



## Wereldwinkels Nederland Deelnemersbijeenkomst 2022

Zaterdag 17 september is de 8<sup>e</sup> editie van de Deelnemersbijeenkomst van Wereldwinkels Nederland gehouden. De bijeenkomst vindt plaats in De Witte Vosch in Utrecht. Ongeveer 45 medewerkers, veelal bestuursleden en coördinatoren, van 21 wereldwinkels, nemen deel.

### 1. Opening

Hanneke de Jong, voorzitter van Wereldwinkels Nederland, doet een welkomstwoord en benoemt hoe fijn het is om na 3 jaar weer fysiek samen te komen. Ook geeft ze een kort overzicht van het programma van de dag. Deze bijeenkomst staat in het teken van de twee thema's 'vrijwilligers' en 'ondernemerschap'. Ingrid Kerkvliet is dagvoorzitter. Willem-Jan de Gast zou komen spreken over het onderwerp 'vrijwilligers' maar is helaas verhinderd. Michaëla Merkus vervangt hem, en gaat in op 'de vrijwilligersreis'. Na de lunch vertelt Rodney Nikkels over zijn bedrijf 'Chocolatemakers'. Vervolgens delen Yvette en Karin van respectievelijk Wereldwinkel Zoetermeer en Wereldwinkel Aalsmeer, beide goed lopende wereldwinkels, ervaringen en tips. Er wordt afgesloten met een rondje 'vragen aan het bestuur', waarna nagepraat kan worden bij een borrel.

### 2. Welkomsactiviteit

Ingrid Kerkvliet stelt zich voor en begint met een opwarmertje. Aanwezigen bespreken in wisselende groepjes van drie de volgende vragen:

- Hoe ging het de afgelopen 3 jaar?
- Hoe gaat het nu?
- Wat is de grootste uitdaging nu met betrekking tot je wereldwinkel?
- Met welk gevoel ben je naar deze dag gekomen?

### Aanwezige wereldwinkels

Vervolgens worden de aanwezigen gevraagd plaats te nemen in de zaal volgens de windrichtingen. Spontaan ontstaat ook de groep 'Midden-Nederland'.

Aanwezige winkels uit het

- Noorden: Meppel, Leeuwarden, Groningen, Joure
- Zuiden: Berlicum, Sint Michielsgestel, Vught
- Westen: Castricum, Leiden, Aalsmeer, Bovenkarspel, Zoetermeer, Pijnacker, Delft, Sassenheim
- Oosten: Wierden en Raalte
- Midden: Leerdam, Harderwijk, Amersfoort, Wageningen, Culemborg

### Verwachtingen van Deelnemersbijeenkomst

Ingrid vraagt of mensen willen delen met welke verwachtingen ze naar deze Deelnemersbijeenkomst zijn gekomen.

Wereldwinkel Wierden: We zijn gekomen met een open mind. We zijn eind vorig jaar aangesloten bij Wereldwinkels Nederland en willen dit een jaar uittesten om te zien of het bevalt. We zijn met name

benieuwd naar wat Wereldwinkels Nederland ons te bieden heeft en wat jullie recente ontwikkelingen zijn.

Wereldwinkel Leeuwarden: We zijn nieuwsgierig naar een landelijke toekomstvisie. Hoe kunnen we als winkels ondersteund worden als we allemaal in dezelfde situatie komen te zitten (corona). Dit is een vraag aan het bestuur.

Wereldwinkel Sint Michielsgestel: We hebben problemen met vrijwilligers, voornamelijk met de werving daarvan. En met het omgaan met de nieuwe versus de oude generatie vrijwilligers. We krijgen graag handvatten hoe daarmee om te gaan.

Wereldwinkel Leerdam: Wij zijn met name geïnteresseerd in het thema 'ondernemen'. We willen graag weten: zijn we goed bezig? Hoe pakken andere wereldwinkels dingen aan? Hoe krijg je vrijwilligers mee in plannen die je voor ogen hebt? We horen graag ervaringen van andere wereldwinkels.

### **3. De vrijwilligersreis met Michaëla Merkus**

Ingrid bedankt Michaëla van harte dat ze op zo'n korte termijn in de gelegenheid was om te komen en Willem-Jan te vervangen. Michaëla vertelt dat ze jarenlang met Willem-Jan bij Movisie gewerkt heeft. Bij dit kennisinstituut zat ze op het thema 'vrijwillige inzet'. Momenteel geeft Michaëla coaching, training en advies bij Buro DUW rondom vrijwilligersmanagement, samenwerking en communicatie. Ze nodigt het publiek uit vooral veel vragen te stellen.

*De powerpoint presentatie van Michaëla is ter informatie apart beschikbaar op de website van Wereldwinkels Nederland.*

#### ***De Vrijwilligersreis***

De klantreis, die kennen veel mensen wel. Je verplaatst je in je klant. Wie komt er je winkel binnen? Wie zou je binnen willen hebben? Wat heb je de klant te bieden? Er zijn allerlei manieren om je klant aan je te binden. Wat zijn je contactmomenten? Hoe kun je uitreiken naar de klant waardoor mensen weten dat je er bent? Welke stappen moet een klant doorlopen om binnen te komen en te blijven? Dit zelfde principe van de klantreis kun je ook toepassen op vrijwilligers. Dat noemen we de 'vrijwilligersreis', een nieuwe benadering die kan helpen bij het aantrekken en behouden van vrijwilligers. Bij Buro DUW maken we steeds meer gebruik van de vrijwilligersreis. Ik ga jullie meenemen in de verschillende onderdelen ervan.

#### ***Trends en ontwikkelingen***

Eerst wat informatie over de trends en ontwikkelingen op het gebied van vrijwilligerswerk. De coronatijd heeft invloed gehad. Want door corona hebben mensen ervaren dat het best fijn is om het wat rustiger aan te doen. Sommige mensen deden meerdere vrijwillige klussen en zijn er achter gekomen dat het best prettig is om een klusje minder te doen. Ook het werknemerstekort in allerlei sectoren heeft zijn weerslag. Vrijwilligers worden ingezet om deze gaten te dichten. Er is daarom anno 2022 meer vraag naar vrijwilligers, maar tegelijkertijd is er minder vitaal aanbod.

Vrijwilligers zijn steeds vaker essentieel om dingen overeind te houden. Zij worden gezien als een middel dat ingezet kan worden. Als je op die manier kijkt, dan ga je vrijwilligers zien als een product. Je uitgangspunt wordt dan: wat heb ik nodig van een vrijwilliger? Deze denkwijze is eigenlijk niet meer van deze tijd.

Als je vrijwilligers wil aantrekken dan heb je dus momenteel veel concurrentie. Kortom, je moet het wel heel leuk maken wil je vrijwilligers naar je toe trekken. Tegelijkertijd is de vrijwilliger een andere geworden. Door corona zijn mensen losgeweekt en voelen minder directe binding met de organisatie

waar ze voor werken. Ze zijn in deze tijd meer toegewijd aan hun eigen individuele wensen en behoeften.

Opmerking uit publiek: De andere kant heb ik ook heel duidelijk meegemaakt. Mensen vonden het zo fijn om weer te komen toen het werken weer kon, dat ze extra gemotiveerd waren!

Er is een toename van diversiteit in het vrijwilligersbestand. Omdat er overal gaten vallen in organisaties worden nu nog meer mensen aan het werk gezet als vrijwilligers. Dit zijn in deze tijd ook meer mensen 'met een handleiding'. Bijvoorbeeld mensen die aan het re-integreren zijn na een burn-out of andere klachten. Ook zijn er tegenwoordig steeds meer mensen die op projectbasis willen werken in plaats van elke week dezelfde uren maken. Aan deze mensen kun je ook veel hebben, maar de basis van een wereldwinkel zijn toch de steady krachten die in staat zijn om elke week een winkeldienst te draaien.

Opmerking uit publiek: In onze wereldwinkel hebben we al jaren twee vluchtelingen werken. In het begin konden ze nog niet goed Nederlands spreken, maar inmiddels veel beter. Zij zijn een grote toevoeging voor de winkel. Ze kijken ook als jonge mensen naar de winkel, dat maakt dat je met een ander perspectief naar je winkel gaat kijken.

Je moet als wereldwinkel moeite doen voor goede ruil. Iets teruggeven aan de vrijwilliger. De winkel wil wat, maar de vrijwilliger ook. En als je dat als winkel niet levert, dan verdwijnt de energie.

### ***Laat je winkel een warm bad zijn***

Opmerking uit publiek: Het is belangrijk om geïnteresseerd te zijn in de mensen die binnenkomen. Creëer een sfeer van respect en open staan voor elkaar in je winkel. Als dat lukt, dan komen je mensen in een warm bad. Als je dat warme bad maar warm houdt, dan is het makkelijker om andere mensen binnen te halen. Dan groeit het vanzelf, door mond-tot-mond reclame. Deze onderlinge samenhang is het extraatje wat je kan bieden aan je vrijwilligers. Iedereen heeft zijn verhaal. Als je persoonlijke verhalen bij elkaar kan delen, dan willen mensen graag in je winkel komen.

Peter-Paul: Leiden investeert daarom in borrels en uitjes, om dit sociale platform te versterken.

Opmerking uit publiek: Wij roepen onze vrijwilligers elke maand bij elkaar. We noemen deze bijeenkomst bewust geen vergadering maar een ontmoeting. Het is vrijblijvend en er is koffie, er wordt informatie gedeeld én er is tijd om elkaar te ontmoeten. Mensen zien elkaar vaak niet in de winkel dus daarom is het belangrijk om deze contactmomenten te creëren.

Michaëla: Mooi beeld van dat warme bad. En soms wordt het bad ook te heet en willen mensen eruit. Laat dat dan toe. Mensen hebben allerlei behoeftes, die soms ook tegenstrijdig zijn. Ze willen ergens bijhoren en ook hun eigen weg gaan.

### ***Vrijwillige energie, de nieuwste bril***

*Powerpoint plaatje: Vrijwillige energie: de nieuwste bril. Naar circulaire en duurzame vrijwillige inzet.*

De manier waarop mensen vrijwillig actief willen zijn, verandert. Daarom is het van belang andere beelden en begrippen te gebruiken, die beter aansluiten bij hoe vrijwillige inzet zich manifesteert. Het begrip Vrijwillige Energie, geïntroduceerd door hoogleraar Lucas Meijs, geeft aan dat er in elke (lokale) samenleving een pool van (mogelijke) vrijwillige energie aanwezig is. Om die energie productief te maken, is er in veel gevallen een tussenschakel nodig, namelijk degene die aan vrijwilligersmanagement doet. In de terminologie van Meijs is dit een gatekeeper. Dat is de bemiddelaar (persoon/website) die de ongerichte vrijwillige energie helpt omzetten tot daadwerkelijke vrijwillige inzet.

Met die vrijwillige inzet kan, als deze binnen een organisatie plaatsvindt, door die organisatie op meerdere manieren worden omgegaan:

- De vrijwillige inzet kan verbruikt worden: door weinig aandacht en begeleiding, geen waardering, geen afspraken, geen feedback. De vrijwilliger doet een negatieve ervaring op waardoor de kans toeneemt dat hij/zij niet meer terugstroomt naar de pool van vrijwillige energie: de totale beschikbare hoeveelheid vrijwillige energie neemt af.
- De organisatie kan ook wel goed zorgen voor de vrijwilliger. Dat kan dan enerzijds leiden tot circulaire inzet: de vrijwilliger doet tijdens zijn/haar vrijwilligersreis meerdere taken, groeit van de ene functie naar de andere, komt regelmatig terug en blijft zo langere tijd verbonden aan de organisatie. Begeleiding en waardering op maat, ondersteuning en deskundigheidsbevordering en ruimte voor eigen inbreng en invloed zijn hier helpend. Anderzijds kan het, op de kortere of langere termijn, leiden tot duurzame inzet: de vrijwilliger die weggaat, wordt waar mogelijk ondersteund bij de volgende stap (aanbeveling, doorverwijzing, getuigschrift, ambassadeurschap). In deze beide gevallen blijft de vrijwillige energie behouden of groeit deze zelfs.

Kortom, het is belangrijk om als organisatie aan vrijwilligersmanagement te doen. Dit proces gaat vaak vrij organisch. Mensen doen intuïtief vaak het juiste in de omgang met vrijwilligers. Toch is het wel goed om wat structuur aan dit proces te geven. Het hebben van een vrijwilligersbeleid maakt je organisatie echt beter! Als je aan de voorkant, bij het binnenkomen van een vrijwilliger, goede afspraken maakt, dan heb je iets om op terug te vallen, mochten er gaandeweg moeilijkheden ontstaan in de omgang of op de werkvloer.

Peter-Paul: Wat is een vrijwilligersbeleid precies?

Michaëla: Je legt een structuur vast waarin onder meer staat wat je van een vrijwilliger verwacht en wat je ze te bieden hebt. Bijvoorbeeld qua verzekering, vergoeding of reiskostenvergoeding. Je kunt je visie op vrijwilligerswerk duidelijk maken. Dit hoeft niet per se heel ingewikkeld in een groot document, maar het kan ook in het klein. Doe het op een manier die bij je organisatie past, maar leg vast hoe je met vrijwilligers omgaat.

Opmerking uit publiek: Wij staan met onze wereldwinkel elk jaar op de Vrijwilligersmarkt van de gemeente. Dit werkt heel goed en op die manier komen er veel vrijwilligers bij ons terecht. Je kan als wereldwinkel aan je gemeente vragen om dit te organiseren.

Opmerking uit publiek: In onze wereldwinkel hebben we eerst een kennismaking met een nieuwe vrijwilliger. Daarna volgt een proeftijd van drie maanden. Vervolgens hebben we een tweede gesprek waarna wel of niet een overeenkomst getekend wordt. We bespreken de ins en outs van het werk en vragen de vrijwilliger ook om verbeterpunten. Ook nadat de overeenkomst getekend is blijven we een gesprekscyclus in stand houden met de vrijwilligers.

## ***Afscheid nemen van een vrijwilliger***

Vraag uit publiek: Wat doe je met vrijwilligers die niet meer functioneren? Mensen die heel lang bij de wereldwinkel hebben gewerkt en veel hebben gedaan? Die bijvoorbeeld niet met de computer of kassa om kunnen gaan?

Michaëla: Als de vrijwilliger 'het niet meer doet', dan is het tijd om afscheid te nemen. Anders kost het heel veel energie.

Opmerking uit publiek: Je hebt twee soorten van disfunctionaliteit. Soms worden mensen gewoonweg te oud, lopen met stokken, kunnen niet meer goed horen en zien. In een ander geval past de persoon gewoon niet binnen het team. Bij ons zag de persoon in kwestie dat laatste zelf niet in.

Michaëla: Doe jezelf een lol, heb het moeilijke gesprek en neem afscheid van elkaar. In zulke gevallen heb je wat aan je beleid. Je hebt aan de voorkant afspraken met elkaar gemaakt wat je van elkaar verwacht. Als de vrijwilliger daar niet meer aan kan voldoen, dan houdt het op.

Opmerking uit publiek: Vrijwilligers verwachten ook wat van ons. Wij hebben een dame die jarenlang de planning gedaan heeft. Maar nu gaat zij dementeren en lukt het haar niet meer om de planning goed te doen. Ons bestuur is het gesprek aangegaan en heeft aangegeven dat het niet langer zo gaat. Een andere vrijwilliger maakt nu de planning en de dame in kwestie heeft de taak gekregen om te controleren of dat goed is gedaan. Zo behoudt ze toch nog een taak. We proberen in zo'n situatie om de onderlinge verbinding en bestaande lijntjes in stand te houden. Als dit op een goede manier lukt en mensen horen hoe fijn er in de wereldwinkel met elkaar omgegaan wordt, dan is dit ook weer reclame voor het werven van nieuwe vrijwilligers.

Michaëla: Het beëindigen van vrijwillige relatie is soms het spannendste en moeilijkste om te doen. Maar je winkel moet wel draaien. Ga in ieder geval met elkaar om tafel, ga het gesprek aan. Het werk houdt misschien wel op, maar hoe kunnen we het lijntje warm houden? Dat kan misschien al door te vragen of iemand af en toe nog op de koffie komt in de winkel. En er zijn soms ook andere manieren te bedenken hoe je een trouwe vrijwilliger toch nog, op een passende manier, een rol van betekenis kan geven in de wereldwinkel. Ga het gesprek aan met elkaar, maar doe het met respect en neem er de tijd voor. Uiteindelijk zullen andere vrijwilligers er je vaak dankbaar voor zijn als iemand die niet meer functioneert een stapje terug doet. Sterker nog, de vrijwilliger zelf is soms ook opgelucht! Soms gaan vrijwilligers alleen maar door omdat ze bijvoorbeeld denken dat de winkel niet zonder ze kan, maar zijn ze er zelf ook wel een keer klaar mee. Daarom is het goed om soms ook te benoemen dat mensen het gewoon mogen zeggen als ze niet meer willen!

Opmerking uit publiek: Wij hebben ook oudere dame die niet meer goed functioneert. Werken met het Wereldkassa systeem, dat kan ze niet. Maar bij ons staan we altijd met twee mensen in de winkel. Eén daarvan kan alles, en de ander, die misschien niet alles meer kan, sluit zich daarbij aan. Deze mevrouw in kwestie houdt zich niet meer met de klanten bezig maar er zijn altijd wel andere taakjes voor haar in te winkel om te doen.

Opmerking uit publiek: Wij ondervangen dit in de jaargesprekken. Dan vragen we altijd hoe het gaat en of het nog lukt om te blijven werken.

Michaëla: Hoe dan ook, laat het niet lopen als het niet werkt met mensen. Als het niet past om wat voor een reden dan ook.

Peter-Paul: We zien wel eens groepjes inkopers die al 30 jaar meedraaien. Ze worden steeds ouder en de inkoop wordt in sommige gevallen steeds minder goed, waardoor de winkel steeds minder goed draait. Soms, als bestuur krachtig genoeg is om deze lastige gesprekken te voeren met mensen en er nieuw bloed voor hen in de plaats komt, dan geeft het de hele winkel een nieuwe boost!

Michaëla: Zorg dat je vooraf de verwachtingen helder hebt. Zet iets op papier waarin duidelijk staat hoe het werkt. Dat helpt je bij de lastige gesprekken.

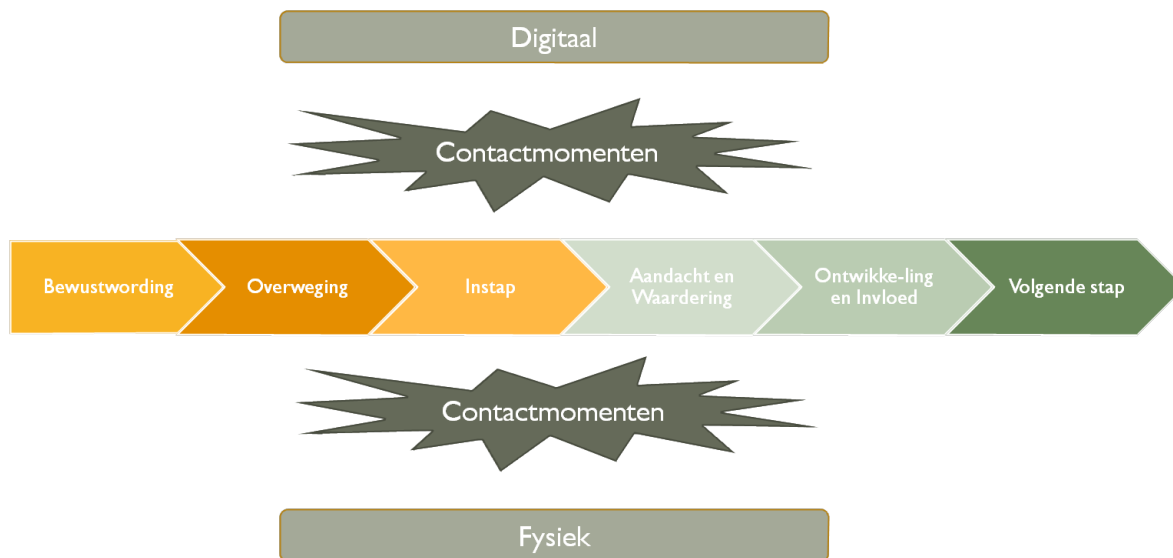
Wereldwinkel Wierden: Wij hebben een goed contractje dat we gebruiken met vrijwilligers. Dit zullen we op het forum zetten, of stuur als je het wilt ontvangen een mailtje naar

[Info@wereldwinkelwierden.nl](mailto:Info@wereldwinkelwierden.nl).

## ***Circulaire energie***

Michaëla: Als het goed gaat met de vrijwillige inzet, dan ontstaat er een circulaire energie: vrijwilligers komen zelf op ideeën wat ze nog meer kunnen doen en krijgen een loopbaantje in je organisatie. Als je niet goed voor ze zorgt, dan gaan ze weg en is de vrijwillige energie verbruikt. Houdt ook je ogen en oren open voor andere organisaties. Die hebben óók vrijwilligers nodig. Soms kun je vrijwilligers naar elkaar doorsturen als ze bij de andere organisatie beter passen. Als je zorgt dat de vrijwillige energie duurzaam gebruikt wordt, dan willen de vrijwilligers nadat ze jouw organisatie verlaten ook nog elders aan de slag.

## De Vrijwilligersreis



Afbeelding 1: De Vrijwilligersreis (Bron: Michaëla Merkus)

### Bewustwording

De vrijwilligersreis begint bij 'bewustwording'. Weten mensen überhaupt dat er zoiets is als vrijwilligerswerk? Wat is het? Mensen realiseren lang niet altijd hoe ze hun tijd daaraan kunnen besteden. Kennen ze bijvoorbeeld de Vrijwilligerscentrale wel? Vanuit de organisatie gezien gaat deze stap over het genereren en organiseren van betrokkenheid. Betrokkenheid kan op verschillende niveaus en manieren tot stand komen. In alle gevallen begint het met bekend zijn en een positief/aansluitend imago hebben. Andersom betekent het ook weten wat voor de doelgroep die je (meer) aan boord wilt van belang is en aansluiten op hun behoeften en wensen.

### Overweging

De tweede stap is Overweging: wat zorgt ervoor dat iemand die (initiële) betrokkenheid heeft, die betrokkenheid wil omzetten in actie – want dat is vrijwillige inzet. Om overwegers te helpen, is het belangrijk om aan een aantal randvoorwaarden te voldoen. Wat die randvoorwaarden precies betekenen en hoe je hier slimme touchpoints kunt creëren, is per doelgroep anders. De randvoorwaarden zijn:

- *Eenvoud/gemak*: hoeveel moeite kost het om in actie te komen? Hoe dichtbij is het, fysiek en mentaal?
- *Toegankelijkheid*: is duidelijk hoe en wanneer je in actie kunt komen? Welke drempels zijn er?
- *Herkenbaarheid*: sluit het aan bij de belevingswereld? Word je op de juiste plek en in de juiste vorm benaderd? Wat leeft er bij de vrijwilliger?
- *Prioriteit*: word je serieus genomen en wordt er actie ondernomen?
- *Tijd*: hoeveel tijd kost in actie komen echt? Hoe flexibel kan het werk ingepast worden zodat het past bij je beschikbaarheid.

Michaëla: Mensen worden niet op een dag wakker met de gedachte 'ik wil vrijwilliger worden'. Zij voelen: 'Ik wil betekenis geven!'. Het is dus zinvol om mensen daar op aan te spreken.

Opmerking uit het publiek: Maak het kenbaar, stel de vraag of iemand vrijwilliger wil worden.

Michaëla: Mensen hebben altijd drempels en twijfels. Hoe kan je het toegankelijker maken?

Op dit onderdeel van de Vrijwilligersreis zijn verschillende belangrijke contactmomenten waar je gebruik van kan maken:

- Social media en andere kanalen (krant, telefoon etc).
- Advertentie op vacaturewebsite o.i.d.: weten organisaties wel waar ze moeten zijn? Zou dit kunnen passen? denkt een potentiële vrijwilliger.
- Eigen website: is die er überhaupt? Kunnen mensen meer informatie krijgen? Waar? Is dit een leuke plek om vrijwilligerswerk te doen? Dit vraagt een potentiële vrijwilliger zich af.

De vrijwilliger kan verschillende motivaties hebben voor het doen van vrijwilligerswerk:

- Het is goed voor mijn carrière
- Het past bij mijn normen en waarden
- Andere mensen doen het ook (vergelijking. Mensen doen elkaar na. Vraag ook eens aan je vrijwilligers of ze iemand kennen die ze misschien een keer mee kunnen nemen!)
- Ik wil graag nieuwe dingen leren (ontwikkeling)
- Ik voel me er beter door
- Ik word er een beter mens van (zingeving)
- Het lijkt me leuk en gezellig (eenzaamheid, sociale overweging)

Motivatie is de sleutel om vrijwilligers binnen te halen. Alle soorten motivatie vallen in de groepen: het is juist, het is leuk en/of het levert op. Idealiter raakt vrijwilligerswerk als deze vlakken. Kijk eens kritisch naar je vacaturetekst waar jij jouw potentiële vrijwilligers op aanspreekt? Ook als je de vrijwilliger hebt 'binnengehaald', blijf dan in gesprek over de motivatie. Vraag: Wat zoek je? Blijf aangehaakt op de motivatie van je vrijwilligers. Daag je vrijwilligers ook uit om aan te geven als de motivatie minder wordt.

## **Instap**

Als Bewustwording en Overweging hebben geleid tot een positief besluit om in gesprek te gaan met de organisatie, volgt de Instap. Hier wordt de ruil tussen vrijwilliger en organisatie expliciet – deze ruil speelde in de twee vorige stappen ook al een rol maar daar vooral om te laten zien wat de organisatie te bieden heeft en vraagt. Nu wordt deze ruil concreet. Vanuit de vrijwilliger gezien gaat het om 5 B's:

- Betrokkenheid (zie hiervoor, iemand die niet betrokken is zal nooit uit eigen overweging vrijwilliger worden)
- Bereidheid (dit is motivatie: wat drijft iemand om nu hier bij jouw organisatie vrijwilliger te worden (of blijven)
- Bekwaamheid (dit gaat over talenten en competenties: wat neemt iemand mee en/of wil diegene ontwikkelen)
- Beschikbaarheid (hoeveel tijd heeft de vrijwilliger en wanneer kan deze tijd ingezet worden?)
- Bereikbaarheid (hoe dichtbij [fysiek en mentaal] is de vrijwillige inzet?).

Vanuit de organisatie gaat het in ieder geval om:

- de behoeften aan vrijwillige inzet
- de concrete mogelijkheden om vrijwilligers in te zetten
- de kaders waarbinnen de vrijwillige inzet mag/moet plaatsvinden
- Welke verwachtingen er leven

In de ruil tussen de vrijwilliger en de organisatie moet er een evenwichtige match zijn tussen:

- Wat wil de vrijwilliger?
- Wat biedt de vrijwilliger?
- Wat wil jouw organisatie?
- Wat biedt jouw organisatie?

Hoe kun je betrokkenheid genereren en hoe zet je betrokkenheid om naar dat mensen daadwerkelijk in actie willen komen? Mensen kunnen op verschillende manieren betrokken zijn: bij de missie van een organisatie, bij het soort mensen van een organisatie of ze hebben affiniteit bij de organisatie zelf.

Zogenaamde 'betrokken vrijwilligers' zijn bereid een tandje erbij te doen of wat extras te doen als het nodig is.

De 'geboeide vrijwilligers' worden erg aangesproken door bepaalde activiteiten van wereldwinkels. Dit zijn mensen die op projectbasis komen werken. Daarna zijn ze wellicht weer weg. Ze laten zich boeien door iets tijdelijks. Het is lastig om deze mensen aan je te binden. Dit moet niet het grootste deel van je vrijwilligers zijn. Als dat wel zo is dan moet je je hele organisatie omgooien om daarmee te kunnen werken.

'Verplichte vrijwilligers' zijn een lastige groep: Bij hen is het de truc om te vinden waar de motivatie wel zit? Dat kan ook het leuke zijn van het werken met vrijwilligers. Schrijf verplichte vrijwilligers niet meteen af. Verplichte vrijwilligers hebben wel een bepaalde begeleiding nodig. Kun je dit bieden als winkel? Zo niet, ga er dan niet mee in zee. Dan zal het werk een teleurstellende ervaring voor ze worden.

### **Stagiaires**

Vraag uit publiek: Wat zijn ervaringen met het hebben van stagiaires in de winkel? Werkt dat?

Antwoord uit publiek: Je hebt dan een jong gezicht in je winkel en dat kan positief zijn. Het trekt soms andere jongeren naar winkel. Wij nemen stagiaires soms mee op inkoop en vragen ze: Waar zou jouw keus naar uitgaan? Zo heb je een frisse blik waar je gebruik van kan maken.

Michaëla: De meeste mensen doen vrijwilligers werk omdat heb ooit gevraagd is: wil jij alsjeblieft vrijwilliger zijn? Na afloop van een maatschappelijke stage kun je aan de jongere vragen: wil jij vrijwilliger blijven? Best kans dat ze ja zeggen!

Opmerking uit publiek: Je moet stagiaires wel begeleiden. Een stagiaire krijgt een boekwerk met stageopdrachten mee. Dit vergt begeleiding. Je krijgt wel een erkenning van school dat je stagiaires kan begeleiden. Onze samenwerking met het ROC is heel leuk! Je moet je aanmelden bij school. Ze komen of een hele week, of ze komen alleen op zaterdag.

Michaëla: Bij een intake of kennismaking gaat er van alles door vrijwilligers heen zoals. Is dit het? Ga ik er spijt van krijgen? Het is verstandig de vrijwilliger op dit moment niet teveel ter overweging te geven want dat schrikt af. Durf ook vrijwilligers door te verwijzen naar andere organisatie als de klik er niet direct is.

### **Begeleiding**

Wat doe je als de vrijwilliger eenmaal binnen is? Veel organisaties zetten alleen in op het binnenhalen, maar niet zozeer op het bieden van goede begeleiding als de vrijwilliger eenmaal binnen is. Terwijl deze begeleiding wel heel erg belangrijk is. Als je goed voor ze zorgt, dan doen ze veel meer voor je. Deze begeleiding kan je geven in verschillende vormen:

- Aandacht en waardering
- Ontwikkeling
- Begeleiding in een eventuele volgende stap (pensioen, werk in een andere organisatie etc.)

In al deze stappen kun je invloed hebben.

- Laten zien dat je er bent. Uitreiken, weten wie je potentiële vrijwilligers zijn? Geef een interview, ga op een markt staan, zet een artikel of advertentie in het plaatselijke huis-aan-huisblad, op al deze manier maak je contact met je potentiële vrijwilligers.
- Wat is er zo leuk aan werken bij de wereldwinkel? Steek daar op in.

- Wat bied je de vrijwilligers? Bijvoorbeeld verbinding creëren door middel van een nieuwsbrief, contactmomenten of een borrel?

Michaëla: Realiseer je, iedereen is anders. Wees daar nieuwsgierig naar. Alle mensen willen ergens bijhoren. Willen gezien worden op hun uniciteit. Investeer in relatie en verbinding.

Opmerking uit publiek: Wij hebben nooit te weinig vrijwilligers. Al onze vrijwilligers komen via de vrijwilligers website van de gemeente. Dat werkt heel erg goed! En we zorgen dat iedereen altijd met een goed gevoel weggaat. We hebben dus veel positieve ambassadeurs.

## **De piramide van de tevreden vrijwilliger**

De brede basis van de piramide gaat over herkenning. Dat gaat over ergens bijhoren. Mensen vinden het fijn om het gevoel te hebben bij het collectief te horen. Als mensen dit gevoel niet hebben, dan gaan ze weg of dan gaan ze 'lastig doen'. Mensen dit gevoel geven begint al bij een begroeting (bij naam): "Hoi Jan! Fijn dat je er weer bent!"

De tweede laag van de piramide gaat over erkenning. Mensen erkennen in hun rol van kassamedewerker, inkoper etc. En ze daar ook op aanspreken. De rol van de vrijwilliger geeft rechten én verantwoordelijkheden. Je geeft erkenning bijvoorbeeld ook als je zegt: "Jullie zijn welkom bij de vergadering." Of: "Jullie zijn niet welkom bij de vergadering, maar wel bij de borrel na afloop".

Nog een laagje naar boven is de laag van waardering. Dit gaat over bedanken, de moeite doen om de namen van je vrijwilligers te onthouden, vragen naar iemands persoonlijke situatie etc.

Op de top van de piramide gaat het over belonen. Denk dan aan een kerstcadeau, een uitje, een barbecue, een kaartje met de verjaardag, het kan van alles zijn. Het gaat niet (perse) om geld. Het mogelijk maken dat iemand vrijwilligerswerk bij je kan doen is eigenlijk ook al de 'prijs' die ze krijgen.

Zorg goed voor je vrijwilligers. Vergeet niet, Als mensen het goed bij je hebben gehad, dan heb je een dijk van een ambassadeur!!

## **Vrijwilligersvergoeding**

Opmerking uit publiek: Bij ons zijn veel vrijwilligers bij ons begonnen die geen baan konden vinden. Nu is er echter wel veel werk. Soms gaan deze mensen nu weg bij ons om naar een betaalde baan te gaan. De rekeningen moeten wel betaald worden!

Michaëla: je vrijwilligers komen als het goed is niet voor de beloning. Als dat wel zo is dan heb je een probleem.

Opmerking uit publiek: laat de keus bij de vrijwilliger zelf of ze wel of niet een vergoeding willen. Veel willen het niet, maar voor sommige kan het wel van belang zijn.

Michaëla: als mensen geld gaan krijgen voor vrijwilligerswerk, dan verandert er wat in de mindset van de mensen. Vaak willen ze het ook niet. Het feit dat ze er geld voor krijgen maakt dat ze denken dat ze harder moeten werken en daar hebben ze niet altijd zin in.

De vrijwilligers vergoeding is maximaal 1800 euro per jaar (2022).

## **4. Afronding ochtend**

Ingrid bedankt Michaëla voor de informatieve en levendige presentatie en vraagt aan het publiek: wat nemen jullie mee van deze ochtend?

Peter-Paul: Wij gaan bij Wereldwinkel Leiden kijken naar scholenprojecten of we daarmee in zee kunnen. De stagiaires koppelen we vervolgens aan bepaalde medewerkers.

Antwoord uit publiek: Voor mij als vrijwilligerscoördinator was de ochtend een bevestiging dat we veel dingen al goed doen. Ook heb ik een paar goede tips gehoord waar we wat mee gaan doen.

Antwoord uit publiek: Ik vind het een goede tip om iets op papier te gaan zitten aan de voorkant qua vrijwilligersbeleid. Dit ga ik met het bestuur bespreken. Ook wil ik meer gesprekken gaan houden met vrijwilligers.

Antwoord uit publiek: Ik heb veel gehad aan de opmerking dat je vrijwilligers kan uitwisselen met andere organisatie. Voelt je vaak zo alleen als klein winkeltje.

Antwoord uit publiek: Wij hebben regelmatig stagiaires, maar we hebben nog nooit gevraagd of ze willen blijven als vrijwilliger! Wat een goed idee!

Antwoord uit publiek: Wij hebben 6 oktober een vrijwilligersbijeenkomst in het gemeentehuis. Deze ochtend heeft me doen inzien dat we de invalshoek moeten veranderen. Niet: 'wij zoeken vrijwilligers' maar: wij zoeken toppers, mensen voor in de winkel etc. Specifieker uitleggen wat we zoeken in iemand. We gaan er goed over nadenken hoe we dit gaan verwoorden

Antwoord uit publiek: Ik vond het een hele leuke presentatie!  
(Deze reactie krijgt veel bijval uit het publiek).

## **LUNCHPAUZE**

Ingrid: Vanmiddag gaan we met verschillende partijen in gesprek over de vraag hoe wereldwinkels als ondernemers hun wereldwinkel kunnen runnen. Wat kunnen we van elkaar leren? Wereldwinkels zijn nog aan het herstellen van de coronatijd. Hoe zorgen we voor een toekomstbestendige wereldwinkel?

Ik geef nu het woord aan Rodney van het bedrijf de Chocolatemakers. Hij gaat zijn visie op ondernemerschap met ons delen.

## **5. Rodney van de Chocolatemakers**

### ***Introductie***

Ik ben Rodney Nikkels, medeoprichter van de Chocolatemakers. Ik heb een achtergrond in tropische landbouw in Wageningen. Ik heb 10 jaar een stichting gemanaged, gericht op het helpen van georganiseerde boeren in de tropen om een betere markt en prijzen te krijgen. Daar waren onder meer de Rabobank, Stichting Doen en de Postcode Loterij bij betrokken. De cacaoleveranciers in Afrika en Latijns-Amerika, waar we nu met de Chocolatemakers mee werken, komen uit die periode. Ik ben ook betrokken geweest bij bosbouwprojecten in gedegradeerde gebieden. In 2008/2009 was ik mede-organisator van het chocolade festival in Amsterdam. Het doel was om chocolade op de kaart te zetten in Nederland. Nederland speelt tenslotte een belangrijk rol in de chocolade industrie. Vroeger was er in elke stad een chocolade fabriek. Nederland is de grootste importeur van cacao ter wereld en dat is vooral gelokaliseerd rondom Amsterdam en Zaandam, waar ook opslag, overslag en verwerking plaatsvindt.

### ***Begin van de Chocolatemakers***

In 2011 bedacht ik met een oud studiegenootje, Enver Loke: Zou het niet heel leuk zijn van boon tot reep chocolade te maken? We legden wat geld bij elkaar en kochten daarmee de eerste machines. We maakten een minifabriekje en zijn gewoon begonnen. Vanaf dag één is onze chocolade 100% biologisch gecertificeerd. Ook fair trade is een belangrijk thema. De productie gebeurt volledig op zonne-energie. Het dak van de huidige fabriek is letterlijk gemaakt van zonnepanelen, een techniek die uit Duitsland komt. We wilden een bedrijf opzetten dat bijdraagt aan een betere wereld. Net als wereldwinkels.

Onder het motto 'Better world, better taste' willen we de grenzen van smaak en duurzaamheid verleggen in de wereld van chocolade in de gehele keten. Onze machines stammen uit 1930. Dat maakt productie op ambachtelijke wijze voor ons mogelijk.

De Chocolatemakers zijn dus 11 jaar geleden begonnen. Nu anno 2022:

- Productie: van 5 kg in 2011 naar 1 ton (1000 kg) per dag
- Omzet: 2 miljoen euro
- We hebben 12 medewerkers in dienst voor onder meer productie, marketing, sales, de webshop, het verdiepen in het kopen van nieuwe machines

## ***Transport per zeilschip***

We betrekken graag dingen die we zelf leuk vinden in ons bedrijf. Zo houd ik van zeilen. Een deel van onze cacao wordt met een zeilschip emissie vrij getransporteerd van de Dominicaanse Republiek naar Nederland. Tres Hombres is eigenaar van het zeilschip en treedt op als transporteur. Het zeilschip vertrekt in oktober en is in april weer terug in Amsterdam. Dit is natuurlijk een heel leuk gegeven. Maar ook serieus. Zeetransport is namelijk normaalgesproken zeer vervuilend. Daarom vinden wij emissievrij transport van belang. Het leuke is dat dit nu navolging krijgt. Er is inmiddels een vloot van vijf zeilschepen. Er gaan ook betalende passagiers mee. Dus als je wil zien hoe cacao wordt opgehaald dan kan je mee op reis!

## ***Het belang van biologisch***

Biologische cacao sluit kunstmest en pesticide uit. Er is een enorme toename in het gebruik van agrochemicals. Daar zijn veel misstanden mee, zo is gebleken uit een onderzoek in West-Afrika. Het grootste probleem is dat het spuiten van de chemicaliën, met name pesticiden, gedaan wordt door kinderen die nog in de groei zijn, die daardoor allerlei schade oplopen. Onze cacao wordt vaak getest op de afwezigheid van kunstmest en pesticiden.

## ***Duurzame fabriek***

Drie jaar geleden is de fabriek van de Chocolatemakers verhuisd naar een locatie in het havengebied. Deze locatie was ons aangeboden door de gemeente Amsterdam. We hebben daar een nieuwe fabriek laten ontwikkelen met een dak gemaakt van zonnepanelen. Tot vorig jaar produceerden we alle energie zelf. Nu is de chocoladeproductie echter zo groot geworden dat we moeten uitbreiden. In de keten zijn twee grote pieken van emissie: ontbossing op de productie locatie en het productie proces van chocolade, wat best een zware industrie is. Wij vinden dat beide kanten van de keten duurzaam moeten zijn.

## ***Fair trade en leefbaar loon***

Ook fair trade is heel belangrijk voor ons. Er heerst zo'n grote armoede onder de cacao producenten! Zij moeten een leefbaar loon krijgen. Dit is hoger dan de fair trade minimum prijs en bijna het dubbele van de wereldprijs. In gesprek met leveranciers bleek dat voor hen rond de 4000 dollar/1000 kg een realistische prijs is. Dat komt neer op 4 dollar per kilo. Vanaf de oprichting van de Chocolatemakers hebben we een leefbaar loon gehanteerd. We willen het hele proces van de productie in eigen beheer doen, van boon tot reep, zodat we het op onze eigen manier kunnen doen, los van de grote spelers in de cacaomarkt. De cacaoketen is extreem geconcentreerd. Er zijn een vijftal grote traders en 4 of 5 grote fabrieken vanwaar alle chocolade, via allerlei merken, naar alle consumenten gaat. Wij willen daar omheen werken.

De Chocolatemakers levert overigens ook aan professionele klanten zoals ijsmakers, chefs, bonbonnières en andere zakelijke klanten. Onze chocolade is zero waste met composteerbare, plasticvrije verpakkingen. De verpakkingen kunnen op de eigen composthoop.

## ***Impact maken***

De Chocolatemakers maakt impact door:

- Het betalen voor vakmanschap en fatsoenlijke levensomstandigheden
- De bescherming van de natuur. In Zuid-Amerika hebben we 1500 ha beplant.
- Het aanboren van nieuwe origines. We hebben belangstelling voor nieuwe productie landen. Zo hebben we gewerkt met cacao-boeren in Sierra Leone. Door onze samenwerking zijn de boeren nu zo professioneel ontwikkeld dat zij ook aan andere importeurs kunnen leveren.
- Een CO2 positief product
- Branden van de cacao door middel van een nieuwe techniek op zonne-energie

## ***Chocofahrt***

Twee keer per jaar staat de 'Chocofahrt'; op het programma. Duitse klanten komen dan met de bakfiets bij onze fabriek in Amsterdam producten halen. In Duitsland zit bio en fair trade nog dichter bij elkaar dan in Nederland. Via de Chocofahrt bedienen we 300 Duitse wereldwinkels via deze bakfietsen. De mensen die meedoen aan de Chocofahrt zijn een gemeenschap geworden. Zo slapen bakfietsers uit Zuid-Duitsland bij roeiverenigingen langs de Rijn. Als ze aankomen dan krijgen ze een rondleiding door de fabriek en koffie. De deelnemers zijn allemaal vrijwilligers. Fietsers promoten het bij de winkels en de winkels bestellen bij ons. Zo is ook het laatste stukje van de keten helemaal duurzaam. Wat is er mooier dan tot aan de winkel duurzaam leveren?

Opmerking Wereldwinkel Zoetermeer: in Nederland wordt 1 oktober ook een Chocofahrt gehouden! Vorig jaar was het voor het eerst. De editie van dit jaar is al wat meer georganiseerd.

## ***Chocolatemakers versus Tony Choclonely***

Vraag uit publiek: Waarom zouden we jullie chocolade kopen in plaats van de repen van Tony's Choclonely's?

Antwoord Rodney: Tony koopt in bij Callebaut, de grootste speler in de cacao-keten. Als er één bedrijf is dat iets voor de cacao-wereld had kunnen doen, dan zijn zij het! Tony had wat mij betreft misschien iets meer kunnen doen met het marktaandeel dat ze hadden. Aan de andere kant hebben zij wel het pad gebaad voor anderen.

De werkwijze van de Chocolatemakers is gewoon anders dan die van Tony Choclonely. Wij hebben bijvoorbeeld een cacao-overwerkingsfabriek in Zuid-Amerika opgezet. Wij hebben gekozen om daar energie in te steken. Die energie hadden we ook in marketing kunnen steken.

Een ander voorbeeld is Peru. Daar wordt reeds halffabricaat geproduceerd. Het doel is om ook de productie daar uit te gaan voeren. Hier, in Europa, is de consumptie van chocolade al verzadigd. De marktpotentie ligt in de cacao-landen zelf. Dat proces wil de industrie zelf niet ondersteunen. Wij willen wél kijken wat belangrijk is voor de boeren en de natuur etc. En daar op inspelen.

We krijgen soms de vraag: waarom zijn jullie zo duur? Oké, onze chocolade is niet de goedkoopste. Maar de echte vraag is, waarom zijn anderen zo goedkoop?

Feit is dat het fair trade minimumloon te weinig is om van te leven. Je ziet momenteel een splitsing in de markt. Bulk fair trade cacao voor lage prijzen, die bijvoorbeeld door wordt Lidl en andere supermarkten. Het segment dat gaat voor biologisch én fair trade, die beide kanten goed willen hebben, dat groeit gelukkig ook. Onze visie bij de Chocolatemakers is dat we genoeg moeten betalen om onze unieke sourcing niet te verliezen. Ik ga nu meer vertellen over de bijzondere herkomst van onze cacao!

## ***Verskillende soorten chocolade van de Chocolatemakers***

We hebben verschillende soorten chocoladerepen, waarvan de origine van de cacao verschilt. Dit is ook te lezen/zien op de wikkel.

### **Repen met cacao uit de Dominicaanse Republiek**

Dit is onze aller duurzaamste chocolade omdat deze cacao per zeilschip wordt vervoerd. Het is een fine flavour chocolade gemaakt van een combi van een oude en een nieuwe variëteit van cacao. De cacao wordt op een gecentraliseerde manier verwerkt. We maken er vier verschillende repen van, te herkennen aan het zeilschip op de wikkel.

### **Repen met cacao uit Congo**

We hebben cacao productie opgezet in oost Congo, tegen Oeganda en Rwanda aan. Dit is het laatste leefgebied van de berggorillas. Cacaoteelt kan hier als buffer fungeren om dit leefgebied te beschermen omdat het een alternatief inkomen genereert voor mensen die voor hun inkomen afhankelijk zijn van de opbrengst van ontbossing. In de Farmer Field School krijgen boeren training en begeleiding voor het opzetten en beheren van plantages. De cacao financiert ook scholing en medische zorg voor de boeren. De palmsuiker die in deze repen wordt gebruikt, komt uit Indonesië uit een project bedoeld om daar de orang oetan te beschermen. We maken drie verschillende repen van deze cacao, te herkennen aan de gorilla op de wikkel. Als je deze repen koopt, help je dus mee aan de bescherming van twee soorten mensapen.

### **Repen met cacao uit Peru**

Deze fine flavour cacao wordt geteeld door ongeveer 1800 cacaoboeren in het Amazone regenwoud. De boeren zijn leden van de NorAndino coöperatie. Met NorAndino hebben we gewerkt aan een heel bijzonder project: de bouw van hun eigen chocoladefabriek. Daar wordt een deel van de cacao-oogst verwerkt. De fabriek in Peru is groot en heeft een moderne productielijn voor hoogwaardige biologische cacaomassa. In de toekomst kunnen ze ook hun eigen chocolade maken. Voor het eerst worden boeren dus zelf chocolademakers! Omdat de boeren een groter deel van het productieproces in eigen handen hebben, kunnen ze daarmee een groter deel van de prijs ontvangen. Van deze cacao maken we drie repen, te herkennen aan de oorspronkelijke bewoner van de Amazone op de wikkel.

### **Repen van cacao uit Colombia**

Deze cacao wordt geteeld door een vrouwencoöperatie in de Sierra Nevada, in een gebied waar heel veel mannen zijn omgekomen door de burgeroorlog. Oorspronkelijk teelden ze koffie, maar ze zijn nu ook cacao gaan telen. Deze cacao is van zeer hoge kwaliteit. Wij kopen alles in wat ze hebben. Bijzonder is dat we de cacao per boerderij inkopen. Het is daardoor per reep precies te zeggen wie de cacao ervoor geteeld heeft. Deze chocoladerepen dragen de naam Pure Love.

### **Repen van cacao uit Brazilië**

De twee repen die we maken van cacao uit Brazilië zijn weer om een andere reden speciaal. De cacao wordt namelijk geteeld op een Biologisch Dynamische plantage. Daar groeit een prachtig cacaobos dat op de holistische BD manier wordt onderhouden. BD gaat nog een stapje verder dan biologisch en is gebaseerd op een diepe verbinding met de kringlopen van de natuur en de onderlinge afhankelijkheid van bodem, planten, dieren en de beweging van de aarde in de kosmos. Door de teeltwijze is de productie wat lager dan bij de gewone biologische teelt, daarom is de prijs van de repen wat hoger. Eén van de repen die we van deze cacao maken is vegan 'melk'chocolade.

## 10 bijzondere smaken

Van de cacao uit Peru maken we ook een lijn repen met 10 verschillende, bijzondere smaken. Bijvoorbeeld hazelnoot, amandel zeezout, chili, speculaas, popcorn, gember en quinoa, kokos en inca berries.

## Overige producten

We maken ook 'zeiltjes', dat is een zakje met dunne schijfjes chocolade. Ook hebben we seizoensspecials met Valentijnsdag, een lentereep met een tulp op de wikkel en bijvoorbeeld Sintrepen. Onze slogan is: 'Sint komt dit jaar met de zeilboot.'

Opmerking uit publiek: Veel wereldwinkels zoeken naar een alternatief en willen de Tony repen uit het assortiment halen. De Chocolatemakers is echt een goed alternatief! Het is zo leuk om het verhaal van de Chocolatemakers te vertellen in de winkel! Klanten vallen er als een blok voor. Het is ook mogelijk om met je team vrijwilligers een rondleiding te doen bij fabriek! Zo kunnen vrijwilligers het verhaal van het bedrijf goed leren kennen en vervolgens vertellen aan klanten.

## Visie 2025

Onze visie voor 2025 is dat we moeten groeien als we nog meer impact willen maken.

## Vragen?

Vraag uit publiek: Ik heb je niet over kinderarbeid of slavernij gehoord. Hoe zit dat bij de Chocolatemakers?

Antwoord Rodney: We kopen niet in landen in waar dat veel gebeurt zoals Ghana en Ivoorkust. Daar hebben de boeren weinig land en krijgen lage prijzen betaald en daar is kinderarbeid echt een issue. Dat is anders in de landen en bij de coöperaties waar wij inkopen. Wij kiezen ervoor om niet te sourcen in gebieden waar dit speelt. Waar wij inkopen daar hebben de boeren een goed stuk land en krijgen ze goede prijzen. In Zuid-Amerika gaan de kinderen ook gewoon naar school, net als hier. Onze visie is dat wij deze zaken niet kunnen veranderen. Slavernij en kinderarbeid oplossen, dat kunnen presidenten van landen, en grote handelaren zoals Callebout.

## 6. Fair trade ondernemerschap door Karin en Yvette

Ingrid bedankt Rodney voor zijn inspirerende verhaal en geeft het woord aan Karin de Veij van Wereldwinkel Aalsmeer en Yvette Feeken van Wereldwinkel Zoetermeer. Dit zijn twee actieve wereldwinkels die erg naar buiten treden. Karin en Yvette gaan wat vertellen over fair trade ondernemerschap en over zichtbaar en verbonden zijn, over inspireren en van elkaar leren. De beide vrouwen zitten ook in de Raad van Advies van Wereldwinkels Nederland.

### *Karin over Wereldwinkel Aalsmeer*

Eerst wat informatie over Wereldwinkel Aalsmeer. We hebben een winkel van 120 m2 waarvan 70 m2 vvo (winkeloppervlakte). De winkel zit in de winkelstraat op een best wel oké locatie naast een populaire slager. Die slager heeft veel loop, wat ook ons ten goede komt.

Ik werk al 30 jaar bij de winkel, dus ik ben een vrijwilliger van het 1<sup>e</sup> uur. Samen met Herman heb ik een duobaan in bestuur.

De verhuurder van ons pand woont boven de winkel. In het begin was het contact vrij stug, maar inmiddels is onze band helemaal opgewarmd. Dankzij haar goodwill hoefden we in de coronatijd geen huur te betalen, wat natuurlijk heel erg fijn was.

Drie keer per jaar verkopen wij op braderieën zogenaamde 'Mazzeltassen'. Daarin stoppen we spullen die tegen de datum zijn en bijvoorbeeld de laatste bekers en sleutelhangers. Er zit voor 12.50

euro aan producten in, maar we verkopen de tassen voor 5 euro. We zijn altijd helemaal uitverkocht. De Mazzeltassen doen het ook goed op social media.

Wereldwinkel Aalsmeer heeft 35 heel erg betrokken vrijwilligers. Voor social media zetten we regelmatig een vrijwilliger op de foto met zijn of haar favoriete product, dat werkt ook goed.

Wat kan ik verder nog vertellen? We staan op tien externe markten per jaar en houden ook proeverijen.

Een tip voor een markt: Het werkt in onze ervaring beter om een paar producten te kiezen en daar veel van mee te nemen in plaats van er een mini-wereldwinkeltje van te maken met heel veel verschillende producten. Dat laatste verkoopt beter.

Opmerking uit het publiek: Wij komen van onze restproducten af via een loterij waar mensen altijd prijs hebben!

## ***Yvette over Wereldwinkel Zoetermeer***

We hebben in de laatste jaren onze wereldwinkel in stapjes helemaal veranderd. Tot 2014 ging het goed met de winkel, maar daarna ging de omzet per jaar met 10 a 15 % naar beneden. Dat kan niet te lang doorgaan. Toen hebben we een aantal speerpunten geformuleerd die we zijn gaan aanpakken. Als eerst zijn we de winkel gaan moderniseren. We hebben stellingen overgenomen van Wereldwinkel Zeist. De vloer en muren hebben we kosteloos laten doen door bedrijven die ons een warm hart toedragen. Het kantoor werd bij winkelruimte getrokken en de kleuren zijn neutraal geworden. Wij zitten naast goedlopende kaasboer. Ik ben voorzitter. Wereldwinkel Zoetermeer heeft hele betrokken bestuursleden.

## ***40% food bij Wereldwinkel Aalsmeer***

Vraag van Ingrid aan Karin: Wat onderscheidt jullie van andere winkels, zowel in vergelijking met andere winkels in Aalsmeer als in vergelijking met andere wereldwinkels?

Karin: In Aalsmeer onderscheiden we ons omdat wij de fair trade speciaalzaak van Aalsmeer zijn. Wat betreft andere wereldwinkels, het enige verschil is dat Wereldwinkel Aalsmeer 40% food verkoopt. Dat is vrij veel! We leveren veel aan grootverbruikers zoals horeca, kerken en scholen. In dat opzicht doen wij het anders dan de meeste andere wereldwinkels. We kopen in bij zes foodleveranciers en verkopen meer dan 200 soorten foodproducten.

Vraag uit publiek: Op food zit niet de grootste marge. Waarom verkopen jullie dan veel food?

Karin: Er zit inderdaad niet de meeste marge op, maar het brengt wel de meeste loop. Dat is leuk voor vrijwilligers en trekt ook meer mensen aan.

Vraag uit publiek: Onze wereldwinkel zit pal tegenover de Albert Heijn. De mensen lopen echt niet bij ons naar binnen voor food!

Karin: Daar moet je goed naar kijken. Wij verkopen bijvoorbeeld de Tony repen goedkoper dan de Albert Heijn. De winstmarges hebben we wat naar beneden bijgesteld.

Karin: We verkopen onder meer chocolade, thee, koffie, ontbijtproducten, kruiden, rijst en wijn. Wat betreft dat laatste hebben we één keer een boa op bezoek gehad. Met 15m2 food mag je wijn verkopen. Dat hebben we.

Vraag uit publiek: Bij welke leveranciers kopen jullie food in?

Karin: El Puente, Fair Green, Tony's, Chocolatemakers, Fairly Goods en Cerro Azul

Peter-Paul: Zijn jullie food klanten oude of nieuwe klanten? In Leiden kunnen we geen nieuwe foodklanten aantrekken.

Karin: Beide.

## ***Zoetermeer zet dromen om in actie***

Dezelfde vraag stelt Ingrid aan Yvette: Wat onderscheidt jullie van andere winkels, zowel in vergelijking met andere winkels in Zoetermeer als in vergelijking met andere wereldwinkels?

Yvette: In Zoetermeer zijn we onderscheidend door ons verhaal en door onze geweldige etalage, die heel regelmatig veranderd wordt. Uit de etalage verkopen wij heel veel.

Hoe wij ons onderscheiden van andere wereldwinkels? Waar wij veel belang aan hechten bij Wereldwinkel Zoetermeer is dat we een hele actieve houding hebben. In het bestuur bespreken we een jaar vooruit wat onze droom is voor dit jaar. Voor dit jaar is het onze droom om meer activistisch te zijn, terug naar de roots van de wereldwinkel. En als we deze droom voor het jaar helder hebben, dan zetten we daar ook stappen in. Dat is de reden waarom we met de Chocolatemakers de fietstocht opgezet hebben. Dat geeft ons en onze vrijwilligers veel energie en trots. Daarnaast trekt het ook nieuwe klanten aan.

We doen ook allerlei andere dingen. Zo hebben we een badeendjes race georganiseerd. Daar zijn goede doelen aan gekoppeld en mensen kunnen meedoen door een lootje te kopen. Er is een markt omheen en leuke muziek. Zo'n evenement geeft ons de kans om samen te werken met andere eerlijke lokale organisaties. Heel leuk!

Onze inkoopmanier is de laatste jaren veranderd. Tegenwoordig verkopen we niet alleen producten maar een assortiment. Dat betekent dat we inkopen op thema's voor de komende maanden. Dat kan op kleur zijn of gericht op de seizoenen bijvoorbeeld.

Vraag Ingrid: Hoe breng je het verhaal van de wereldwinkel naar buiten?

Yvette: We betalen nooit voor advertenties. Maar we bedenken steeds wat nieuws en benaderen daar dan de krant mee en dan plaatsen zij daar een artikeltje erover. We zijn ook heel actief op social media. Dit alles is afgestemd op een tweemaanden plan.

## ***Vraag en antwoord***

Vraag Ingrid aan Karin: Zijn jullie ook zo actief naar buiten toe?

Karin: Wij betalen wel voor advertenties omdat we merken dat het werkt. Ook zijn we heel actief op social media. Als we daar producten in de schijnwerpers zetten, dan merken we dat het de dagen erna verkocht wordt. In onze etalage hebben we altijd een grote blikvanger staan met een QR code. Mensen kunnen dan elk moment van de dag kopen. Als ze dat doen via de QR code dan komt het bij mij via WhatsApp binnen. Zo hebben we vorige week nog op zondag een scrap metal beeld verkocht voor 70 euro. We proberen overal, op alle nieuwe ontwikkelingen en kansen, in te springen. Qua social media werken we met Facebook en Instagram.

### **De etalage**

Vraag uit publiek: hebben jullie iemand voor de etalage?

Karin: Dat doen we zelf. We hebben een medewerker die dat goed kan en elke twee tot drie weken de etalage opnieuw inricht.

Yvette: Wij hebben ook een vaste medewerker die voor de etalage zorgt. De etalage wisselt bij ons elke week of elke twee weken. Er wordt bij ons zoveel verkocht uit de etalage dat deze meestal na een week al uit balans is en dus weer opnieuw met worden ingericht.

Vraag uit publiek: Laten jullie het activisme ook zien in de etalage?

Karin: Nee. We hebben in de winkel wel kleine QR codes die verwijzing naar producenten.

Yvette: We hebben ook gebruik gemaakt van de cursus etaleren. Daar hebben we heel veel aan gehad! In begin was er veel weerstand onder de vrijwilligers voor verandering. Maar achteraf heeft iedereen er heel veel van geleerd. Sindsdien ziet onze etalage er echt anders en beter uit. We maken bijvoorbeeld veel beter gebruik van hoog en laag, hard en zacht, verschillende kleuren etc.

### **Webshop**

Vraag uit publiek: Hebben jullie een webshop?

Karin: Daar hebben wij niet zulke positieve ervaringen mee. We hadden een samenwerking met een jongeman daarvoor. Tijdens de coronatijd hebben we de webshop helemaal afgemaakt. Maar sinds de winkels weer open zijn, zijn de bestellingen minimaal, maar zo'n drie per maand. Het is een enorme klus om de webshop bij te houden. Deze is namelijk niet gesynchroniseerd met de winkel. Maar je moet wel zorgen dat wat er in je webshop staat nog daadwerkelijk te koop is en niet inmiddels al verkocht is in je winkel. We gaan 1 januari evalueren of we doorgaan met de webshop.

Yvette: Ja, Wereldwinkel Zoetermeer heeft een webshop. We hebben de coronatijd aangegrepen om deze te maken en hebben daarvoor hulp van buitenaf ingeroepen. We hebben mensen gevonden die projectmatig werken. Eén maakt de foto's en een ander beheert de content. De webshop heeft ons draaiend gehouden tijdens de coronatijd. Momenteel hebben we ongeveer één bestelling per week. Eén op de drie keer is hetgeen dat besteld is niet op voorraad. Klanten hebben dan nog niet betaald en we bieden hen dan een alternatief aan. Het grappige is, we krijgen altijd een goede review van mensen dat ze bij ons zo goed geholpen zijn! Dus zolang je goed communiceert als iets niet op voorraad is en ze een alternatief aanbiedt, dan is het dus niet zo'n grote ramp als je dingen niet op voorraad hebt. Wij zien de webshop ook als een extra etalage. Voor alleen de verkoop hoeft je het niet te doen. We krijgen er energie van en kunnen het ook alleen doen omdat we vrijwilligers hebben die dit met energie doen. Al met als is het per wereldwinkel anders wat mogelijk en passend is.

## ***Tweedehands producten en de jeugd bereiken***

Ingrid: Hoe zie je Wereldwinkel Zoetermeer over 5 jaar?

Yvette: We hebben een plan gemaakt een paar jaar geleden en hebben daarin stappen gezet. Nieuwe stappen die we nu gaan zetten is dat we gaan beginnen met het verkopen van tweedehands wereldwinkelproducten. Momenteel zijn we een test aan het doen met tweedehands spullen die onze vrijwilligers aanleveren. Die hebben vaak heel veel producten in huis en willen soms wel eens wat verandering. We doen dit in het kader van circulariteit. En ook vinden we het fijn dat onze producten zo ook voor een lagere prijs beschikbaar zijn, voor mensen die het niet zo breed hebben. Fair en circulair dus. We verkopen de producten voor 60% van de nieuwwaarde.

Onze dromen voor komend jaar zijn onder meer gericht op educatie voor kinderen. Kinderen en tieners zijn de doelgroep van de toekomst. We willen meer doen aan educatie voor scholen. En ook willen we een kinderraad vormen met tieners die de wereldwinkel kunnen adviseren. We vragen om ongeremd advies! Verder willen we graag meer doen met de problematiek in wereld, bijvoorbeeld vluchtelingen.

Ingrid: Wat is de droom van Wereldwinkel Aalsmeer voor de komende 5 jaar?

Karin: Wij kijken meer naar nu. We hebben niet echt grote dromen. We hebben een leuk team en een leuke winkel. Wat we gaan oppakken is meer activiteiten organiseren: naar buiten gaan. In oktober hebben we bijvoorbeeld een feestje. Daar aan hebben we een kleurplaat gekoppeld van en voor wereldburgers. We hebben daarvoor scholen aangeschreven, waarvan er drie hebben gereageerd. Deze delen de kleurplaat uit aan leerlingen. Wereldwinkel Aalsmeer heeft veel jonge klanten. Maar we zouden nog wel graag meer jonge vrijwilligers willen. Dat is wel een punt van zorg. Maar wij zijn er nog over 5 jaar, dat is zeker!

Ingrid vraagt aan publiek: Wie is er nog over 5 jaar? Ga staan als je denkt dat je wereldwinkel er dan nog is. Bijna alle aanwezigen staan op.

Karin: Tijdens de deelnemersbijeenkomst 3 jaar geleden werd deze vraag ook gesteld en toen ging er bijna niemand staan, volgens mij ging alleen ik staan. Daar schrok ik toen heel erg van!

## ***Nog enkele tips***

Karin: We hebben alle verlichting vervangen met led-verlichting. Dat scheelt ons 40% aan stroomkosten! Doe dit wel alleen als de winkel dicht is en dek alles dan af met plastic!

Yvette: Weet je, niemand kan alles. Zoek naar de mensen om je heen die je kunnen helpen, binnen en buiten je organisatie. Vraag bijvoorbeeld om advies bij consultancy bureaus. Vaak geven ze gratis bedrijfsadvies. Je hoort niet altijd wat je wil horen maar het helpt wel!

Ingrid bedankt Karin en Yvette voor hun input.

## **7. Vragen aan het bestuur**

Ingrid verwelkomt de bestuursleden van Wereldwinkels Nederland, Peter-Paul Sloekers, Hanneke de Jong en Albert Hebels, op het podium.

### ***Is er controle op 15% randassortiment?***

Vraag: Wordt de regel voor minimaal 85 % fair trade in je assortiment gecontroleerd?

Albert: Wereldwinkels Nederland controleert dit niet. Deze regel is te zien als een inspanningsverplichting. Elke wereldwinkel wordt geacht te trachten minimaal 85% aan fair trade producten om te zetten. Het randassortiment dient ondersteunend te zijn aan het fair trade gedachtegoed en mag niet in een fair trade variant te koop te zijn. De Dopper zou eigenlijk in de 85%-15% regeling niet verkocht moeten worden. Maar ik weet dat ik dan tegen het zere been trap van velen. Er zijn dan ook grijze gebieden. Streef 85% na is mijn advies. Als een wereldwinkel meer duurzaam verbreed dan vergroot dat niet per se de omzet. De doelstelling en de identiteit van een winkel worden dan vaag.

Hanneke: Minder fair trade in je winkel is ook niet goed voor onze producenten. Denk daar aan. Die hebben het al moeilijk genoeg.

### ***Fair Plaza onoverzichtelijk***

Vraag uit publiek: In Culemborg is steeds minder fair trade te koop, en ook steeds meer duurzaam. We lopen er tegen aan dat dit de inkoop moeilijker maakt.

Hanneke: Wij zien dit ook in Fair Plaza. We zijn er heen gegaan voor gesprek. We zouden graag een plattegrond aan wereldwinkels kunnen geven met daarop of aanbieders wel of niet fair trade zijn. Er staat een plattegrond op de website maar Fair Plaza is weer verbouwd dus moet er een nieuwe plattegrond komen. We willen graag dat ze het hergroeperen zodat het voor ons duidelijker is. Fair Plaza is ook van plan uit te breiden, met de loods erachter. Dan zal het onderscheid fair trade en duurzaam logischer worden.

### ***Hulpvraag roept reacties op***

Wereldwinkel Raalte: In wereldwinkel Raalte ervaren we problemen. We halen onze omzet niet meer en onze vrijwilligers zijn aan het verouderen. Er komen geen jonge klanten. We zouden wel willen verbreden naar meer duurzaam. Ook tweedehands fair trade producten verkopen spreekt ons aan.

Opmerking uit publiek: Het is lastiger geworden maar het is nog wel mogelijk om de 85% te halen.

Hanneke: Misschien is een betere vraag voor jullie: hoe kunnen we meer klanten trekken? Misschien is dat het probleem? Daar willen we, als Wereldwinkels Nederland, wel in meekijken. Daar zijn wij voor!

Opmerking Raalte: We ontkomen er niet aan om ons assortiment meer duurzaam te maken?

Albert: Dat denk ik zelf niet. Dat heeft een ideologisch en economische reden. Wij zijn nu eenmaal winkels voor fair trade. De wereldwinkel is een sterk merk. Als je je merk gaat verzwakken met verbreding, en jezelf bijvoorbeeld Eerlijk Duurzaam noemt, dan gaat het juist minder. We zien dat bijna elke winkel die dat geprobeerd heeft, 2 of 3 jaar later gestopt is.

*Er volgt een uitwisseling in de zaal waarbij wereldwinkels tips geven aan Wereldwinkel Raalte.*

## **Duurder inkopen**

Opmerking Wereldwinkel Leerdam: Ik ben inkoopcoördinator. Een tijd geleden hebben we met deskundigen gespard over: Wie zijn je klanten en wie wil je als klanten in de winkel hebben? We willen ook wel klanten hebben die de financiën hebben om fair trade te steunen, dus zijn we meer richting het duurdere segment gegaan qua inkoop. Aanvankelijk was er weerstand bij vrijwilligers. Maar mensen hebben het er voor over als ze het geld hebben! De duurdere beelden worden echt verkocht! Mijn tip is dus, heb wat lef om anders in te gaan kopen!

Meerdere wereldwinkels beamen dit: Het werkt echt, om duurder in te kopen!!

Hanneke: Het etaleert ook heel mooi. Een paar grote objecten staat prachtig in je winkel.

Wereldwinkel Leeuwarden: Wij zijn van een kleine winkel op B-locatie naar een A-locatie gegaan. We hebben daarbij hulp gehad van Albert en Hanneke en de huisarchitect van Wereldwinkels Nederland. Dankzij deze verhuizing heeft Wereldwinkel Leeuwarden een professionaliseringsslag gemaakt. Daarbij zijn wel wat oudgedienden vertrokken omdat ze de verandering niet zagen zitten. Het was een hele onderneming. Rondom de verhuizing hebben de vrijwilligers zich een slag in de rondte gewerkt. Sommige mensen gebleven, anderen vertrokken. Wij hebben regelmatig grote scrap metal objecten in en voor de winkel. Zo hadden we onder meer een paard op wielen die we elke dag van binnen naar buiten en weer terug rolden. Uiteindelijk hebben we deze verkocht.

Wereldwinkel Raalte: Wij zijn toen langs geweest en hebben nu een mega haan voor de winkel staan!!

Ingrid: Zo inspireer je elkaar!

Opmerking uit publiek: Wat betreft de hulpvraag van Raalte. Hebben we als deelnemers niet samen een verantwoordelijkheid om elkaar te helpen?

Peter-Paul: We hebben net gezegd dat we willen helpen. Maar we willen ons niet opdringen als de betreffende wereldwinkel er nog niet klaar voor is.

Hanneke: We merken soms dat wereldwinkels niet om hulp vragen, of te laat om hulp vragen.

Opmerking uit het publiek: Ik vind het heel dapper van Wereldwinkel Raalte dat zij hun struggles hier zo open en kwetsbaar delen met ons!

## ***Hoe bereiken we wereldwinkels die (nog) geen deelnemers zijn?***

Vraag: Wat kunnen we eraan doen om te zorgen dat andere wereldwinkels meer betrokken raken bij Wereldwinkels Nederland en dat we kunnen groeien samen?

Peter-Paul: Er volgt binnenkort een bericht van ons naar alle niet-deelnemers. Wat jullie zelf kunnen doen is andere wereldwinkels erop aanspreken.

Opmerking uit publiek: Als wij nou eens de wereldwinkels in onze omgeving benaderen of ze deelnemer willen worden van Wereldwinkels Nederland? We kunnen elkaar enthousiasmeren! Wij vragen aan producenten om coöperaties te vormen en zelf vallen wij als wereldwinkels uit elkaar.

Wereldwinkel Vught: Wij onderhouden regionaal contact met wereldwinkels. We komen volgende week weer met zes wereldwinkels samen om te overleggen.

## ***De verhouding met wereldwinkel.nu***

Vraag: Hoe is de verhouding nu tussen Wereldwinkels Nederland en wereldwinkel.nu?

Hanneke: We hebben af en toe contact. Wat we merken is de voortzetting van dezelfde denkwijzen als die de Landelijke Vereniging had. Kort gezegd zitten we niet op één lijn met wereldwinkel.nu.

Opmerking uit het publiek: Dat snap ik. Ik ben bij de bijeenkomst van wereldwinkel.nu geweest. Ik moet zeggen, ze zijn bezig met het ontwikkelen van een winkelformule. Dat vind ik wel heel aansprekend!

Peter-Paul: Waarom gebruik je de winkeluitstraling van Wereldwinkels Nederland niet? Zij hebben hele mooie verhalen maar daar is in verleden weinig van terecht gekomen. Wereldwinkels Nederland heeft altijd gezegd: wij willen niks dwingen. Maar we hebben een huisstijl, logo, bonnen, een inrichting etc in de aanbieding. Maar we leggen niks op. Wereldwinkel.nu heeft nu hele mooie woorden over een winkelformule, maar die heeft Wereldwinkels Nederland ook gewoon.

Hanneke: Wij zouden graag iets concreets willen zien, niet alleen mooie woorden.

Opmerking uit het publiek: Oké, het loopt dus nog niet onderling, zo te horen.

Yvette: Ik spreek nu vanuit de Raad van Advies. Wij sparren 3 a 4 keer per jaar met het bestuur van Wereldwinkels Nederland. We vinden dat we het moeten blijven proberen om samen te werken met wereldwinkel.nu. Maar de grond daarvoor is nu nog niet vruchtbaar.

## ***Forum Wereldwinkels Nederland***

Yvette: Wereldwinkels Nederland heeft maar drie bestuursleden. Wij kunnen niet verwachten dat zij alles oplossen. Wij kunnen elkaar ook helpen, bijvoorbeeld via het forum, door daar ideeën delen, vragen te stellen, te brainstormen met elkaar en oproepjes te doen.

Peter-Paul: Ja! Wees allen welkom op het forum!

## ***Wereldwinkels helpen wereldwinkels***

Yvette en Karin: Onze handen jeuken om andere wereldwinkels te helpen. Bijvoorbeeld door op bezoek te komen en feedback te geven. Zo kunnen we elkaar én het bestuur helpen.

Opmerking uit het publiek: Kunnen we geen groepje maken met troubleshooters? Met een aantal ervaringsmensen erin. Dan bijvoorbeeld Wereldwinkel Raalte ondersteunen? Zo kunnen we het bestuur helpen!

Peter-Paul: Goed idee! Zet de vraag op het forum: Wie wil er in het team van ambassadeurs? Ga uit je comfortzone, ga op bezoek bij elkaar!

## ***Productcodes***

Wereldwinkel Meppel: We zien teruggang in de informatie bij de productcodes.

Peter-Paul: We moeten er steeds erg achteraan gaan bij de importeurs, dat is lastig. Echter jullie kunnen ook wat doen: In elke nieuwsbrief staat 'geef door om welke producten het gaat zodat wij weten welke importeur wij moeten bellen!' En ook zelf kun je de importeur erop aanspreken.

## ***Lijst met importeurs***

Vraag: Hoe kan een importeur op de lijst van door Wereldwinkels Nederland beoordeelde importeurs terecht komen?

Albert: Je kan je aanmelden en dan gaan we ze doorlichten. Er zijn geen kosten voor importeurs aan verbonden. Er is wel een kleine wachtlijst.

Yvette: Het zou helpen te weten wie WFTO gecertificeerd zijn en wie door Wereldwinkels Nederland beoordeeld zijn.

Albert: Er zijn WFTO guaranteeed members die het niet nodig vinden om ook door Wereldwinkels Nederland beoordeeld te worden. Dat vinden wij wel jammer, want die hebben alle spullen al klaar liggen die nodig zijn om beoordeeld te worden.

Vraag uit publiek: Waarom zou je een WFTO guaranteeed member nog beoordelen?

Albert: Guaranteeed membership is een systeem van de WFTO zelf. Het is dus geen onafhankelijk systeem. De WFTO heeft er ook belang bij om een importeur guaranteeed member te maken want ze krijgen dan een hogere fee. Ook staan de normen van WFTO niet helemaal op één lijn met die van Wereldwinkels Nederland. Een guaranteeed member kan bijvoorbeeld ook niet-fair trade producten verkopen.

Herman van de Commissie Beoordeling & Assortiment: Er zijn maar heel weinig WFTO guaranteeed members. Het zijn er maar vijf. Wij vinden het ook belangrijk te kijken naar informatie voorziening

van importeurs naar Wereldwinkels Nederland en naar wereldwinkels zelf. Daar mag soms wel een tandje bij van de kant van de importeur.

Opmerking uit publiek: Er is verwarring of Sarana en Earthware twee aparte bedrijven zijn of dat er overlap is tussen de twee.

Albert: Een vraag voor de Commissie Beoordeling & Assortiment.

## ***Opmerkingen***

Opmerking uit het publiek: De Medewerkersnieuwsbrief wordt in onze wereldwinkel heel goed ontvangen en mag vaker uitkomen!

Peter-Paul: Veel pinautomaten zitten aan het einde van hun licentie en moeten vervangen worden. Het betreffende bedrijf heeft een chiptekort dus kan niet leveren. Dat is heel vervelend maar daar kunnen wij niks aan doen. Je wordt vanzelf gebeld.

Hanneke: In de powerpoint presentatie van vandaag zaten her en der foto's van de nieuwe posters. Ik ben bezig met een aantal importeurs om deze te maken. Bij elke poster wordt één van de fair trade principes vermeld. Ik ben ook bezig met posters voor de Fair Trade Week. Deze week gaat 10% van de omzet naar een fair trade doel. De week is van 29-10 tot 6-11.

Opmerking uit het publiek: Wij gaven een keer korting bij Fair Friday (Black Friday). Daar hadden klanten wat op tegen. Nu gaat er die dag een deel van de omzet naar PlusPlus. Die organisatie geeft kleine leningen gegeven aan producenten. Het bedrag wordt zo goed als altijd terugbetaald en je kunt dat bedrag steeds weer in een nieuwe lening stoppen. ([www.plusplus.nl](http://www.plusplus.nl))

## ***Oproep voor winkelmaterialen***

Wereldwinkel Sassenheim doet op de valreep een oproep. We gaan verhuizen en zoeken materialen!

## **8. Afronding**

Ingrid: Bedankt voor ieders input voor deze inspirerende en geslaagde dag. Om af te ronden wil ik voor we naar de borrel gaan even kort een paar reacties. Hoe kijk je terug op deze Deelnemersdag?

Reacties:

- Toegevoegde waarde
- Stof tot nadenken
- Inspirerend
- Samen gevoel
- Fijn dat er ook gedeeld kan worden wat minder goed gaat