



Eerlijk is eerlijk

*De Stichting Wereldwinkel Culemborg staat voor Fairtrade en duurzaamheid:
eerlijke handel met respect voor mens en milieu.*

*Ons doel is om hiermee bij te dragen aan
een menswaardig bestaan en een leefbare wereld voor iedereen.*

Beleidsplan 2020 – 2025 Stichting Wereldwinkel Culemborg

Dit beleidsplan bestaat uit een terugblik, een schets van de huidige situatie en een toekomstgerichte strategie.

Het is mooi om ons te realiseren waar we vandaan komen en wat er bereikt is. De Wereldwinkel Culemborg heeft immers al haar 45 jarig bestaan gevierd!

De achteruitkijkspiegel laat echter ook een paar beren op weg zien die hun sporen hebben nagelaten maar die tegelijkertijd weer aanknopingspunten bieden om vooruit te kijken en onze koers voor de komende 5 jaar uit te stippelen. Het financieel beleid biedt daar een goede basis voor.

Toekomstbestendigheid van Fairtrade in de context van de huidige duurzaamheidsproblematiek is daarbij ons kompas, want eerlijk duurt het langst!

INHOUD

1. Historie en bestaansgrond
 - Hoe het begon
 - Er is veel bereikt
 - Onze bestaansgrond : eerlijk is eerlijk
2. Huidige situatie en de achtergronden daarvan
 - Beren op en uit de weg
 - De winkel
 - De organisatie
3. Strategische koers
 - Speerpunten van beleid voor de komende 5 jaar
 - Jaarplannen
4. Financieel beleid
 - Samenvatting

Bijlage:
Algemene gegevens

1. Historie en bestaansgrond

Hoe het begon

De Wereldwinkel Culemborg is opgericht in 1972 – een winkel die eigenlijk een actiecentrum is waar ook levensmiddelen en cadeauartikelen uit niet-westerse culturen te koop zijn. Het bijzondere is dat het gaat om producten die onder mens- en milieuvriendelijke omstandigheden geproduceerd en eerlijk verhandeld zijn. De veelal kleine producenten worden door hun afnemers gesteund in hun ontwikkeling en zij kunnen vertrouwen op rechtvaardige prijzen en duurzame handelsrelaties, zodat zij een zelfstandig en menswaardig bestaan kunnen opbouwen. Goede arbeidsomstandigheden, geen kinderarbeid, gelijke rechten voor mannen en vrouwen, toegang tot de markt. Kortom: actie voeren voor eerlijke handel – daar is het mee begonnen!

Er is veel bereikt

De Wereldwinkels in Nederland zijn er de afgelopen halve eeuw gezamenlijk in geslaagd om eerlijke handel op de kaart te zetten. Fairtrade is een gevestigd begrip geworden. Supermarkten hebben hun assortiment aangevuld met Fairtrade producten omdat klanten erom vragen. Er zijn horecaondernemers die zich positief onderscheiden met het gebruik van Fairtrade producten en steeds meer cadeauwinkels weten de weg naar Fairtrade importeurs te vinden. De schaal waarop dit gebeurt is echter nog niet groot. Rechtvaardige handelsstructuren zijn bepaald niet de norm op de wereldmarkt, en de meeste consumenten hebben toch eerder oog voor de prijs dan voor de eerlijkheid van het product.

Onze bestaansgrond : eerlijk is eerlijk

Het 'promoten' van eerlijke handel met gelijke kansen voor iedereen en de verkoop van artikelen die zonder misbruik van mensen en middelen geproduceerd en verhandeld zijn is dus nog steeds een actuele bestaansgrond voor de Wereldwinkel als actiewinkel. Temeer omdat de toekomstbestendigheid van Fairtrade in een veel breder en urgent perspectief is komen te staan, namelijk de duurzaamheid van álle hulpbronnen.

Als Stichting Wereldwinkel Culemborg staan wij daarom onverminderd voor:

eerlijke handel met respect voor mens en milieu, met als oogmerk om hiermee bij te dragen aan een menswaardig bestaan en een leefbare wereld voor iedereen.
Eerlijk is eerlijk.

Wij doen dit door:

- eerlijke handelsproducten in te kopen die wij aanbieden in de Fairtradewinkel Culemborg
- en ons te verbinden aan eigentijdse vormen van actie voeren die 'het verhaal' meer zichtbaar maken als onderdeel van de huidige duurzaamheidsproblematiek.

2. Huidige situatie en de achtergronden daarvan

Beren op en uit de weg

De tijdgeest én het succes van Fairtrade hebben het onderscheidend vermogen van de Wereldwinkels onder druk gezet. De economische crisis kwam daar nog bij en het aantal Wereldwinkels in Nederland is gedaald van 400 naar ongeveer 240, Inmiddels maken zij nog ongeveer 30% uit van de afzetmarkt van Nederlandse Fairtrade importeurs.

Uiteraard heeft de economische crisis ook de Wereldwinkel Culemborg getroffen. Een periode met sterk teruglopende verkoop, veel bestuurswisselingen en een krimpend medewerkersbestand. Dat is geen wonder voor een organisatie die al zo lang bestaat en uitsluitend bemenst wordt door (veelal langdurig betrokken) vrijwilligers. De crisis is echter overleefd, de bestuursfuncties zijn weer bezet en er wordt met goede moed veel werk verzet door alle betrokkenen.

Een andere ingrijpende situatie vormden de financiële problemen bij de *Landelijke Vereniging van Wereldwinkel* waardoor het cadeaubonnensysteem ongeldig werd. De impact hiervan voor de aangesloten Wereldwinkels was groot; naast de financiële schade betekende het verlies van eenheid en vertrouwen. Ook de Wereldwinkel Culemborg zegde het lidmaatschap op en heeft zich net als 87 andere wereldwinkels aangesloten bij de nieuw opgerichte stichting *Wereldwinkels Nederland*.

Dit besluit heeft niet alleen geleid tot een nieuwe, inmiddels herkenbare uitstraling van de Fairtradewinkel Culemborg, maar ook tot meer eigen beleidsruimte. We kunnen constateren dat juist diversiteit en maatwerk van deze tijd zijn ("one size fits nobody"). Het komt er nu op aan dat met behoud van eigen profiel aangesloten kan worden bij de specifieke lokale context en ontwikkelingen, Wereldwinkels Nederland ondersteunt de aangesloten Wereldwinkels daarbij met een divers dienstenaanbod. Het uitgangspunt van Wereldwinkels Nederland is: ruimte voor sociaal ondernemerschap met een specifiek profiel: ongeveer 85 % van de omzet is Fairtrade.

De winkel

Onze winkel zelf is klein maar ziet er goed verzorgd en aantrekkelijk uit. Een bijzondere ovale winkel die veel klanten verrast als ze eenmaal over de drempel zijn! De gebrekkige werk- en opslagruimte en het ontbreken van een expliciete etalage zijn minpunten. De ligging is dat op dit moment ook: Het Jach is een locatie geworden die aan herinrichting toe is en waar de loop duidelijk uit is na sluiting en sloop van het postkantoor. Er is veel verloop in de aanwezige middenstand.

De plek heeft wél potentie met de molen, de historische stadswal en twee toegangsroutes naar de binnenstad. Er zijn ontwikkelingsplannen, maar deze hebben bij de gemeente vooralsnog geen prioriteit.

In financieel opzicht is het pandje reddend omdat, behalve het onderhoud, alleen de erfpacht aan de gemeente betaald hoeft te worden. Deze situatie is t/m 2025 gegarandeerd.

De organisatie

De Stichting is een 100% vrijwilligersorganisatie met een platte structuur: er is een bestuur en een medewerkersgroep. De lijnen zijn kort en functioneel. Drie keer per jaar is er een gezamenlijke Algemene Vergadering.

De medewerkersgroep bestaat uit ongeveer 25 personen (gemiddelde leeftijd bijna 70 jaar) met een hoge graad van zelforganisatie, mede onder invloed van het indertijd wegvallen van winkel

coördinator, vrijwilligerscoördinator en bestuurlijke continuïteit. Een onderlinge mailgroep en een winkellogboek zijn belangrijke communicatiemiddelen. Bijna alle voorkomende taken worden uit eigen geledingen vervuld. Aanvulling van de medewerkersgroep blijft echter achter bij de krimp die doorzet. Op alle fronten is er een tekort aan menskracht. De medewerkersgroep is bijvoorbeeld te klein geworden om het open houden van de winkel op de reguliere tijden gedurende het hele jaar te kunnen garanderen.

Het bestuur bestaat uit een voorzitter, een secretaris, een penningmeester, een lid praktijk coördinatie en een lid communicatie en PR. Het bestuur vergadert maandelijks en verzorgt Nieuwsbrieven met lopende zaken uit het bestuur en uit de winkelpraktijk waarmee alle medewerkers bereikt worden.

De penningmeester heeft veel extra taken op zich genomen op het gebied van digitalisering en gebouw. Het bestuurslid praktijkcoördinatie vormt de verbinding tussen uitvoering en aansturing en participeert in de groep winkelmedewerkers, Op deze manier worden taken die van oudsher bij de winkelcoördinator en de vrijwilligerscoördinator lagen in samenwerking met een aantal medewerkers gecombineerd. Het is een beetje zoeken naar het juiste evenwicht tussen zelforganisatie en aansturing.

Het bestuurslid communicatie en PR is eind 2019 toegetreden. De functie is in ontwikkeling.

3. Strategische koers

Speerpunten van beleid voor de komende 5 jaar

Het relatief nieuwe bestuur heeft een aanlooperperiode achter de rug waarin gestart is bij het aanpakken van praktische knelpunten die door de medewerkers gesignaleerd zijn. Al doende tekent zich nu een duidelijke beleidsstrategie af:

Continuïteit van bedrijfsvoering is onze grootste uitdaging voor de komende jaren, evenals het verbreden van de focus: de Wereldwinkel is een middel voor het goede doel – we zijn dus meer dan een winkel alleen!

De speerpunten van beleid voor de komende 5 jaar zijn dan ook :

- De levensvatbaarheid van de winkel veilig stellen door versterking van de vrijwilligersgroep en verbetering van het bedrijfsresultaat.
- Het meer zichtbaar maken van 'het verhaal' achter de winkel door het ontwikkelen van lokale samenwerkingsrelaties en eigentijdse acties waarmee we aandacht kunnen genereren voor de waarden van Fairtrade als onderdeel van de duurzaamheidsproblematiek.

Jaarplannen

Op basis van deze beleidslijnen wordt jaarlijks een plan opgesteld met *werkdoelen* die richting gevend zijn voor een *activiteitenplanning* met bijbehorende *begroting*.

Het werken aan deze doelen en de resultaten daarvan evalueren wij jaarlijks en passen daar de plannen voor het volgende jaar op aan

4. Financieel beleid

Samenvatting

De financiële situatie van de Stichting Wereldwinkel Culemborg is gezond: er zijn geen schulden en de Stichting kan op elk moment aan haar verplichtingen voldoen. De zakelijke spaarrekening biedt voldoende ruimte voor alle lopende financiële transacties en bovendien is er een buffer van gestald spaargeld. Daarnaast wordt er belegd in een fonds voor Microcredieten en bij ASN. Wat de baten/kosten balans betreft is een trend zichtbaar van redelijk stabiele kosten en gestaag afnemende baten. Als deze dalende trend zich de komende 5 jaar in dezelfde lijn doorzet, dan zal bij een gelijkblijvend kostenniveau de volledige financiële buffer alsmede een deel van de ASN beleggingen verbruikt zijn.

Het bestuur kiest hier niet voor, omdat het winkelbedrijf een middel is en geen doel op zich. De bedrijfsresultaten van de winkel zijn primair bedoeld om bij te dragen in de continuïteit van de bedrijfsvoering teneinde daarmee de doelstellingen van de Stichting te kunnen verwezenlijken en goede doelen met financiële donaties te ondersteunen. Om dit op een realistisch en motiverend niveau te kunnen blijven doen is een gezonde bedrijfsvoering nodig met een rendement van minimaal 4%. Dat betekent dat verhoging van de omzet noodzakelijk is. Het financiële beleid is daar dan ook op gericht en de resultaten zullen jaarlijks tegen het licht van de genoemde 4% norm gehouden worden.

Stichting Wereldwinkel Culemborg

De Fairtradewinkel Culemborg
Het Jach 34, 4101 CM Culemborg
Telefoon: 0345 514550

Website: www.culemborg.wereldwinkel.nl

E-mail: wwculemborg@culemborg.wereldwinkel.nl

KvK: nr.110286644

Geen ANBI status

Aangesloten bij Stichting Wereldwinkels Nederland

Bestuur

Voorzitter: vacant

Secretaris: Harry van der Wardt, hthvdwardt@gmail.com

Penningmeester: Theo Hendriksen, theo.hendriksen.ww@gmail.com

Lid (praktijk coördinatie): Tineke van Sprundel, tinekevansprundel@kpnmail.nl

Lid (communicatie en PR): vacant

Persoonsgegevens

Wij voeren een privacy beleid dat voldoet aan de Algemene Verordening Gegevensbescherming.
Zie hiervoor het document: [Privacy-aanpak-conform-AVG-Wereldwinkel-Culemborg.pdf](#)