert dat 9.087 op — dus bijna de hele € 10.000 is er dan al uit. Je hoeft niet te groeien, je hoeft alleen de daling te stoppen.

6. Wie betaalt die € 10.000 eigenlijk? Niet jij

Omdat de VOF 10/90 verdeeld is, drukt reclame in Wateringen bijna niet op jouw eigen zak:

	DRAAGT VAN DE KOSTEN	BELASTING LAGER	NETTO UIT EIGEN ZAK
Jamal (10%)	1.000	504	496
Asuman (90%)	9.000	3.844	5.156
<i>dezelfde € 10.000 in Rijswijk</i>	<i>10.000</i>	<i>5.041</i>	<i>4.959</i>

Dus: € 10.000 reclame in Wateringen kost jou netto ongeveer **€ 500**. In Rijswijk kost dezelfde € 10.000 je **€ 4.959**. Maar let op: de opbrengst in Wateringen is ook maar voor 10% van jou. Dit is dus vooral een beslissing die Asuman aangaat, en het is goed om dat gesprek zo te voeren.

7. Het echte gewicht in Wateringen is niet de reclame

JAAR	AFSCHRIJVING + RENTE OP HET PAND	% VAN DE KASSA-OMZET
2023	58.702	14,4%
2024	52.460	18,7%
2025	53.496	19,0%
2026 (prognose)	±53.500	19,8%

Bijna een vijfde van elke euro omzet gaat op aan het pand, en dat bedrag beweegt niet mee als de omzet zakt. Dáár zit het structurele probleem van Wateringen, niet in het reclamebudget. Met € 10.000 reclame verschuif je 3,7% van de omzet; met het pand gaat het over 19,8%.

Advon vroeg hier op 24-1-2025 al stukken voor op ("beëindiging eenmanszaak en verhuur/verkoop pand") en dat is nooit afgerond. Zie `kennis/waardering-en-verkoop-salon.md` en `kennis/rechtsvorm-risico-en-rendement.md`.

Mijn advies: niet € 10.000 in één keer

Stap 1 — gratis, en nodig vóór elke euro: hoe vol staat de agenda?

Ik heb dat cijfer niet; de gastvrouw-agent heeft het wel. Ik heb het vandaag opgevraagd via de Supabase-wachtrij (id 8139): bezettingsgraad Wateringen 2024-2026, aantal klanten, vrije plekken, openingsdagen en gemiddelde besteding per bezoek.

- Zit de agenda **vol** → geen reclame. Dan is de knop: woensdag weer open, of een extra paar handen. Dat is ook de verklaring van de klap van 2024 en het is omkeerbaar.
- Is er **leegstand** → door naar stap 2.

Stap 2 — een test van € 2.500, niet € 10.000.

Zet het op het kanaal dat je ook echt hebt gestopt en dat meetbaar is: Meta. Drie maanden, harde cap, en meet op één getal: **omzet per openingsdag** (die staat nu op € 1.468). Breekt die door € 1.536 (+4,7%), dan betaalt de hele € 10.000 zich terug.

Stap 3 — alleen opschalen als stap 2 die lijn beweegt.

Niet opschalen op klikken, bereik of likes. Alleen op omzet per openingsdag.

En los daarvan: zet de pandvraag weer op de agenda bij Advon. Dat is in Wateringen vijf keer zo groot als het hele reclamebudget.

Wat ik niet kon vaststellen

- Of het stoppen met adverteren de omzetsdaling heeft veroorzaakt. Drie jaarcijfers, twee salons die tegengesteld bewegen: niet te bewijzen. Rijswijk groeit juist zonder advertenties.
- De bezettingsgraad en het aantal klanten. Dat is precies het cijfer dat de beslissing maakt; opgevraagd bij de gastvrouw.
- Hoeveel openingsdagen Wateringen in 2023 had. Het kasboek 2023 bevat alleen 6-1 t/m 8-3, dus ik kan niet berekenen hoeveel van de klap van 2024 door minder dagen komt. Met een volledige kasboek-export 2023 kan ik dat wel.
- Sinds wanneer de salon op woensdag dicht is.
- Wat er in de verkoopkosten van de jaarrekening zit boven wat ik in de bank terugvind (2023: € 24.610 tegen € 14.683 via de bank). Vermoedelijk representatie, relatiegeschenken en provisies; dat staat in de toelichting maar is niet per leverancier uit te splitsen.