

Editie 2025

Starten van eigen salon

Informatie, nodig wanneer je wilt starten in de U.V.

De Uiterlijke Verzorging (U.V.) biedt hoogwaardige opleidingen aan, die worden afgesloten met een erkend diploma. Deze opleidingen zijn voornamelijk gericht op vakmanschap en ambachtelijke vaardigheden.

Na het afronden van de opleiding kun je bijvoorbeeld in loondienst gaan werken. Echter, velen kiezen er uiteindelijk voor om zelfstandig ondernemer te worden en een eigen salon te starten.

Maar wat dan? Helaas wordt vaak vergeten dat ondernemen ook een vak op zich is.

In dit eerste deel nemen we je mee langs de vele aspecten waarmee je te maken kunt krijgen, van fiscale verplichtingen tot lange termijnverplichtingen en rechtspositie.

Door na te denken over deze onderwerpen, kun je gemakkelijker je weg vinden in deze materie.

Starten is niet zo moeilijk, maar hoe staat je onderneming er over vijf jaar voor? Goed, matig, slecht of failliet?

Bedrijfsvoering in de UV-branche

We beginnen met een overzicht van de beroepen in de Uiterlijke Verzorging, de sector waarin jij actief wilt zijn. Het betreft een breed werkveld met diverse (ambachtelijke) beroepen. Onze focus ligt op drie hoofdthema's: kappers, schoonheidsspecialisten en pedicures. Daarnaast besteden we ook aandacht aan andere vormen van uiterlijke verzorging.

Na deze oriëntatie belichten we enkele markante punten uit de geschiedenis van deze beroepen. Terug in het heden geven we de belangrijkste en meest kenmerkende werkzaamheden weer in een tabel. Dit biedt een overzicht voor nieuwkomers.

Marketingtechnisch is het belangrijk om inzicht te krijgen in hoe dit marktsegment er in Nederland uitziet. Hoe de situatie in jouw regio is, kan snel bepaald worden met A.I.

Essentieel bij deze beroepen is de manier waarop de contacten tussen klant en behandelaar verlopen. Emoties en gevoelens kunnen een rol spelen vanwege het fysieke contact. Liefde voor het vak is een voorwaarde voor leuk en plezierig werk, maar het verdienen van een inkomen is minstens zo belangrijk. Daarom gaan we hier uitgebreid op in.

Eerst bekijken we de mogelijkheden van loondienst, vanuit het perspectief van zowel werkgever als werknemer. Dit geeft inzicht in de opties. Vervolgens bespreken we de opties om een eigen salon te starten. We benoemen diverse aspecten, randvoorwaarden en strategieën.



Cosmetica en Cosmetische Behandelingen

De Betekenis en Toepassingen

Cosmetica en cosmetische behandelingen spelen een cruciale rol in ons dagelijks leven. Deze producten en diensten dragen niet alleen bij aan het verbeteren van ons uiterlijk, maar hebben ook diepgaande psychologische voordelen die ons zelfvertrouwen en welzijn bevorderen.

Nut van Cosmetica

Cosmetica omvat een breed scala aan producten, variërend van make-up en huidverzorgingsproducten tot haarverzorging en parfums. Het gebruik van cosmetica kan meerdere voordelen bieden:

- **Verbeterd Uiterlijk:** Cosmetica helpt om de natuurlijke schoonheid te accentueren en eventuele imperfecties te camoufleren, waardoor mensen zich mooier en zelfverzekerder voelen.
- **Bescherming van de Huid:** Veel huidverzorgingsproducten bevatten ingrediënten die de huid beschermen tegen schadelijke invloeden van buitenaf, zoals Uv-stralen, vervuiling en vrije radicalen.
- **Anti-Aging:** Specifieke cosmetica, zoals anti-aging crèmes, kunnen helpen om de tekenen van veroudering te verminderen en de huid jonger en stralender te houden.

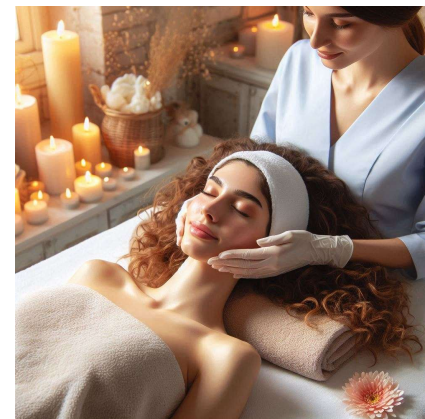
Toepassingen Cosmetische Behandelingen

Schoonheidsspecialist:

Naast het gebruik van cosmetica, zijn er diverse cosmetische behandelingen beschikbaar die aanzienlijke verbeteringen kunnen brengen in het uiterlijk en de gezondheid van de huid. Enkele populaire behandelingen zijn:

- **Gezichtsbehandelingen:** Deze behandelingen reinigen diep, exfoliëren en hydrateren de huid, waardoor deze er fris en stralend uitziet.
- **Laserbehandelingen:** Lasertherapie kan worden gebruikt om huidproblemen zoals acne, littekens en pigmentvlekken te behandelen, evenals om ongewenste haargroei te verminderen.

- **Injecties:** Behandelingen zoals Botox en fillers kunnen rimpels en fijne lijntjes verminderen en het volume in bepaalde gebieden van het gezicht herstellen.
- **Chemische Peeling:** Deze behandeling helpt bij het verbeteren van de textuur en toon van de huid door dode huidcellen te verwijderen en de aanmaak van nieuwe huidcellen te stimuleren.

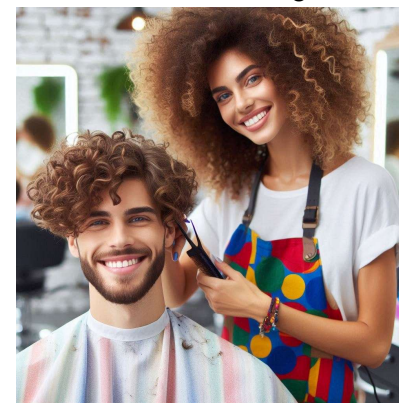


Naast de vele soorten gezichtsbehandelingen zijn behandelingen, gericht op lichaam (body), haren, handen en voeten zeker zo belangrijk.

Specifieke Rollen van de Kapper en de Pedicure:

Kapster:

- **Haarverzorging en Styling:** Kappers zorgen voor het knippen, kleuren en stylen van haar, waardoor mensen er verzorgd en modieus uitzien.
- **Advies op maat:** Kappers geven deskundig advies over haarverzorgingsproducten en -technieken die het beste passen bij de haartype en levensstijl van de klant.
- **Vertrouwen en Zelfverzekerdheid:** Een goed kapsel kan het zelfvertrouwen van een persoon aanzienlijk vergroten en hen helpen zich op hun best te voelen.



Pedicure:

- **Voetverzorging:** Pedicures zorgen voor de gezondheid en schoonheid van de voeten, inclusief het knippen van nagels, verwijderen van eelt en behandelen van nagelproblemen.
- **Ontspanning:** Pedicurebehandelingen bieden ook een moment van ontspanning en zelfzorg, wat bijdraagt aan het algehele welzijn.
- **Preventieve Zorg:** Pedicures helpen bij het voorkomen van voetproblemen door regelmatig onderhoud en advies over de juiste voetverzorging.
- **Verbetering van de Statica van het Lichaam:** Door de juiste verzorging van de voeten kunnen pedicures bijdragen aan een betere lichaamshouding en de statiek van het lichaam verbeteren, waardoor rug- en voetklachten kunnen worden voorkomen.



De Rol van Medewerkers in de Uiterlijke Verzorging

Medewerkers in de uiterlijke verzorging, zoals schoonheidsspecialisten, dermatologen, visagisten, kappers en pedicures, spelen een essentiële rol bij het leveren van deze diensten en producten. Hun expertise en vakmanschap zijn van onschatbare waarde bij het helpen van mensen om hun schoonheidsdoelen te bereiken. Enkele belangrijke aspecten van hun rol zijn:

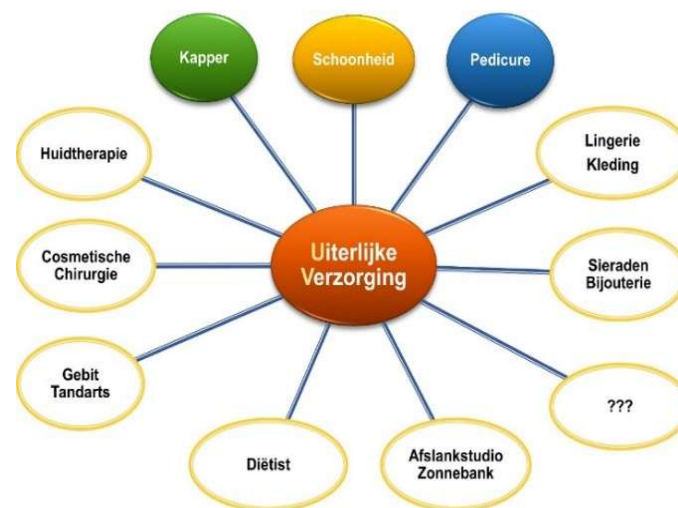
- **Advies en Aanbevelingen:** Professionals bieden gepersonaliseerd advies over welke producten en behandelingen het meest geschikt zijn voor iemands huidtype en behoeften.
- **Uitvoering van Behandelingen:** Schoonheidsspecialisten, dermatologen, kappers en pedicures voeren behandelingen uit met precisie en zorg, met oog voor detail en veiligheid.

- **Educatie en Voorlichting:** Zij spelen ook een belangrijke rol bij het voorlichten van klanten over de juiste huid- en haarverzorgingsroutines en het belang van het gebruik van de juiste producten.

Conclusie

Cosmetica en cosmetische behandelingen hebben niet alleen esthetische voordelen, maar dragen ook bij aan het algehele welzijn en zelfvertrouwen van mensen. De rol van medewerkers in de uiterlijke verzorging, inclusief schoonheidsspecialisten, dermatologen, visagisten, kappers en pedicures, is daarbij van onschatbare waarde. Dankzij hun kennis en vaardigheden kunnen mensen hun uiterlijke verschijning verbeteren en met een stralend gevoel de wereld tegemoet treden.

Maar er zijn nog meer beroepen die min of meer hetzelfde doel hebben. Zie het onderstaande schema om een indruk te krijgen. De laatste tijd zien we steeds meer overlappings tussen de beroepen. Ook wel branchevervaging genoemd.



Oriëntatie Uiterlijke Verzorging (UV)

en de laatste trends

Wanneer we formeel over de “UV-branche” spreken, hebben we het over beroepen in de haar-, schoonheid- en voetverzorging. Specialisaties zoals manicure, visagie, camouflage, ontharen, haar verven, hairextensions, enzovoort, vallen hier ook onder. Deze specialisaties komen we ook tegen als zelfstandige ondernemingen. In dit boek zijn al deze bedrijven (salons, beautysalons, kuurcentra, enzovoort) ons hoofdthema. Uiterlijke verzorging is in de praktijk breder. Het omvat een scala aan beroepen en specialisaties. Denk bijvoorbeeld aan de adviseur in de kledingzaak of mondhygiënist.

Branchevervaging

Een van de opvallende trends is branchevervaging. Dit houdt in dat de grenzen tussen de verschillende beroepen in de uiterlijke verzorging vervagen. Zo kan een kapper ook schoonheidsbehandelingen aanbieden, of een schoonheidsspecialist lingerie verkopen. Dit biedt voordelen voor de klant, die meer keuze en gemak heeft, en voor de ondernemer, die meer omzet en klantenbinding kan genereren. Deze trend stimuleert ook samenwerking tussen verschillende specialisten, wat kan leiden tot innovatieve diensten en producten.

Beleving

Een andere belangrijke trend is beleving. Klanten willen niet alleen een behandeling, maar ook een ervaring. Dit kan variëren van een glaasje wijn tijdens de behandeling tot een compleet arrangement met meerdere behandelingen en extra's zoals massages of wellness-faciliteiten. De klant wil zich verwend en ontspannen voelen. Dit vraagt wel om meer creativiteit en servicegerichtheid van de professionals. Het creëren van een unieke en memorabele ervaring kan leiden tot hogere klanttevredenheid en loyaliteit.

Technologische Innovaties

Technologie speelt een steeds grotere rol in de uiterlijke verzorging. Van geavanceerde huidanalyseapparatuur tot online boekingsystemen en sociale media marketing, technologie helpt professionals om hun diensten te verbeteren en efficiënter te werken. Virtual reality en augmented reality worden ook steeds vaker gebruikt om klanten een voorproefje te geven van behandelingen of nieuwe looks.

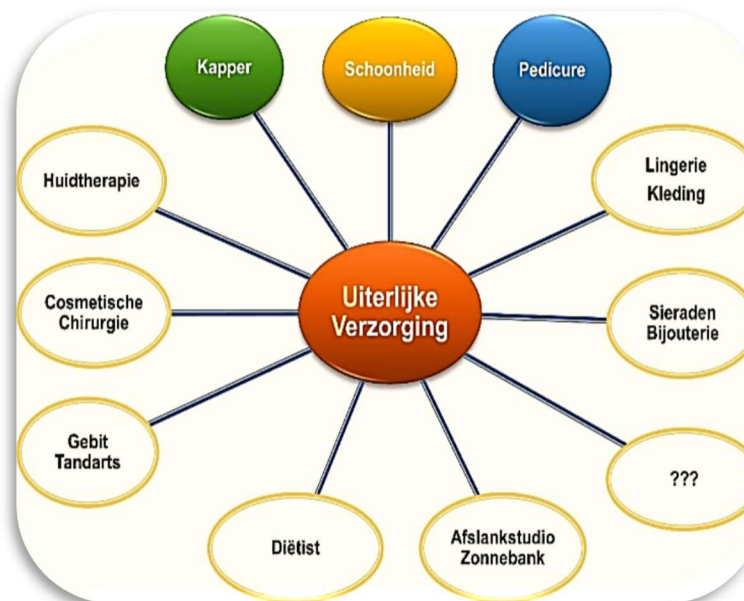
Duurzaamheid

Duurzaamheid is een groeiende trend in de uiterlijke verzorging. Klanten zijn steeds meer op zoek naar milieuvriendelijke en ethisch verantwoorde producten en behandelingen. Dit omvat onder andere het gebruik van natuurlijke en biologische producten, en het verminderen van afval. Ondernemers die duurzaamheid omarmen, kunnen zich onderscheiden en een loyale klantenkring opbouwen.

woorde producten en behandelingen. Dit omvat onder andere het gebruik van natuurlijke en biologische producten, en het verminderen van afval. Ondernemers die duurzaamheid omarmen, kunnen zich onderscheiden en een loyale klantenkring opbouwen.

Samenvattend

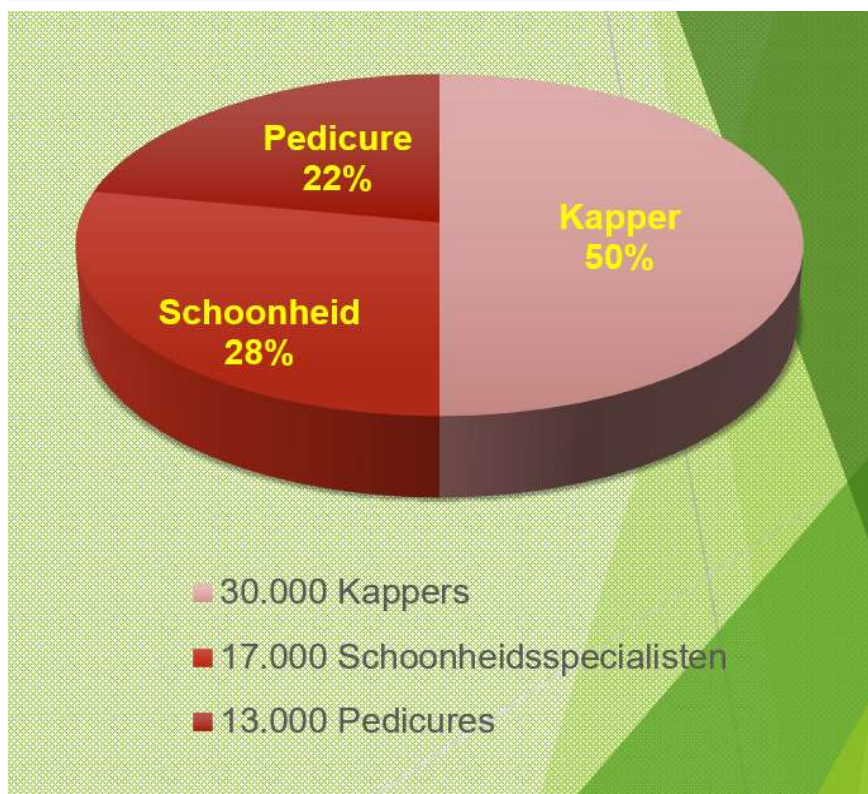
De Oriëntatie Uiterlijke Verzorging (UV) is een dynamisch en veelzijdig veld dat voortdurend evolueert. Trends zoals branchevervaging, beleving, technologische innovaties en duurzaamheid bieden zowel uitdagingen als kansen voor professionals in deze sector. Door zich aan te passen aan deze trends en in te spelen op de behoeften van de klant, kunnen bedrijven in de uiterlijke verzorging blijven groeien en bloeien.



Collega's en/of Concurrenten

In de UV-branche (uiterlijke verzorging) is (of lijkt) de concurrentie intensief, vooral door het grote aantal zelfstandige ondernemers. De kappersbedrijven hebben vaak enkele personeelsleden, schoonheids- en voetverzorgers meestal niet. Dat zijn echte éénpitters.

Het aantal dat in loondienst actief is, is niet bekend.



Ongeveer 10% van de UV bedrijven is, kijkend naar bedrijfsvoering, omvang en omzet professioneel te noemen.

Voldoende ruimte en mogelijkheden tot verbetering dus.

Historie van Uiterlijke Verzorging

Voor we de toekomstige mogelijkheden gaan verkennen, leek het ons zinvol om eerst naar het verleden te kijken. Ooit was dat toch het uitgangspunt. Wie dat leuk vindt, ga naar <https://isgeschiedenis.nl/>.

Er zijn verschillende oude behandelingen die nog steeds populair zijn in de wereld van uiterlijke verzorging. Hier zijn enkele voorbeelden:



Gezichtsmaskers

Gezichtsmaskers zijn al eeuwenlang in gebruik. In het oude Egypte gebruikten vrouwen klei- en honingmaskers om hun huid te reinigen en te hydrateren. Deze traditie is door de eeuwen heen voortgezet en gezichtsmaskers blijven

een essentieel onderdeel van huidverzorgingsroutines wereldwijd. De afbeelding geeft zeealgen weer (Thalasso).

Massages

Massages hebben een lange geschiedenis en werden al in oude beschavingen zoals China en India toegepast. Ze worden nog steeds veel gebruikt voor ontspanning, stressvermindering en het verbeteren van de bloedcirculatie. De technieken en voordelen van massages zijn door de tijd heen verfijnd, maar de basisprincipes blijven hetzelfde.

Kruidenbaden

Kruidenbaden, waarbij kruiden zoals kamille en rozemarijn aan het badwater worden toegevoegd, waren populair in de Romeinse tijd. Deze traditie is herontdekt en nu terug te vinden in moderne spa's en wellnesscentra. Kruidenbaden bieden ontspanning en hebben vaak therapeutische voordelen.

Aromatherapie

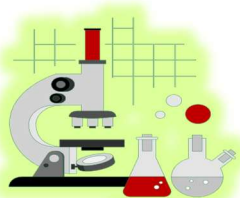
Aromatherapie, het gebruik van essentiële oliën voor therapeutische doeleinden, werd al in de oudheid toegepast door de Egyptenaren, Grieken en Romeinen. Essentiële oliën zoals lavendel en **eucalyptus** worden nog steeds gebruikt voor hun kalmerende en/of helende eigenschappen. Deze praktijk heeft zich ontwikkeld tot een populaire wellnessbehandeling in moderne spa's. Op de afbeelding zien we een Koala beer in een eucalyptusbos.



Henna

Henna wordt al duizenden jaren gebruikt in het Midden-Oosten, Afrika en Zuid-Azië voor het verven van haar en het maken van tijdelijke tatoeages. Het blijft populair vanwege de natuurlijke kleurstoffen en de culturele betekenis. Henna wordt nog steeds gebruikt in traditionele ceremonies en moderne schoonheidsbehandelingen.

Deze behandelingen hebben de tand des tijds doorstaan en blijven geliefd vanwege hun natuurlijke en effectieve eigenschappen. Ze vormen een brug tussen oude tradities en moderne schoonheidspraktijken, en blijven een belangrijk onderdeel van de uiterlijke verzorging.



Geschiedenis van het Kappersvak

Het kappersvak is een eeuwenoud beroep dat door de jaren heen veel veranderingen heeft ondergaan. In de vroege geschiedenis van Nederland waren kappers vaak ook barbier-chirurgen. Ze verzorgden niet alleen het haar, maar voerden ook kleine chirurgische ingrepen uit, zoals het trekken van tanden en kiezen.

In de middeleeuwen en de Renaissance was het gebruikelijk dat mannen naar de barbier gingen voor hun haar- en baardverzorging, terwijl vrouwen dit door bedienden of slaven lieten doen. In Frankrijk

ontstonden in de 17e eeuw de eerste kapsalons voor zowel mannen als vrouwen.

In Nederland begon de professionalisering van het kappersvak in de 20e eeuw, onder andere met de oprichting van de Nederlandse Kappersacademie. Deze opleiding legde de basis voor de moderne kappersopleidingen die we vandaag de dag kennen, variërend van MBO-niveau tot vele specialisaties.



De kapsalons zelf zijn ook geëvolueerd. Waar vroeger een eenvoudige stoel en een spiegel voldoende waren, zijn moderne kapsalons vaak uitgerust met de nieuwste technologieën en producten.

Het kappersvak is zowel een ambacht als een mode- en lifestyleberoep geworden.

Trends in Haarmode

Haarmode heeft veel verschillende trends gekend. Ook spelen cultuur, maatschappelijke situatie en religie vaak een rol. Hier een overzicht van enkele opvallende trends door de decennia:

1920: De Bob en Finger Waves: In de jaren 20 werd de boblijn populair, een korte, rechte coupe die vaak werd gecombineerd met golvende finger waves. Deze stijl symboliseerde de bevrijding van vrouwen en de opkomst van de moderne vrouw.

1950: Glamour en Volume: De jaren 50 stonden in het teken van glamour en volume. Vrouwen droegen vaak grote, volumineuze kapsels zoals de beehive en de bouffant. Mannen gingen voor de gladde, strak naar achteren gekamde look.

1970: Lang en Natuurlijk: In de jaren 70 was er een verschuiving naar een meer natuurlijke look. Lang, los haar was in de mode, vaak met een middenscheiding. De hippiebeweging had een grote invloed.

1980: Groot en Gedurfd: De jaren 80 waren het decennium van groot en gedurfd haar. Permanentjes, grote krullen en veel volume waren de norm. Kleuren zoals felroze en blauw werden ook populair, mede dankzij de opkomst van punk en new wave.

1990: Minimalisme en Grunge: In de jaren 90 zagen we een terugkeer naar eenvoud en minimalisme. De grunge-beweging bracht ongekamd, rommelig haar in de mode, terwijl de "Rachel" cut, geïnspireerd door Jennifer Aniston's personage in de tv-serie "Friends", een van de meest gevraagde kapsels werd.

2000: Experimenteren en Individualiteit: In de jaren 2000 werd er veel geëxperimenteerd met verschillende stijlen en kleuren. Van asymmetrische kapsels tot highlights en lowlights, alles was mogelijk. Individualiteit en zelfexpressie stonden centraal.

2010: Retro en Natuurlijk: De afgelopen jaren hebben we een mix van retro en natuurlijke stijlen gezien. Vintage kapsels zoals de bob en de pixie cut maakten een comeback, terwijl natuurlijke texturen en kleuren steeds populairder werden.

2020: Duurzaamheid en Diversiteit: In het huidige decennium ligt de focus op duurzaamheid en diversiteit. Er is een groeiende vraag naar milieuvriendelijke haarproducten en behandelingen. Haarmode blijft zich voortdurend ontwikkelen en weerspiegelt vaak bredere culturele en sociale veranderingen.

Conclusie

Het kappersvak heeft een rijke geschiedenis die teruggaat tot de vroege tijden, waarin kappers ook als barbier-chirurgen fungeerden. Door de eeuwen heen evolueerde het beroep van eenvoudige haarverzorging naar een professioneel vak met gespecialiseerde opleidingen en moderne kapsalons. Haarmode heeft door de decennia heen verschillende trends gekend, van de boblijn in de jaren 20 tot de nadruk op duurzaamheid en diversiteit in de jaren 2020.



Het kappersvak is uitgegroeid tot een ambacht dat mode en lifestyle omvat.

Is de kapper specialist op verfraaiing van de haargroei, maar er kunnen ook andere zaken spelen. We denken dan aan stagnerende haargroei en overbeharing. In veel gevallen zal dan de schoonheidsspecialist of huidtherapeut een rol gaan spelen.

Geschiedenis van Schoonheidsverzorging

Schoonheidsverzorging, ook wel cosmetische behandeling genoemd, heeft een rijke en diverse geschiedenis die duizenden jaren teruggaat. Al in het oude Egypte, rond 4000 v.Chr., gebruikten mensen make-up en huidverzorgingsproducten. Cleopatra, een van de beroemdste historische figuren, stond bekend om haar uitgebreide schoonheidsrituelen, waaronder baden in ezinnenmelk om haar huid zacht en stralend te houden.

In het oude Griekenland en Rome werd schoonheidsverzorging ook hoog gewaardeerd. Griekse vrouwen gebruikten olijfolie als moisturizer en honing als gezichtsmasker. Romeinse vrouwen maakten gebruik van loodwit om hun huid lichter te maken, hoewel dit later bleek schadelijk te zijn.



Tijdens de middeleeuwen in Europa werd schoonheidsverzorging minder populair vanwege religieuze overtuigingen die ijdelheid afkeurden. Toch

bleven sommige vrouwen natuurlijke ingrediënten zoals kruiden en bloemen gebruiken om hun huid te verzorgen. De Renaissance bracht een heropleving van interesse in schoonheid en verzorging.

In de 19e eeuw, met de opkomst van de industriële revolutie, werden schoonheidsproducten toegankelijker voor het grote publiek. De eerste commerciële schoonheidsproducten verschenen op de markt, en schoonheidsverzorging werd een belangrijk onderdeel van de dagelijkse routine van veel vrouwen.

De 20e eeuw zag een explosie in de schoonheidsindustrie. Innovaties in wetenschap en technologie leidden tot de ontwikkeling van nieuwe producten en behandelingen. Merken zoals L'Oréal, Estée Lauder en Revlon werden wereldwijd bekend.

Schoonheidssalons en spa's werden populair, en schoonheidsverzorging werd een professioneel vakgebied met gespecialiseerde opleidingen en certificeringen.

Vandaag de dag is schoonheidsverzorging een bloeiende industrie die voortdurend evolueert. Er is een groeiende focus op natuurlijke en duurzame producten, en technologie speelt een steeds grotere rol in behandelingen zoals lasertherapie en microdermabrasie.

Er zijn door de geschiedenis heen veel beroemde schoonheidsbehandelingen geweest. Hier zijn enkele opvallende voorbeelden:

Cleopatra's Melkbad: Cleopatra, de beroemde Egyptische koningin, stond bekend om haar baden in ezinnenmelk. Dit zou haar huid zacht en stralend hebben gehouden.

Romeins Loodwit: Romeinse vrouwen gebruikten loodwit (een mengsel van lood en azijn) om hun huid lichter te maken. Hoewel dit een populaire schoonheidsbehandeling was, bleek het later zeer schadelijk voor de gezondheid.

Griekse Olijfolie: In het oude Griekenland gebruikten vrouwen olijfolie als moisturizer. Het werd ook gebruikt om het haar te conditioneren en de huid te verzachten.

Elizabethaanse Bleekmiddelen: Tijdens de Elizabethaanse periode in Engeland gebruikten vrouwen een mengsel van azijn en lood om hun huid bleek te maken, wat als een teken van adel en schoonheid werd beschouwd.

Geisha's Rijstwater: Japanse geisha's gebruikten rijstwater om hun huid te reinigen en te verjongen. Dit natuurlijke middel werd gewaardeerd om zijn verzachtende en verhelderende eigenschappen.

Victoriaanse Arsenicum: In de 19e eeuw namen sommige vrouwen kleine hoeveelheden arsenicum om een bleke huid te behouden. Dit was uiteraard zeer gevaarlijk en leidde vaak tot ernstige gezondheidsproblemen.

Renaissance Cosmetics: Tijdens de Renaissance gebruikten vrouwen complexe recepten voor crèmes en lotions, vaak gemaakt van dierlijke vetten en plantaardige oliën. Make-up werd ook populairder, met natuurlijke pigmenten om wangen en lippen te kleuren.

Deze behandelingen weerspiegelen de veranderende schoonheidsidealen en de soms gevaarlijke middelen die mensen bereid waren te gebruiken om aan deze idealen te voldoen. Gelukkig zijn moderne schoonheidsbehandelingen veel veiliger en effectiever!

Wenkbrauwen

Door de geschiedenis heen zijn er o.a. veel verschillende stijlen en trends geweest voor het stylen van wenkbrauwen. Hier zijn enkele opvallende voorbeelden:

Oude Egypte: Zowel mannen als vrouwen gebruikten kool (een soort zwarte poeder) om hun wenkbrauwen donkerder en meer gedefinieerd te maken. Dit gaf een dramatische en expressieve look.

Middeleeuwen: In Europa werden wenkbrauwen vaak volledig afgeschoren, vooral onder invloed van religieuze overtuigingen die ijdelheid afkeurden. Een glad voorhoofd werd als mooi beschouwd.

Renaissance: Tijdens deze periode werden wenkbrauwen dun en hoog geëpileerd om een groot voorhoofd te creëren, wat als een teken van intelligentie en schoonheid werd gezien.

Jaren 1920: De dunne, strak getekende wenkbrauw was in de mode.

Jaren 1950: Vollere wenkbrauwen kwamen weer in de mode, geïnspireerd door iconen zoals Marilyn Monroe.

Jaren 1980: De natuurlijke, volle borstelige wenkbrauw was de trend.

Jaren 1990: Het dunne lijntje keerde terug.

Heden: Tegenwoordig zijn volle, natuurlijke wenkbrauwen populair.

Deze trends laten zien hoe schoonheidsidealen en stijlen door de jaren heen steeds veranderen.

De Historie van Voetverzorging

Voetverzorging, ook wel pedicure genoemd, is een vak dat al eeuwenlang wordt beoefend. De oorsprong van voetverzorging gaat terug tot de oude beschavingen van Egypte, Griekenland en Rome. In deze tijden werden voeten al verzorgd met oliën en kruiden om ze gezond te houden en te beschermen tegen infecties.

In de Middeleeuwen werd voetverzorging vooral uitgevoerd door barbiers en kwakzalvers. Het was een tijd waarin hygiëne niet hoog in het vaandel stond, en voetproblemen zoals likdoorns en eelt werden vaak op een ruwe manier behandeld.



De moderne voetverzorging begon zich te ontwikkelen in de 19e en 20e eeuw. Met de opkomst van de medische wetenschap werd er meer aandacht besteed aan de gezondheid van de voeten.

In deze periode werden de eerste professionele opleidingen voor pedicures opgericht, en het vak begon zich te professionaliseren.

In Nederland werd voetverzorging in de jaren '90 gereguleerd. Pedicures moesten een diploma behalen om hun beroep uit te oefenen. Dit zorgde voor een hogere standaard in de zorg en behandeling van voeten.

Nu zijn er ook opleidingen voor het behandelen van risicovoeten zoals bij diabetes en reuma.

De laatste jaren zien we een groeiende trend in het gebruik van innovatieve technieken en duurzame producten in de voetverzorging. Daarnaast kiezen steeds meer mensen voor natuurlijke en biologische cosmetica voor hun voetverzorgingsroutine.

Voetverzorging is dus meer dan alleen het knippen van nagels. Het is een vak dat zich blijft ontwikkelen en steeds meer aandacht krijgt

Werkzaamheden en specialisaties

De kapper, schoonheidsspecialist en pedicure bieden een standaardpakket aan behandelingen aan, waarin zij ook examen doen. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste onderdelen.

Belangrijkste onderdelen basispakket:

Kapper	Schoonheidsspecialist	Pedicure
Wassen/knippen	Make-up	Manicure
Föhnen	Reiniging huid	Verwijderen van:
Permanent	Peeling/scrub	- Eelt en likdoorns
Watergolf	Massages	- Nagels verzorgen
Modelleren	Maskers/pakkingen	- Verdikte nagels
Kammen	Ontharen (hars/wax)	- Voetproblemen
	Make-up	- Blauwdruk maken
		Voetmassages

De meeste specialisten bieden alle geleerde behandelingen aan. Er is echter ook de mogelijkheid om zich te richten op specifieke behandelingen, zoals acnebehandeling, overbeharing of visagie. Deze specialisaties kunnen klanten aantrekken met specifieke behoeften en zorgen ervoor dat uw salon zich onderscheidt van de concurrentie.

Uitbreidingen en specialisaties

Naast de basisopleidingen kunnen specialisten zich verder ontwikkelen door te werken vanuit een thema zoals "aromatherapie" of speciale massagetechnieken. Specialiseren zorgt voor een diepere expertise en kan de aantrekkingskracht van uw salon vergroten. Hier zijn enkele specialisaties die veel voorkomen in de UV-sector:

Kapper	Schoonheidsspecialist	Pedicure
Haarverftechniek	Ontharingstechnieken	Voetreflexologie
Extensies	Visagie	Statiek
Pruiken	Kunstnagels	Steunzool
Scheren	Camouflage	Teencorrecties
Baarden	Acne	Beugeltechnieken
Haarverzorging	Reflex therapieën	Medisch pedicure

Voordelen en nadelen van specialisaties

Het kiezen van specialisaties biedt verschillende voordelen en enkele nadelen:

- **Eenvoudigere bedrijfsvoering:** Minder soorten behandelingen betekent een eenvoudiger bedrijfsvoering, hoewel de doelgroep kleiner kan zijn. Dit kan leiden tot efficiëntere planning en beter beheer van voorraad en personeel.
- **Verhoogde allure:** Specialisaties van een hoger niveau geven uw salon extra allure en onderscheiden u van de concurrentie. Klanten associëren gespecialiseerde behandelingen met expertise en exclusiviteit.
- **Hogere tarieven:** Met gespecialiseerde diensten kunt u hogere tarieven vragen, wat de winstgevendheid kan verhogen. Klanten zijn vaak bereid meer te betalen voor specifieke en kwalitatief hoogwaardige behandelingen.
- **Vergoeding door zorgverzekeraars:** Sommige specialisaties komen in aanmerking voor vergoeding door zorgverzekeraars, wat aantrekkelijk kan zijn voor klanten. Dit kan uw klantengroep uitbreiden naar mensen die medische noodzakelijke behandelingen nodig hebben.

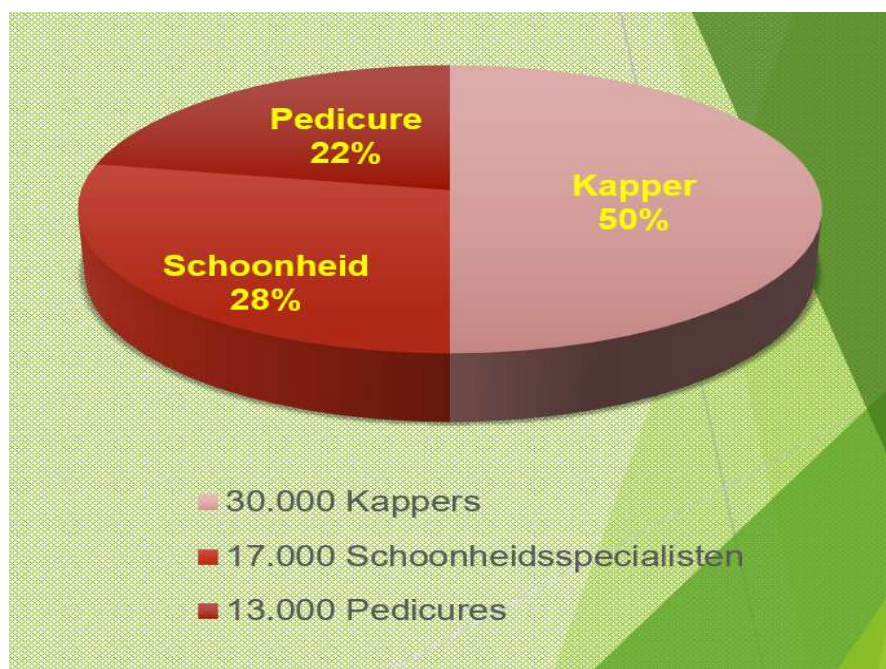
Arrangementen

Aan de andere kant kan het aanbieden van arrangementen, waarbij de klant een dagdeel of hele dag wordt "verwend", een aantrekkelijke optie zijn. Deze arrangementen kunnen variëren van ontspannende massages tot complete make-overs. Ze bieden een holistische benadering van verzorging en wellness, wat klanten de kans geeft om volledig te ontspannen en zich vernieuwd te voelen.

Bij het aanbieden van arrangementen is het belangrijk om de ervaring voor de klant beheersbaar te houden. Overbelasting met te veel behandelingen kan leiden tot een drukke en onrustige sfeer, wat het tegenovergestelde effect heeft van wat u beoogt. Salons die zich richten op dit type dienstverlening noemen zich vaak kuur- of beautycenter en bieden een breed scala aan welzijnsbehandelingen.

De Uitdagingen en Kansen in de branche

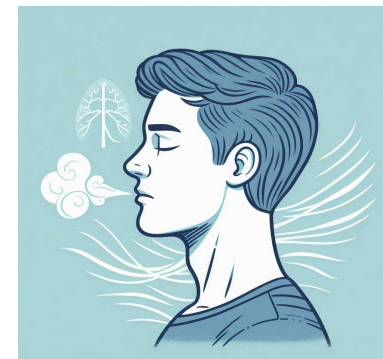
In de wereld van uiterlijke verzorging, ook wel bekend als de UV-branche, lijkt de concurrentie vaak intens, vooral door het grote aantal zelfstandige ondernemers. Kappersbedrijven hebben meestal enkele personeelsleden, terwijl schoonheids- en voetverzorgers vaak zelfstandig opereren. Het aantal professionals in loondienst is onbekend, maar het is duidelijk dat deze branche voornamelijk wordt gedomineerd door éénpitters.



Ongeveer 10% van de UV-bedrijven kan, kijkend naar bedrijfsvoering, omvang en omzet, als professioneel worden beschouwd. Er is dus nog voldoende ruimte en mogelijkheden voor verbetering in de sector.

Kenmerken en Risico's van Contactberoepen

De meeste beroepen binnen de uiterlijke verzorging, zoals kappers, schoonheidsspecialisten en pedicures, worden gekenmerkt door intensief en vaak direct fysiek contact met klanten. Dit wordt soms aangeduid als "in iemands aura zitten." Deze nauwe interactie brengt verschillende risico's met zich mee, waaronder de mogelijkheid van ziekteoverdracht. De coronapandemie heeft deze risico's nog eens extra benadrukt.



Strikte Hygiënemaatregelen tijdens de Pandemie

Tijdens de pandemie werden contactberoepen onderworpen aan aanzienlijke beperkingen en moesten strikte hygiënemaatregelen in acht worden genomen, zoals:

- Het dragen van mondklappers door zowel behandelaar als klant.
- Het handhaven van sociale afstand waar mogelijk.
- In sommige gevallen zelfs tijdelijke werkverboden.



Hoewel deze maatregelen cruciaal waren voor het beperken van de virusverspreiding, hebben ze de werkwijzen binnen deze sector ingrijpend veranderd. Hetzelfde geldt voor griep en verkoudheden, waarbij vergelijkbare maatregelen van toepassing zijn.

Emotionele Dynamiek in de Zorgrelatie

Het directe contact tussen klant en behandelaar kan een sterke emotionele band creëren, met zowel positieve als negatieve effecten.

Positieve Effecten:

Vertrouwensband: Een hechte emotionele band kan het vertrouwen tussen klant en behandelaar versterken, wat bijdraagt aan een prettige en ondersteunende sfeer tijdens de behandeling.

Aangename Sfeer: Dit vertrouwen kan de algehele ervaring van de klant verbeteren, waardoor zij zich meer op hun gemak en gewaardeerd voelen.

Uitdagingen:

Professionele Afstand: Het behouden van professionele afstand kan lastig zijn, vooral wanneer er een sterke emotionele connectie is. Dit kan leiden tot emotionele belasting voor de behandelaar.

Empathische Overbelasting: Behandelaars kunnen gevoelig zijn voor de klachten van klanten en het risico lopen symptomen, zoals hoofdpijn, emotioneel over te nemen. Dit kan hun welzijn en prestaties beïnvloeden.

Conclusie

Hoewel een sterke emotionele band tussen klant en behandelaar veel voordelen biedt, is het essentieel om een balans te vinden en professionele grenzen te handhaven. Dit helpt om de emotionele belasting te beheersen en zorgt voor een duurzame en effectieve zorgrelatie.

Gezonde Omgang met de Dynamiek

Het is van essentieel belang dat professionals in de uiterlijke verzorging zich bewust zijn van deze emotionele dynamiek en manieren vinden om er op een gezonde manier mee om te gaan. Enkele nuttige suggesties zijn:

Het stellen van duidelijke grenzen in de klantrelatie.

Regelmatig tijd voor jezelf nemen om te ontspannen en op te laden.

Flexibiliteit en Voorbereiding

De coronapandemie heeft de noodzaak benadrukt voor voorbereiding op onverwachte situaties en de mogelijkheid om flexibel in te spelen op veranderingen. Voor bedrijven in deze sector kan het overleven op de lange termijn afhangen van de juiste rechtsvorm en het wel of niet aangaan van lange termijnverplichtingen.

Met deze strategieën kunnen professionals in de uiterlijke verzorging niet alleen beter omgaan met de uitdagingen van hun vakgebied, maar ook zorgen voor hun eigen welzijn en dat van hun klanten.

Vakkennis, Opleiding en Vrij Beroep

Het belang van opleiding en professionele affiliatie

Een gedegen opleiding is van cruciaal belang voor professionaliteit en klanttevredenheid binnen vrije beroepen. Een solide opleiding zorgt ervoor dat vakmensen hun werk op het hoogste niveau kunnen uitvoeren, wat leidt tot tevreden klanten en een positieve reputatie. Bovendien biedt aansluiting bij een brancheorganisatie tal van voordelen, zoals de mogelijkheid om gemakkelijk contact te leggen met collega-professionals en het uitwisselen van waardevolle kennis en ervaringen.

Vrije beroepen zijn beroepen waarbij professionals zelfstandig hun werkzaamheden uitvoeren, vaak zonder directe aansturing van een werkgever. Deze beroepen vereisen meestal gespecialiseerde kennis en vaardigheden, en professionals in deze sectoren worden vaak beschouwd als experts op hun gebied. Het beschikken over de juiste kwalificaties en vakdiploma's is essentieel om het vertrouwen van klanten te winnen en te behouden.

Hieronder volgt een uitgebreid overzicht van relevante opleidingen, waarbij rekening wordt gehouden met verschillende niveaus en bijbehorende beroepen:

Opleidingen en bijbehorende beroepen

Er is een breed scala aan cursussen beschikbaar, variërend van MBO tot universitair niveau. Veel van deze opleidingen worden afgesloten met een officieel erkend diploma, wat de geloofwaardigheid en professionaliteit van de afgestudeerden versterkt.

Daarnaast bieden veel leveranciers aanvullende trainingen aan om specifieke

vaardigheden te verfijnen.

Hieronder vindt u een overzichtstabel met voorbeelden van opleidingen en de bijbehorende beroepen:

Opleiding	Voorbeelden van beroepen die o.a. verfraaiing uiterlijk ondersteunen	Kenmerken
MBO Niveau 2, 3 en 4	Kapper, haarstylist, schoonheidsspecialist, pedicure, visagist, nagelstylist, manicure enz.	Vrij beroep, erkende vakdiploma's
HBO Niveau 5	Huidtherapeut, <i>fysiotherapeut</i> , podotherapeut, <i>diëtist</i>	Beschermde titel, BIG* registratie en diploma's vereist
Universitair	Plastisch en cosmetisch chirurg, <i>tandarts</i>	Beschermde titel, diploma's vereist, BIG* registratie

Advies voor mbo'ers

Voor mbo-studenten die hun carrière verder willen ontwikkelen, is het raadzaam om aanvullende studies te overwegen, minimaal naar niveau 4. Dit verhoogt niet alleen hun kennis en vaardigheden, maar opent ook de deur naar meer geavanceerde en gespecialiseerde beroepsmogelijkheden.

Samenvatting

Een sterke opleidingsachtergrond en lidmaatschap van brancheorganisaties zijn essentieel voor succes in vrij beroepen. Ze bieden de nodige kennis, vaardigheden en netwerkmogelijkheden om klanten optimaal van dienst te kunnen zijn en een bloeiende carrière op te bouwen. Vrije beroepen vereisen vaak een hoge mate van zelfstandigheid en expertise, en het verkrijgen van de juiste kwalificaties is een cruciaal onderdeel van het opbouwen van vertrouwen bij klanten. Of het nu gaat om praktische trainingen op MBO-niveau of geavanceerde universitaire studies, **het belang van continue professionele ontwikkeling kan niet genoeg worden benadrukt.**

Inkomstenbronnen Uiterlijke Verzorging

Vrije beroepen, zoals die in de schoonheidssector, hebben verschillende inkomstenbronnen die bijdragen aan hun omzet. Hier volgt een heldere en begrijpelijke uitleg over deze bronnen en hun belang.

Belangrijkste Inkomstenbronnen

- **Behandelingen** Het geven van behandelingen is de voornaamste inkomstenbron voor professionals in vrije beroepen. Deze behandelingen worden meestal in rekening gebracht op basis van een uurtarief, dat kan variëren afhankelijk van de aard van de behandeling en de expertise van de behandelaar.
- **Productverkoop** Naast behandelingen speelt de verkoop van producten een belangrijke rol, met name in de schoonheidssector. De meeste producten die verkocht worden, zijn cosmetica. De winstmarge voor deze producten wordt vaak berekend met de formule:



$$\text{Inkoopprijs excl. BTW} \times 2 = \text{Verkoopprijs incl. BTW}$$

Deze formule resulteert doorgaans in een marge van iets meer dan **30%**. De verkoopprijzen kunnen aanzienlijk variëren, afhankelijk van de kwaliteit, luxe en het ontwerp van de producten.

Invloed van Behandelingen op Productverkoop

Het is belangrijk te erkennen dat de behandelingen en de producten die in de salon worden gebruikt een significante invloed kunnen hebben op de verkoop van cosmetica of make-up artikelen.

Tijdens behandelingen kunnen klanten namelijk kennismaken met de producten en ervaren hoe deze werken en aanvoelen. Dit biedt een uitstekende gelegenheid om producten te promoten en te verkopen.

Echter, het is een kunst om de juiste balans te vinden. Het is belangrijk om niet te commercieel over te komen, maar juist een authentieke en professionele benadering te hanteren. Hier zijn enkele tips om deze balans te bereiken:

- **Productaanbevelingen op Maat:** Zorg ervoor dat de producten die je aanbeveelt passen bij de specifieke behoeften en voorkeuren van de klant. Dit toont niet alleen je deskundigheid, maar vergroot ook het vertrouwen van de klant.
- **Demonstraties en Uitleg:** Gebruik tijdens de behandeling de producten die je wilt verkopen en geef duidelijke uitleg over de voordelen en het gebruik ervan. Dit helpt klanten om de waarde van de producten te begrijpen zonder zich onder druk gezet te voelen.
- **Sfeer en Uitstraling van de Salon:** Kies artikelen en merken die passen bij de uitstraling en het prijsniveau van de salon. Dit zorgt voor een consistente en professionele uitstraling.

Gemiddelde Omzetverdeling

In de tabel hieronder is de gemiddelde verdeling van de omzet uit behandelingen en productverkoop weergegeven voor verschillende vrije beroepen:

Bronnen	Kapper %	Schoonheid %	Pedicure %
Behandelingen	95	70	90
Verkoop producten	5	30	10

Zoals te zien is, vormen behandelingen in alle gevallen de belangrijkste bron van inkomen.

Verkoop van Producten

Hoewel productverkoop vooral in de schoonheidssector van belang is, kan een professionaliseringsslag in alle sectoren bijdragen aan hogere inkomsten. Hierbij valt te denken aan:

- Het selecteren van artikelen en merken die passen bij de uitstraling van de salon en het juiste prijsniveau.
- Het zelf bepalen van de winstmarge in plaats van te vertrouwen op de 'geadviseerde' marge van leveranciers.

Ook in de kappers- en pedicurebranche kan meer aandacht voor productverkoop leiden tot hogere inkomsten. Interne brainstormsessies kunnen hierbij helpen om nieuwe ideeën en strategieën te ontwikkelen.

Winstberekening

De winst van een salon wordt berekend met de volgende formule:

$$\text{Omzet} - \text{Kosten} = \text{Bruto winst}$$

Deze winst is de basis voor het inkomen van de eigenaar van de salon en eventueel ook voor het betalen van personeel in loondienst. De hoogte van de winst bepaalt mede de mogelijke beloning.

Conclusie

Het aantal behandelingen en de verkoop van producten vormen samen de totale omzet van een salon. Naast deze inkomstenbronnen worden er ook kosten gemaakt, zoals huur, inkoop en belastingen. Het is belangrijk om zowel behandelingen als productverkoop goed te beheren om een gezonde winst te realiseren en een stabiel inkomen te waarborgen. Het vinden van de juiste balans tussen het behandelen van klanten en het promoten van producten is essentieel voor het succes van de salon.

Loondienst of Eigen Salon: Wat Past bij Jou?

Als je in de UV-sector actief wilt zijn, kun je kiezen uit twee hoofdrichtingen:

In loondienst gaan:

- Werken bij een salon, leverancier of via een uitzendorganisatie.

Een eigen bedrijf starten:

- Bijvoorbeeld een salon, beauty- of kuurcentrum, of als ZZP'er (zelfstandige zonder personeel).

Elke optie heeft zijn eigen voordelen en nadelen. Laten we beide opties bespreken.

Loondienst (werknemer)

Er kunnen verschillende redenen zijn waarom je kiest om in loondienst te werken. Hier zijn er een paar:

- Je wilt eerst ervaring opdoen voordat je de sprong naar een eigen bedrijf maakt.
- Het gedoe van een eigen bedrijf vind je maar niks.
- Je kunt of wilt niet investeren in het opzetten van een bedrijf.
- Je wilt het risico op mislukken niet lopen.
- Op zoek naar een geschikte werkgever!

Zoals eerder aangegeven, zijn er veel UV-bedrijven. De meeste zijn klein en hebben weinig of geen personeel. Bedrijven met meer personeel vinden we vooral in:

- Kuurcentra
- Dermatologische klinieken
- Opleidingsinstituten (leraar)
- Leveranciers (fabrikant, importeur, groothandel)

Geschikte Werkgever

Wanneer je bij een klein bedrijf gaat werken, is een goede verstandhouding met de werkgever essentieel. Je moet het elkaar ook gunnen. Maar er zijn meer punten van belang, zoals:

- Wat zijn de taken en wat is het verwachtingspatroon (van beide partijen)?
- Welke zekerheden worden geboden, zoals:
 - Tijdelijk of vast dienstverband
 - Proeftijd
- Groeimogelijkheden (functie, salaris, provisie)
- Ga na of het realistisch is.

Met een beetje moeite kun je inschatten in hoeverre de mogelijke werkgever perspectief aan jou kan bieden. Stel jezelf de volgende vragen:

- Hoe druk is het in de salon met behandelingen?
- Wat is het tarief van een behandeling?
- Werken ze met een duur merk in de salon?
- Wat is het prijsniveau van de verkoopproducten?
- Wat zijn de activiteiten op de website en sociale media?
- Is de vestiging op een goedkope of dure locatie?

Zo krijg je een realistische inschatting van de huidige mogelijkheden van de salon.

Andersom kan de werkgever ook zien of het aantrekkelijk is om personeel aan te trekken. Het is in beider belang dat alles klopt!

Payroll, Detachering, Uitzendbureau of ZZP

Naast het gewoon in dienst gaan bij een werkgever, zijn er nog meerdere mogelijkheden. we hebben de belangrijkste op een rij gezet.

De meest besproken versie is die van de ZZP'er. Een ZZP'er is in feite een eenmanszaak en als zodanig bij de Kamer van Koophandel ingeschreven.

Het probleem is, dat je duidelijk geheel zelfstandig moet zijn, anders valt het in de categorie "schijnzelfstandigheid". Dat kan achteraf boetes en fiscale problemen opleveren voor werkgever en werknemer.

Payroll, detachering en uitzenden zijn relatief mogelijke, maar duurdere oplossingen.

Payroll:

- Een payrollbedrijf neemt jouw arbeidsovereenkomst over van je werkgever.
- Het payrollbedrijf wordt jouw formele werkgever, maar je werkt nog steeds bij het oorspronkelijke bedrijf.
- Het payrollbedrijf verzorgt de salarisadministratie en draagt de werkgeversrisico's, zoals bij ziekte of ontslag.

Detachering:

- Detachering betekent dat je in dienst bent bij een detacheringsbureau, maar tijdelijk werkt bij een ander bedrijf.
- Dit kan een vastgestelde periode zijn of de duur van een project.
- Je hebt vaak een vast dienstverband bij het detacheringsbureau en kunt weer bij een andere opdrachtgever worden geplaatst.

Kenmerk	Payroll	Detachering	Uitzendbureau	ZZP
Werkgever	Payrollbedrijf	Detacheringsbureau	Uitzendbureau	Zelf (eigen bedrijf)
Contracttype	Flexibel of vast	Vaak vast	Flexibel	Zelfstandige overeenkomst
Werkplek	Bij opdrachtgever	Bij opdrachtgever	Bij opdrachtgever	Bij klanten
Duur opdrachten	Variërend	Tijdelijk project	Kortere periodes	Zelf bepaald
Verantwoordelijkheid	Payrollbedrijf	Detacheringsbureau	Uitzendbureau	Zelf (administratie, belastingen)

Uitzendbureau:

- Als uitzendkracht werk je via een uitzendbureau bij verschillende bedrijven, vaak voor kortere periodes.
- Je hebt een flexibel contract en kunt snel van werkplek wisselen.
- Het uitzendbureau is jouw werkgever, maar je werkt bij het bedrijf dat behoefte heeft aan tijdelijke arbeidskrachten.

Deze vormen van arbeidsovereenkomst bieden verschillende voor- en nadelen, afhankelijk van je persoonlijke situatie en behoeften.

ZZP (Zelfstandige Zonder Personeel):

- Als ZZP'er ben je zelfstandig ondernemer zonder werknemers. (Bij de Kamer van Koophandel ingeschreven als eenmanszaak).
- Je hebt eigen klanten en contracten, en bepaalt zelf je tarieven en werkzaamheden. Er kunnen wettelijke minimum tarieven gaan gelden als de plannen van de 2^e kamer doorgaan.
- Je bent zelf verantwoordelijk voor je eigen administratie, belastingaangiftes, en het afdekken van risico's zoals aansprakelijkheid, ziekte en arbeidsongeschiktheid.
- Er is veel vrijheid en flexibiliteit, maar ook de noodzaak om continu nieuwe opdrachten binnen te halen en financiële zekerheid te waarborgen.

- Als ZZP'er ben je niet in loondienst. Gaat de situatie erop lijken, dan zal de fiscus het als "Schijnzelfstandigheid" zien. Dan riskeer je de nodige boetes. Informeer je op de website van de belastingdienst.

Loon/Salaris

Voor kappers geldt een CAO waarin de beloningen zijn vastgelegd. De overige UV beroepen kennen geen CAO, wat betekent dat je alle vrijheid hebt om over de hoogte van de beloning te onderhandelen. Er geldt wel een wettelijke “Minimumloon.” Meer mag, minder niet.

Minimum loon 2025

Leeftijd	Bruto per uur	Netto per uur	Kosten werkgever
21 jaar en ≥	€14,06	€10,45	8% vakantiegeld
20 jaar	€11,25	€8,44	30% van netto loon
19 jaar	€8,44	€6,40	3% transitiekosten
18 jaar	€7,03	€5,30	5% ziekteverzuim
17 jaar	€5,55	€4,20	4% overige
16 jaar	€4,85	€3,65	50% netto loon
			Totaal € 15,70/uur

Modaal salaris

Er bestaat ook een “Modaal salaris.” Dat is het gemiddelde inkomen van de Nederlander. Dit ligt ongeveer 50% hoger dan het minimumloon van 21 jaar en ouder en bedraagt zo’n € 40.000/jaar bruto.

Modaal salaris	Bruto per uur	Netto per uur	Kosten werkgever
Modaal inkomen	€21,90	€12,90	Totaal € 19,35/uur

De cijfers zijn gebaseerd op een werkweek van 160-170 uur per maand en kunnen variëren afhankelijk van persoonlijke situatie en andere inkomstenbronnen.

Een vaak gehanteerde vuistregel is:

- kosten per uur = directe kosten x 2,
- extra benodigde omzet van € 100.000/jaar om kosten te dekken.

Wat kost personeel voor een werkgever?

In de vorige tabellen hebben we twee voorbeelden uitgewerkt om inzicht te geven wat een personeelslid per uur kost. Maar er zijn meer consequenties. Men heeft er ook de zorg voor. Inzicht is voor zowel de werkgever als werknemer belangrijk.

Basis van de loonkosten:

- Basisloon: Minimaal bruto € 14,06 of overeengekomen + 8% vakantiegeld
- Premie afdracht: 20 tot 30% netto loon aan belastingdienst
- Ziekteverzuim: 3 – 8% via verzekeringspremie
- Transitievergoeding: Alleen van toepassing bij onvrijwillig vertrek, minimaal 3% maandloon x gewerkte maanden

Indirecte kosten:

- Aantrekken personeel en inwerken
- Overleg, koffiepauzes, doktersbezoek e.d.
- Dossier, beoordelingen, salarisadministratie
- Opleidingen, trainingen (in werktijd)
- Tijdelijke vervanging b.v. bij ziekte
- Reiskosten, lease auto, telefoon, laptop
- Apparatuur, werkkleding
- Aanpassingen werkplek, zoals (bureau)stoel, bureau, computer e.d. (ARBO regels)
- Overige: prestatiebonus, dertiende maand, winstuitkering
- Er geldt wel een wettelijke “Minimumloon”.
Meer mag, minder niet.

Aanvullende Kosten

Zoals je ziet, brengt het hebben van personeel nog verschillende kosten met zich mee, naast het nettoloon. Hier zijn enkele belangrijke posten waar werkgevers ook mee rekening moeten houden.

Verplichte Kosten

- Vakantiegeld: Minimaal 8% van het bruto jaarloon.
- Loonheffingen: Dit omvat loonbelasting en premies voor de volksverzekeringen (AOW, Anw, Wlz).
- Premies werknemersverzekeringen: WW, WAO, WIA en ZW.
- Inkomensafhankelijke bijdrage Zorgverzekeringswet (Zvw).

Indirecte Kosten

Deze kosten kunnen verplicht zijn (bijv. door CAO afspraken) of noodzakelijk, afhankelijk van de situatie.

- Pensioenkosten: Afhankelijk van de pensioenregeling die je aanbiedt.
- Reiskostenvergoeding: Budget voor reiskosten, zoals openbaar vervoer of kilometervergoeding.
- Secundaire arbeidsvoorwaarden: Dit kan variëren van een dertiende maand tot een leaseauto, telefoon van de zaak, en inkomenszekerheid bij arbeidsongeschiktheid.
- Verzekeringen: Kosten voor verzekeringen zoals ziekteverzuimverzekeringen en nabestaandenverzekeringen.
- Apparatuur en vervoersmiddelen: Kosten voor apparatuur zoals laptops en telefoons, en eventuele leaseauto's.
- Werkkleding en materiaal: Kosten voor kleding en materialen die nodig zijn om het werk uit te voeren.
- Facilitaire voorzieningen: Kosten voor ergonomische bureaustoelen, computers, en bureaus.

Overige Kosten

- Prestatiebonussen: Financiële beloningen voor het halen van bepaalde doelen.
- Dertiende maand: Extra maandsalaris aan het eind van elk jaar.
- Winstuitkeringen: Een percentage van de bedrijfswinst.
- Opleiding en ontspanning: Kosten voor training en ontspanning van medewerkers.



De totale kosten voor het hebben van personeel kunnen variëren, maar over het algemeen ligt het tussen 20% en 35% boven op het nettoloon.

Extra tijd en verloren tijd

Om goed personeelsbeleid te voeren is ook extra tijd nodig voor o.a.:

- Korte (koffie) pauzes
- Werkoverleg, instructie e.d.
- Beoordelingsgesprekken
- Daarnaast zal haast onontkoombaar tijd verloren gaan door:
 - Stilstand door afzeggen of niet komen van klanten
 - Storingen

Conclusie

We hebben de mogelijkheden besproken hoe je in verschillende vormen van loondienst kan werken. De werkgever is verantwoordelijk voor de bedrijfsvoering zoals tarieven, wijze van werken, werktijden enzovoort. *Als dat speelt, dan kun je geen ZZP'er zijn!*

Loondienst heeft als voordeel dat je minder risico's loopt, maar als nadeel minder vrijheid van functioneren.

In de sector "uiterlijke verzorging" zijn veel kleine bedrijven, geleid door de eigenaar. Er zijn relatief weinig werknemers in deze sector.

Ook een punt is dat de behandelartarieven die worden gevraagd voor een behandeling vrij laag zijn, behalve bij kappers en gespecialiseerde salons. Dat kan betekenen dat er vaak weinig ruimte is voor een goed salaris.

Reden waarom veel starters ervoor (moeten) kiezen om toch "voor zichzelf te gaan beginnen".

Maar het leiden van een eigen zaak is niet zo eenvoudig en vraagt daarom een goede voorbereiding.



Opm.: Wil je in loondienst doorgroeien tot bijvoorbeeld bedrijfsleider, dan is het ook belangrijk kennis te hebben van het opzetten van een zaak of filiaal.

In dit boek richten we ons op m.n. de "kleinere starter", die als zelfstandige met de salon een redelijk inkomen wil gaan verdienen.

Brancheorganisaties:

Het is in het werkveld vaak een discussie over het nut van een lidmaatschap van een brancheorganisatie.

Een misverstand is, *ze zijn geen vakbond!*

Maar ze zijn wel aanspreekpunt met bijvoorbeeld een ministerie dat beleid vormt en zo invloed op de bedrijfsvoering kan hebben. Denk aan het hebben van diploma's, vergunningen of andere voorschriften. In die zin kunnen ze veel betekenen voor de toekomst.

Uit onderzoek is aangetoond, dat mensen, actief bij grotere bedrijven creatiever zijn en pragmatischer werken. Dat komt, omdat ze op eigen niveau met collega's kunnen praten en brainstormen. In de UV zijn de bedrijven meestal klein en vaak zelfs éénpitters.

De oplossing voor dit probleem kan zijn:

- Regelmatig beurzen bezoeken
- Vak literatuur bestuderen en cursussen volgen
- Naar bijeenkomsten (regionaal en landelijk) van jouw branche organisatie gaan. Dan moet je wel lid zijn!

De brancheorganisaties voor Kapper, Schoonheid en Pedicure zijn:

ANKO

Algemene Nederlandse Kappers Organisatie
Juridische hulp, verzekeringen, cursussen en workshops.

ANBOS

Algemene Nederlandse Brancheorganisatie Schoonheidsverzorging
Erkend diploma, kwaliteitsregister, klachtencommissie en opleidingen.

ProVoet

Brancheorganisatie voor de Pedicure
Erkend diploma, kwaliteitsregister, klachtenregeling en bijscholingen.

Naar de eigen salon

Het starten van een eigen salon in de UV-branche is inderdaad een uitdagende onderneming met veel concurrentie. Vaak werken veel mensen volgens het schema van hun opleidingsinstituut, wat vooral gericht is op het behalen van examens en minder op de dagelijkse praktijk in de salon. Dit resulteert vaak in een standaard aanpak, oftewel “1 + 1 = 2”.

Om echt succesvol te zijn en jezelf te onderscheiden, is het belangrijk om verder te kijken dan de basis. Zie je opleiding als een fundament en breid je kennis uit door je te specialiseren in unieke en boeiende onderwerpen die je zelf interessant vindt. Hierdoor kun je een meerwaarde creëren voor je klanten, waardoor je salon een unieke positie in de markt krijgt. We streven dan naar “1 + 1 + meerwaarde = 3”.

Kortom, door verder te kijken dan de standaard en jezelf te specialiseren in unieke gebieden, kun je je salon onderscheiden en meer succes behalen. Het gaat erom dat je niet alleen de basis beheerst, maar ook jouw eigen creatieve en gespecialiseerde inzichten toepast om een unieke en waardevolle ervaring voor je klanten te creëren.

Meerwaarde creëren

1 + 1 = 2 maar niet altijd!



- ▶ 1 + 1 = 1 helaas
- ▶ 1 + 1 = 2 gewoon
- ▶ 1 + 1 = 3 uitstekend

Meerwaarde creëren (zowel kwalitatief als kwantitatief) kan door:

- Specialisatie en daardoor betere kwaliteit,
 - o kenbaar met eenvoudige taal i.p.v. vakjargon
- Hogere tarieven, passend bij de kwaliteit
 - o ondersteund door serveren exclusieve thee/koffie, koekje en kennis van verjaardagen, kinderen e.d.
- Een passend assortiment verkoopproducten
 - o met het juiste prijsniveau, passend bij jouw activiteiten
 - o soms zijn branchevreemde artikelen ondersteunend
- Beperken van de kosten door:
 - o slim in te kopen
 - o bepaalde salonartikelen zelf te bereiden

Kenmerkend voor de UV-branche

Veel professionals in de UV-branche werken als kleine zelfstandige, vaak als eenmanszaak. Ze zouden direct met elkaar kunnen concurreren op basis van prijs, kwaliteit en dienstenaanbod, maar dat gebeurt in de praktijk nauwelijks. Hier zijn enkele redenen waarom:

Persoonlijke band met klant:

Bij contactberoepen werk je direct met iemand samen, wat soms als "in de aura werken" wordt ervaren. Dit is een goede basis voor het uitwisselen van persoonlijke zaken. Als dit speelt, gaat het de klant minder om de prijs en meer om de ervaring en het luisterend oor. Zorgvuldigheid en voorzichtigheid zijn daarbij geboden.

Overeenkomsten tussen klant en behandelaar:

Mensen maken vaak contact door overeenkomsten en gedeelde interesses. Je past bij elkaar, wat soms tijdelijk kan zijn. In deze situatie werkt prijsstelling niet als marketingtool.

Merk van verkoopproducten:

Vooral schoonheidsspecialisten voeren vaak maar één merk cosmetica en streven naar exclusiviteit in hun gebied. Dit onderscheidt hen van anderen. De prijsniveaus van cosmeticamerken kunnen sterk variëren, tot wel een factor 100. Bij kappers en pedicures speelt het cosmeticamerk een minder grote rol. Hier is nog werk aan de winkel!

Specialisaties:

Specialisaties zijn een belangrijke troef bij het aantrekken van nieuwe klanten. Het ondersteunt en onderscheidt jouw kwaliteiten en biedt ruimte voor betere behandeltarieven.

Kenmerkend voor Professionele Salons moet ook zijn

Representatief:

Een professioneel bedrijf moet herkenbaar zijn en een passende uitstraling hebben. Een salon op een zolderkamer trekt andere klanten aan dan een salon op een A-locatie. Ook de inrichting en de persoonlijkheid van de salon spelen een doorslaggevende rol.

Economisch verantwoord:

Salons worden als professioneel beschouwd wanneer ze voldoende omzet genereren om minstens een modaal inkomen te realiseren. Dit vraagt om goede bedrijfsvoering.

Behandeltarieven:

De behandeltarieven kunnen sterk uiteenlopen. Kappers hebben vaak een tarief waarmee ze een redelijk salaris kunnen verdienen. Bij schoonheidsspecialisten en voetverzorgers is dit minder het geval.

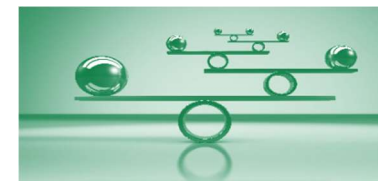
Productverkoop:

De winstmarge op producten is vaak ongeveer 30% van de verkoopprijs. Hoe duurder het product, hoe meer er verdiend kan worden. Schoonheidsspecialisten zijn deels afhankelijk van productverkoop. Een mooie verhouding tussen behandelingen en verkoop zou 50/50 kunnen zijn. Met te goedkope producten is dit helaas onhaalbaar.

Afstemming op clientèle:

Zakelijk beleid betekent factoren als representativiteit, juiste prijs.

Zoeken van de balans tussen alle factoren



Strategieën om je professioneel te onderscheiden

Hier zijn een aantal belangrijke punten om je van de concurrentie te onderscheiden:

Specialisatie: Door je te specialiseren kun je jezelf onderscheiden van concurrenten. Dit geeft je meer mogelijkheden en zorgt ervoor dat men denkt dat je beter bent.

De prijs: In de UV-branche werkt het prijswapen vaak niet. Goedkope producten en diensten worden vaak geassocieerd met mindere kwaliteit, ook bij cosmetische producten en apparatuur. Marketingstrategieën zoals bij supermarkten werken hier averechts.

Klantenservice: Het bieden van uitstekende klantenservice kan leiden tot mond-tot-mondreclame en herhaalaankopen. Ook nazorg of een nieuwsbrief kan goed werken.

Duurzaamheid en ethiek: Steeds meer consumenten geven de voorkeur aan bedrijven die milieuvriendelijk zijn of ethische praktijken hanteren. Dit kan een manier zijn om je te onderscheiden. Zorg er wel voor dat je klanten hiervan op de hoogte zijn! Denk aan het volgende punt.

Social media en online aanwezigheid: Een sterke online aanwezigheid kan helpen om klanten aan te trekken en jezelf als expert te positioneren.

Wet- en regelgeving: Er zijn veel regels over wat wel en niet mag met betrekking tot personeel, behandelingen, producten en grondstoffen. Als klanten merken dat je kennis van zaken hebt naast het vakmatige, straal je meer vertrouwen uit.

Locatie: Of je nu op een zolderkamer zit of in een luxe pand met marmeren entree, dit maakt een groot verschil.



Naar locaties

Locaties van UV-bedrijven

Je hebt als ondernemer altijd een locatie nodig om te kunnen werken. Van een gehuurde stoel tot een pand met marmeren entree. We hebben onderstaand een aantal mogelijkheden op een rij gezet:

Bedrijfspand op Semi-Industrieterrein

Meer mond-tot-mondreclame
Hogere reclamekosten
Lagere huur
Minder zichtbaar

Hotel

Afhankelijk van hotelleiding
Toegang voor niet hotelgasten
Beperkte controle over de commerciële kanten.
Bereikbaarheid

Bedrijfspand in Winkelstraat (A-locatie)

Aantrekkelijk voor passerende klanten
Duurdere huur
Geschikt voor duurder segment

Bedrijfspand winkelcentrum (B-Locatie)

Aantrekkelijk voor passerende klanten
Lagere huurkosten
Goede bereikbaarheid
Minder prestige dan A-locatie

Ruimte in Woning (Slaapkamer/Garage)

Vereist meer reclame
Minder professioneel
Lagere kosten
Beperkte ruimte voor klanten

Ruimte in Woning (Met Eigen Entree/Sanitair)

Fiscaal aftrekbaar
Meer privacy en professionaliteit
Flexibiliteit in openingstijden
Lagere doorstroming klanten

Huren van Stoel/Werkplek bij Collega

Vaak complex
Minder ideaal op lange termijn
Lagere investeringskosten
Beperkte groeimogelijkheid

Bij Klant (Ambulant, Party, ZZP'er)

Geen huisvestingskosten
Wel Reistijd en -kosten
Flexibiliteit in dienstverlening

Een begroting maken voor je nieuwe salon

We hebben al heel wat mogelijkheden en situaties de revue laten passeren. Je hebt vast al een idee hoe de nieuwe werkplek, de salon, moet gaan worden. Het wordt daarom tijd om een voorlopige begroting op te stellen. Zo wordt duidelijk of het idee levensvatbaar is, of dat je het één en ander moet aanpassen.

De te maken kosten kunnen we verdelen in:

Eenmalige kosten:

Nodig om te kunnen inrichten:

- Deze kosten moeten worden verdeeld over één of meerdere jaren (afschrijven).
- Om te kunnen starten:
- Investeren in voorraden (met name verkoopartikelen).



Maandelijkse uitgaven:

Steeds terugkerende, meestal maandelijkse kosten.

- Periodieke betalingen.
- Aanvullen van voorraden.
- Personeelskosten.

Maak ook een overzicht van de kosten waarvoor je een lange termijn-afspraken hebt, zoals huur en leasecontracten. Deze kosten gaan door, ook als de inkomsten wegvallen.

Hiernaast een voorbeeld van zo'n begroting die je zelf kunt invullen. Op de volgende pagina's hebben we een paar voorbeelden uitgewerkt:

Salon aan huis of in een huurpand + 2 personeelsleden: kapsalon.
Salon aan huis of in een huurpand + 2 personeelsleden: pedicure.
Ambulant werkende pedicure en kapper.
Samenvatting tabellen.

Salon aan huis of in huurpand + ... personeelsleden

Benodigd startkapitaal salon	Aan huis	Huurpand
Vastgoed (huur, borg)		
Interieur (meubilair, decoratie)		
Apparatuur (behandelstoelen, apparatuur)		
Inventaris (salonproducten, benodigdheden)		
Verkoopproducten		
Marketing en reclame (openingsacties e.d.)		
Financiële reserve (buffer eerste maanden)		
Totaal		

Maandelijkse uitgaven

Huur		
Salarissen (2 medewerkers)		
Producten en benodigdheden		
Afschrijving investering, renteverlies		
Verkoopproducten		
Marketing en reclame (openingsacties e.d.)		
Overige (nuts, administratie, verzekering enz.)		
Totaal		

Inkomsten per maand

Behandeltarief per 1,5 uur à € 50,00 gemiddeld		
Ongeveer 100 behandelingen per mnd./persoon		
Totaal 1 of 3 personen		
Verkoop producten		
Totaal		

Bruto opbrengst

Maandelijkse inkomsten		
Maandelijkse uitgaven		
Totaal		

Salon aan huis of in huurpand + 2 personeelsleden

Startkapitaal kapsalon	Aan huis	Huurpand
Vastgoed (huur, borg, bouwkundige voorz.)		10.000
Interieur (meubilair, decoratie)	10.000	15.000
Apparatuur (behandelstoelen, apparatuur)	8.000	10.000
Inventaris (salonproducten, benodigdheden)	5.000	3.000
Verkoopproducten		3.000
Marketing en reclame (openingsacties e.d.)	2.000	3.000
Financiële reserve (buffer eerste maanden)	3.000	5.000
Totaal	28.000	49.000

Maandelijkse uitgaven

Huur		2.000
Salarissen (2 medewerkers)		4.000
Producten en benodigdheden	800	1.200
Afschrijving investering, renteverlies	500	700
Verkoopproducten	300	500
Marketing en reclame (openingsacties e.d.)	300	300
Overige (nuts, administratie, verzekering enz.)	400	4.000
Totaal	2.300	12.700

Inkomsten per maand

Behandeltarief 0,75 uur à € 35,00 gemiddeld 200 resp. 500 behandelingen per mnd.		
Totaal 1 of 3 personen	7.000	17.500
Verkoop producten	500	1.000
Totaal	7.500	18.500

Bruto opbrengst

Maandelijkse inkomsten	7.500	18.500
Maandelijkse uitgaven	2.300	12.700
Totaal	5.200	5.800

Salon aan huis of in een huurpand + 2 personeelsleden

Startkapitaal pedicure	Aan huis	Huurpand
Vastgoed (huur, borg, bouwkundige voorz.)		10.000
Interieur (meubilair, decoratie)	8.000	10.000
Apparatuur (behandelstoelen, apparatuur)	5.000	8.000
Inventaris (salonproducten, benodigdheden)	3.000	3.000
Verkoopproducten	500	1.000
Marketing en reclame (openingsacties e.d.)	1.000	2.000
Financiële reserve (buffer eerste maanden)	2.500	5.000
Totaal	20.000	39.000

Maandelijkse uitgaven

Huur		2.000
Salarissen (2 medewerkers)		4.000
Producten en benodigdheden	500	700
Afschrijving investering, renteverlies	500	700
Verkoopproducten	100	200
Marketing en reclame (openingsacties e.d.)	200	300
Overige (nuts, administratie, verzekering enz.)	400	4.000
Totaal	1.700	12.100

Inkomsten per maand

Behandeltarief 0,75 uur à € 30,00 gemiddeld 200 resp. 500 behandelingen per mnd.		
Totaal 1 of 3 personen	5.000	12.500
Verkoop producten	200	400
Totaal	5.200	12.900

Bruto opbrengst

Maandelijkse inkomsten	5.200	12.900
Maandelijkse uitgaven	1.700	12.100
Totaal	6.000	800

Ambulant werken pedicure en kapper

Startkapitaal	Pedi- cure	Kap- per
<i>Vastgoed (huur, borg, bouwkundige voorz.)</i>		
<i>Interieur (meubilair, decoratie)</i>		
<i>Apparatuur (behandelstoelen, apparatuur)</i>	3.000	3.000
<i>Inventaris (salonproducten, benodigdheden)</i>	1.500	1.500
<i>Vervoersmiddelen: auto</i>	5.000	5.000
<i>Marketing en reclame (openingsacties e.d.)</i>	1.000	1.000
<i>Financiële reserve (buffer eerste maanden)</i>	2.500	2.500
Totaal	13.000	13.000

Maandelijks uitgaven

Huur		
Salaris		
Producten en benodigdheden	600	700
Afschrijving investering, renteverlies	500	600
Verkoopproducten	100	100
Marketing en reclame (openingsacties e.d.)	200	200
Overige (nuts, administratie, verzekering enz.)	400	400
Totaal	1.800	1.900

Inkomsten per maand

Behandel tarief resp. € 25,00 en 30,00 gemiddeld 160 behandelingen per mnd.		
Totaal 1 persoon	4.000	4.800
Verkoop producten		100
Totaal	4.000	4.900

Bruto opbrengst

Maandelijks inkomsten	4.000	4.900
Maandelijks uitgaven	1.800	1.900
Totaal	2.200	3.000

Samenvatting tabellen

De tarieven waar wij vanuit gegaan zijn, schommelen tussen de € 25 en € 30 per uur. Terug te vinden in de voorgaande tabellen. Deze zijn verwerkt in de te behalen opbrengsten, zie volgende tabellen. Het zijn gemiddelden en indicatief bedoeld. Je kan het sommetje overnieuw maken met jouw tarieven en het aantal behandelingen dat je per week/maand wil geven. Zo ontstaat een realistisch beeld.

Bruto opbrengst, opbrengst/uur eigenaar salon	Voor belasting, aftrekposten e.d.		
	Ambulant	Salon aan huis	Huren + 2x personeel
Schoonheidssalon	n.v.t.	23,75	48,75
Kapsalon	13,75	32,50	36,25
Pedicuresalon	18,75	37,50	5,00
Bruto opbrengst/maand, beschikbaar als beloning eigenaar salon	Voor belasting, aftrekposten e.d.		
	Ambulant	Salon aan huis	Huren + 2x personeel
Schoonheidssalon	In NL n.v.t.	3.800	7.800
Kapsalon	2.200	5.200	5.800
Pedicuresalon	3.000	6.000	800
Bruto opbrengst/jaar beschikbaar als beloning eigenaar salon	Voor belastingen, aftrekposten e.d.		
	Ambulant	Salon aan huis	Huren + 2x personeel
Schoonheidssalon	In NL n.v.t.	45.600	93.600
Kapsalon	26.400	62.400	69.600
Pedicuresalon	36.000	72.000	9.600

Overzicht bruto opbrengst per uur, maand en jaar

Inkomsten zakelijk

De bruto opbrengst is de inkomsten minus de uitgaven. Deze kan negatief zijn, dan spreken we over verlies. Maar natuurlijk gaan we voor een positief resultaat, dat is de winst.

Deze winst is voor de eigenaar van de salon. Er zijn drie mogelijkheden:

- Eenmanszaak: Als je een eenmanszaak hebt, ben je ook "in privé" eigenaar. Je doet aangifte inkomstenbelasting en vult daarbij je inkomsten in als 'Winst uit onderneming'.
- VOF of Maatschap: Als het gaat om een VOF of Maatschap, dan worden de inkomsten verdeeld over de leden. Ook hier tellen de opbrengsten mee als inkomen.
- B.V.: Als jouw B.V. eigenaar is, ben je formeel in loondienst bij je eigen bedrijf en heb je recht op een salaris in overeenstemming met de marktsituatie.

Mogelijk kun je nog gebruikmaken van de volgende aftrekposten:

- Zakelijke kosten
- Zelfstandigenaftrek
- Startersaftrek
- MKB-winstvrijstelling
- Kleinschaligheidsinvesteringsaftrek
- Oudedagsreserve

Er moet wel een opbrengst c.q. winst zijn, anders heeft een aftrekpost geen zin.

Beïnvloeden van je inkomsten en risico's

Een simpele maar krachtige regel die vaak wordt aangehaald in de bedrijfswereld is: "De kans om veel te verdienen gaat hand in hand met de kans om veel te verliezen." Dit principe is bijzonder relevant in de UV-branche, waar ondernemerschap zowel grote beloningen als grote risico's met zich mee kan brengen. Het eerste kun je lang volhouden, het tweede niet. Daarom is het cruciaal om verstandig te investeren en je uitgaven goed te beheren.

Investeren in je salon

De eerste stap is vaak het verbouwen en inrichten van de salon. Als je dit te simpel aanpakt, kan dat terug te zien zijn in je opbrengsten. Lage tarieven en goedkopere producten passen bij een simpel ingerichte salon. Daarom blijft investeren noodzakelijk. Laten we een voorbeeldberekening maken:

Omschrijving	Per jaar in €
<i>Stel je investeert € 10.000</i>	
<i>Afschrijving in 8 jaar</i>	€ 1.250
<i>Rente 7,5%</i>	€ 750
<i>Onderhoudscontract</i>	€ 450
<i>Onderdelen, hulpmiddelen, slijtage e.d.</i>	€ 550
Totaal kosten	€ 3.000

Iedere € 10.000 investering kost ruwweg € 3.000 per jaar, dus ongeveer 30%. Er moet een logische samenhang zijn tussen de investering en het tarief dat je rekent.

Rekening houden met gebruik

Om het ingewikkelder te maken:

Gebruik van de investering: Hoe vaak gebruik je de investering en wat kost het dan per uur?

Bezettingsgraad: De meeste apparaten in de salon hebben een lage bezettingsgraad. Overweeg daarom of je niet zonder kunt.

Denk er ook aan dat geld lenen voor een investering een lange termijnverplichting met zich meebrengt. Stel dat alles misgaat, kun je het dan oplossen?

Het is belangrijk om een balans te vinden tussen investering en opbrengsten. Door slim te investeren en goed na te denken over je uitgaven, kun je de kans op succes maximaliseren en de kans op verlies minimaliseren.

Productverkoop

Een tweede inkomstenbron is de verkoop van producten, vooral natuurlijk cosmetica. Maar in de praktijk kwam ik ook tegen:

- Lingerie
- Sierraden
- Kleine apparaten (borstel, pedicure, massage e.d.)
- Etherische olie en hulpmiddelen
- Posters en boeken

De meeste leveranciers adviseren verkoopmarges van rond de 30%. Maar wanneer je kiest voor producten die niet overal te koop zijn, dan is er ruimte voor een grotere marge. Omdat een salon voor losse verkoop een drempel kan zijn is ondersteuning van een webshop wel belangrijk.

Realiseer je, dat een potje van € 10 slechts € 3 oplevert, een pot van € 100 dus 10x zoveel.

Zorg voor verkoopproducten met een verhaal, die bij jou en de salon passen. Dure producten verkopen levert meer op, maar dat moet je ook kunnen.

Inkomsten zakelijk

De bruto opbrengst is de inkomsten minus de uitgaven. Deze kan negatief zijn, dan spreken we over verlies. Maar natuurlijk gaan we voor een positief resultaat, dat is de winst.

Deze winst is voor de eigenaar van de salon. Er zijn drie mogelijkheden:

Eenmanszaak: Als je een eenmanszaak hebt, ben je ook "in privé" eigenaar. Je doet aangifte inkomstenbelasting en vult daarbij je inkomsten in als 'Winst uit onderneming'.

VOF of Maatschap: Als het gaat om een VOF of Maatschap, dan worden de inkomsten verdeeld over de leden. Ook hier tellen de opbrengsten mee als inkomen.

B.V.: Als jouw B.V. eigenaar is, ben je formeel in loondienst bij je eigen bedrijf en heb je recht op een salaris in overeenstemming met de marktsituatie.

Mogelijk kun je nog gebruikmaken van de volgende aftrekposten:

- Zakelijke kosten
- Zelfstandigenaftrek
- Startersaftrek
- MKB-winstvrijstelling
- Kleinschaligheidsinvesteringsaftrek
- Oudedagsreserve

Er moet wel een opbrengst c.q. winst zijn, anders heeft een aftrekpost geen zin.

Hoewel het vooruitzicht van hoge winsten verleidelijk is, moet men zich ook bewust zijn van de potentiële verliezen. Een doordachte en strategische aanpak kan helpen om de risico's te minimaliseren en de kansen op succes te maximaliseren.

Waarom komt de klant bij jou?

Je wilt natuurlijk dat klanten voor jou kiezen als ze een behandeling in de UV nodig hebben. Maar hoe zorg je daarvoor? Het draait allemaal om jouw unieke stijl en specialiteit. Je moet weten wat je zelf leuk en belangrijk vindt, maar ook wat je klanten verwachten en waarderen. Hier zijn tien redenen waarom klanten speciaal voor jou willen komen:

Effectieve behandelingen: Je biedt behandelingen aan die niet te veel tijd kosten maar wel effectief zijn.

Optimale tijdsbesteding: Je benut de volle tijd van de behandeling optimaal, zonder dat klanten zich gehaast voelen.

Gevarieerd programma: Je hebt een breed scala aan behandelingen met zichtbare resultaten.

Ontspannen sfeer: Klanten kunnen tijdens de behandeling heerlijk tot rust komen.

Gezelligheid: Je maakt een gezellig praatje met je klanten, wat vooral fijn is voor mensen die zich soms eenzaam voelen.

Oplossingsgericht: Je lost specifieke haar-, huid- of voetproblemen op dankzij je specialiteit.

Aantrekkelijke kuurbehandelingen: Denk aan een reeks van 5 opeenvolgende gerichte behandelingen.

Weldadige luxe: Je dompelt je klanten onder in pure luxe en verwennen.

Dagdeelarrangementen: Je biedt arrangementen aan van 1 of 2 dagdelen.

Thema behandelingen: Anti-rimpel, detox, afslanken en nog veel meer.

Wie ben jij dan?

Dat is een boeiende vraag. Ik denk dat je iemand bent met passie voor je vak, die mensen graag helpt om zich goed te voelen over zichzelf. Je bent creatief, flexibel en open voor nieuwe ideeën. Je bent niet bang om je te onderscheiden van de concurrentie en je eigen unieke aanbod te creëren.

Elke schoonheidsspecialist, kapper of pedicure is anders, en dat geldt ook voor vergelijkbare behandelingen. Door creatief te zijn en je eigen draai te geven aan wat je doet, kun je je echt onderscheiden. Minder concurrentie omdat je uniek bent—een beetje zelfkennis daarbij is handig!

Bij een supermarkt koop je een pakje boter bij de goedkoopste concurrent, maar bij een UV-behandeling is het anders. Bij contactberoeven is "Wie ben ik" een cruciale factor in de keuze voor behandelingen en producten. Dit bepaalt niet alleen de kwaliteit van de behandeling, maar ook het plezier dat je erin hebt. Dit trekt ook specifieke klanten aan en speelt een rol bij de keuze van leveranciers en merken.

Wat zou jij willen?

- Wat vind je leuk om te doen? Daar heb je namelijk een klik mee.
- Kun je het koppelen aan iets uit een andere branche, zoals kleding, lingerie, voeding?
- Let op dat verkoopartikelen zakelijk gezien noodzakelijk zijn.
- Zorg ervoor dat het financieel haalbaar is op korte en lange termijn en binnen de ruimte die je voor ogen hebt.
- Een goede balans tussen wat jij en de klant willen kan in je overwegingen worden meegenomen. Uiteindelijk krijg je in de praktijk de klanten die bij je passen en zul je jouw programma daarop aanpassen.

Wie ben ik?

In de wereld van contactberoepen, zoals die in de UV-branche, is de vraag "Wie ben ik?" van cruciaal belang. Deze vraag bepaalt niet alleen de soorten behandelingen en producten die je aanbiedt, maar ook de kwaliteit van je werk en het plezier dat je erin hebt. Het trekt specifieke klanten aan en beïnvloedt je keuze in leveranciers en merken. Laten we enkele voorbeelden verkennen.

Jouw Unieke Identiteit

In deze sector is jouw unieke identiteit een krachtig middel. Wat maakt jou anders dan de rest? Misschien heb je een specifieke specialisatie, zoals anti-aging behandelingen of luxe wellness-ervaringen. Of wellicht ben je bekend om je warme en persoonlijke benadering, waardoor klanten zich meteen op hun gemak voelen.

De Markt en Jouw Positie

Met de voorgaande inzichten kun je bepalen hoe jij je verhoudt tot de markt en haar mogelijkheden. In onderstaande tabel hebben we nog een aantal hoofdpunten op een rij gezet:

Hoofdpunten	Uitleg
Specialisatie	Unieke behandelingen die jij aanbiedt.
Klantrelaties	Hoe bouw je duurzame banden op met je klanten.
Merkkeuze	Keuze van producten en leveranciers die bij jouw stijl passen.
Locatie	Invloed van je vestigingsplaats op je bedrijfsvoering en klantenaantrekkingskracht.

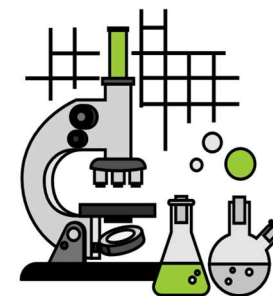
Overwegingen

Het lijkt erop dat je een belangrijke beslissing wil nemen over de richting van je bedrijf. Er zijn veel factoren om te overwegen, zoals de locatie, het personeel, het merk, de financiering, en de bedrijfsvoering. Het is belangrijk om een goed bedrijfsplan te hebben dat past bij je ambities.

Als je kiest voor een groot pand op een A-locatie met een luxe merk, dan zijn de start- en volkosten inderdaad hoog. Dit kan een hogere financiering noodzakelijk maken. De risico's zijn groter, maar de potentiële beloningen kunnen ook groter zijn.

Aan de andere kant, als je kiest voor ambulante werken, het ombouwen van een slaapkamer als salon, of het organiseren van party's, dan is de bedrijfsvoering eenvoudiger en zijn de risico's beperkt. Het kan echter moeilijker zijn om een professioneel inkomen te verdienen.

Nog een alternatief kan zijn om op cosmetisch gebied bijvoorbeeld eigen salonproducten te maken. Verdiep je wel eerst in alle regeltjes die daarbij horen. Elke keuze heeft zijn voor- en nadelen. Het is belangrijk om al deze factoren zorgvuldig af te wegen voordat je een beslissing neemt.



Ambities Realiseren

Heb je nu een beeld gekregen van hoe jouw toekomstige salon moet worden gepositioneerd? Nu gaan we concreter worden. De volgende stappen zijn het bepalen van een paar ijkpunten op een tijdlijn. Het eerste ijkpunt is de start, het tweede is na ruim twee jaar en het derde over bijvoorbeeld vijf jaar.

De voorbereiding vraagt ook nog eens veel overleg met andere vakdisciplines. Om er een paar te noemen:

- Administrateur of wellicht een accountant
- Bankmedewerkers voor financiering en bedrijfsrekening
- Regiokrant voor advertenties en vrije publicaties
- Webdesigner
- Verzekeringen



Vorbereitung für eigenen salon

- Bekijk een flink aantal websites van collega's, vooral die met een min of meer zelfde insteek.
- Onderga daar een behandeling en maak een verslag. Let op de manier van bedrijfsvoering.
- Zo zie je wat wel en niet slim is.
- Vraag een bonnetje (voorbereidingskosten).

IJkpunt 1

- Schets een beeld van hoe jouw salon eruit ziet bij de start. Welke luxe, tarieven, personeel enzovoort.
- Realiseer je dat in het begin meestal nog geen 100% bezetting haalbaar is.
- Straks blijkt bij volgende stappen en berekeningen of het realistisch is.

IJkpunt 2

- Na ruim twee jaar heb je een duidelijk beeld van hoe het is geworden. Vaak toch net wat anders.
- Gaat het goed? Let dan op, over de winst moet je belasting betalen, maar dan komt ook de voorheffing!
- Stelt het nog niet veel voor, of is er verlies, kijk dan of doorgaan zinvol is.
- Onbeperkt winst maken is geen probleem, maar verlies lijden wel!

IJkpunt 3

- Na vijf jaar kun je goed beoordelen of het bedrijf goed functioneert. Stoppen of doorgaan?
- Maak een nieuw 5-jarenplan.

Wanneer inschrijven in de KvK

We zijn nu door de oriëntatiefase heen en gaan de eerste stappen zetten om te kunnen beginnen in het zakenleven.

In onderstaand schema is aangegeven wanneer het moment komt om de activiteiten te formaliseren. M.a.w. je in te laten schrijven als zelfstandige, zaak of andere rechtsvorm.



Inschrijving bij de Kamer van Koophandel (KvK)

Wanneer je je inschrijft bij de Kamer van Koophandel (KvK), is het belangrijk om duidelijk te communiceren wat je van plan bent en hoe je je zaken gaat aanpakken. Je kunt je beperken tot alleen “Pedicure,” maar wellicht heb je bredere plannen, zoals het verkopen van speciale schoenen en kousen, of het aanbieden van “Art-nail” behandelingen. Het is verstandig om deze plannen bij de KvK vast te leggen.

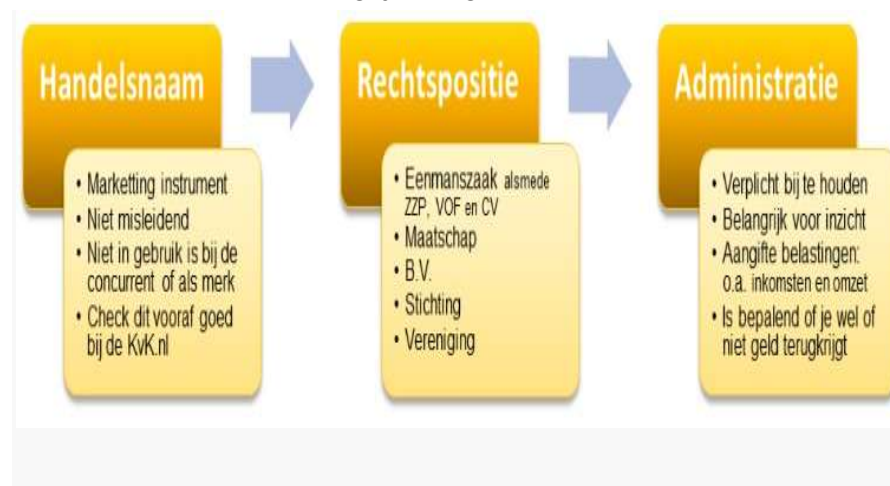
Bij de KvK worden alle activiteiten gerubriceerd met een SBI-code (Standaard Bedrijfsindeling). Dit kan later van belang zijn. Hieronder volgt een tabel met mogelijke codes.

Bij de KvK-registratie word je vervolgens geconfronteerd en gewezen op de volgende onderwerpen:

De naam van het te starten bedrijf: Kies een naam die bij je past en je goed kunt gebruiken.

Welke rechtspositie van toepassing is: Denk aan een eenmanszaak, VOF, of B.V.

Zodra de inschrijving een feit is, ontvang je een “KvK-nummer” en een uittreksel. Dit is belangrijk om goed te bewaren.



Voorbeelden van SBI codes bij de KvK (bepaald deels ook welke activiteiten mogen)

<p>96 Wellness en overige dienstverlening; 96.0 Wellness en overige dienstverlening; 96.01 Reinigen van kleding en textiel 96.02 Haar- en schoonheidsverzorging 96.02.1 Haarverzorging 96.02.2 Schoonheidsverzorging, pedicures en manicures, visagie en image consulting 96.04 Sauna, Solarium, baden</p>	<p>47.7 Winkels in overige artikelen 47.71 Winkels in kleding en modeartikelen; 47.71.1 Winkels in herenkleding 47.71.2 Winkels in dameskleding 47.71.3 Winkels in bovenkleding en modeartikelen (algemeen assortiment) 47.71.6 Winkels in onderkleding 47.71.7 Winkels in modeartikelen</p>
---	--

Waar op letten bij inschrijving bij de KvK

KvK-nummer en bedrijfsgegevens: Zorg ervoor dat je KvK-nummer op al het briefpapier, alle zakelijke correspondentie en je website wordt vermeld. Dit geldt ook voor de naam en adresgegevens van je bedrijf.

Vraag originele uittreksels aan: Banken en sommige instanties willen vaak eerst originele uittreksels hebben voordat ze zaken met je doen. Het is verstandig om meerdere exemplaren aan te vragen.

Leveranciers en SBI-codes: Sommige leveranciers leveren alleen producten als deze aansluiten bij de vermelde activiteiten (SBI-code) van je bedrijf. Het is dus belangrijk om de juiste SBI-codes te registreren.

Wil je later wijzigingen aanbrengen? Dat blijft eenvoudig mogelijk, meestal digitaal. Het is wenselijk om een nieuw "Uittreksel van de KvK" aan te vragen zodra er wijzigingen zijn doorgevoerd.

Naam van de zaak

Een goede handelsnaam is essentieel voor de herkenbaarheid en uitstraling van je bedrijf. Hier zijn enkele tips en valkuilen voor het kiezen van een handelsnaam:

Aanraders

- Goed klinken: Kies een naam die lekker bekt.
- Makkelijk te onthouden: Zorg dat de naam eenvoudig te onthouden is.
- Herkenbaar voor de activiteiten: Laat de naam duidelijk maken wat je doet.
- Versterkt door logo, kleur of lettertype: Gebruik visuele elementen om je naam kracht bij te zetten.
- Vindbaar in zoekmachines: Zorg dat de naam goed scoort in zoekresultaten.
- Controle in het handelsregister: Controleer of de naam al bestaat in het handelsregister.

Afraders

- Misleidend: Vermijd namen die verkeerde verwachtingen scheppen over je activiteiten of doelen.
- Overeenkomsten met concurrenten: Kies geen naam die hetzelfde of sterk lijkt op die van concurrenten.
- Gebruik van andermans naam of merk: Dit kan juridische problemen opleveren.
- Te gangbare woorden: Zorg voor een onderscheidende naam, niet iets gewoons.
- Privacy bij gebruik van eigen naam: Wees voorzichtig met het gebruik van je eigen naam.
- Beschermden namen en merken: Vermijd namen die al beschermd zijn.

Namen die verkeerd kunnen uitpakken:

Sommige namen kunnen ongewenste associaties oproepen.

Voorbeelden

- **Bella Donna:** Klinkt mooi, maar de plant is giftig.
- **Aphrodite:** De liefdesgodin is prima, maar Afrodisiaca verwijst naar geslachtsdrift - waarschijnlijk niet de bedoeling.
- **Salon Janine:** Niet onderscheidend genoeg voor zoekmachines. "Beauty by Janine" is beter, maar nog steeds een trend. Zorg ervoor dat er geen andere "Janine" in je omgeving is met een soortgelijk bedrijf.

Merksnaam Registreren

Als je een stap verder wilt gaan, kun je een merksnaam creëren en deze bij het Merkenbureau laten registreren. Dit beschermt je naam in de sectoren waarvoor je de registratie aanvraagt.

Meerdere Handelsnamen

Het is toegestaan om meerdere handelsnamen te gebruiken, mits deze bij de KvK geregistreerd zijn. Dit kan functioneel zijn wanneer je meerdere activiteiten hebt. Bijvoorbeeld, als je naast crèmes ook lingerie verkoopt in je salon, kun je deze activiteiten zo onderscheiden.

Handelsnaam Veranderen

Het veranderen van je handelsnaam kan eenvoudig door dit bij de KvK te registreren. Houd er rekening mee dat je al je briefpapier, facturen en website moet aanpassen en klanten moet informeren. Het moet dus wel echt voordelen opleveren!

De juiste rechtsvorm kiezen voor je salon

Als je een salon wilt starten, moet je een keuze maken over de rechtsvorm van je bedrijf. Juridisch gezien kan een bedrijf een "Natuurlijke persoon" of een "Rechtspersoon" zijn. Beide vormen hebben hun voor- en nadelen. Laten we deze opties systematisch verkennen zodat je een weloverwogen beslissing kunt nemen.

Natuurlijke persoon

Een bedrijf als "natuurlijke persoon" betekent dat er geen onderscheid is tussen jou als individu en het bedrijf. Hier zijn de belangrijkste voor- en nadelen:

Voordelen:

- Fiscale voordelen: Als starter en bij winst maken, vanaf minimaal 1225 gewerkte uren.
- Eenvoudige administratie: Relatief eenvoudig bij te houden.

Nadelen:

- Geen financiële scheiding: Privé en zakelijk zijn financieel niet gescheiden.
- Persoonlijke aansprakelijkheid: Je bent in privé aansprakelijk voor zakelijke schulden.
- Geen sociaal vangnet: Geen werkloosheids-, ziekte- of invaliditeitsuitkering.
- Minder status: Minder "status" in de markt.
- Winst als inkomen: Winst wordt gezien als inkomen en belast met inkomstenbelasting.

Meest voorkomende vormen:

- Eenmanszaak, ZZP* en Freelancer*:
 - Eén eigenaar.
 - Personeel is mogelijk.
- Vennootschap onder Firma (V.O.F.):
 - Twee of meer eigenaren.
 - Wordt een Commanditaire Vennootschap (C.V.) als er een geld inbrengende vennoot is.
- Maatschap:
 - Bestaat uit meerdere bedrijven, vaak praktijken zoals in een medisch centrum of advocatenkantoor.

ZZP* en Freelancer*

Strengere handhaving op schijnzelfstandigheid

- Vanaf 1 januari 2025 gaat de Belastingdienst volledig handhaven op schijnzelfstandigheid. Dit betekent dat zowel opdrachtgevers als zzp'ers moeten kunnen bewijzen dat er sprake is van een echte zelfstandige werkrelatie. Schijnzelfstandigheid kan leiden tot naheffingen en boetes.
- Minimumtarief voor zzp'ers van € 33,--/uur excl. btw
- Afbouw van de zelfstandigenaftrek
- MKB-winstvrijstelling daalt
- Verplichte arbeidsongeschiktheidsverzekering
- Geen goedkeuring vooraf van modelovereenkomsten

Rechtspersoon

Kies je voor een rechtspersoon, dan is een notaris vereist voor de oprichting. Vervolgens moet je inschrijven bij de KvK. Hier zijn de belangrijkste voor- en nadelen:

Voordelen:

- Fiscale voordelen: Meestal voordeliger bij een winst hoger dan ongeveer € 100.000.
- Financiële scheiding: Privé en zakelijk zijn financieel gescheiden.
- Beperkte aansprakelijkheid: De BV is aansprakelijk voor schulden, niet jij persoonlijk.
- Bescherming bij risico's: Bescherming bij zakelijke risico's zoals faillissement.
- Sparen in de BV: Mogelijkheid tot sparen, bijvoorbeeld voor pensioen. Advies: start hiervoor een tweede BV (Beheer BV).

Nadelen:

- Complexere administratie: Meer complexe en duurdere administratie.
- Marktconform salaris: Moet een marktconform salaris ontvangen, wat lastig kan zijn als de netto winst gering is.
- Openbare jaarrekening: Jaarverslag moet worden gedeponeerd bij de KvK en is openbaar.
- Geen sociaal vangnet: Geen werkloosheids-, ziekte- of invaliditeitsuitkering.

Meest voorkomende vorm:

- Besloten Vennootschap (B.V.):
- Geeft aandelen uit die eigendom kunnen zijn van één of meerdere personen.
- Bij meer dan 5% bezit ben je Directeur-Grotaandeelhouder (DGA).

Andere bedrijfsvormen:

- N.V. (Naamloze Vennootschap): Grote bedrijven.
- Stichting: Heeft een ideëel doel, maar mag winst maken.
- Coöperatie: Collectieve vorm van samenwerking.

Advies en overwegingen:

Het is belangrijk om je goed te laten adviseren om de juiste keuze te maken. In de praktijk zie je dat meestal gestart wordt met een eenmanszaak, en als een partner meedoet, wordt het omgezet in een V.O.F.

Dit is fiscaal vaak gunstig bij de start. Minder vaak komt de maatschap voor, waar goede onderlinge afspraken erg belangrijk zijn.

Als het goed gaat, kan een BV fiscaal aantrekkelijker worden. Dit moet je opnemen in je lange termijnplanning. Gaat het slecht, dan draai je in privé niet op voor alle financiële verplichtingen. Mits de curator niet constateert dat er sprake is van wanbeheer.

De keuze van de rechtsvorm hangt af van twee factoren:

- De netto winst.
- De financiële risico's (m.n. de lange termijnverplichtingen)

Samenvattend:

Als je klein begint en de risico's zijn klein, dan is de keuze voor een eenmanszaak eenvoudig. Groeit je bedrijf en worden de risico's groter, dan komt de BV in beeld. Andersom kan natuurlijk ook.

Het kan ook belangrijk zijn om te weten welke structuur andere bedrijven hebben waarmee je te maken hebt, hoe hun organisatie eruit ziet, wat hun financiële positie is en of hun contactpersoon bevoegd is. Vooral als je een zekere afhankelijkheid hebt. Denk aan kunnen leveren of service. Dit zijn slechts twee voorbeelden.

De KvK heeft veel informatie beschikbaar.

Huwelijk en geregistreerd partnerschap

Als je een bedrijf hebt of wilt beginnen, heeft dat financiële consequenties voor je relatie. Dit kan zowel positieve als negatieve kanten hebben, en het is belangrijk om hier aandacht aan te besteden. Hier zijn enkele situaties die je in gedachten moet houden:

Uitkeringen: Deze kunnen verminderen of vervallen.

Schulden: Het is essentieel om te weten of schulden op beide namen staan. Neem de moeite om dit uit te zoeken.

Faillissement: Dit is natuurlijk nooit de bedoeling, maar het kan gebeuren door marktomstandigheden, nieuwe wetgeving, een pandemie en ga zo maar door.

Gezondheid: Hopelijk blijf je gezond en kun je blijven werken.

Scheiding: Wat gebeurt er met de zaak en alimentatie als je geconfronteerd wordt met een scheiding? Regel dit vooraf. Het kan lastig zijn om over te praten, maar het is nog moeilijker als het te laat is.

Huwelijk en partnerschap:

Getrouwd vóór 1-1-2018 Je trouwde toen meestal in 'gemeenschap van goederen'. Dit betekent dat beide partners recht hebben op de helft van de waarde van de onderneming. Het eigen bedrijf is dan gemeenschappelijk eigendom. Huwelijkse voorwaarden kunnen dit voorkomen en zijn belangrijk bij echtscheiding en faillissement.

Getrouwd ná 1-1-2018 Er is nu meestal sprake van 'beperkte gemeenschap van goederen'. Vermogen opgebouwd vóór het huwelijk valt dan niet onder de gemeenschap van goederen. Alles wat je aan vermogen opbouwt tijdens het huwelijk valt wél onder de gemeenschap van goederen, tenzij je vooraf andere afspraken maakt, zoals huwelijkse voorwaarden.

Huwelijkse voorwaarden

Huwelijkse voorwaarden zijn afspraken die je vooraf laat vastleggen door een notaris. Hiermee maak je afspraken over de verdeling van inkomen en vermogen, waaronder ook je eigen zaak, mocht de relatie stranden. Vooral voor ondernemers zijn huwelijkse voorwaarden vaak een verstandige keuze.

Het is ook belangrijk om een goede jaarlijkse financiële verslaglegging bij te houden. Zonder dat gaat een rechter vaak uit van een situatie van gemeenschap van goederen.



Misschien nog niet bedacht, dat huwelijk of samenwonen invloed kan hebben op de bedrijfsvoering, maar niets is minder waar.

Wat betekent het voor de partner

Wanneer je een bedrijf start, heb je de keuze om dit als een natuurlijk persoon of als een rechtspersoon te doen. Beide opties hebben gevolgen voor de rol van je partner, die zakelijk niet direct betrokken is, maar mogelijk wel financiële risico's loopt.

Als natuurlijke persoon

Bij een bedrijf als natuurlijk persoon, zoals een eenmanszaak, V.O.F. of maatschap, is er geen juridische scheiding tussen jouw privévermogen en het vermogen van je bedrijf. Dit heeft de volgende gevolgen voor je partner:

- **Gezamenlijke aansprakelijkheid:** Omdat er geen scheiding is tussen privé en zakelijk, kan je partner meegezogen worden in het faillissement. Dit betekent dat schulden van je bedrijf ook op jouw privévermogen, en daarmee op dat van je partner, verhaald kunnen worden.
- **Echtscheiding:** In geval van een echtscheiding kan de waarde van het bedrijf verdeeld worden tussen jou en je partner, afhankelijk van jullie huwelijksvoorwaarden of gemeenschap van goederen.
- **Gezamenlijke schulden:** Als je bedrijf schulden heeft, kunnen deze op jou en je partner verhaald worden, vooral als jullie gezamenlijke leningen hebben.

Als rechtspersoon

Bij een bedrijf als rechtspersoon, zoals een B.V., is er een duidelijke juridische scheiding tussen jouw privévermogen en het vermogen van je bedrijf. Dit heeft de volgende gevolgen voor je partner:

- **Beperkte aansprakelijkheid:** Je bent privé niet aansprakelijk voor de schulden van de B.V. Dit betekent dat jouw partner minder risico loopt om financieel meegezogen te worden in geval van een faillissement.

- Bescherming van privévermogen: Doordat er een scheiding is tussen privé en zakelijk, blijft het privévermogen van jou en je partner beschermd tegen zakelijke schulden.
- Huwelijksvoorwaarden: Het is nog steeds belangrijk om huwelijksvoorwaarden te hebben om te voorkomen dat de waarde van je bedrijf bij echtscheiding verdeeld moet worden.

Advies

Het is verstandig om je goed te laten adviseren door een notaris of financieel adviseur bij het kiezen van de rechtsvorm en het vastleggen van huwelijksvoorwaarden. Dit kan helpen om de financiële risico's voor jou en je partner te minimaliseren.

Samenvattend:

Natuurlijke persoon: Privé en zakelijk zijn niet gescheiden, wat betekent dat je partner financieel risico loopt.

Rechtspersoon: Privé en zakelijk zijn gescheiden, wat betekent dat je partner beter beschermd is tegen financiële risico's.

Het is belangrijk om deze aspecten goed te overwegen bij het starten van je bedrijf.

De rol van de partner in de bedrijfsvoering

Hoewel de partner officieel niet meedoet in de salon, speelt de man-vrouw rol vaak nog steeds een belangrijke rol, vooral als de partner zich bemoeit met de bedrijfsvoering. Kunnen twijfels zijn of onzekerheid over functioneren of zakelijk inzicht. Maar ook gewoon belangstelling

Betrokkenheid van de partner

Veel partners kiezen ervoor om betrokken te zijn bij de bedrijfsvoering, zelfs als ze officieel geen deel uitmaken van het bedrijf. Dit kan voordelen bieden zoals:

- Ondersteuning: Emotionele en praktische steun
- Samenwerking: Twee weten meer dan één.
- Kennisdeling: Door samen te werken.

Ontwikkelen van een eigen visie

Het is cruciaal dat jij een eigen visie ontwikkelt en deze uitvoert. Hier zijn enkele stappen die kunnen helpen:

- Duidelijke communicatie: Bespreek samen de doelen, verwachtingen en zorgen. Zorg ervoor dat jullie samen op één lijn zitten.
- Verdeling van verantwoordelijkheden: indien van toepassing.
- Opleiding en training: Investeer in opleiding en training om onzekerheid te verminderen en vertrouwen op te bouwen.

Rekening houden met gedeelde risico's

Zelfs als de partner officieel niet meedoet in de bedrijfsvoering van de salon, blijft hun rol belangrijk. Het ontwikkelen van een eigen visie, duidelijke communicatie en gezamenlijke verantwoordelijkheid zijn essentieel. Door risico's goed te beheren en de juiste verzekeringen af te sluiten, kun je samen de uitdagingen van het ondernemerschap aangaan en succesvol zijn.



Bedrijfsbeëindiging: Redenen en Stappen

Het klinkt raar, om nu al ne te denken over “Bedrijfsbeëindiging”, maar het komt zeker een keer voor. Het proces is ingewikkeld en kost veel tijd. Denk daarbij aan meer dan een jaar afhankelijk reden.

Laten we eerst de mogelijke redenen bespreken, gevolgd door de stappen die je moet nemen om je bedrijf succesvol af te sluiten.

Redenen voor bedrijfsbeëindiging

We noemen hier verschillende redenen als voorbeeld, waarom je een bedrijf zou willen beëindigen:

Echtscheiding

- Van wie is de zaak?
- Moet je alimentatie gaan betalen?
- Ga je verhuizen? Of wordt het stoppen?

Ziekte of invaliditeit

- Je kunt je hier beperkt voor verzekeren, maar het is kostbaar.
- Als eigen baas heb je geen rechten op het sociale vangnet. Pas na een bepaalde periode komt bijstand in beeld.

Overlijden

- Je bedrijf wordt dan onderdeel van je nalatenschap.

Verkoop van de zaak

- Je verkoopt je bedrijf aan een andere partij en draagt dan de activa en passiva over aan de koper.

Pensioen

- Er komt een moment dat je wilt stoppen met werken. Dit kan zijn met de pensioengerechtigde leeftijd, (soms ook eerder of later).
- Basisvoorzieningen zoals de AOW zijn er voor iedereen die in Nederland voldoende lang heeft gewoond.
- Mogelijk aanvullend pensioen via een (vroegere) werkgever.

- Een pensioenvoorziening via een bank of pensioenfonds of zelf gespaard (spaargeld, beleggingen, etc.).

Belastingen over het gespaarde pensioen worden pas geheven bij uitkering, vaak tegen een lager tarief. Houd rekening met een gemiddelde levensverwachting van 16 jaar na pensionering.

Andere rechtsvorm kiezen

- Je brengt je bedrijf onder in een andere juridische entiteit, zoals een B.V. of een V.O.F... Wordt niet gezien als bedrijfsbeëindiging.

Mooie baan krijgen

- Soms krijg je een aanbod voor een geweldige baan. Bedrijven zien je potentieel en willen je graag in dienst nemen.

Het werk valt tegen, je wilt stoppen

- Het werk kan tegenvallen, of het levert niet genoeg op. Je hebt tijd nodig om te stoppen en alle zaken netjes af te wikkelen.

Stappen bij bedrijfsbeëindiging

Nu we de redenen hebben besproken, zijn hier de stappen die je zorgvuldig moet nemen om je bedrijf succesvol af te sluiten:

- Uitschrijven bij de Kamer van Koophandel (KvK): Vergeet niet om je bedrijf uit te schrijven bij de KvK en eventueel andere instanties.
- Belastingen afrekenen: Zorg ervoor dat je alle belastingen zoals inkomstenbelasting (IB), BTW en vennootschapsbelasting hebt afgerekend.
- Personeel informeren en eventueel ontslaan: Als je personeel hebt, moet je hen informeren en indien nodig ontslaan.
- Schulden en vorderingen afwikkelen: Zorg ervoor dat alle schulden worden afbetaald en vorderingen worden geïnd.
- Administratie bewaren: Bewaar je administratie gedurende de wettelijke bewaartermijn.

Zakelijke rekening bij de start van je salon

Bij het starten van een salon is het openen van een zakelijke rekening een cruciale stap. Het zorgt voor duidelijkheid en scheiding tussen je persoonlijke en zakelijke financiën. Hier zijn enkele redenen waarom een zakelijke rekening essentieel is en hoe je dit kunt aanpakken:

Professionele uitstraling

Een zakelijke rekening geeft je salon een professionele uitstraling. Het wekt vertrouwen bij je klanten en leveranciers, omdat zij betalingen ontvangen van en doen naar een officieel bedrijfsaccount in plaats van een privérekening.

Overzichtelijke administratie

Met een zakelijke rekening hou je eenvoudig overzicht over je financiën. Al je zakelijke inkomsten en uitgaven worden op één plek bijgehouden, wat de boekhouding en belastingaangifte een stuk makkelijker maakt.

Scheiding van privé en zakelijk

Het is belangrijk om je privé- en zakelijke financiën gescheiden te houden. Dit voorkomt verwarring en maakt het makkelijker om je zakelijke kosten en inkomsten te beheren. Bovendien helpt het bij het berekenen van je belastingen en het indienen van aftrekposten.

Professionele betaalmogelijkheden

Een zakelijke rekening biedt vaak extra mogelijkheden zoals zakelijke creditcards, betaalverzoeken en integratie met boekhoudsoftware. Dit maakt het beheer van je financiën nog efficiënter.

Betere relaties met leveranciers

Veel leveranciers prefereren betalingen via een zakelijke rekening. Dit kan ervoor zorgen dat je makkelijker goederen en diensten kunt inkopen en mogelijk betere betaalvoorwaarden krijgt.

Stappen voor het openen van een zakelijke rekening

- Kies een bank: Vergelijk verschillende banken en hun zakelijke rekeningen. Let op kosten, extra diensten en klantenservice.
- Verzamel documenten: Zorg dat je de benodigde documenten klaar hebt, zoals je KvK-nummer, identiteitsbewijs en bedrijfsplan.
- Maak een afspraak: Plan een afspraak bij de bank om de zakelijke rekening te openen. Sommige banken bieden ook online registratie aan.
- Open de rekening: Voltooi het proces en krijg toegang tot je nieuwe zakelijke rekening. Vergeet niet om je bankgegevens aan je klanten en leveranciers door te geven.

Conclusie

Het openen van een zakelijke rekening bij de start van je salon is een belangrijke stap om je bedrijf professioneel en overzichtelijk te runnen. Het biedt tal van voordelen, van een professionele uitstraling tot betere relaties met leveranciers. Zorg ervoor dat je deze stap niet overslaat en geniet van de voordelen die een zakelijke rekening met zich meebrengt.



Verzekeringen voor je salon

Als je een salon in de U.V. branche hebt, zijn er verschillende verzekeringen die je kunt overwegen om je bedrijf te beschermen tegen onvoorziene gebeurtenissen. Hier zijn enkele essentiële verzekeringen die je in overweging moet nemen:

Aansprakelijkheidsverzekering

Deze verzekering beschermt je tegen claims van klanten of derden als gevolg van letsel of schade die zij hebben opgelopen in je salon. Dergelijke claims kunnen snel oplopen tot grote bedragen. Deze verzekering mag eigenlijk niet ontbreken!

Beroepsaansprakelijkheidsverzekering

Deze verzekering dekt schade die voortkomt uit beroepsfouten. Als je bijvoorbeeld een consultant of adviseur bent, is het verstandig om deze verzekering af te sluiten.

Arbeidsongeschiktheidsverzekering (AOV)

Als ondernemer ben je niet automatisch verzekerd tegen ziekte en arbeidsongeschiktheid. Met een AOV ben je verzekerd van een inkomen als je door ziekte of een ongeval langdurig niet meer kunt werken. Houd er rekening mee dat er een periode van eigen risico is en dat deze verzekering niet goedkoop is.

Inventaris- en goederenverzekering

Deze verzekering dekt de kosten van vervanging of reparatie van je inventaris en goederen in geval van diefstal, brand of andere schade.

Bedrijfsschadeverzekering

Deze verzekering dekt de kosten van verloren inkomsten en extra kosten als gevolg van een onderbreking van je bedrijfsactiviteiten door een gedekte gebeurtenis. Dit kan interessant zijn bij hoge langlopende financiële verplichtingen, zoals personeel, huur en leasecontracten.

Rechtsbijstandverzekering

Deze verzekering biedt juridische bijstand en dekt de kosten van juridische procedures in geval van een geschil. Vaak bestaan deze verzekeringen uit verschillende pakketten, dus let erop dat je de juiste dekking kiest.

Aandachtspunten bij het kiezen van verzekeringen

Bij het kiezen van de juiste verzekeringen voor je salon, zijn er enkele aandachtspunten waar je rekening mee moet houden:

- **Dekking:** Zorg ervoor dat je begrijpt wat wel en niet gedekt is door je verzekeringen.
- **Premie:** Vergelijk de premies van verschillende verzekeraars om ervoor te zorgen dat je een redelijke prijs betaalt.
- **Eigen risico:** Controleer het eigen risico van je verzekeringen en zorg ervoor dat je dit kunt veroorloven in geval van een claim.
- **Uitsluitingen:** Controleer of er uitsluitingen zijn in je verzekeringen en zorg ervoor dat je begrijpt wat deze betekenen.



Het kan raadzaam zijn om contact op te nemen met een goede verzekeringsadviseur om je te helpen bij het bepalen van de juiste verzekeringen voor jouw salon.

Administratie:

Hoe pak je het praktisch aan?

Het bijhouden van de administratie kan arbeidsintensief en duur zijn, maar veel handelingen kun je zelf doen, vooral als je de tijd hebt. Dit kan fors in de kosten schelen. Hier zijn de belangrijkste mogelijkheden en tips om je administratie efficiënt te beheren:

Zelf de administratie doen

Voordelen:

- Kostenbesparing: Dit is waarschijnlijk de goedkoopste manier als je voldoende tijd en kennis hebt van voorschriften en regels
- Volledige controle: Je hebt volledige controle over je financiën en administratie.

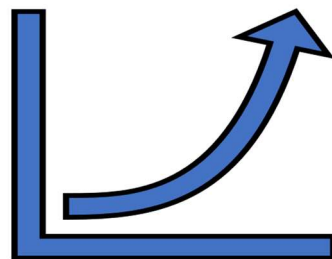
Nadelen:

- Tijdsintensief: Het kan veel tijd kosten, vooral als je niet bekend bent met de administratieve processen.
- Risico op fouten: Onvoldoende kennis kan leiden tot fouten die uiteindelijk meer kosten. Besteed uit wat je niet beheerst en doe de dagelijkse boekhouding zelf.

Administrateur of administratiekantoor inhuren

Voordelen:

- Professionele hulp: Een administrateur kan je helpen met de complexere delen van je boekhouding.
- Tijdsbesparing: Het uitbesteden van administratie bespaart tijd die je kunt besteden aan je core business.



Nadelen:

- Kwaliteitsverschillen: Omdat administrateur een vrij beroep is, kan iedereen zich aanbieden. Het is belangrijk om de bekwaamheid van de persoon of het kantoor te onderzoeken.
- Prijsverschillen: Prijsverschillen tussen kantoren zijn groot en lastig te vergelijken. Vraag om referenties en maak duidelijke afspraken over wie wat doet en hoe gegevens moeten worden aangeleverd.
- Moeilijk om te switchen: Het veranderen van administratiekantoor kan lastig zijn en veel gedoe geven.

Accountant of accountantskantoor inhuren

Voordelen:

- Beschermd beroep: Accountants hebben een gedegen opleiding en je bent verzekerd van hun kennis en expertise.
- Volledig pakket: Accountantskantoren bieden vaak een breed scala aan diensten die je kunnen helpen je financiën efficiënt te beheren.

Nadelen:

- Hoge kosten: Accountants zijn duurder dan administrateurs. Een "top accountant" met een hoog tarief is voor een kleine salon waarschijnlijk overdreven.
- Balans vinden: Zorg voor een balans tussen betaalbaarheid en de kwaliteit van de diensten.

Tips voor een efficiënte administratie

- Up-to-date houden: Zorg ervoor dat je administratie altijd bijgewerkt is, vooral als de winsten of verliezen kritisch zijn.
- Gebruik software: Overweeg het gebruik van boekhoudsoftware om je administratie gemakkelijker en efficiënter te maken.
- Heldere afspraken: Maak duidelijke afspraken met je administrateur of accountant over wie wat doet en hoe gegevens moeten worden aangeleverd.

Het bedrijfsmodel beïnvloeden: Succesvol van start met je salon

Het starten van een salon is een avontuur dat veel planning, toewijding en hard werken vereist. Terwijl je je voorbereidt om je deuren te openen, is het belangrijk om alle aspecten van je bedrijf zorgvuldig te overwegen. Hieronder volgen enkele belangrijke stappen en strategieën om ervoor te zorgen dat je goed van start gaat:

Zakelijke rekening openen

Een zakelijke rekening is essentieel voor het scheiden van privé- en zakelijke financiën. Het helpt je om een professionele uitstraling te behouden, je administratie overzichtelijk te houden en betere relaties met leveranciers op te bouwen.

Verzekeringen regelen

Bescherm je bedrijf tegen onvoorziene gebeurtenissen door de juiste verzekeringen af te sluiten. Denk aan aansprakelijkheidsverzekering, beroepsaansprakelijkheidsverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering (AOV), inventaris- en goederenverzekering, bedrijfsschadeverzekering en rechtsbijstandverzekering.

Administratie efficiënt beheren

Het bijhouden van je administratie is cruciaal voor het succes van je salon. Overweeg of je dit zelf wilt doen, of dat je het wilt uitbesteden aan een administratiekantoor of accountant. Zorg ervoor dat je administratie altijd up-to-date is en maak gebruik van boekhoudsoftware om het proces te vergemakkelijken.

De rol van je partner

Als je partner niet officieel meedoet in de salon, is het belangrijk om duidelijke afspraken te maken over betrokkenheid en verantwoordelijkheid. Bespreek samen jullie doelen en verwachtingen, en zorg voor een goede balans tussen zakelijke en privéverplichtingen.

De juiste rechtsvorm kiezen

Overweeg zorgvuldig of je kiest voor een bedrijf als natuurlijk persoon (zoals een eenmanszaak of V.O.F.) of als rechtspersoon (zoals een B.V.). Beide vormen hebben hun eigen voor- en nadelen, en de keuze kan grote gevolgen hebben voor je privévermogen en aansprakelijkheid.

Strategieën om je bedrijfsmodel te optimaliseren

Meer uren werken: Dit kan leiden tot extra opbrengsten omdat de vaste kosten al zijn verrekend in de normale werkweek. Het is echter belangrijk om rekening te houden met de mogelijke gezondheidsrisico's op de lange termijn.

Minder uren werken: Dit leidt tot een daling van de omzet naar rato van het aantal uren dat minder wordt gewerkt. De vaste kosten blijven grotendeels gelijk, waardoor het "break-even point" (het punt waarop de winst overgaat in verlies) dichterbij komt.

Kiezen voor een duurder prijssegment: Dit betekent hogere uur- of behandelarieven en waarschijnlijk ook duurder cosmeticamerken. Dit kan echter betekenen dat er meer financiering nodig is voor voorraad, marketing, enz., en dat er meer moet worden geïnvesteerd in de bedrijfsruimte. Het moet ook bij je passen!

Specialisaties aanbieden en/of speciale apparatuur: Aanschaffen of leasen van speciale apparatuur (zoals Laser/IPL) zal waarschijnlijk nodig zijn. Om een hoger tarief te realiseren neemt de omzet toe, maar ook de lange termijn kosten. Daarmee ook de risico's!

Personeel aantrekken: Het aantrekken van vast personeel kan de omzet verhogen. Het is dan echter noodzakelijk om te voldoen aan de eisen van de ARBO, maar ook om voldoende werkruimte en behandelplekken (cabines) te hebben. Ook met personeel in dienst heb je meerjarige verplichtingen.

Kostenstructuur: Vaste en variabele kosten

Een belangrijk aspect om rekening mee te houden is de verhouding tussen je vaste en variabele kosten.

Vaste kosten: Dit zijn kosten die je elke maand of jaar moet betalen, ongeacht hoeveel je verkoopt. Denk aan huur, verzekeringen, salarissen, afschrijvingen, etc. Soms zijn het meerjarige (lease) contracten van meer dan 5 jaar! Langlopende financiële verplichtingen dus. Je vaste kosten kun je niet zo makkelijk veranderen, tenzij je bijvoorbeeld je bedrijfsruimte verkleint of vergroot, of je personeelsbestand aanpast. Maar dat vraagt de nodige tijd.

Variabele kosten: Deze kosten hangen af van je verkoop- en behandelvolume. Je variabele kosten kun je nog wel gunstig beïnvloeden door bijvoorbeeld efficiënter te werken of te onderhandelen met leveranciers. En natuurlijk, wanneer dat lukt, met producten die hogere marges hebben of in een duurder prijssegment zitten. Ook kun je denken aan verkoopproducten die kunnen aansluiten bij de “Beauty sfeer”, zoals sieraden, lingerie, aroma's of kaarsen.

Dit gaat alleen op wanneer we over dezelfde procentuele winstmarge spreken.

Veelgebruikte formule is: $\text{Inkoop excl. BTW} \times 2 = \text{Verkoop incl. BTW}$. Dit is iets meer dan 30% marge.

Omdat je vrij bent om de verkoopprijs te bepalen is het te overwegen om een hogere marge te nemen.

Vorbereiding op calamiteiten

Wat gebeurt er als er zich calamiteiten voordoen, zoals:

- Een nieuwe pandemie waardoor je niet kunt of mag werken.
- Langdurige ziekte.
- Kleine of grote brand of inbraak
- Een wetwijziging waardoor iets niet meer mag.
- Onbereikbaarheid door opbreken van de straat.
- Scheiding.
- Vul maar in...

De vraag is simpel: kun je dan de vaste lasten dragen?

Of kom je nu financieel in (privé) problemen?

Of kon je het voorkomen?

- Met de juiste verzekeringen,
- up-to-date administratie,
- en de juiste rechtspositie

Conclusie

Het starten van een salon vereist zorgvuldige planning en voorbereiding. Door aandacht te besteden aan belangrijke zaken zoals:

- het openen van een zakelijke rekening,
- het afsluiten van de juiste verzekeringen,
- het efficiënt beheren van je administratie,
- het maken van duidelijke afspraken met je partner en
- het kiezen van de juiste rechtsvorm,

Leg je een sterke basis voor succes. Denk goed na over je bedrijfsmodel en wees voorbereid op eventuele calamiteiten. Met deze stappen ben je klaar om je salon met vertrouwen te openen en te laten groeien

Veel succes

Inhoud

Starten van eigen salon	0
Informatie, nodig wanneer je wilt starten in de U.V.....	0
Bedrijfsvoering in de UV-branche	1
Cosmetica en Cosmetische Behandelingen	2
Toepassingen Cosmetische Behandelingen	2
Schoonheidsspecialist:	2
Specifieke Rollen van de Kapper en de Pedicure:	2
Kapster:	2
Pedicure:.....	3
De Rol van Medewerkers in de Uiterlijke Verzorging.....	3
Conclusie	3
Oriëntatie Uiterlijke Verzorging (UV)	4
Collega's en/of Concurrenten.....	5
Historie van Uiterlijke Verzorging	5
Geschiedenis van het Kappersvak.....	6
Geschiedenis van Schoonheidsverzorging.....	8
De Historie van Voetverzorging	9
Werkzaamheden en specialisaties	11
Belangrijkste onderdelen basispakket:	11
Uitbreidingen en specialisaties	11
Voordelen en nadelen van specialisaties	11
Arrangementen.....	11
De Uitdagingen en Kansen in de branche	12
Kenmerken en Risico's van Contactberoepen	12
Strikte Hygiënemaatregelen tijdens de Pandemie	12
Emotionele Dynamiek in de Zorgrelatie	13
Conclusie	13
Vakkennis, Opleiding en Vrij Beroep	14
Opleidingen en bijbehorende beroepen	14
Inkomstenbronnen Uiterlijke Verzorging	15
Belangrijkste Inkomstenbronnen	15
Invloed van Behandelingen op Productverkoop	15
Gemiddelde Omzetverdeling	15
Loondienst of Eigen Salon: Wat Past bij Jou?	18
Loondienst (werknemer)	18
Geschikte Werkgever	18
Payroll, Detachering, Uitzendbureau of ZZP	19
Loon/Salaris	20
Minimum loon 2025	20
Modaal salaris.....	20
Wat kost personeel voor een werkgever?	20
Conclusie	22
Brancheorganisaties:	22
Naar de eigen salon	23
Kenmerkend voor de UV-branche.....	24
Kenmerkend voor Professionele Salons moet ook zijn.....	24

Strategieën om je professioneel te onderscheiden	25	Succesvol van start met je salon	45
Een begroting maken voor je nieuwe salon	26	46
Beïnvloeden van je inkomsten en risico's	29		
Waarom komt de klant bij jou?	31		
Wie ben jij dan?	31		
Wie ben ik?	32		
Inschrijving bij de Kamer van Koophandel (KvK).....	34		
Naam van de zaak.....	35		
De juiste rechtsvorm kiezen voor je salon	36		
Natuurlijke persoon	36		
ZZP* en Freelancer*	37		
Rechtspersoon	37		
Huwelijk en geregistreerd partnerschap	38		
Huwelijk en partnerschap:	38		
Huwelijkse voorwaarden	39		
.....	39		
Wat betekent het voor de partner	39		
De rol van de partner in de bedrijfsvoering	40		
Bedrijfsbeëindiging: Redenen en Stappen	41		
Stappen bij bedrijfsbeëindiging	41		
Zakelijke rekening bij de start van je salon.....	42		
Verzekeringen voor je salon.....	43		
Administratie:	44		
Het bedrijfsmodel beïnvloeden:	45		

