

Wereldwinkel Bergen Nh

WERELDWINKEL



Missie, visie en strategie

Missie

De missie van Stichting Wereldwinkel Bergen is het bevorderen van eerlijke handel voor producten uit ontwikkelingslanden. Daarbij staan de volgende waarden centraal:

- verbetering van de levensomstandigheden van kleine producenten door het vergroten van de afzet van hun producten tegen een eerlijke prijs.
- duurzaam produceren, respect voor mens, natuur en milieu
- geen uitbuiting, eerlijke tussenhandel, eerlijke kansen ook voor de armste producenten
- respect voor de medemens, geen kinderarbeid

De Wereldwinkel Bergen vindt dat producten gemaakt en verhandeld moeten zijn met respect voor mens en milieu. Producenten moeten zorgen voor behoorlijke werkomstandigheden en vakbondsvrijheid voor hun werknemers. Hun activiteiten mogen het milieu niet te zeer belasten en er mag geen sprake zijn van uitbuiting van kinderen. Als kinderen bij de productie helpen, dan moet dat zeer beperkt zijn, niet een verplicht karakter hebben. Daarnaast moeten zij naar school kunnen en vrije tijd hebben. Om dit te waarborgen is de Wereldwinkel Bergen lid van de Landelijke Vereniging Wereldwinkels en koopt zij haar producten in bij de inkoopcentrale Culemborg.

De Wereldwinkel Bergen biedt naast eerlijke producten aan de consument een zinvolle tijdsbesteding aan haar vrijwilligers. Zij waardeert haar vrijwilligers zeer en uit dit vaak op afwisselende wijze.

Visie

Onze visie is een wereld waarin eerlijke vrije handel mogelijk is voor iedereen en waarbij zoveel mogelijk producten uit ontwikkelingslanden, mits duurzaam en met respect voor mens en milieu geproduceerd, vrije toegang hebben tot de Europese markt en uiteindelijk een vaste plaats krijgen in het assortiment van de grotere verkoopketens. Om dit te waarborgen is de Wereldwinkel Bergen lid van de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels en koopt zij haar producten in bij de diverse importeurs in Culemborg. Om de eerlijkheidscriteria van de productie en handel zoveel mogelijk te waarborgen koopt Wereldwinkel Bergen alleen producten via gecertificeerde Fair-Trade organisaties.

Strategie

Om de continuïteit te garanderen heeft Wereldwinkel Bergen een stabiel en professioneel bestuur en een groot aantal toegewijde vrijwilligers.

Binnen deze strategie past het volgende:

- In lijn met de doelstelling van FairSupport het vergroten van de omzet met 5% per jaar. Dit betekent het realiseren van een omzet van ca. € 60.000,- in 2012.
- Goed netwerk opbouwen om de missie van de Wereld Winkel uit te dragen.
- In samenwerking met de Wereldwinkel Egmond activiteiten ontplooiën binnen de doelstellingen van de Millenniumgemeente Bergen met als doel een vergroting van de omzet van eerlijke handel en eerlijke producten.
- Bestuursleden en vrijwilligers werven in 2010 die deze strategie ondersteunen.

Marketingplan

De huidige situatie kenmerkt zich als volgt.

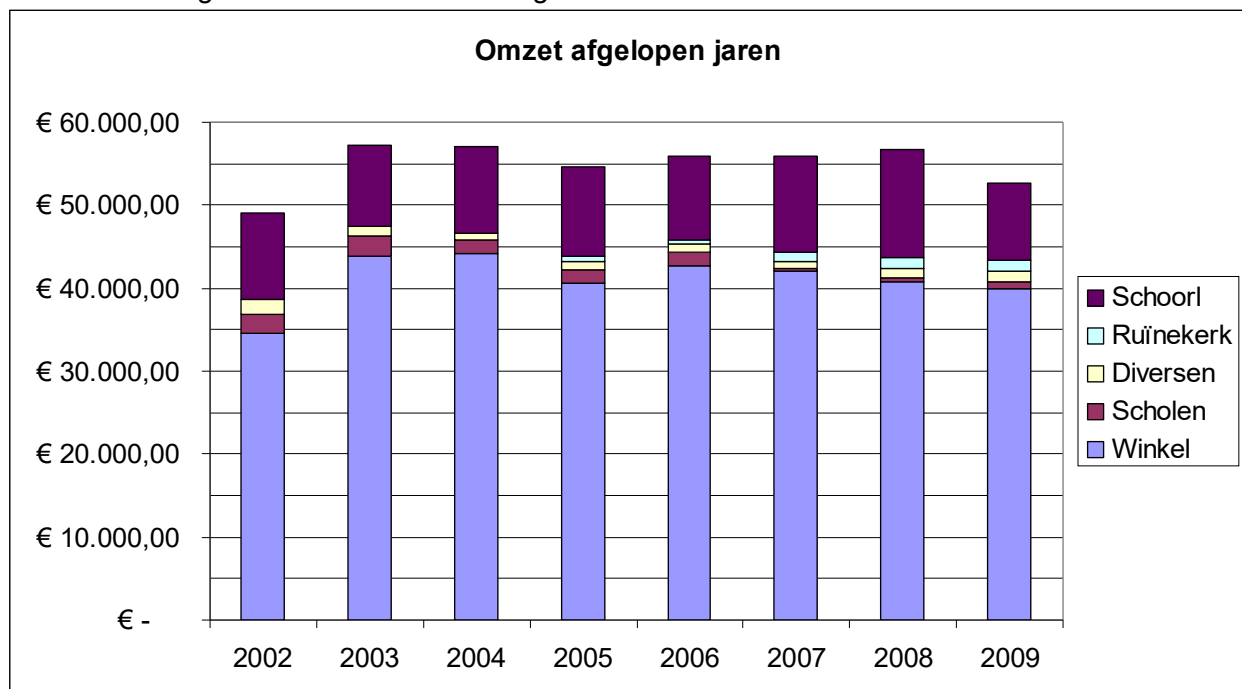
Sterke punten

- een winkel op een toplocatie in Bergen
- veel toerisme in Bergen en Schoorl
- in het weekend doen veel mensen Bergen en in mindere mate Schoorl aan
- naar verhouding een grote omzet
- veel marktactiviteiten in Bergen en Schoorl
- een grote groep toegewijde vrijwilligers
- lage vaste lasten
- Bergen is Millenniumgemeente geworden

Zwakke punten

- oppervlak winkel is te klein om het gehele assortiment attractief uit te stellen
- magazijn op grote afstand van de winkel
- geen winkel in het centrum van Schoorl

Onderstaande grafiek laat de ontwikkeling van de omzet vanaf 2002 zien.



Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

1. Vanaf 2003 is er sprake van een geleidelijke daling van de omzet van de winkel in Bergen van ca. € 44.000 tot € 40.000.
2. De schommelingen in de omzet van Schoorl laten zich verklaren door de schommelingen in de verkoop van kerstpakketten. De omzet van de maandelijkse verkoop in de kerk en in de winkel van de familie Louter is stabiel op ca. € 6.000,-. Er kan dus, afhankelijk van de inspanningen, een grote omzet in kerstpakketten behaald worden.
3. De omzet bij scholen in Bergen is meer dan gehalveerd.
4. De omzet in de kerk in Bergen (eerst Witte Kerk en later de Ruinekerk) is stabiel.
5. Bij markten kan een behoorlijke omzet behaald worden (zie de post Diversen). Dat is zeker de ervaring van het afgelopen jaar.

Marketingplan (vervolg)

Als we de omzetzaling willen stoppen en zelfs een omzetverhoging met 5% per jaar willen realiseren, dan is consolidatie van de huidige activiteiten onvoldoende. Er zijn dan verschillende scenario's mogelijk.

- 1) Allereerst een verhoging van omzet door het ontwikkelen van nieuwe activiteiten binnen de bestaande organisatie en omgeving. In dit scenario blijven we gevestigd in het Oude Raethuys en in het huidige magazijn en is er een maandelijks verkoop in Schoorl en Bergen in de kerk.
 - a. Op verschillende manieren wordt meer naamsbekendheid gegeven aan de wereldwinkel. Dit kan zijn door adverteren, artikelen in lokale kranten, speciale acties en door een duidelijker presentatie van de buitenkant van de winkel.
 - b. Potentiële klanten worden actief benaderd om nieuwe omzet te genereren. Niet alleen scholen, maar ook verenigingen, bedrijven, e.d.
 - c. We doen mee aan meerdere markten per jaar.
 - d. Schoorl en Bergen maken en verkopen actief kerstpakketten.
 - e. Binnen de Millenniumdoelstelling gaan we actief de markt benaderen om voorlichting te geven en nieuwe klanten te werven.
 - f. We gaan de winkel in Bergen tijdens het zomerseizoen op zondagmiddag openen.
 - g. De consequenties zijn dat er binnen het bestuur een nieuw bestuurslid verantwoordelijk wordt voor P/R, Voorlichting en Marketing. De marktactiviteiten zullen een eigen verantwoordelijke moeten krijgen. Ook zullen er meer medewerkers moeten worden aangetrokken.
- 2) Schoorl is ook een toeristische gemeente met veel bezoekers en wekelijkse markten in het seizoen. In dit scenario wordt een kleine winkel in het centrum van Schoorl geopend. Het zal moeilijk zijn een goede locatie tegen een redelijke prijs te vinden. Maar wellicht is onderhuur een goede optie. Er zullen meer vrijwilligers moeten worden aangetrokken voor de winkel. Dit scenario is financieel haalbaar als een extra omzet van € 20.000 tot € 25.000 wordt gerealiseerd. Verder onderzoek is nodig om de haalbaarheid te onderzoeken.
- 3) Het betrekken van een grotere winkel in Bergen op een toplocatie is geen haalbare optie door de zeer hoge huurprijzen van winkels. Verhuizen naar een locatie buiten het centrum zal niet leiden tot verhoging van de omzet, mogelijk eerder een daling. Een ander alternatief is de vergroting van de winkelruimte binnen onze bestaande locatie, het Oude Raethuys. We blijven dan op een toplocatie en hebben hetzelfde klantenbereik. Door een betere presentatie zal de omzet zeker toenemen. Hoewel de kans van slagen zeer klein is, zal dit nader onderzocht worden.

Sponsoring

Het doel van sponsoring van de Wereld Winkel Bergen is de missie en de visie van de wereldwinkel te bevorderen. Dat kan zijn door met de sponsoring de missie van de WW verder inhoud te geven (het realiseren van een eerlijke wereldhandel), maar ook door met sponsoring de actuele nood van mensen te lenigen. Daarnaast naamsbekendheid krijgen in Bergen en Schoorl door het sponsoren van en meedoen aan plaatselijke activiteiten.

Het bedrag dat de wereldwinkel in een bepaald jaar voor sponsoring beschikbaar stelt, wordt bepaald naar aanleiding van het financiële resultaat van het voorafgaande jaar. De hoogte van het bedrag zal jaarlijks in het voorjaar door het bestuur worden vastgesteld.

Procedure

- Alle sponsorverzoeken worden schriftelijk ingediend bij het bestuur van Wereldwinkel Bergen;
- Sponsorverzoeken worden door het bestuur beoordeeld aan de hand van de onderstaande criteria;
- Het bestuur zet advies en/of motivering op de aanvraag. Ook bij afwijzingen;
- Het bestuur stuurt desgewenst een afwijzing- c.q. toekenningbericht;
- Bij toekenning maakt het bestuur afspraken over de tegenprestatie;
- Bij toekenning maakt de penningmeester het afgesproken bedrag over;
- Alle aanvragen worden gearhiveerd.

Criteria

- Onze sponsordoelen hebben op de een of andere manier raakvlakken met het beleid en de filosofie van de wereldwinkel of zorgen voor plaatselijke publiciteit
- Een te sponsoren organisatie moet een contactpersoon in Nederland hebben.
- De te sponsoren organisatie is bereid mee te werken aan publiciteit met naamsvermelding van de Wereldwinkel;
- Het sponsordoel moet bij voorkeur liggen in één van de landen van onze producenten en direct of indirect bijdragen aan eerlijke handel.
- Een te sponsoren organisatie met het CBF-keur heeft de voorkeur.
- De sponsoraanvraag moet politiek neutraal zijn;
- Er mag geen precedentwerking ontstaan;
- Over het algemeen eenmalige aanvragen, niet steeds terugkerende activiteiten;
- Het sponsorbedrag mag niet besteed worden aan salariëring van de te sponsoren organisatie;
- De te sponsoren organisatie moet verantwoording over de bestede gelden afleggen;
- Voor een sponsordoel moet draagvlak binnen onze organisatie zijn;

Financieel beleid

Algemeen

De doelstellingen van het financieel beleid binnen onze Wereldwinkel zijn:

- Op de verkopen van de producten moet een zodanige winst gerealiseerd worden, dat een sluitende exploitatiebegroting gerealiseerd kan worden
- Het behouden van voldoende reserves om toekomstige investeringen en activiteiten te kunnen opvangen

Een sluitende exploitatie betekent: geen geld tekortkomen, maar ook geen geld overhouden. Geld dat wij als wereldwinkel verdienen om het ideële doel te verwezenlijken moet ook daadwerkelijk aan deze doelen worden besteed. Dat wil niet zeggen dat elk jaar de volledige nettowinst moet worden besteed, maar wel dat dit op langere termijn moet gebeuren. Het principe van de sluitende exploitatie heeft tot gevolg dat reserveren nimmer een doel is, maar hooguit een middel om toekomstige investeringen en activiteiten op te vangen: geen spaarpot, maar een buffer.

Er blijft onzekerheid over hoe lang we nog in het Oude Raethuys kunnen blijven. Als we moeten vertrekken, zal een grote investering nodig zijn om een alternatieve locatie te betrekken. Dat betekent dat hiervoor grote reserves moeten worden aangehouden. De verwerving en inrichting van een nieuwe winkel zal een investering van € 50.000 tot € 100.000 vergen. Ook wanneer nieuwe activiteiten moeten worden opgestart zal hiervoor kapitaal nodig zijn.

De huidige gezonde financiële positie kan alleen worden behouden als de inkoopkosten significant lager zijn dan de verkoopopbrengsten. De invloed hierop is beperkt. Scherp inkopen of het verkrijgen van kwantumkorting is niet aan de orde voor de wereldwinkel. De verkoopresultaten kunnen alleen worden beïnvloed door het aandeel Non-Food te verhogen bij een gelijkblijvende omzet. De winstmarge op Non-Food is immers aanzienlijk hoger dan die op Food. Wel kan de omzet vergroot worden door de juiste marketingstrategie. Omzetvergroting zal dan leiden tot een verhoging van de winst.

Waar de wereldwinkel wel in kan sturen is de omvang van de magazijnvoorraad. Deze moet zoveel mogelijk beperkt worden gehouden.

Kaders

- De wereldwinkel heeft maximaal € 100.000,- aan algemene reserves.
- Voor verwachte grote uitgaven kan een voorziening op de balans worden getroffen.
- Het saldo op de betaalrekening moet zoveel mogelijk beperkt worden gehouden (ca. 10% van de jaaronzet). Het overige wordt ondergebracht op een spaarrekening bij de ASB bank (of andere ideologische bank) met een zo hoog mogelijke rente.
- Magazijnvoorraden worden jaarlijks (eerste week van januari) gewaardeerd op basis van inkooprijzen.
- Van derving (verliezen, breuk en eigen verbruik) wordt een overzicht bijgehouden.
- Jaarlijks (voor 1 maart) wordt van het voorgaande jaar de exploitatierekening en de balans opgemaakt.
- Jaarlijks (voor 15 december) wordt voor het komende jaar een begroting opgemaakt.
- De bestemming van de winst wordt jaarlijks door het bestuur bepaald.