



## **Deelcafé De Buurman : drinken, delen & denken**

1. Missie en visie
  - 1.1 Introductie
  - 1.2 Missie
  - 1.3 Visie
  - 1.4 Doelstellingen
  
2. Doelgroep
  
3. Organisatie
  - 3.1 Rechtsvorm
  - 3.2 Organisatie
  
4. Planning
  
5. Financieel
  - 5.1 Start-up
  - 5.2 Maandelijke kosten/opbrengsten

## 1. Missie & visie

### 1.1 Introductie

Het idee om in Hardinxveld een espressobar/koffiehuis te beginnen bestaat intussen al enkele jaren. Waar in eerste instantie sterk de nadruk lag op 'enkel' het creëren van een verdienmodel om zodoende projecten elders te kunnen steunen, is de focus intussen verbreed naar het in contact brengen van diverse groepen mensen met elkaar en het versterken van het onderling contact. De meerwaarde wordt, naast de initiële ondersteuning van organisaties die zich inzetten om onrechtvaardige situaties te bestrijden, gezien in het faciliteren van een omgeving waarin de eenzame, oudere, jongere, moeder, vluchteling, tiener etc in contact wordt gebracht met zijn medemens, en van daaruit gezonde relaties ontstaan die 'hulp' (delen) op een natuurlijke manier mogelijk maken. Gedeelde waarde is **'delen': het investeren van tijd, aandacht en middelen in de ander, of dat nu ver weg of dichtbij is.**

Het afgelopen half jaar (Q1+2 2016) is daarnaast weer eens gebleken (bv. m.b.t. de vluchtelingen/statushouders in Hardinxveld) dat veel mensen staan te springen om iets te doen voor een ander, maar dat het er simpelweg en jammer genoeg 'niet van komt'. Redenen lijken te vinden in de vaak wat logge organisatiestructuren van hulporganisaties en de drukte van alledag. Beide oorzaken willen we met het koffiehuis tackelen: de samenwerking wordt gezocht met grotere organisaties die reeds lang actief zijn in vrijwilligerswerk en contact hebben met de medemens in de marge, waarbij het koffiehuis als laatste schakel wil optreden zodat mensen met een hart voor een ander ook daadwerkelijk aan de slag / in contact kunnen komen.

De Buurman richt zich dus op het **welzijn van de medemens, dichtbij en veraf**, en gaat er daarbij vanuit dat elk mens gebaat is bij onverdeelde aandacht, contacten én niet gehinderd mag worden door onrechtvaardige structuren of situaties in zijn/haar leven. In de lokale gemeenschap zien we onrechtvaardige structuren vooral in de vorm van eenzaamheid, uitsluiting en individualisering (wakker worden, werken, tv kijken, repeat, geen oog voor de ander), verder weg zien we dit vooral in vormen van extreme armoede, gebrek aan opleiding en kansen op werk, gevolgen van natuurrampen, onrechtvaardige verdeling van rijkdom etc.

In de hieropvolgende paragraaf wordt na deze introductie onze specifieke missie en visie uiteengezet.

## 1.2 Missie – Wat is onze droom?

- **'Dichtbij delen'**: het delen van tijd en aandacht met mede-inwoners, samen optrekken als lokale gemeenschap bevorderen, mensen tot bloei laten komen in een omgeving die naar hen omziet
- **'Ver weg delen'**: het structureel ondersteunen van- en betrokken zijn bij initiatieven die zich inzetten tegen de bestrijding van onrechtvaardige situaties



## 1.3 Visie - Hoe gaan we onze missie uitvoeren?

### *Delen dichtbij*

- **Creëren van een koffiehuis** als fysieke ontmoetingsplek ('drinken')
- Mensen in staat stellen om hun **goede bedoelingen vorm te geven**, door middel van o.a. ontmoetingen in het deelcafé, kleine vrijwilligerstaken uitvoeren die door organisaties worden aangedragen, eigen initiatieven organiseren etc ('delen')
- **Inspireren van- en geïnspireerd worden** door bezoekers om op een (ver)nieuw(d)e manier na te denken over delen, o.a. door films, boeken, bijeenkomsten, activiteiten, bedrijfsbijeenkomsten etc ('denken')

### *Delen ver weg*

- Meeropbrengsten van het koffiehuis worden geïnvesteerd in projecten/initiatieven die de **medemens in nood** 'ver weg' ondersteunt, liefst met directe betrokkenheid van Hardinxvelders in het buitenland ('drinken' en 'delen')
- Constructieve **communicatie** tussen 'ver weg' (ondersteunde projecten/personen) en 'dichtbij' mogelijk maken en onder de aandacht brengen ('delen')
- Het onder de aandacht (laten) brengen van onrechtvaardige situaties elders in de wereld, zodat mensen in Hardinxveld **bewust worden en actie kunnen ondernemen** ('denken')

De thema's 'drinken, delen & denken' zijn terugkerend, en dienen zodoende als kapstok om e.e.a. qua organisatie en presentatie duidelijk aan op te hangen. De visie op het realiseren van onze missie ('dichtbij delen' en 'veraf delen') is kort samen te vatten in de onderdelen **drinken, delen & denken**, die specifiek (en fysiek) gebundeld worden in deelcafé De Buurman.

Hieronder gaan we per onderdeel nogmaals in op deze 3 belangrijke termen :



## drinken

De Buurman houdt van koffie. De **allerbeste verse koffie**, en van thee! Bij De Buurman vind je dan ook een heerlijke koffie- en theekaart, en altijd **verse hapjes**, koeken, taarten en broodjes. **Geniet** van de beste koffie en thee van Hardinxveld-Giessendam in een ongedwongen en gastvrije setting. Want wat is er nu leuker dan **samen** genieten?

Wat is een koffiehuis zonder de beste koffie van de stad/dorp? Het koffiehuis pretendeert dan ook dat de koffie(specialiteiten) die er geschonken worden van constante kwaliteit zijn, en een echt uithangbord voor het concept. Zonder goede koffie, en bijbehorende versnaperingen, is het niet mogelijk om een geloofwaardig koffiehuis neer te zetten. Absolute basisvoorwaarde.

*Delen 'dichtbij'* : een goed gesprek met een kop koffie, een kop koffie sponsoren voor iemand die dit niet kan betalen, samen plannen maken voor een uitje met een oudere in het deelcafé .. Het zijn maar een paar van de mogelijkheden die het thema 'drinken' mogelijk maakt!

*Delen 'ver weg'* : met de opbrengsten van de horeca-activiteiten wordt, zodra er een positief resultaat wordt gedraaid, maandelijks geïnvesteerd in een relevant project

dat gericht is op het delen van overvloed met mensen die het minder hebben. Denk hierbij aan investeren in projecten waar Hardinxvelders in het buitenland al mee bezig zijn (bv Wim & Danielle – Agua Viva, Oдини Malawi) etc.



## delen

De Buurman is graag **een beetje anders**. Hij neemt de tijd om zijn dorpsgenoten te leren kennen, en is op zoek naar mogelijkheden om te **delen** van wat hij heeft. **Ga mee op avontuur** met De Buurman, om samen te ontdekken wat we kunnen betekenen voor **mensen** dichtbij en ver weg. Heb jij een hart voor mensen? Dan is De Buurman je beste vriend!

Met de basisvoorwaarde van een onverslaanbare kop koffie wordt het tijd om te kijken naar het eigenlijke hoofddoel : delen. Delen betekent iets van jezelf geven aan een ander, dat kan in tijd, aandacht, geld. Vooral de eerste 2 zijn voor ons koffiehuis belangrijk.

*Delen 'dichtbij'* : heb je een middag niets te doen, en wil je jezelf nuttig maken? Schuif aan in het koffiehuis en bekijk welke mensen op jou zitten te wachten. Heb je een groepje vrienden dat zich ook wel eens wil inzetten voor een ander? Kijk op de site, en spreek eens af met dat groepje bewoners van Pedaja om te gaan koffiedrinken.

De mogelijkheid om te delen moet sterk worden gevoed door reeds bestaande organisaties, die ons koffiehuis als etalage kunnen gebruiken om vrijwilligers in te zetten. Doordat deze etalage als het ware erg laagdrempelig is,

verwachten we dat kleine klusjes en contactmomenten snel en eenvoudig zijn in te vullen. Na verloop van tijd zal e.e.a. meer op relatie gaan ('mijn vriend is vluchteling en heeft even hulp nodig'), maar in de initiële fase zal er eerst een tijdspanne zijn van directe hulp zonder relatie. E.e.a. bijt elkaar niet, maar groeit samen op. Organisaties waar de samenwerking mee wordt gezocht zijn o.a. Servanda, Vluchtelingenwerk, etc.

*Delen 'ver weg'* : naast financiële steun voor organisaties en/of personen die zich inzetten voor het bestrijden van onrechtvaardige situaties willen we ook delen in contacten, medeleven en aandacht. Dit betekent dat er actief gezocht wordt naar manieren om betrokken te raken met projecten elders, en dat in ieder geval een deel van de inspanningen van De Buurman gericht zijn op het onderhouden van bemoedigende relaties met mensen in nood op grotere afstand.



## denken

De Buurman wil een plek bieden om te **inspireren** en geïnspireerd te raken, en biedt een plek voor evenementen die daar aan bijdragen. De wereld **elke dag een stukje mooier** maken, samen op weg naar beter. Door kritisch na te denken en geen genoeg te nemen met de waan van de dag willen we mensen **uitdagen** om hun dagelijks leven meer inhoud te geven.

Ons koffiehuis wil een broedplaats zijn voor nieuwe gedachten, en voorop lopen in het bedenken van mogelijkheden hoe we de wereld (te beginnen met Hardinxveld) elke dag een kleine beetje mooier kunnen maken. We willen geen genoeg nemen met structuren waarin mensen worden uitgewrongen, vereenzamen, in angst leven of worden genegeerd. Samen willen we op zoek gaan naar manieren om als betrokken locals op te trekken, en daarbij in ieders behoefte te voorzien. We zien hierbij duidelijk in dat veranderingen in eigen levensstijl, overtuiging en levensinvulling nauw verweven zullen zijn met de gerichtheid op 'de ander'.

*Denken 'dichtbij'*: we bieden de mogelijkheden en setting om na te denken over bestaande problemen met betrekking tot vereenzaming, individualisering en zingeving. We delen gedachten met elkaar, inspireren door middel van

informatievoorziening en het verzamelen van ideeën, maar bieden zeker nadrukkelijk de ruimte voor mensen om zelf met elkaar in gesprek te gaan, en de mogelijkheden te verkennen. De Buurman wil daarbij faciliterend en ondersteunend zijn, en waar mogelijk fysiek ruimte bieden aan meetings, activiteiten en gerelateerde zaken. Er is ook nadrukkelijk ruimte voor initiatieven uit de zakelijke hoek.

*Denken 'ver weg'*: het onder de aandacht (laten) brengen van onrechtvaardige situaties elders in de wereld, zodat mensen in Hardinxveld-Giessendam en omstreken bewust worden en actie kunnen ondernemen. Hoewel we de situaties in de regio niet onderschatten zijn we ons bewust van de schrijnende situaties elders in deze wereld. We willen daar, terwijl we bezig zijn in ons eigen dorp, niet de ogen voor sluiten. Ook al is het vaak lastig om direct bij te dragen aan oplossingen ver weg, we willen hier vasthoudend naar zoeken, en nog belangrijker: gezamenlijk. De Buurman is ervan overtuigd dat mensen verschil kunnen maken, ook op afstand. Denken over initiatieven, eigen levenswijze, visie op de wereldverhoudingen, delen uit Westerse overvloed etc zijn thema's die altijd hand in hand zouden moeten gaan met de plaatselijke afspiegeling daarvan.

### 1.4 Doelstellingen

Om e.e.a. qua inspanningen en resultaten zo goed mogelijk te kunnen meten, is het belangrijk om een aantal specifieke doelstellingen aan de visie te koppelen, om zodoende te kunnen bepalen of de gekozen aanpak/visie doeltreffend is.

In de trend van de visie stellen we om die reden de volgende doelstellingen op:

#### **Drinken**

##### *Dichtbij*

- Binnen 6 maanden na opening ontvangt De Buurman dagelijks gemiddeld meer dan 20 klanten
- De koffie- en thee kwaliteit en uitstraling & setting van De Buurman wordt door onze klanten gemiddeld beoordeeld met een rapportcijfer 8 of hoger

##### *Ver weg*

- De maandelijkse opbrengsten uit koffie- en thee verkoop (+overig verteer) overtreffen binnen maximaal 3 maanden na opening, tezamen met alle overige inkomsten, blijvend de totale maandelijkse kosten.

- Zodra de exploitatie stabiel winstgevend blijkt zal 80% van de meeropbrengsten per maand worden gedoneerd aan een maandelijks (gezamenlijk) te kiezen project. De resterende 20% wordt geherinvesteerd in het koffiehuis, en in de middelen en activiteiten om lokaal te delen.

## **Delen**

### *Dichtbij*

- Er is binnen 6 maanden sprake van een regelmatige wekelijkse aanvoer van vrijwilligers richting lokale organisaties, waarbij feedback, controle en begeleiding op goed niveau wordt uitgevoerd.
- Er is vanaf de start continue duidelijk waarneembaar dat De Buurman geen 'gewoon' koffiehuis is, maar dat er zowel qua sfeer als qua duidelijk waarneembare activiteiten en uitstraling duidelijk wordt aangestuurd op 'delen'.
- Per week worden er minstens 5 duidelijk waarneembare nieuwe contacten gelegd.

### *Ver weg*

- Binnen 6 maanden is er een duidelijke communicatie-/bemoedigings-stroom op gang gekomen met organisaties elders en mensen in nood.
- Na 3 maanden wordt de eerste donatie gedaan, wat vervolgens een constructief maandelijks fenomeen wordt

## **Denken**

### *Dichtbij*

- Deelcafé De Buurman wordt actief gebruikt door zowel particulieren als zakelijke klanten als plek om na te denken over hun eigen bestaan, dat van anderen en hoe dat zich idealiter tot elkaar zou moeten verhouden. Ten minste 2 particuliere en 1 zakelijk initiatief wordt geboren in De Buurman binnen 1 jaar.

### *Ver weg*

- De klant die vaker dan 1 x per maand bij De Buurman komt vertoont na 6 maanden een verhoogd bewustzijn van de situatie op wereldniveau, en is meer begaan met het lot van zijn medemens ver weg.

## 2. Doelgroep

De onderstaande doelgroepen worden aangesproken, overlap kan vanzelfsprekend plaatsvinden tussen de doelgroepen :

- Doelgroep '**isolement**' : zeer divers, maar als gedeelde noemer eenzaamheid. Denk aan vluchtelingen/statushouders, ouderen, alleenstaande mensen, jongeren.

Wat betreft het lokaal 'delen' is deze doelgroep een eerste prioriteit. Zowel in het toewijzen van kleine vrijwilligerstaken, als de algehele insteek en houding van medewerkers en bezoekers van De Buurman wordt sterk rekening gehouden met deze groep, en strekken we ons uit naar een verbetering van de contacten met deze mensen.

- Doelgroep '**koffieliefhebbers**': komen puur voor de koffie en gezelligheid. Winkelend publiek, jonge moeders, oma + opa met kleinkinderen etc.

Gezien het dorpse en wellicht ietwat behoudende karakter van onze lokale gemeenschap kunnen op dit punt wat twijfels ontstaan over de daadwerkelijke aanloop. Toch wil De Buurman zich profileren als een high-end koffiehuis, dat onverslaanbare koffie- en theespecialiteiten serveert, om zodoende deze doelgroep aan te spreken en te binden.

- Doelgroep '**zakelijk+**' : ondernemers die oog hebben voor meer dan enkel winst, maar ook willen investeren in mens en maatschappij. Zij zien toegevoegde waarde in een concept waar ook vernieuwende zakelijke initiatieven besproken, bediscussieerd en bedacht kunnen worden.

Er wordt nadrukkelijk contact gezocht met de lokale ondernemers, die zowel terecht kunnen bij De Buurman voor meetings/intakes etc als voor netwerken en brainstormen over zakelijk-maatschappelijke initiatieven.

- Doelgroep '**ik wil iets doen**' : brede bevolkingsgroep die hart heeft voor de medemens, maar door het drukke bestaan geen mogelijkheden ziet/vindt om zich in te zetten.

We verwachten belangstelling uit de christelijke hoek, maar staan heel nadrukkelijk open voor alle mensen die een hart voor anderen hebben of willen krijgen, ongeacht ras, geloof, geaardheid, historie etc. De bedoeling is dat er vanuit De Buurman een kloof wordt gedicht die tussen grotere organisaties en de lokale bevolking die 'iets goeds' wil doen ligt. Kleine taken, die in het schema passen van een drukbezet mens, worden aangeboden, en begeleid. Mensen worden aan de hand genomen en wegwijs gemaakt in het doen van kleine vrijwilligerstaken, en in het ontmoeten van nieuwe mensen die hun hulp kunnen gebruiken.

De clientèle zal dus bestaan uit koffieliefhebbers, ondernemers, zakenrelaties en winkelend publiek vanaf ca. 16 jaar. Een grote variëteit aan klanten wordt verwacht, van het groepje vaste koffiedrinkers van de AH (70+?) tot huiswerk makende tieners, breiende moeders en schaak-spelende opa's en kleinzons. Hoofdgedachte is dat ieder waardevol is, en ieder wat te bieden heeft aan de ander. Al is het maar aanwezig zijn, of samen in dezelfde ruimte een boek of Het Kompas lezen.

Concurrentie is er in de vorm van reeds aanwezige restaurants, lokale café's en sporthalfoyer. Gezien de speciale missie van De Buurman is de verwachting dat er ruim voldoende wordt gedifferentieerd t.o.v. bestaande commerciële concepten.



### 3. Organisatie

#### 3.1 Rechtsvorm

Het koffiehuis organiseert zich in een Stichting, na accountantsadvies is dit de meest passende rechtsvorm gebleken. Voordelen zijn rechtspersoonlijkheid, overdraagbaarheid van functies (ipv eigendom) en aftrekbaarheid van giften i.v.m. ANBI status.

De stichting heeft een 3-koppig bestuur (voorzitter, secretaris & penningmeester). Dit om de slagvaardigheid en efficiëntie zo hoog mogelijk te houden.

#### 3.2 Organisatie

De organisatie, direct aangestuurd door het bestuur, bestaat uit een 7-tal 'afdelingen' die nauw met elkaar samenwerken omtrent de dagelijkse gang van zaken :

1. *Personeel + planning*

Indelen van vrijwilligers, aanmeldingen coördineren, instructies verzorgen voor nieuwe vrijwilligers en planning en communicatie omtrent het 'werkschema'.

2. *Financieel (+giften)*

De afdeling financieel staat onder direct toezicht van de penningmeester. Dagelijkse werkzaamheden kunnen ofwel dmv duidelijke instructie aan vrijwilligers, ofwel door delegeren aan verantwoordelijke worden uitgevoerd. Ter invulling aan de penningmeester.

3. *Activiteiten*

Idee is dat het koffiehuis een bruisende ontmoetingsplek wordt, waarbij ook regelmatig een 'event' zal plaatsvinden. Denk hierbij aan een akoestisch concert, wekelijks breiclubje, vertonen van een inspirerende film of misschien een samenkomst omtrent een bepaald (actueel) onderwerp. In principe staan we open voor elke activiteit die bijdraagt aan een gezonde ontwikkeling van menselijke relaties, en daarbij vooral uitreikt naar de behoeftigen in onze samenleving.

4. *'WKIVAD.nl'*

'Wat kan ik voor anderen doen?' Dit gedeelte is puur gericht op het hulp verlenen, denk hierbij aan een rondje wandelen met een oude meneer/mevrouw, een tuintje opknappen, helpen met de internetaansluiting, samen afspreken met iemand die eenzaam is voor een kop koffie. Bedoeling is dat er een online prikbord komt met beschikbare taakjes, pak er eentje vanaf, 'voer uit' en koppel terug via bv Facebook. De verantwoordelijke voor dit deel van de organisatie coördineert, ontwikkelt het concept al naar gelang de wensen/ontwikkelingen en kan dit (samen met programmeur) omzetten in een werkbaar online concept.

Door ook een constructieve en eenvoudige manier van offline aanbieden ('kom we gaan naar De Buurman, want daar kunnen we eenvoudig zien wat we kunnen doen', bv door middel van een prikbord met kleine vrijwilligerstaken), wil ons koffiehuis de leemte opvullen die wat ons betreft aanwezig is in deze laatste schakel tussen organisaties en mensen. Dat daarbij in eerste instantie ook 'goed werk in hapklare brokken' centraal staat heeft te maken met het eerder genoemde opgaan in werk van alledag : drukbezette mensen hebben behoefte aan een strak in tijd en inspanning omschreven taak, vooral als het om een eerste inzet gaat voor de medemens. Vaak wordt er na zo'n eerste 'efficiënte' hulpactie al overgeschakeld op menselijke interactie ('hé, het is een gewoon mens met zijn eigen karakter en persoonlijkheid, en geen hulpobject) en kan er gebouwd worden aan relaties.

5. *Horeca*

De horeca verantwoordelijke richt zich op kwaliteit van de producten, (afstemmen van) inkoop van de diverse benodigdheden (lokale relaties met toeleveranciers), toezicht op- en onderhoud aan de machines en contact met de toeleveranciers van die machines. M.b.t. tot het 'taarten bakken' stemt afdeling horeca nauw af met afdeling personeel hoe e.e.a. vormgegeven wordt, zodat er elke dag een verse taart/koek beschikbaar is.

6. *Inrichting pand & interieur*

Het pand moet dusdanig aantrekkelijk zijn dat het een zeer prettige plaats is om te verblijven. Zoals een goede kop koffie een basisvoorwaarde is om tot het hoofddoel van het koffiehuis te komen, zo is een trendy, comfortabel en schoon interieur dat ook. Inclusief visie op / instructies voor schoonmaak en onderhoud, en uitvoer grote schoonmaak. Afstemming 'inspirerende materialen' zoals kreten op de muur, flyers, boeken met afdeling activiteiten en WKIVAD.

7. *PR & communicatie*

Public relations : website, FaceBook, kranten, etc. Betreft communicatie als promotie, interne communicatie grotendeels afstemmen met verantwoordelijke personeel.

Onderbouwing structuur :

- Gericht op snel schakelen in de dagelijkse uitvoering, zoveel mogelijk autonoom uitvoerbaar zonder tussenkomst van bestuur
- People-organisation : de organisatie bestaat uit mensen, die aandacht, sturing nodig hebben, en ongetwijfeld wat frictie kunnen veroorzaken. Ook zal er gezien de setting veel nieuws aan ideeën opborrelen, waarvan een deel niet en een groot deel wel geïmplementeerd kan worden. Continue communicatie met de betrokken partijen is van levensbelang voor het concept (zie story Q Cafe in Seattle : 'overcommunication is not possible')
- Door tegelijkertijd te investeren in mensen, maar wel de diverse taken separaat te houden blijft de organisatie bij personeelwisselingen gehandhaafd. De organisatie wil niet afhankelijk zijn van één of enkele personen die al het werk verrichten

#### 4. Planning kort & middellang

< juni

- visie document opstellen, begroting maken, review door 4-5 'experts'
- toekomstige partnerorganisaties contacten en idee voorleggen
- gemeente contacten i.v.m. toiletten en terrasje

3 juni

- bij groen licht punten 3 juni-> pand huren

Juni :

- Communicatie uitbouwen (FB, Het Kompas)
- Huisstijl (zie coolblue doc), website live
- Interieur bepalen + inkopen
- Basis werkzaamheden pand

Juli :

- Interieur inbouwen + organisatie vormgeven (vrijwilligers, taken, processen, voorwaarden etc)

Augustus

- idem

Half september 2016 : Opening!

Huurcontract 2+3 jaar

- Na 2 jaar (juni 2018) evaluatie : zijn de doelstellingen bereikt?

## **5. Financieel**

### **5.1 Start up investering**

Om e.e.a. in gang te zetten is een startup investering benodigd van ca € 10.000.-. Deze investering wordt verklaard in bijgevoegd Excel document. Deze investering zal in de vorm van een persoonlijke lening (looptijd 4 jaar) aan de stichting worden verstrekt door de initiatiefnemers, die vervolgens maandelijks worden afbetaald. Ook geïnteresseerde bedrijven kunnen zich melden om via deze vorm te investeren.

### **5.2 Maandelijks kosten/opbrengsten**

Na de initiële startup zullen de maandelijks kosten en opbrengsten als volgt zijn (zie wederom bijlage).

Inkomstenbronnen :

- Exploitatie koffiehuis
- 'Vrienden van de Buurman'
- Zakelijk : sponsoring & reclame inkomsten

Belangrijke opmerkingen :

- De kosten voor het pand worden voor ten minste 80% (=€ 800,-)gedragen door de "Vrienden van De Buurman", die maandelijks elk een bedrag doneren als vaste inkomsten. Dit stelt het koffiehuis in staat om voldoende focus op de missie te hebben. Gezien het feit dat het koffiehuis een niet-commerciële organisatie is, is het van belang een vaste ondergrond aan inkomsten te hebben, zodat fluctuaties en kosten en opbrengsten zijn op te vangen, en er ruimte is om op een gezonde manier verder te bouwen aan het concept. Een te hoge huur, of totaalkosten voor het pand, zijn dan ook niet acceptabel, aangezien die teveel focus op het financiële aspect leggen.

- Verhuren van advertentieruimte op de site, en op WKIVAD.nl maakt een belangrijk deel uit van het verdienmodel.

### **5.3 Beheer vermogen van de Stichting**

Het beheer van het vermogen van de stichting wordt gevoerd door het bestuur. In de dagelijkse praktijk zal de penningmeester administreren, en het bestuur actief aansturen op het realiseren van de financiële doelstellingen ('delen ver weg'). Het bestuur draagt gezamenlijk verantwoording voor het vermogen, in de statuten is verder opgenomen dat zonder meerderheid van stemmen een wijziging in doelstelling niet mogelijk is. Bij eventuele staking van de onderneming wordt het resterende vermogen van de stichting, zoals in de statuten bepaald, besteed aan een ANBI met een soortgelijk doel.

### **5.4 Bijlagen financieel**

Bijlagen :

- Maandbegroting (tab1)
- Startup investering (tab2)