Beleidsplan 2025 – 2030 Stichting Wereldwinkel Culemborg

Versterking van Fairtrade in de context van de huidige duurzaamheidsproblematiek is ons kompas.

Daarmee koersen wij op een menswaardig bestaan en een leefbare wereld voor iedereen.

Een nieuw vijfjarig beleidsplan ligt voor – een mooi moment om ook even om te kijken en te constateren dat we ten opzichte van 5 jaar geleden duidelijk in beter vaarwater zijn gekomen.
- De medewerkersgroep is ondanks natuurlijk verloop versterkt doordat zich regelmatig nieuwe, enthousiaste medewerkers melden met de capaciteiten en ambities om stevig mee te helpen. Klanten kunnen daardoor rekenen op een aantrekkelijke, verzorgde winkel en betrouwbare openingstijden.
- De Gemeente Culemborg heeft de erfpacht die dit jaar afliep voor onze kiosk onder dezelfde condities met 5 jaar verlengd. Bovendien is de winkelomgeving veel aantrekkelijker geworden door de herinrichting en vergroening van Het Jach.
- Het bestuur is voltallig, kerntaken zijn belegd, en de financiële basis is gezond.

We kunnen dus met vertrouwen vooruit kijken.
En dat moet ook: ontwikkelingen gaan door en er is werk aan winkel!

INHOUD

INLEIDING Wereldwinkels, actiewinkels

1 Organisatie en medewerkers
2 Winkel(omgeving)
3 Assortiment, inkoopbeleid
4 PR/Communicatie
5 Automatisering/digitalisering
6 Financieel beleid

Elke paragraaf wordt afgesloten met *speerpunten van beleid*. Deze zijn richtinggevend voor een jaarlijkse *activiteitenplanning* met bijbehorende *begroting.*

INLEIDING

Wereldwinkels, actiewinkels

De Wereldwinkel Culemborg is opgericht in 1972 – een actiecentrum voor eerlijke handel dat tevens koffie, rietsuiker en wat kunstnijverheid verkocht uit 'niet-westerse' culturen.
De Wereldwinkel Culemborg maakte hiermee vrijwel vanaf het eerste uur deel uit van de groeiende landelijke beweging die pleit voor eerlijke handel als vorm van ontwikkelingssamenwerking die écht zoden aan de dijk zet: een open wereldmarkt met eerlijke prijzen en duurzame handelsrelaties, leefbare lonen en gezonde arbeidsomstandigheden.
Met dank aan pionierende importeurs en hun afnemers – Wereldwinkels met gemotiveerde klanten - kunnen kleine boeren en producenten met vertrouwen bouwen aan een eigen, zelfstandig bestaan.[1]

De Wereldwinkels in Nederland zijn er de afgelopen 55 jaar gezamenlijk in geslaagd om eerlijke handel op de wereldkaart te zetten. Fairtrade is wereldwijd een gevestigd begrip geworden, en heeft geleid tot keurmerken met impact[2].
Supermarkten hebben Fairtrade producten in hun assortiment opgenomen, horecaondernemers onderscheiden zich positief met het gebruik van Fairtrade ingrediënten, cadeauwinkels weten de weg naar Fairtrade importeurs te vinden.

De schaal waarop dit gebeurt is echter niet groot (de huidige 176 kleine Wereldwinkels vertegenwoordigen maar liefst 30% van de afzetmarkt van Nederlandse Fairtrade importeurs). Rechtvaardige handelsstructuren zijn bepaald niet de norm op de wereldmarkt – produceren met respect voor mens en milieu evenmin.
Het promoten van eerlijke handel met gelijke kansen voor iedereen en het produceren van voedingsmiddelen en artikelen zonder uitbuiting van mensen en middelen, blijkt momenteel zelfs actueler dan ooit. Dit vormt dan ook onverminderd de bestaansgrond van Wereldwinkels als actiewinkels.

Inmiddels is het belang van Fairtrade in een veel breder en urgent perspectief komen te staan, namelijk de toekomstbestendigheid van álle hulpbronnen op aarde: Fairtrade is in 2000 onderdeel geworden van 8 omvattende duurzame doelstellingen die de Verenigde Naties opgesteld hebben, de z.g. *Millennium Development Goals*.
In 2015 zijn deze doelen nader uitgewerkt in 17 doelstellingen, kortweg aangeduid als de *Global Goals*.[3] Urgente streefdoelen op een wel heel verre horizon.....

---

1 Ontstaan Nederlandse Wereldwinkels: bijlage I (PM)
2 Fairtrade principes en keurmerken: bijlage II (PM)
3 Global Goals: bijlage III (PM)

Als Stichting Wereldwinkel Culemborg staan wij daarom des te nadrukkelijker 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.
Wij doen dit door:

- eerlijke handelsproducten in te kopen die wij aanbieden in de Fairtradewinkel Culemborg,
- en ons naar vermogen te verbinden aan eigentijdse vormen van ondernemen, communiceren en actie voeren die 'het verhaal' meer zichtbaar en concreet maken.

1. Organisatie en medewerkers

De Stichting Wereldwinkel Culemborg is een 100% vrijwilligersorganisatie met een platte structuur: er is een bestuur en een medewerkersgroep. De lijnen zijn kort en functioneel; de wisselwerking tussen bestuur en praktijk is geborgd door linking pin constructies. Gezamenlijk wordt gewerkt aan een evenwichtige mix van zelforganisatie en aansturing.
Twee keer per jaar is er een Algemene Vergadering waar iedereen punten voor kan aandragen.

Het huidige bestuur bestaat uit een voorzitter/secretaris, een penningmeester, een lid communicatie/PR en een lid praktijkcoördinatie. Het bestuur vergadert maandelijks en verzorgt nieuwsbulletins met lopende zaken uit het bestuur (Nieuwsbrief) en uit de winkelpraktijk (Winkelnieuws) waarmee alle medewerkers bereikt worden.

De medewerkersgroep bestaat (inclusief bestuursleden) uit een kleine 30 personen. Zij werken in teams rond de verschillende taakgebieden[4] waardoor continuïteit gewaarborgd wordt. Voor afstemming binnen de teams wordt gebruik gemaakt van een eigen groepsapp, terwijl er naar behoefte onderling of gezamenlijk overleg wordt ingepland - de uitkomsten worden breed gedeeld.
Winkelmedewerkers doen hun werk zelfstandig; zij staan 'alleen' in de winkel, maar werken wel als team. Een winkel-agenda/logboek en roosterapp zijn belangrijke communicatiemiddelen voor overdracht, afstemming en opmerkingen in en uit de winkelpraktijk.
Inzetbaarheid is afgestemd op persoonlijke mogelijkheden, met een minimum van 1 dagdeel per 2 weken.

De status van de Stichting Wereldwinkel Culemborg als organisatie die met vrijwilligers werkt, betekent dat wij deel uitmaken van het netwerk van ELK welzijn, en gebruiker/aanbieder zijn op de site Culemborg voor Elkaar.
De redenen van mensen om vrijwilligerswerk te zoeken zijn divers, en hun capaciteiten en voorkeuren ook. We investeren daarom in kennismakingsgesprekken met elke belangstellende waarin wederzijdse verwachtingen gedeeld worden, en in een uitgebreide inwerk/oriëntatie periode

[4] inkoop nonfood, inkoop en beheer food, etaleren/stylen, verkoop, roosterplanning, PR/communicatie, gebouw/techniek/automatisering, financiële administratie

waarin naar maatwerk gezocht kan worden binnen de mogelijkheden van ons 'bedrijf'.
Er is expliciet aandacht voor het welbevinden van de medewerkers: vrijwilligerswerk doe je voor je plezier, moet voldoening geven, en goed toegerust uitgevoerd kunnen worden. Dat vereist passend teamwork (one size fits nobody).

Speerpunten beleid

- Investeren in medewerkers: oog voor persoonlijke omstandigheden en ambities, ondersteunen kennis en vaardigheden, sociale activiteiten
- Continuïteit bestuur: anticiperen op eindigheid zittingstermijnen
- Versterking kennis en vaardigheden op het gebied van digitalisering/automatisering.

2. Winkel(omgeving),

Onze winkel is klein maar aantrekkelijk: een bijzondere ovale 'kiosk' 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 redelijk centraal en zeker uniek te noemen met de molen, de historische stadswal en twee toegangsroutes naar de binnenstad. De herinrichting van Het Jach heeft een aantrekkelijk plein opgeleverd, terwijl de aanwezige middenstand een levendige aanloop garandeert.
In financieel opzicht is het pandje van grote betekenis voor de toekomstbestendigheid van de Wereldwinkel: aan de gemeente hoeft alleen een lage erfpacht betaald te worden. Deze situatie is t/m 2030 gegarandeerd.

Speerpunten beleid

- Onderhoud, inrichting en inventaris up to date houden
- Winkelomgeving aantrekkelijk houden: preventieve maatregelen m.b.t. zwerf- en wegwerpafval (peuken, horecarestanten, verpakkingsmateriaal)

3. Assortiment, inkoopbeleid

In lijn met het lidmaatschap van Wereldwinkels Nederland is ons 'profiel' Fairtrade, met ruimte voor (lokaal) sociaal/maatschappelijk ondernemerschap en goede doelen (in de verhouding 85% - 15% van de inkoop).
Het assortiment is gericht op een brede doelgroep: klanten kunnen bij ons slagen voor 'livings', cadeauartikelen, serviesgoed en modeaccessoires tussen de 1 en 100 euro - voor alle leeftijden - in Culemborg een uniek en onderscheidend assortiment. Bovendien beschikken wij over een kleine foodafdeling met Fairtrade producten (in toenemende mate ook biologisch en vegan) en lokale producten met een duurzaamheidsprofiel. Door de trage doorloopsnelheid is zorgvuldig beheer vereist (houdbaarheid). Toch is hier een gemotiveerde klantenkring voor, en zijn foodproducten (m.n. de mooie cadeaupakketjes) in toenemende mate een waardevol cadeautje voor mensen die willen ontspullen.

Daarnaast is een apart etalage schap ingericht voor Amnesty artikelen – mede als fysiek herkenningspunt voor de afdeling Culemborg van Amnesty.[5]
De etaleuses zorgen bovendien voor een afwisselende presentatie, zodat het altijd de moeite loont om even binnen te komen kijken.

Omdat de winkel klein is, zonder magazijn en mét een breed, gevarieerd assortiment, is vrijwel geen voorraadvorming mogelijk. Dat maakt ons echter ook meer flexibel: er wordt wekelijks naar behoefte ingekocht, en wij kunnen snel inspelen op specifieke vragen en bestellingen van klanten. De aanwezigheid van de meeste Fairtrade importeurs op het bedrijventerrein van Culemborg is daarbij natuurlijk een groot voordeel.

Speerpunten beleid

- Scherp blijven op vernieuwing, in combinatie met het Fairtrade gehalte van nieuwe importeurs en nieuwe artikelen (vaak is er juist een focus op duurzaamheid of sprake van een bijzonder project)[6]
- Een sterkere focus op 'het verhaal achter het product': opbouwen en onderhouden van actuele productinformatie in Wereldkassa en in de Winkel (zie ook paragraaf 4 en 5).

4. PR/Communicatie

De huidige tijd vraagt om scherpere profilering van het verhaal van eerlijke handel en de zin van ontwikkelingssamenwerking gebaseerd op de wereldwijde Fairtrade principes. Dat betekent een sterker accent op de Wereldwinkel als actiewinkel. Tegelijkertijd draait het om een gezond winkelbedrijf.
Wij streven er dan ook naar een toonaangevende winkel te zijn die maatschappelijke verantwoordelijkheid koppelt aan commercieel succes.

Actieve deelname aan de sociale media is daarbij onmisbaar, evenals activiteiten en initiatieven die buiten het reguliere winkelbedrijf vallen, maar aansluiten bij binnenstadactiviteiten en landelijke acties[7] die bij ons profiel passen en onze zichtbaarheid vergroten. Het aan de weg timmeren is echter arbeidsintensief. Haalbare keuzes maken is het devies – liever minder en goed dan van alles een beetje.

Speerpunten beleid

- Het actieprofiel versterken: verhaal achter het product meer zichtbaar maken, en merkbekendheid vergroten:
  - Digitale aanwezigheid optimaliseren (structurele inzet van sociale media

---

5 De universele mensenrechten vertonen een overlap met de Fairtrade principes

6 Wereldwinkels Nederland heeft een beoordelingscommissie die importeurs toetst en die een advieslijst van Fairtrade importeurs onderhoudt

7 Wereldwinkels Nederland en Wereldwinkel.NU (de twee landelijke verenigingen waar respectievelijk 79 en 25 Wereldwinkels - op een totaal van 176 Wereldwinkels - lid van zijn) werken aan vormen voor een gezamenlijke PR profilering, zoals 'Wereldwinkelmagazine'

en website)
- Kansen blijven benutten die lokale acties/media bieden
- Partnerschap blijven nastreven met passende activiteiten van organisaties, ondernemingen, verenigingen, goede doelen e.d.

- Het karakter van een leuke, deskundige vrijwilligersorganisatie expliciet uitdragen

5. Automatisering/digitalisering

De afgelopen beleidsperiode is geïnvesteerd in vervanging van het verouderde kasregister met de invoering van Wereldkassa. Hiermee is een belangrijke stap gezet met aansluiting op actuele informatietechnologie en betaaltechnologie, waarmee de bedrijfsvoering toekomstbestendiger is geworden.
Alle Wereldwinkel documentatie is geborgd en beschikbaar in de Cloud.
Bij invoering van Wereldkassa is de tablet vervangen door twee computers met ruim beeldscherm, waarop deze informatie eenvoudig beschikbaar is, evenals de gebruikelijke functies van Google. Naast de vaste apparatuur beschikken we over een mobiel pinapparaat en een smartfoon voor winkelgebruik.
De Stichting Wereldwinkel Culemborg maakt gebruik van een bestaande website en facebook waarop de winkel met haar productaanbod wordt gepromoot - binnenkort aangevuld met een monitor in de etalage die ook buiten de openingstijden onze klanten informeert.

Speerpunten beleid

- Investeren in gebruiksvriendelijkheid van deze 'bedrijfsmiddelen' door het verzorgen van wegwijzers in de veelheid aan beschikbare informatie en functies, en het aanbieden van scholing
- Borgen van functioneel- en technisch beheer, en van het hele systeem waarin de kassa functioneert
- Het realiseren van een helpdesk/achterwacht Wereldkassa bij vastlopers in de dagelijkse verkooppraktijk.

6. Financieel beleid

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 is er belegd in een *fonds voor Oikokredieten* en bij *ASN beleggen zakelijk.*

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%. Het financiële beleid is daar dan ook op gericht en de resultaten zullen jaarlijks tegen

het licht van de genoemde 4% norm gehouden worden.

De invoering van Wereldkassa biedt meer functionaliteiten voor de financiële administratie; inkoopverwerking en voorraadbeheer zijn daar wel nauw mee verbonden.

Speerpunt beleid

- Een evenwichtige relatie tussen de jaarbegrotingen/activiteitenplanning en kostenbewaking (de 4% norm).

Culemborg, febr. 2025