

# Beleidsplan

2017-2019

Van 10.000 naar 100.000!



Stichting EerlijkWinkelen

## Inleiding

Dit is het 3 jarig beleidsplan van de Stichting EerlijkWinkelen voor de periode 2017-2019. Hierin zetten we uiteen waar we naar toe willen de komende drie jaar en hoe we dat gaan bereiken.

We hebben het gevoel aan de vooravond te staan van een doorbraak voor EerlijkWinkelen en het momentum willen we graag aangrijpen om dit ook daadwerkelijk te laten gebeuren. De aandacht voor duurzaam winkelen blijft toenemen, maar slechts een minderheid zet de wens om met meer aandacht voor mens en milieu te winkelen om in daden. Hier zijn verschillende redenen voor, een daarvan is dat consumenten niet weten waar ze de juiste producten kunnen vinden en hoe ze die kunnen herkennen. Hier is EerlijkWinkelen een uitermate geschikt instrument voor. Tegelijkertijd merken we dat de onbekendheid met EerlijkWinkelen groot is en dat we hier dus hard aan moeten werken. We zien dit als een grote kans die we de komende jaren zullen benutten en verzilveren.

Hoe meer mensen duurzaam winkelen hoe groter de positieve impact op mens en milieu wereldwijd. En daar doen we het allemaal voor!

Het bestuur van Stichting EerlijkWinkelen,

Januari 2017

## Algemene gegevens

Stichting EerlijkWinkelen is opgericht op 27 juli 2010.

De stichting is ingeschreven bij de kamer van koophandel onder dossiernummer 50486802 en bij de belastingdienst onder dossiernummer 8227.63.874.

De stichting is gevestigd in de New World Campus, Spaarneplein 2, 2515 VK Den Haag. De site [www.eerlijkwinkelen.nl](http://www.eerlijkwinkelen.nl) geeft een goed inzicht in wat EerlijkWinkelen doet en waarom.

## Bestuur

De stichting bestaat uit minimaal 3 bestuursleden, waarin familieleden geen meerderheid kunnen hebben. Beslissingen worden bij meerderheid van stemmen genomen.

Bij de oprichting d.d. 27 juli 2010 bestond het bestuur uit:

- Karen Kammeraat
- Julia Jantina Schipper
- Sandra Ida Odilia Buster
- Hanneke Snuverink
- Jenny Berlo

Per 31 december 2016 bestaat het bestuur uit:

- Karen Kammeraat
- Mark van Kollenburg
- Sandra Buster
- Elisa Huijsman

## Visie

Een wereld waarin mensen respectvol worden behandeld en fatsoenlijk worden beloond voor hun inspanningen en waarin de natuur geen negatieve effecten ondervindt van ons consumentengedrag.

## Missie

Consumenten ertoe bewegen vaker een duurzame keuze te maken bij het aanschaffen van producten.

Door te laten zien waar duurzame alternatieven te vinden zijn, hoe je ze kunt herkennen en bewustwording te creëren dat duurzame alternatieven leuk en hip zijn en niet per se duurder.

## Kernprincipes en uitgangspunten van de stichting

### *Statutaire doelstelling*

De stichting heeft als doel:

- Het onder de aandacht van consumenten brengen van de mogelijkheden van fair trade, biologisch, ecologisch, tweedehands en anderszins duurzaam winkelen in Nederland;
- Het bevorderen van de samenwerking met en tussen initiatieven die een vergelijkbaar doel nastreven;
- Het verrichten van alle verdere handelingen, die met vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn

De stichting tracht dit doel onder meer te bereiken door:

- In zoveel mogelijk gemeenten, waar mogelijk met lokale maatschappelijke organisaties, lokale overheid of plaatselijke vrijwilligers, selecties ('routes') samen te stellen van leuke en hippe winkels die aantoonbaar fair trade, biologische en/of tweedehands producten verkopen.
- Deze selecties op diverse manieren onder de aandacht te brengen van een groot publiek:
  - De app met daarin winkels per plaats
  - De website [EerlijkWinkelen.nl](http://EerlijkWinkelen.nl)
  - De verspreiding van gedrukte routekaarten
- Offline (beurzen) en online (sociale media) actief aandacht schenken vergelijkbare initiatieven die een duurzame consumptie en productie stimuleren.

## SWOT analyse

EerlijkWinkelen heeft de volgende sterke en zwakke kanten en ziet de volgende kansen en bedreigingen:

### Sterktes

- Alle producten en sectoren zijn vertegenwoordigd.
- Een goed werkende app en site.
- Up-to-date database van winkels.
- Sympathiek, leuk, positief.
- Spreiding over Nederland.
- Duidelijke criteria.
- Betrouwbare, enthousiaste en betrokken vrijwilligers in een aantal steden.
- Goed overzicht van organisaties en personen die in hetzelfde veld actief zijn.
- Veel volgers op Twitter en een groeiend aantal op Facebook en Instagram.

### Zwaktes:

- Het bestuur is klein en zowel uitvoerend als strategisch.
- Geen structurele inkomsten.
- Geen urgentie of nieuwsaarde.
- Database van vrijwilligers is kwetsbaar en niet iedereen is even actief.
- Het effect van ons werk is moeilijk in kaart te brengen.
- Er missen nog een aantal grote steden.

### Kansen:

- Een grote groep consumenten zegt duurzamer te willen shoppen (maar doet het niet).
- Publiciteit zoeken via mainstream bladen en beurzen.
- We zijn complementair aan bestaande organisaties in hetzelfde werkveld en kunnen elkaar promoten.
- Er is een grote hoeveelheid lokale organisaties en netwerken.
- De (1700) winkels in ons bestand meer betrekken.
- Aandacht voor de Sustainable Development Goals. Wij sluiten aan bij SDG12 en SDG17.
- Stagiaires aannemen voor bepaalde taken/projecten.

### Bedreigingen:

- Ondernemers/winkels hebben vaak weinig tijd en veel aan hun hoofd.
- Weinig financieringsmogelijkheden. Duurzame subsidies vaak gericht op duurzame energie, lokaal groen en sociale cohesie.
- Moeilijk om nieuwe vrijwilligers te vinden en behouden.

Onze sterktes zullen we in onze communicatie beter naar voren laten komen. We zijn bezig met het genereren van inkomsten door promotionele en andere diensten aan te bieden. Dit geeft ons ook meer contactmomenten met winkels die we daarmee ook kunnen uitnodigen EerlijkWinkelen meer te promoten.

We blijven actief op zoek naar nieuwe vrijwilligers, ook en juist in de grote steden die nog niet in onze database vertegenwoordigd zijn. We gaan onderzoeken of een deel van het werk door stagiaires uitgevoerd kan worden.

## Beleid

De afgelopen 5 jaar is EerlijkWinkelen langzaam maar gestaag gegroeid in aantal steden en aantal gebruikers. Op jaarbasis komen er sinds het ontstaan van de stichting zo'n tien steden bij. EerlijkWinkelen kende afwisselend periodes met een zeer actief en een minder actief bestuur.

Sinds 2013 is de kern van het bestuur stabiel, gedreven en over het algemeen actief. Het bestuur is zowel richtinggevend als uitvoerend en bestaat geheel uit vrijwilligers. Dit resulteert soms in periodes van minder activiteit bij een of meer bestuursleden omdat betaalde opdrachten voorrang kunnen krijgen.

Onder dit bestuur zijn de app en de nieuwe site tot stand gekomen en dat heeft geresulteerd in meer belangstelling en een flinke groei van het aantal bezoekers. Het huidige bestuur is vastbesloten om EerlijkWinkelen onder de aandacht te brengen van een groter publiek. Niet voor niets is het motto van dit beleidsplan van 10.000 naar 100.000!

## Activiteiten

Momenteel voeren we de volgende activiteiten uit:

- Onderhouden van contact met en faciliteren van lokale coördinatoren in gemeenten die een selectie EerlijkWinkelen hebben;
- Onderhoud en verbetering van de app en website met winkels per plaats;
- De productie (inhoudelijk toetsen, vormgeving en coördinatie drukwerk) en verspreiding van gedrukte routekaarten in (nieuwe) bij EerlijkWinkelen aangesloten gemeenten;
- Vermelden van (web)winkels op de app en website EerlijkWinkelen.nl;
- Het schrijven en publiceren van blogs, nieuwsbrieven en uitingen op sociale media. Als we dit doen voor een specifieke winkel vragen we daar een vergoeding voor.
- Bedenken, bestellen, verspreiden en verkopen van promotiemateriaal.
- Promotie van EerlijkWinkelen door aanwezigheid op beurzen en evenementen en via goodiebags.
- Identificeren en opzoeken van partners die in samenwerking een meerwaarde kunnen hebben.
- Communicatie met externe partijen die vragen hebben of advies willen.

Om meer bekendheid te krijgen en als gevolg meer bezoekers en gebruikers zullen we een aantal activiteiten intensiever moeten gaan uitvoeren en nieuwe activiteiten moeten ontplooiën.

## Nieuwe activiteiten

De volgende nieuwe activiteiten zijn gepland:

- ANBI status behalen. Met een ANBI status kunnen donateurs giften aftrekken van de belasting, wat ons aantrekkelijker maakt voor donateurs. Een ANBI geeft de mogelijkheid ons in te schrijven bij de Google Foundation voor gratis Adwords. Tenslotte verleent een ANBI status een professionele uitstraling.
- Contacten leggen met vrijwilligers/ondernemers/organisaties in gemeenten die nog geen selectie/route EerlijkWinkelen hebben, met name in de gemeenten die in de top 50 van grote gemeenten staan. Hoe meer gemeenten, hoe meer bekendheid in verschillende gemeenten. Een groter aanbod maakt de app ook aantrekkelijker voor meer gebruikers. In 2017 ligt de nadruk op Maastricht, Enschede en Almere.
- Aan de omschrijvingen van de winkels een samenvatting in het Engels toevoegen om zo de app en site ook te ontsluiten voor expats en toeristen. In 2017 doen we dit in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht.
- Bijzonder en aantrekkelijk promotiemateriaal ontwikkelen en verspreiden zodat EerlijkWinkelen vaker gezien wordt.
- Slimmer en meer online promotie door bijvoorbeeld betere SEO en Adwords.
- Meer aanwezigheid op beurzen en evenementen. Eventueel in 2019 een eigen evenement organiseren. In 2017 zijn we aanwezig op het LINDA Festival in juni (als het budget het toelaat) en de PuurFair in september. We onderzoeken de aanwezigheid op de Biobeurs in januari 2018.
- Meer aandacht in mainstream bladen (vrouwenbladen, vrijetijdsbladen, supermarktmagazines). Hier zullen we 2 a 4 keer per jaar de diensten van PersWereld voor in zetten.
- Ansichtkaarten verspreiden via bijvoorbeeld foodboxen, zoals de Beebox.
- Winkeliers stimuleren om EerlijkWinkelen actiever te promoten. Met ingang van de eerste helft van 2017 gaan we in ieder geval 3 a 4 keer per jaar een nieuwsbrief/update naar de winkels in onze database sturen met daarin relevant nieuws en informatie over promotiemogelijkheden en aanbiedingen, zodat er regelmatig contact is.
- Onszelf profileren als sprekers en adviseurs op evenementen en voor particulieren ('shoptherapie'). Of op scholen.
- De ansichtkaarten meer verspreiden, bijvoorbeeld door een gespecialiseerde organisatie. In 2018 beoordelen we of we een nieuwe kaart nodig hebben.
- In 2018 of 2019 een leuke actie organiseren, zoals bijvoorbeeld de Eerlijkste Consument.

## Samenwerking met andere partijen

Er zijn heel wat partijen die zich bezig houden met duurzame consumptie in Nederland. Een aantal zijn actief in een ander deel van de keten (bv het beïnvloeden van bedrijven om duurzamer te produceren), een aantal met onderzoek doen naar in hoeverre productie duurzaam is (Rank a Brand, Questionmark), er worden keurmerken en labels verleend (Max Havelaar, Utz, Fair Wear, Made-By). Wij zien onszelf aanvullend aan deze partijen en zullen hun werk delen en promoten.

Er zijn ook organisaties die min of meer hetzelfde doel hebben, zoals AllesDuurzaam, de Goede Gids, Talking Dress en recent ook Buy the Change van Triodos Bank. Omdat wij een idealistisch doel hebben en het ons om het doel gaat en niet om het in stand houden van de stichting per se, zien wij niet uit naar concurrentie met een of meerdere van deze partijen. Echter, het blijkt dat de (kleine) verschillen er vaak in resulteren dat vergaande samenwerking niet lukt.

Voorlopig trekt EerlijkWinkelen haar eigen koers, zal samenwerken met andere partijen als dat ook voor EerlijkWinkelen voordelig is (meer bekendheid) en staat open voor concrete samenwerkingsverzoeken van andere partijen.



## Financiële planning

### Inkomsten

EerlijkWinkelen werft fondsen uit verschillende kanalen om zo de kosten te kunnen dekken. Op middellange termijn zouden we graag een coördinator aannemen voor circa twee dagen in de week om de continuïteit te waarborgen en het bestuur meer ruimte te geven voor strategische beslissingen en uitvoering. Tot nu toe zijn we niet in staat geweest daar voldoende fondsen voor te werven.

De planning voor de komende jaren, wat al in ingezet eind 2016, is om meer inkomsten te verwerven door het aanbieden van zogeheten sponsored content (betaalde inhoud) op onze site, nieuwsbrief en sociale mediakanalen. Ook zullen we actiever inzetten op de verkoop van promotiematerialen. De afgelopen jaren kwam een groot deel van de inkomsten uit de verkoop van papieren kaartjes. Dit neemt logischerwijs af sinds de app er is.

EerlijkWinkelen ontvangt inkomsten uit:

- Subsidies
- Verkoop van plattegronden (z-cards) van gemeenten waarop een selectie van de eerlijke winkels in die gemeente is afgebeeld.
- Vergoeding voor extra promotie voor winkels die vermeld staan op de site/app, bijvoorbeeld via een blog, nieuwsbrief of de sociale mediakanalen van EerlijkWinkelen.
- Verkoop van promotiematerialen aan gemeenten, winkels en particulieren (vlaggen, raamstickers, kaarten, pennen, stickers, tassen, etc.)
- Vergoeding van een uitdraai van winkels in de EerlijkWinkelen database, bijvoorbeeld in een bepaalde sector of productgroep.

In 2016 bedroegen de inkomsten EUR 15.000.

Voor 2017 streven we naar EUR 16.000;

Voor 2018 naar EUR 18.000;

En in 2019 naar EUR 21.000.

### Kosten

De kosten van EerlijkWinkelen betreffen met name:

- Kosten voor ontwerp en drukker van de routes;
- Kosten voor de onderhoud van de EerlijkWinkelen app en de website;
- Kosten voor ontwerp en productie van promotiemateriaal (stickers, pennen etc.);
- Vergoedingen aan vrijwilligers.
- Inhuur van extra capaciteit.

## **Beloning bestuurders**

De bestuurders ontvangen geen beloning.

## **Afwezigheid van winstoogmerk**

De stichting heeft geen winstoogmerk.

## **Bestemming liquidatiesaldo**

Indien het bestuur besluit tot ontbinding wordt tevens de bestemming van het liquidatiesaldo vastgesteld. Het liquidatiesaldo worden besteed overeenkomstig de doelstelling van de stichting.

## **Vermogen van de stichting**

Het vermogen blijft beperkt tot een vermogen dat nodig is voor de continuïteit van de stichting. Door het ontvangen van incidentele giften kan het vermogen gedurende het jaar fluctueren.

## **Beheer van het vermogen**

De stichting houdt een administratie aan waaruit blijkt: dat er geen beloningen aan bestuurders worden uitgegeven, de aard en de omvang van de kosten van werving en beheer evenals de anderen door de instelling gemaakte kosten, de aard en de omvang van de inkomsten en het aangehouden vermogen van de instelling. Jaarlijks zal verantwoording worden afgelegd middels een jaarrekening.