

KrīeKoffie

sociale versterking van de Gillisbuurt

Beleidsplan 2019 - 2021

Beleidsplan KopieKoffie

Sociale versterking van de Gillisbuurt in Delft

Versie: oktober 2019

www.kopiekoffie.nl

Samenvatting één jaar KopieKoffie: sociale versterking van de Gillisbuurt in de Buitenhof in Delft

KopieKoffie is een plek van ontmoeting: een hartelijke, huiselijke koffie- en kopieerzaak, waarin mensen 'echt gezien' worden. Een stichting als sociale onderneming, waar het doel niet is om economisch winst te maken maar om maximale sociale impact te hebben. Een kopieerzaak waar sociale versterking plaatsvindt in de Buitenhof in Delft tussen mensen van verschillende culturen en achtergronden. Zo zit een flexwerker naast een jongeman die vanwege psychische klachten soms wat rondstruint door de wijk en een 50+ buurvrouw naast een scholier die een werkstuk komt printen en een buurtbewoner die gratis koffie komt drinken. Een andere buurman schuift aan voor de lunch en luncht samen met teamleden van KopieKoffie.

Het team van KopieKoffie – in het afgelopen jaar gegroeid naar 17 collega's - is een afspiegeling van de buurt, met leeftijden tussen de 14 en 60 jaar en acht verschillende geboortelanden. Buurtbewoners hebben 'buren' als collega's, mensen wiens levens normaal gesproken niet zouden mengen. Hun informele netwerk wordt versterkt, door met elkaar samen te werken en te leven. De cultuur van het team is er één van een familiebedrijf, waar plezier, kwetsbaarheid en eigen leiderschap voorop staan.

KopieKoffie is ook een plek van talentontwikkeling, waar mensen die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben, een kans krijgen om werkervaring op te doen om daarna door te groeien naar een betaalde werkplek. Zo vergroten ze hun kans op doorstromen naar een reguliere baan.

KopieKoffie heeft een jaar haar deuren open. Vijf dagen per week zijn mensen welkom voor een kopje koffie, een praatje of om een laptop te gebruiken en te kopiëren, printen en te scannen. Inmiddels trekken we met vaste klanten, die een jaar geleden voor ons nog onbekenden waren, al een jaar op. Soms blijft het bij vriendelijk contact, van andere klanten kennen we intussen hun levensverhaal en hun uitdaging van morgen.

In het eerste jaar zijn er ruim vierduizend kopjes koffie en thee verkocht. Onze klanten kochten meer dan honderd kopjes-koffie-voor-een-ander: een kopje koffie gekocht voor iemand anders die het niet kan betalen. Zeshonderd stukken taart - waarvan ruim vierhonderd stukken gemaakt door de leerwerkplaats van stichting Stunt - en meer dan driehonderd sambusa's van de Somalische buurvrouw zijn smakelijk opgegeten. Daarnaast schoven meer dan tweehonderd mensen aan bij de schuif-maar-aan-lunch. Ook de kopieerfunctie voorziet duidelijk in een behoefte: er zijn bijna dertigduizend gewone kopietjes en printjes verkocht in het eerste jaar van KopieKoffie.

Als laagdrempelige activiteit is tweewekelijks de ladiesochtend georganiseerd met onbeperkt thee en zoete hapjes. Ook was er veel enthousiasme tijdens de

creatieve avonden met onder andere handletteren. Eens in de drie weken kunnen mensen in het Nieuwscafé de Nederlandse taal oefenen aan de hand van krantenartikelen. Buurtbewoners kunnen elke dag aanschuiven tijdens de schuif-maar-aan-lunch en zijn elke dinsdag speciaal welkom op het 'Buurtkoffie-uurtje' met koffie voor € 1,-.

De samenwerkingen in de buurt zijn aan het groeien. Zo komen begeleiders van Perspektief elke twee weken bij KopieKoffie flexwerken en is sinds kort wekelijks iemand van het Werkgeversservicepunt van Werkse! aanwezig. Ook is er veel contact met de mensen van Stunt en DOEL van GGZ Delfland. Voor activiteiten met de Nederlandse taal wordt samengewerkt met DOK Voorhof en Delft voor Elkaar. Verder sluiten we aan bij initiatieven uit de buurt, zoals buurtstichting Rode Feniks, de vrouwengroep van de Horizon, een kledingruilavond van buurtbewoners en de Syrische en Sudanese vereniging.

In het eerste jaar van KopieKoffie is voor ruim vijfenzeventigduizend euro aan fondsen toegezegd, door stichting Werkplan, het Rabobank Coöperatiefonds, Fonds Stalpaert van der Wiele en het Oranjefonds. Op dit moment zijn fondsaanvragen in behandeling bij of in voorbereiding voor de Gemeente Delft, Fonds1818, VSB Fond en stichting DOEN. In de eerste drie jaar zal KopieKoffie afhankelijk zijn van fondsen. Het doel is om vanaf 2022 de kosten te kunnen dekken uit de koffieverkoop, activiteiten en verhuur van de locatie.

Onze droom is dat de cultuur van KopieKoffie, waarin elke persoon zich gezien en gewaardeerd weet, zich zoals gist in deeg verspreidt in de Gillisbuurt. Dit alles in een sfeer van vertrouwen, door kwetsbaarheid en eigen leiderschap. Dat door ons team, onze klanten en onze activiteiten mensen elkaar leren kennen, waardoor er meer vertrouwen ontstaat, de eenzaamheid afneemt en zo het informele netwerk wordt versterkt.

Inhoud

Samenvatting één jaar KopieKoffie: sociale versterking van de Gillisbuurt in de Buitenhof in Delft	3
1 Sociale versterking in de Gillisbuurt.....	7
1.1 Doelstelling KopieKoffie	7
1.2 Doelgroep	7
1.3 Wat eraan vooraf ging	8
1.4 Context: de Gillisbuurt in Delft.....	9
1.5 Probleemanalyse: segregatie en wantrouwen, eenzaamheid en je niet gezien weten	11
1.6 Kern van onze aanpak: cultuur van gezien worden, kwetsbaarheid en eigen leiderschap.....	14
2 Organisatie: stichting KopieKoffie.....	16
2.1 Doelstelling stichting KopieKoffie.....	16
2.2 Onze missie en visie.....	16
2.3 Onze mensen.....	17
2.3.1 KopieKoffieteam	17
2.3.2 Bestuur	18
2.4 Beloningsbeleid	18
2.5 Samenwerkingsverbanden	19
2.6 Samenwerking met PrintPlezier.....	22
2.7 Gegevens.....	23
2.8 SWOT analyse.....	24
3 Beoogd resultaat	25
3.1 Resultaten november 2018 – oktober 2019	25
3.2 Beoogd resultaat.....	29
3.2.1 Stimuleren sociale versterking: ontmoeting bij KopieKoffie	29
3.2.2 Sociale versterking door het organiseren van activiteiten	31
3.2.3 Creëren van werkplekken voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.....	32
3.2.4 Lokaal laagdrempelig.....	32
3.2.5 Onderzoek naar sociale impact KopieKoffie	33

3.3	Beoogd resultaat in getallen	33
3.3.1	Beoogde impact in getallen	33
4	Informatie.....	36
5	Financiën	37
5.1	Financiële resultaten januari tot september 2019.....	37
5.2	Reflectie op financieel resultaat tot september 2019.....	40
5.3	Exploitatiebegroting	41
5.4	Investeringskosten.....	42
5.5	Dekkingsplan.....	42
5.6	ANBI randvoorwaarden.....	43
5.6.1	90% eis	43
5.6.2	Geen winstoogmerk.....	43
5.6.3	Integriteitseisen	44
5.6.4	Zeggenschap over het vermogen.....	44
5.6.5	Beperkt eigen vermogen.....	44
5.6.6	Beloning beleidsbepalers.....	44
5.6.7	Beleidsplan.....	44
5.6.8	Publicatie gegevens ANBI op het internet.....	44
5.6.9	Wijze van verwerving inkomsten	45
5.6.10	Beheer en besteding van het vermogen.....	45
5.6.11	Verhouding tussen beheerkosten en bestedingen.....	45
5.6.12	Opheffing	45
5.6.13	Administratieve verplichting	45
6	In het écht is het nog mooier	47
	Bijlage A: Ontwikkeltraject.....	48
	Bijlage B: Handboek stichting KopieKoffie	50
	Bijlage C: Statuten stichting KopieKoffie	51
	Bijlage D: Jaarverslag stichting KopieKoffie.....	52

1 Sociale versterking in de Gillisbuurt

1.1 Doelstelling KopieKoffie

Op sociaal gebied hebben we impact in de wijk door middel van de sociale versterking die bij KopieKoffie plaatsvindt en door het organiseren van activiteiten waar mensen uit de buurt aan meedoen. Daarnaast hebben we impact op de levens van mensen in de wijk door werkplekken te creëren waar mensen werkervaring op kunnen doen en hun kans op de reguliere arbeidsmarkt wordt vergroot.

Dit is als volgt onder woorden gebracht in de statuten van stichting KopieKoffie:

“De stichting heeft ten doel: het bevorderen van de sociale cohesie in de omgeving van de vestiging, door het faciliteren van ontmoetingen en gesprekken tussen verschillende doelgroepen in de samenleving. De stichting tracht dit doel te bereiken door (...) het exploiteren van KopieKoffie; het aanbieden van werkplekken (met name) voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt;”

1.2 Doelgroep

Onze doelgroep is de buurtbewoners van de wijk Buitenhof in Delft. Op deze groep richten we ons primair – en dan juist in de mix in deze doelgroep.

Die mix is goed te zien in ons team, waarbij de leeftijd varieert tussen 14 en 60 jaar en men komt uit acht verschillende geboortelanden. We richten ons op de ontmoeting tussen de eenzamere oudere en de flexwerker; de buurvrouw die moeite heeft met Nederlandse taal en een moeder van school. Daarnaast zijn als klant alle bewoners van Delft en omstreken welkom bij KopieKoffie.

Vanwege de ligging van KopieKoffie is onze focus op de bewoners van de Gillisbuurt. Binnen deze doelgroep zijn we er in het bijzonder op gericht dat ook de ‘rafelrandjes’ van de maatschappij, de mensen die lastiger aansluiting vinden, zich welkom voelen bij KopieKoffie.

Wat betreft de talentontwikkeling is onze doelgroep de mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Deze afstand kan divers zijn: voor de één is dit een beperkte beheersing van de Nederlandse taal, voor een ander psychische of mentale redenen en voor een derde omstandigheden als alleenstaand ouderschap of schuldenproblematiek. Hierbij sluiten we aan in de keten van arbeidsre-integratie met partners die hier al in actief zijn, waarbij KopieKoffie een startplek kan zijn om te participeren in de samenleving.

1.3 Wat eraan vooraf ging

Van bewoner tot sociaal ondernemer in de Buitenhof in Delft

Als actieve bewoner van de Buitenhof in Delft zet oprichter Harmen van der Laan zich al meer dan vijf jaar in voor 'zijn' aandachtsbuurt. Samen met een aantal burens richtte hij eind 2015 een buurtstichting op, de Rode Feniks, om daarmee activiteiten voor jong en oud te organiseren. In november 2017 kreeg deze stichting voor één van hun projecten de 'Sociale Innovatie Award 2017' van de Gemeente Delft, en in juni 2018 heeft de Rode Feniks het succesvolle Buitenhof Zomerfestival georganiseerd waar 5.000 mensen op afkwamen.

Harmen had sinds 2000 ervaring ondernemer met meerdere kleine bedrijven en een baan als onderzoeksprojectleider. Zijn verlangen bleef echter groeien om zich ook professioneel in te zetten voor de wijk. Zo ontstond in 2015 het idee voor een eigen sociale onderneming met impact in de wijk. Een onderneming die financieel gezond kan draaien en die een positieve impact heeft op de buurt, waar in de afgelopen jaren de meeste kleine ondernemers zijn verdwenen.

In juni 2017 ging Harmen een dag per week minder werken om dit businessplan uit te werken. Dit mondde eind 2017 uit in een crowdfundingcampagne, waarmee hij voldoende geld ophaalde om een begin te kunnen maken. Vanaf april 2018 richtte Harmen zich volledig op zijn bedrijf. Door het beschikbaar komen van het ideale bedrijfspand in de buurt werd de sociale onderneming vanaf najaar 2018 operationeel: op 30 oktober 2019 werd KopieKoffie geopend.

Opening van KopieKoffie op 30 oktober 2018 door wethouders Karin Schrederhof en Hatte van der Woude.



1.4 Context: de Gillesbuurt in Delft

KopieKoffie is gevestigd aan de Chopinlaan 377 in de Gillisbuurt in de wijk Buitenhof in Delft. Het pand ligt dichtbij de tramhalte 'Diepenbrockstraat' (tramlijn 1) en is gelegen op de hoek van de Buitenhofdreef en de Chopinlaan. Met de fiets en de auto is het pand goed bereikbaar en ook is er voldoende parkeergelegenheid in de directe omgeving van het pand.

Wat betreft de bewoners van de Gillesbuurt heeft het pand een prachtige ligging: zeer zichtbaar en centraal. Het pand is gelegen aan de hoofdweg de wijk in en uit, aan de aanlooproute naar de tramhalte.



Figuur 1 Chopinlaan 377 aan ingang Chopinlaan (fotograaf: Rufus de Vries)



Figuur 2 Bedrijfspannd ligt aan de 'ingang' van Gillisbuurt en vlakbij de tramhalte Diepenbrockstraat (Google Maps)

In de afgelopen jaren is in de Gillisbuurt, behalve de fietsenmaker en het Chinese restaurant, geen kleine ondernemer meer overgebleven. Hoewel er best her-en-der goedkoop of zelfs gratis koffie te drinken is, mist een centrale, professionele en tegelijkertijd huiselijke plek in dit stukje van Delft. Door de unieke combinatie van koffiezaak met kopieermogelijkheid is het ook een plek waar gewerkt kan worden: er kunnen laptops worden gebruikt en er kan een print, scan of kopietje worden gemaakt. In de directe omgeving en de omliggende wijken Buitenhof, Voorhof en Tanthof zijn geen vergelijkbare koffiezaken in combinatie met een printshop aanwezig.

Onze 'aandachtswijk' Gillisbuurt – ook wel Buitenhof Noordwest genoemd - staat onderaan op de lijst als het gaat om gevoel van leefbaarheid en veiligheid. Op sociale kwaliteit scoort de buurt in de meest recente enquête het laagst¹. Ook



Figuur 3 Buurtscore Buitenhof Noordwest

¹ Op de 'Omnibusscore' van de gemeente Delft, waarin onder andere zaken als veiligheid en leefbaarheid van de wijk worden geïnventariseerd, scoort de Gillesbuurt als laagste met een 4.4 voor sociale kwaliteit (score 2017). <https://www.delft.nl/bestuur-en-organisatie/cijfers-en-onderzoek/omnibusenquete>

blijkt hieruit dat mensen zich minder verbonden voelen in de buurt. Een derde van alle uitkeringsgerechtigden woont in deze buurt, er is veel sociale huur en een mix van vele culturen. Het gemiddelde inkomen in onze buurt ligt op de helft van het gemiddelde inkomen van Delft².

De gemeente Delft werkt met partners en bewoners aan een Buitenhof Noordwest “waar mensen trots zijn op hun wijk, graag wonen, zich veilig voelen en waar iedereen mee kan doen”, aldus de notitie Kansen voor Buitenhof van juni 2017 die concreet is gemaakt in een Uitvoeringsprogramma 2018-2022. De lat ligt hoog, het streven is een buurtscore van 7 in 2040.

Wanneer wordt ingezoomd op de directe omgeving rondom KopieKoffie wordt zichtbaar welke verschillende bevolkingsgroepen er wonen (zie onderstaand figuur). Er is een aantal 55+ woningen, zowel direct aan het gebouw van KopieKoffie vast als in de naburige sterflat. Aan de Chopin-, Haydn-, Schubert- en Beethovenlaan zijn sociale huurappartementen. In de Bizet- en Mahlerstraat staan voormalige eengezinshuurwoningen. Daarnaast staat het verpleeghuis Die Buytenweye, met aanleunwoningen. Verderop aan de Chopinlaan bevinden zich koopwoningen, van al wat kleinere, oudere woningen (1990 – 1995) tot zeer recent gebouwde woningen (2018). Iets verderop richting de Lidl bevinden zich nog de vier hoogbouwflats met sociale huur, waarin één flat vooral bevolkt wordt door studenten.

² Het gemiddelde inkomen per inwoner van Delft in 2018 ligt op € 23.400,- per jaar. In de Gillisbuurt is zit € 11.900,- per inwoner. <https://allecijfers.nl/buurt/gillisbuurt-delft/> <https://indebuurt.nl/delft/delftenaren/dit-is-het-gemiddelde-inkomen-per-inwoner-in-delft~72770/>

Sociale uitsluiting en eenzaamheid

Een deel van de samenleving, het meer kwetsbare deel, kan slecht aansluiting vinden. Dit kunnen mensen zijn die te maken hebben met schulden of psychische klachten, maar ook senioren die alleen in hun flatje in de wijk wonen. In de Gillisbuurt woont een groot aantal senioren, van wie hun wereld steeds een stuk kleiner wordt. Uit de monitor van de Gemeente Delft over eenzaamheid (2017) blijkt dat *van niet-westerse bewoners, bewoners uit Gillisbuurt en Delftenaren die zich beperkt voelen, voelt 63% zich matig/ernstig eenzaam. Meer dan de helft van de bewoners uit diverse buurten in de wijken Buitenhof voelt zich eenzaam*⁴. Deze drie groepen (niet-westerse bewoners, de Gillisbuurt en Delftenaren die zich beperkt voelen⁵) wonen en leven in de directe omgeving van KopieKoffie.

'Je niet gezien weten'

Dit is voor ons het kernprobleem en maatschappelijk vraagstuk, onderliggend aan bovenstaande problemen en de directe aanleiding voor ons initiatief. Zoveel mensen in ons wijk voelen zich niet gezien, niet op waarde geschat, worden nergens meer verwacht of krijgen nauwelijks een compliment. Dit heeft zo'n impact op iemands zelfbeeld en zelfvertrouwen.

Dit maatschappelijk vraagstuk wordt ook beschreven in een discussiestuk van VNO-NCW waarin de rol van het bedrijfsleven wordt belicht in het kader van spanningen in de samenleving. Hierin wordt gesteld dat achter de spanningen in de politiek en samenleving weliswaar het vooral om economische motieven lijkt te gaan, maar *daarachter gaat een grote en diepgaande behoefte aan erkenning van onze identiteit en menselijke waardigheid schuil. Mensen willen en moeten het idee hebben dat zij ertoe doen*⁶.

Sociale versterking

In een startnotitie beschrijft Movisie, landelijk kennisinstituut voor sociale vraagstukken, de sociale basisstructuur als *het geheel van organisaties, diensten, voorzieningen en betrekkingen die het mogelijk maken dat mensen in redelijkheid in sociale verbanden (buurten, groepen, netwerken, gezinnen) samen kunnen leven en kunnen participeren in de samenleving*. Om deze basis te versterken wordt gesteld dat het onder andere vraagt om *het inzetten op burgerinitiatieven, verbinden van formele en informele ondersteuning, het*

⁴ https://media.delft.nl/pdf/Cijfers_en_onderzoek/Eenzaamheid_2017.pdf

⁵ Wanneer iemand zich in het dagelijks leven altijd of vaak beperkt voelt door óf een lichamelijke aandoening óf door psychische klachten óf door een verstandelijke beperking, dan beschouwen we deze persoon als bewoner die zich beperkt voelt.

⁶ Francis Fukuyama, 2018, Identity, uit het stuk van VNO-NCW https://www.vno-ncw.nl/sites/default/files/spanningen_in_samenleving.pdf

versterken van hulp-organiserend vermogen van mensen door bijvoorbeeld lotgenoten-contacten en buurt- en wijk-ontwikkeling⁷.

Vanuit KopieKoffie zien we hierin een sterke rol voor ons buurt, om het informele netwerk in onze buurt te versterken. Met sociale versterking bedoelen we dat het sociale netwerk tussen mensen onderling en daarmee tussen verschillende sociale verbanden in onze buurt, zoals bijvoorbeeld groepjes buurtbewoners en verenigingen, wordt verbeterd.

Mensen herkennen elkaar en voelen zich hierdoor veiliger waardoor er sprake is van een toenemende 'publieke vertrouwdheid', zoals onderzoeker Joke van der Zwaard dit omschrijft in haar onderzoek naar de impact van een kopieerwinkel in een multiculturele buurt in Rotterdam West⁸.

Juist omdat we als KopieKoffie geen hulpverlenende instantie zijn maar een buurtinitiatief door bewoners zelf, met een team dat een afspiegeling is van de buurt, hebben we de mogelijkheid om het zelf-organiserend vermogen van mensen te stimuleren.

Sociale versterking zien wij dus op dit vlak, dat mensen elkaar en waar nodig instanties, beter weten te vinden. Dat er een sterker informeel netwerk ontstaat dat de connectie tussen de verschillende sociale verbanden in onze buurt verbetert.

⁷ Definitie van Radboud Engbersen en Ard Sprinkhuizen (1998)
(<https://www.movisie.nl/sites/movisie.nl/files/publication-attachment/Startnotitie-De-sociale-basis-terug-van-weggeweest%20%5BMOV-13905518-1.0%5D.pdf>)

⁸ Joke van der Zwaard: Scènes in de Copy Corner. Van vluchtige ontmoetingen tot publieke vertrouwdheid. Amsterdam, Trancity 2010.

1.6 Kern van onze aanpak: cultuur van gezien worden, kwetsbaarheid en eigen leiderschap

Bij de start van KopieKoffie in 2018 hebben we als team omschreven wie KopieKoffie is als ze een persoon zou zijn. KopieKoffie is een hartelijke Surinaamse vrouw van rond de vijftig jaar. Zoals is veel Surinamers klikt ze goed met veel verschillende culturen en is hier zelf ook een mix van. KopieKoffie is alsof je bij haar in de keuken komt, waar ze aan het werk is om eten klaar te maken. Als je binnenkomt voelt zij, als een echte *mama*, hoe jouw vlag erbij hangt.

Wanneer je in een bui bent dat je jezelf zielig vindt, zal ze wel even je verhaal aanhoren maar je daarna snel aan het werk zetten: er moet eten gemaakt worden! Ze prikt door je bui heen, en waar nodig geeft ze tegengas of maakt ze duidelijk dat jij ook iets bij te dragen hebt.

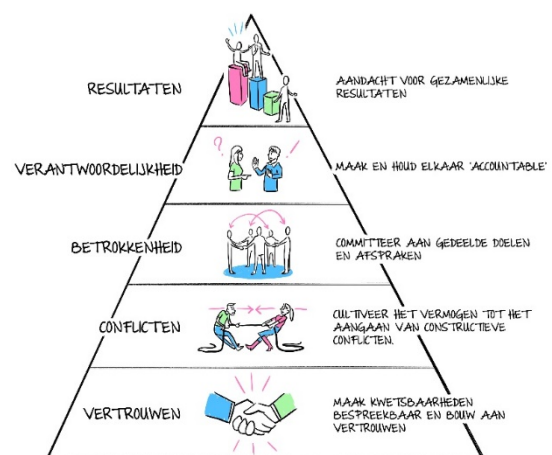
Maar op dagen dat echt je hart bezwaard is en het niet goed met je gaat, voelt ze dat ook aan, legt ze aan de kant waar ze mee bezig is, schuift ze aan aan de keukentafel en geeft ze je haar volle aandacht.

Als plek en team bij KopieKoffie zijn we deze plek: een hartelijke, huiselijk plek, waar je je welkom weet, je gezien weet en waar er naar je wordt geluisterd. Tegelijkertijd wordt er gewerkt, moeten er dingen afgemaakt worden en zijn er andere klanten die ook om aandacht vragen. Als sociale onderneming is sociale impact ons doel en op hetzelfde moment zijn we geen hulpinstantie. Juist als medebewoner kunnen we soms tegengas bieden of door iemand zijn 'zeligheidsbui' heen prikken.

De kern van onze aanpak start bij onze overtuiging dat een sterke teamcultuur, waarin je je gezien weet in een atmosfeer van kwetsbaarheid en eigen leiderschap, de gezonde basis vormt die onze buurt nodig heeft.

Als team volgen we teamtraining bij Obruni, onder leiding van Mark van den Houten⁹. Zoals omschreven in het model van Patrick Lencioni¹⁰ over teamcultuur vormt vertrouwen vanuit kwetsbaarheid de basis voor gezonde teams. Kwetsbaarheid creëert veiligheid waar vertrouwen kan ontstaan. Vanuit deze basis is het mogelijk conflicten aan te gaan, elkaar aan te spreken op commitment en verantwoordelijkheid, en

PIRAMIDE VAN LENCIONI



Figuur 5 De basis ligt in vertrouwen die voortkomt uit kwetsbaarheid¹⁰

⁹ <https://www.obruni.nl/trainingen/teamcoaching>

¹⁰ De vijf frustraties van teamwerk, Patrick Lencioni – afbeelding van <https://www.coachcenter.nl/is-er-binnen-jouw-team-ruimte-voor-conflict/>

uiteindelijk te gaan voor resultaat. Kwetsbaarheid zonder eigen leiderschap eindigt in 'zorgen voor' en ontnemt de ander een stuk waardigheid om keuzes te maken. Eigen leiderschap zonder kwetsbaarheid is niet gebaseerd op vertrouwen en heeft daarmee geen gezonde basis.

Omdat ons team zelf een afspiegeling is van de buurt is het *practice what we preach*. De sociale versterking begint in ons teamcultuur, waardoor de sfeer van vertrouwen, kwetsbaarheid en eigen leiderschap ook voor onze klanten merkbaar is. Wij zijn een plek waar de cultuur van 'je gezien weten' geleefd wordt. In die atmosfeer weten ook andere mensen zich gezien en worden ze zich tegelijkertijd bewust van hun eigen mogelijkheden, keuzes en leiderschap.

Onze overtuiging is dat het in essentie niet gaat om het goed organiseren van een kopje koffie of kopietje. De kwaliteit moet goed zijn, maar de koffie en kopietjes, en ook de locatie van KopieKoffie, zijn uiteindelijk middelen. Ons verlangen is om een steen in de vijver te gooien van segratie, wantrouwen, eenzaamheid en 'je niet gezien weten'. Daarom is de essentie en ons doel om een gezonde cultuur te vorm te geven die recht doet aan elk mens in kwetsbaarheid en eigen leiderschap. Op die basis organiseren we onze activiteiten, creëren we relevante werkplekken en stimuleren we ontmoeting en talentontwikkeling.

Als KopieKoffie hebben we niet de illusie onze buurt te moeten redden. We geloven wel in het principe van gist: een klein beetje maakt het hele brood smaakvol. Zo'n plek willen we zijn voor de Gillisbuurt in Delft.

Mensen kunnen bij KopieKoffie terecht voor een koffie, flexwerkplek en een printje



2 Organisatie: stichting KopieKoffie

2.1 Doelstelling stichting KopieKoffie

Het doel van stichting KopieKoffie is als volgt geformuleerd in haar statuten:

- De stichting heeft ten doel: het bevorderen van de sociale cohesie in de omgeving van de vestiging, door het faciliteren van ontmoetingen en gesprekken tussen verschillende doelgroepen in de samenleving.
- De stichting tracht dit doel te bereiken door uitsluitend wettige middelen, zoals het exploiteren van onder ander KopieKoffie; het aanbieden van werkplekken (met name) voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt; andere middelen die ter bevordering van het doel wenselijk, nuttig of noodzakelijk zijn; het leggen en onderhouden van contacten en het samenwerken met derden indien en voor zover dat voor de stichting nuttig kan zijn.
- De stichting beoogt niet het behalen van winst.
- De stichting heeft niet ten doel het doen van uitkering(en) aan haar oprichter(s) en/of aan haar bestuurder(s) en/of aan eventuele medewerkende(n) en/of aan een of meer anderen, die van een orgaan van de stichting deel uitmaken of bij de stichting enig belang hebben.

2.2 Onze missie en visie

De missie van KopieKoffie is om een hartelijke, professionele koffiezaak te zijn, waar gewerkt wordt en ontmoeting tussen de verschillende doelgroepen wordt gestimuleerd. Dit gebeurt op zo'n manier dat sociale versterking plaatsvindt in het leven van onze werknemers en bewoners in onze buurt. In onze service en in de communicatie staat echte ontmoeting met de klant en plezier centraal.

Onze visie is dat we als stichting een sociale onderneming zijn. We hebben positieve impact op de levens van mensen. We zijn goed in de producten en service die we leveren. We zijn zien onze bedrijfscultuur als de essentie van wat we doen: als we impact willen hebben in onze buurt, begint dat bij ons team. We hebben een duurzame sociale impact.

Onze kernwaardes zijn plezier, kwetsbaarheid, eigen leiderschap en kwaliteit met een hoge (MVO) standaard.

- **Plezier** - om op een 'duurzame' manier plezier te kunnen hebben in ons werk, moet er veel kloppen. Als er echt plezier is, is dat een gevolg van een gezonde situatie, goede relaties en toewijding.
- **Kwetsbaarheid** – vanuit kwetsbaarheid groeit vertrouwen. Kwetsbaarheid kan er alleen zijn als er veiligheid is voor iedereen, ongeacht afkomst, religie, geslacht of karakter. In een sfeer van

kwetsbaarheid zijn we eerlijk, zowel naar elkaar als naar onze klanten en samenwerkingspartners. Dit heeft alles te maken met hoe we met mensen omgaan, zowel intern als extern, met onvoorwaardelijke acceptatie en vertrouwen in plaats van wantrouwen. Vertrouwen is ons uitgangspunt in hoe we elkaar behandelen, hoe we reageren op vervelende klanten en hoe we omgaan met mensen voor een tweede kans. Er is ruimte voor vergeving, zonder dat we alle fouten goedpraten of alles oké vinden.

- **Eigen leiderschap** – door iemand te bevestigen in zijn eigen leiderschap bevestigen we de waarde van de persoon. Kwetsbaarheid zonder eigen leiderschap eindigt snel ‘in zorgen voor’ en je zielig voelen. Eigen leiderschap zonder kwetsbaarheid werkt maar heel beperkt, en vormt zonder vertrouwen geen gezonde basis. De combinatie van de twee is ontzettend krachtig en zorgt voor gezonde relaties.
- **Kwaliteit met hoge (MVO) standaard** – bij KopieKoffie gaan we voor hoge kwaliteit. Zowel in maatschappelijk Verantwoord Ondernemen als in alle facetten van *People, Planet, Profit*. Hierin zit zowel minimale CO₂ impact, kinderarbeidvrij en fairtrade als hoge kwaliteit. Dit zie je terug ons aanbod op onze kaart: met fairtrade koffie, thee en producten die gemaakt zijn door mensen uit de buurt, of door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

2.3 Onze mensen

2.3.1 KopieKoffieteam

De dagelijkse gang van zaken wordt geleid door het kernteam bestaande uit:

- Harmen van der Laan directeur (8 – 12 u. per week)
- Francien Nijenhuis werkleider Gastvrijheid & Team (24 u. per week)
- Daniëlle van den Heuvel werkleider Gastvrijheid & Team (12 u. per week)
- Team van barista's, gastheren en gastvrouwen: 2,0 FTE

Het team van gastvrouwen, -heren en barista's bestaat uit 10 personen die op dit moment onbetaald aan de slag zijn. Vanuit KopieKoffie hebben we in ons eerste jaar nooit actief geworven: alle collega's zijn via ons informele netwerk en vanuit de buurt binnen komen lopen. Nog steeds melden zich maandelijks mensen uit de buurt die vragen of ze als vrijwilliger bij ons aan de slag kunnen.

Alle collega's doorlopen een traject van talentontwikkeling aan de hand van hun persoonlijk ontwikkelplan (zie bijlage voor ons ontwikkeltraject). Wanneer het past bij de situatie van de persoon kan een deel van deze mensen door een leer-/werktraject en talentontwikkeling doorgroeien naar regulier betaald werk.

Primair zijn we erop gericht ons team in stand te houden met vrijwilligers uit de buurt die deeltijd werken (circa twee dagdelen per week) .

2.3.2 Bestuur

Het bestuur van stichting KopieKoffie bestaat uit:

- Ruben van Dasler voorzitter
- Ida Sonneveld secretaris
- Arie van der Vlies penningmeester

2.4 Beloningsbeleid

Het bestuur van stichting KopieKoffie ontvangt geen beloningen of vergoedingen voor hun inzet voor de stichting.

De functies van directeur en werkleider binnen het kernteam zijn betaalde functies. Vanwege het minimaliseren van financiële risico's is het kernteam niet direct in dienst van de stichting, maar wordt gebruik gemaakt van een payroll-constructie in samenwerking met PrintPlezier. Voor de functie van directeur is € 45,- per uur afgesproken. De kosten voor de functie van werkleider variëren afhankelijk van leeftijd en werkervaring en zijn rond de € 30,- per uur. Dit is inclusief alle werkgeverslasten, pensioenopbouw en alle noodzakelijke verzekeringen.

Het team van KopieKoffie (oktober 2019). Vier collega's ontbreken op de foto.



2.5 Samenwerkingsverbanden

Als het gaat om sociale versterking in de Gillisbuurt werkt KopieKoffie uiteraard niet alleen. Daarom geloven we in samenwerking die we als volgt vormgeven:

- **DOK Voorhof en Centrum** – in najaar 2019 heeft onze samenwerking met DOK/OPEN, de bibliotheek van Delft, concreter vorm gekregen. Zo werken we samen met het Taalhuis van DOK, voor activiteiten bij KopieKoffie die zich richten op het oefenen van de Nederlandse taal. We verwijzen door voor taalhulp voor zowel collega's als buurtbewoners. De activiteiten op dit vlak bij KopieKoffie worden ook gecommuniceerd door DOK aan geïnteresseerden van het Taalhuis. Deze communicatie wordt ook gedaan richting Jolanda Axson, voor taal oefenplekken van Delft voor Elkaar. Daarnaast zijn we aan het verkennen hoe we laagdrempelig mensen kunnen verbinden als het gaat om laaggeletterdheid onder bewoners in de wijk. Ook komt er vanaf november 2019 een kleine collectie boeken van DOK in een mini-bieb bij KopieKoffie. Klanten kunnen dan, eventueel samen met hun kinderen, een boek lezen en worden zo gestimuleerd om daarna materiaal te lenen bij DOK zelf. Tot slot werken we ook praktisch samen, doordat sinds begin 2019 niet meer gekopieerd kan worden bij DOK, en dus mensen worden door verwezen naar KopieKoffie. Anderzijds biedt DOK hulp aan scholieren voor het maken van werkstukken, waar we scholieren vanuit KopieKoffie op attenderen.
- **Buurtstichting de Rode Feniks** – de Rode Feniks is de enige buurtstichting actief in de Gillisbuurt waarvan de bestuursleden en vrijwilligers ook daadwerkelijk in de Buitenhof wonen. Vanuit de buurt sluiten we aan bij de Rode Feniks, waarmee de communicatielijnen kort zijn. Zo geven we bekendheid aan elkaars activiteiten, stimuleren we buurtbewoners om bij elkaar over de vloer te komen en trekken we samen op om activiteiten te organiseren.
- **Coalitie tegen eenzaamheid** – eenzaamheid verminderen is niet eenvoudig en in Delft zijn ook hiervoor vele goede initiatieven gestart. Vanuit KopieKoffie sluiten we aan bij de coalitie tegen eenzaamheid om hieraan onze activiteiten, locatie en insteek bij te dragen.
- **Voedselbank** – we merken dat onze 'koffies-voor-een-ander' goed worden gekocht door klanten, maar nog niet zo goed worden opgedronken door mensen die zin hebben in goede koffie en ontmoeting, maar voor wie het bedrag een drempel is. We willen in gesprek met de Voedselbank, die onder andere elke donderdag in de Vierhovenkerk in onze buurt aanwezig

is, om te kijken hoe we deze drempel kunnen verlagen.

- **Poen&Papier / ISOFA / Formulierenbrigade** – bij KopieKoffie komen veel mensen iets printen of kopiëren voor instanties of de Belastingdienst en daar inhoudelijk vragen over hebben. Op dit moment sturen we mensen concreet door naar het ‘Poen&Papier’ inloopspreekuur in de Vierhovenkerk in onze wijk (drie minuten lopen bij KopieKoffie vandaan) of naar de formulierenbrigade van Delft voor Elkaar. Komend jaar gaan we in gesprek met deze partijen om te kijken of er nog andere manieren zijn om samen op te trekken (bijv. een ‘belastingaangifte’ avond bij KopieKoffie).
- **Delftpas** – maandelijks hebben we een aanbieding voor Delftpashouders, omdat de doelgroep van de Delftpas ook veel in onze buurt woon en dit drempelverlagend kan werken. Ook zijn we samen met de coördinator van de Delftpas bij de Gemeente Delft aan het verkennen of (ouders van) scholieren gebruik kunnen maken van de schoolkostenvergoeding op de Delftpas voor printwerk bij KopieKoffie.
- **Stichting Joury** – deze stichting richt zich op het organiseren van activiteiten voor vrouwen vanuit elke cultuur, maar gestart door een groep Syrische dames. We zijn een samenwerking aan het opstarten, waarbij vrijwilligers bij ons aan de slag gaan en we bijvoorbeeld culturele avonden bij KopieKoffie kunnen organiseren.
- **Vrouwengroep de Horizon** – op basisschool De Horizon, aan de Brahmslaan, is een informele vrouwengroep actief, onder andere in het naaiatelier en de huiskamer op de basisschool. We werken met hen samen, door hen bijvoorbeeld gebruik te laten maken van onze ruimte voor een *LadiesNight* bij KopieKoffie. Ons doel van de samenwerking is om vrouwen uit verschillende culturele achtergronden samen te brengen.
- **Sudanese vereniging** – één van de bestuursleden van deze vereniging woont in onze buurt. Zij hebben gebruik gemaakt van KopieKoffie voor één van hun activiteiten en we kijken in de toekomst hoe we nog meer hun achterban kunnen betrekken.
- **Werkse!** – Werkse! bezit een ‘barista-koffiekar’ en is bezig met het opzetten van een leerwerkplekken bij Werkse! voor barista’s. We zijn in gesprek om te verkennen hoe we vanuit KopieKoffie hierin kunnen samenwerken, wellicht een doorstroomplek kunnen zijn, of dat KopieKoffie collega’s een stuk training kunnen geven.

- **Stichting Stunt** - Een bekende 'speler' in Delft met vele leer-/werkplaatsen, waarbij mensen in een traject aan de slag gaan om de grootste obstakels naar betaald werk te minimaliseren. KopieKoffie heeft veel contact met de leidinggevenden en werkbegeleiders bij Stunt (Hein Laakes, Frank van Polanen Petel en Marc Boekestijn) om met hen te overleggen wat wijs en goed is om te doen. De insteek is dat mensen na een traject bij Stunt kunnen doorstromen naar KopieKoffie, om zo een volgende stap te maken richting betaald werk. Eén van ons vrijwillige collega's is al bij ons terechtgekomen via stichting Stunt.
De appelaart die we verkopen bij KopieKoffie is gemaakt door de deelnemers van de leerwerkplaats van stichting Stunt.
- **Perspektief** - Perspektief helpt mensen in Delft o.a. met begeleid wonen. Twee begeleiders van Perspektief werken (als flexwerkplek) elke twee weken een middag in onze koffiezaak, waardoor heel laagdrempelig mensen met hen in gesprek kunnen gaan. Zij kennen veel mensen in de wijk en kunnen hen uitnodigen voor een kopje koffie of om aan te shuiven bij de lunch. Op deze manier is er al iemand uit de wijk, die langdurig niet heeft gewerkt, enthousiast geworden om bij ons aan de slag te gaan. De tafels in KopieKoffie zijn gemaakt door Hout van Jou, de houtwerkplaats van Perspektief.
- **DOEL van GGZ Delfland** – via het LEF Festival (begin 2019) zijn we benaderd vanuit DOEL/GGZ Delfland voor iemand die als onderdeel van een stukje participatie bij ons aan de slag kon als social media vrijwilliger.
- **Happy Tosti** – is een Tosti-zaak met medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt en zijn ook gevestigd in Delft. We zijn met hen in gesprek geweest om van hun ervaringen op dat vlak te leren. Wanneer we tegen praktische horeca-regels of instructies aanlopen kunnen we dit met hen overleggen.
- **Praktijkschool/VMBO** – We werken samen met de praktijkscholen voor praktijkstages voor scholieren uit onze wijk. Juist die doelgroep kan een cultuur van kwetsbaarheid en eigen leiderschap heel goed gebruiken.
- **Lekker Bezig 2.0** - Lekker Bezig is de gezamenlijke voorziening van de Delftse organisaties DOEL, Stichting Stunt, Hoeve Biesland en Firma van Buiten. Lekker Bezig is het hoofdkanaal waarmee de Gemeente Delft samenwerkt als het gaat om participatie. We hebben gesprekken met Richard Toussain van de Gemeente Delft (TOP Team, uitvoeringsagenda Sociaal Domein) en Marc Boekestijn van Stichting Stunt om in 2020 hierbij

aan te sluiten. De partijen zijn enthousiast over het concept van KopieKoffie en zien hier zeker een waardevolle aanvulling.

2.6 Samenwerking met PrintPlezier

KopieKoffie is een zelfstandige stichting met een eigen bestuur, gehuisvest in hetzelfde pand als PrintPlezier BV. De combinatie met een sociaal commercieel bedrijf als PrintPlezier levert zekerheid op voor KopieKoffie zodat een grotere mate van continuïteit wordt geborgd.

2.7 Gegevens

Organisatiegegevens

Handelsnaam	Stichting KopieKoffie
Adres	Chopinlaan 377 2625TN Delft
ANBI-status	in voorbereiding, verwacht eind 2019.
KvK	73911658
RSIN	859707362

Contactgegevens

Contactpersoon	Harmen van der Laan, directeur
E-mailadres	harmen@kopiekoffie.nl
Telefoon	015 20 24 777
Mobiel	06 11 48 05 63
Website	www.kopiekoffie.nl
Facebook	facebook.com/kopiekoffiedelft



2.8 SWOT analyse

Sterktes

- Enige huiselijke plek, met sociaal karakter dat vijf dagen per week open is.
- Enige koffiezaak in Buitenhof Delft
- Makkelijk toegankelijk met alle soorten vervoer
- Kwalitatief goede producten
- Enige plek om te flexwerken in de buurt
- Samenwerking met PrintPlezier in hetzelfde pand
- Sociale onderneming

Zwaktes

- Nog relatief onbekend, weinig 'toevallige aanloop'
- Gevoeliger voor personeelsuitval door te werken met deze doelgroep

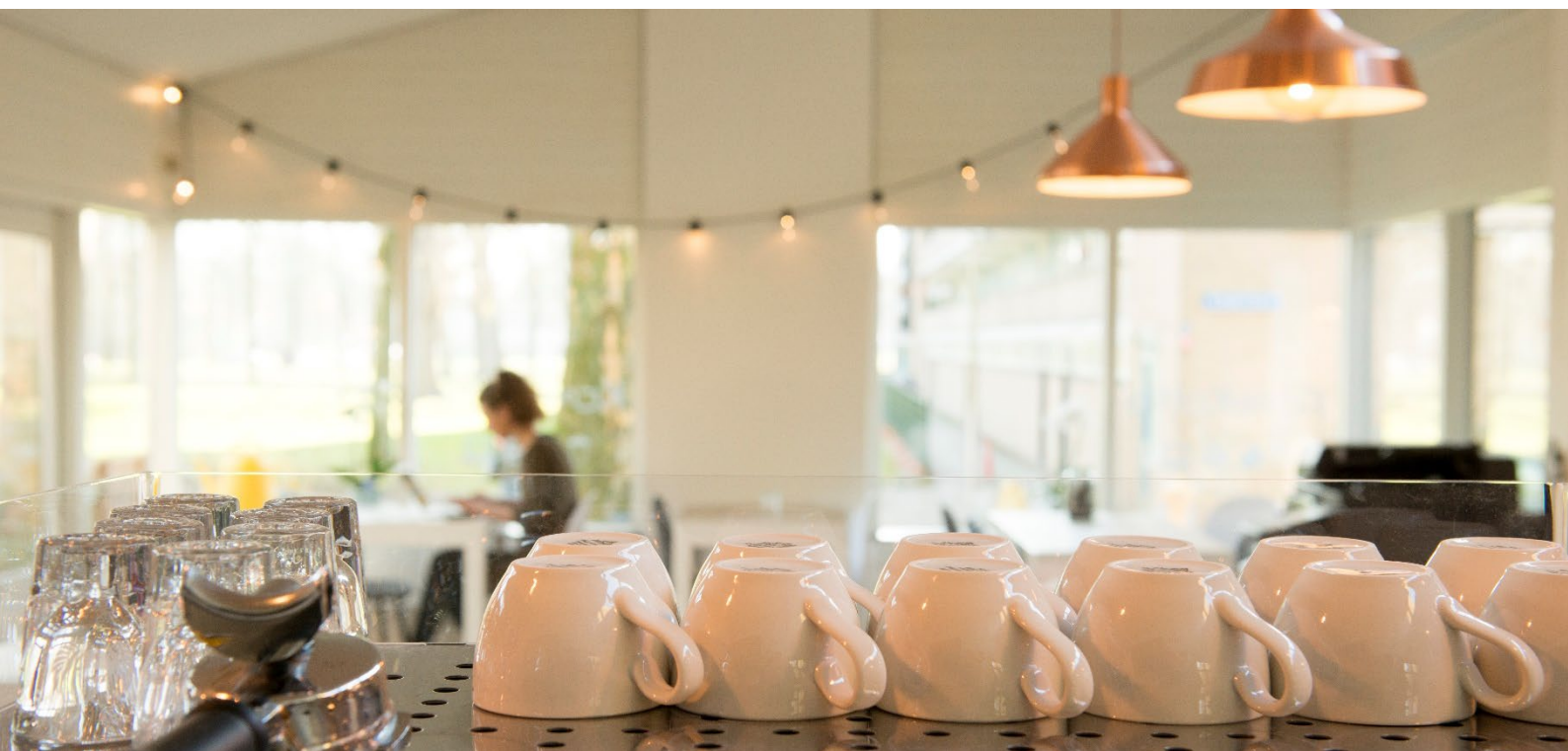
Kansen

- Mogelijke locatie voor verhuur (ook in de avond)
- Tijdsgeest: sociale ondernemingen en maatschappelijk verantwoord ondernemen
- Samenwerking met andere partijen
- Terras uitbreiden

Bedreigingen

- Cashflow eerste jaar onvoldoende om bekendheid te creëren en daarmee voldoende bezoekers en klanten (ook voor verhuur) aan te trekken

Om de bedreiging voor de cashflow te ondervangen, streven we ernaar om in 2019 verschillende fondsaanvragen te doen.



3 Beoogd resultaat

3.1 Resultaten november 2018 – oktober 2019

KopieKoffie is nu een jaar open. Vijf dagen per week zijn mensen welkom voor een kopje koffie, een praatje of om een laptop te gebruiken en te kopiëren, printen en te scannen. Inmiddels trekken we met vaste klanten, die een jaar geleden voor ons nog onbekenden waren, al een jaar op. Soms blijft het bij vriendelijk contact, van andere klanten kennen we intussen hun levensverhaal en hun uitdaging van morgen.

Aantal kopjes koffie

In het eerste jaar zijn er ruim vierduizend kopjes koffie en thee verkocht. Onze klanten kochten meer dan honderd kopjes-koffie-voor-een-ander: een kopje koffie gekocht voor iemand anders die het niet kan betalen. Zeshonderd stukken taart - waarvan ruim vierhonderd stukken gemaakt door de leerwerkplaats van stichting Stunt - en meer dan driehonderd sambusa's van de Somalische buurvrouw zijn smakelijk opgegeten. Daarnaast schoven meer dan tweehonderd mensen aan bij de schuif-maar-aan-lunch. Ook de kopieerfunctie voorziet duidelijk in een behoefte: er zijn bijna dertigduizend gewone kopietjes en printjes verkocht in het eerste jaar van KopieKoffie.

Activiteiten

Als laagdrempelige activiteiten is sinds mei 2019 zestien keer de ladiesochtend georganiseerd op elke tweede en vierde woensdag van de maand. Ook was er veel enthousiasme tijdens de vier creatieve avonden met onder andere handletteren die in april, mei en juni zijn georganiseerd.

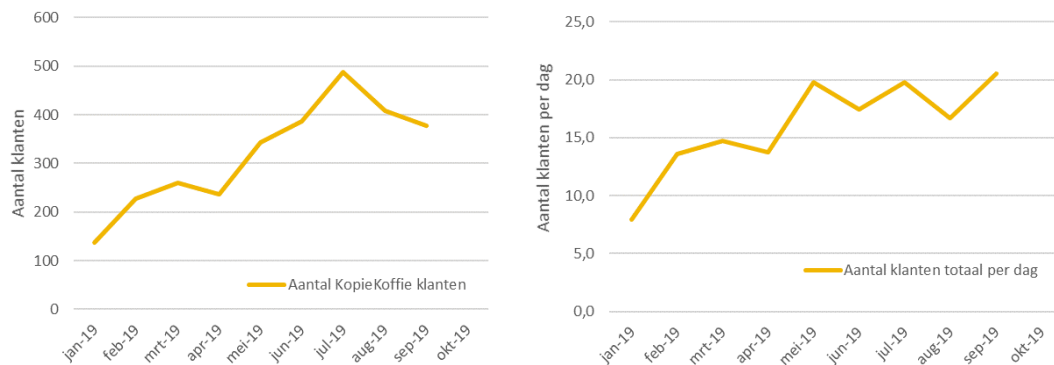
In het eerste half jaar is er eens in de maand het Nieuwscafé georganiseerd waar mensen de Nederlandse taal oefenen aan de hand van krantenartikelen.

Buurtbewoners kunnen elke dag aanschuiven tijdens de schuif-maar-aan-lunch en zijn elke dinsdag speciaal welkom op het 'Buurtkoffieurtje' met koffie voor € 1,-. In oktober is samen met Werkse! de Banenmarkt in de Buitenhof georganiseerd, waar meer dan 100 mensen op afkwamen.

Aantal bezoekers

In de grafieken op de volgende pagina is het aantal betalende klanten per dag bij KopieKoffie aangegeven. Gemiddeld is een kassatransactie voor 1,5 persoon, dus het aantal betalende bezoekers ligt anderhalf keer hoger dan onderstaande getallen. Het totaal aantal klanten per maand lag in juni en juli iets hoger omdat KopieKoffie toen ook op zaterdag open was. Het aantal bezoekers op zaterdag bleek nog te laag om open te blijven. Halverwege 2020 wordt opnieuw bekeken of een zaterdagopening past bij onze doelstelling en mogelijkheden.

De pieken in mei en juli in aantal bezoekers per dag werden mede veroorzaakt door een actie 'koffie met taart voor € 1,-'. Vanwege de zomervakantie was het aantal bezoekers in augustus wat lager. In september is te zien dat het aantal bezoekers per dag stijgt, zonder dat er speciale acties zijn. Deze trend zet zich door in oktober.



Figuur 6 Aantal klanten bij KopieKoffie in 2019, zowel totaal per maand (links) als klanten per dag

We kiezen er bewust voor om niet té actief te promoten op social media, omdat we willen voorkomen dat de meer kwetsbare doelgroep te snel wordt 'verdrongen' door een assertievere groep van flexwerkers en koffieliefhebbers die actiever zijn op social media. Het doel van KopieKoffie is niet een succesvolle koffiezaak vol met goed betalende 'hipsters' en flexwerkers, maar een maximale sociale impact in de wijk. Als onderdeel hiervan is deze 'succesvolle' groep van harte welkom maar in een mooie mix met de rafelrandjes van onze maatschappij.

Sociale versterking in de buurt

Bezoekersaantallen, vierduizend kopjes koffie en dertigduizend kopietjes betekent niet direct sociale versterking in de wijk. Wel laten deze aantallen zien dat KopieKoffie door mensen in de buurt steeds beter gevonden wordt en dat hier een organische groei te zien is. In oktober 2019 hebben we aan een aantal bezoekers gevraagd wat maakt dat ze graag in KopieKoffie komen, wat het toevoegt aan hun leven en wat ze zouden missen als KopieKoffie er niet meer is.

Sociale versterking als team

Het team van KopieKoffie is gegroeid van twee teamleden en stagiaire bij de start naar meer dan vijftien teamleden die elk vier tot veertien uur per week werken. Elke maand hebben we een teamavond waarop we met elkaar eten en teamzaken bespreken, zowel persoonlijk als functioneel. Dit is een essentieel onderdeel voor de sociale versterking in ons team, als basis voor onze impact in de wijk.

In februari, maart en april hebben we onder leiding van Mark van den Houten van Obruni een teamtraining gevolgd, eerst als deel van het team en op 1 april 2019 als het gehele team. Hierin hebben we ingezet op de vraag hoe we met al onze verschillende achtergronden en karakters een cultuur kunnen creëren van kwetsbaarheid, vertrouwen en eigen leiderschap.

De impact die we hebben als team gaat verder dan alleen de collega's. Wanneer iemand tot zijn of haar recht komt in zijn of haar taken, straalt dit ook af op je partner en gezin thuis. Op onze teamdag in oktober 2019 (zie foto volgende pagina) is mooi te zien hoe groot de 'KopieKoffie-familie' al is: meer dan 30 personen! Onze meest diepgaande impact zit in deze groep mooie mensen.

Wat maakt KopieKoffie bijzonder als het gaat over sociale versterking?

- We zijn gestart door buurtbewoners zelf. Dit maakt onze plek laagdrempelig. We merken dit in het aantal mensen dat zichzelf aanbiedt om bij ons te komen werken, juist ook onbetaald.
- De combinatie van koffie, kopiëren en printen is uniek. Wij kennen in Nederland hier geen andere voorbeelden van. In de aard van deze twee producten (koffie en kopietjes) zit onlosmakelijk verbonden dat er heel verschillende doelgroepen binnen komen lopen. De basis van ons concept stimuleert de ontmoeting tussen verschillende doelgroepen uit de samenleving.
- We zijn als stichting een sociale onderneming. Onze sociale impact is het grootst en het duurzaamst als we uiteindelijk zelf onze broek kunnen ophouden. Ons doel is daarom om na drie jaar kostendekkend te kunnen zijn door de verhuur van onze locatie en onze koffieverkoop. Hierbij hebben we geen winstoogmerk, maar wel een financieel duurzame visie.
- We merken dat we een plek zijn waar ook andere partijen die werkzaam zijn in de wijk elkaar kunnen ontmoeten en maken integraal onderdeel uit van alles wat er gebeurt in de wijk. We zijn een 'linking pin' als het gaat om het stimuleren van sociale ontmoeting. Tevens zijn we als KopieKoffie de enige plek in de wijk waar je echt goede koffie kan krijgen en doordeweeks, overdag, een luisterend oor kan vinden.

KopieKoffie kreeg in april 2019 de 1^e prijs van de vakjury van de Sociale Innovatie Award 2019 van de gemeente Delft. We werden gecertificeerd voor onze

De KopieKoffie familie: collega's met partners en kinderen op teamuitje in oktober 2019



3.2 Beoogd resultaat

De sociale versterking bereiken we op de volgende manieren:

3.2.1 Stimuleren sociale versterking: ontmoeting bij KopieKoffie

KopieKoffie biedt de gelegenheid om, naast het maken van een (self-service) kopietje, ook wat te drinken. Buurtbewoners van alle culturele achtergronden en leeftijden lopen binnen voor een kopje koffie of thee. Dat de aanwezigheid van een kopieerwinkel een sociale wijkfunctie kan vervullen heeft ontwikkelingspsychologe Joke van der Zwaard eerder laten zien in haar onderzoek 'Scènes in een copy corner' (2010)¹¹ voor een kopieerwinkel in Rotterdam oud-West.

Door het aanbieden van een kopje koffie of thee bereikt KopieKoffie een bredere doelgroep dan alleen de mensen die een printje of kopietje nodig hebben. Door deze kruisbestuiving wordt de sociale impact groter en biedt het ook mogelijkheden voor andere stichtingen en ondernemingen in de buurt om mensen te ontmoeten.

Daarnaast geloven we in de manier waaróp mensen elkaar ontmoeten in KopieKoffie. Hiermee bedoelen we dat als er echt aandacht is voor iemand en iemands verhaal, dit een 'breuk' kan brengen in het sociale isolement waar mensen in zitten.

Dit maken we concreet op de volgende manieren:

- **Buurtkoffie-uurtje** - elke dinsdag van 10.00 – 12.00 uur met koffie voor € 1,-.
- **Pay-it-forward koffie** - klanten kopen een koffie-voor-een-ander. We hangen deze koffies als kopje in het raam en iemand anders kan een gratis kopje koffie krijgen.
- **Schuif-maar-aan-lunch** - elke dag hebben we van 12.30 – 13.30 uur een lekkere lunch voor maar € 2,50 p.p. waarbij mensen huiselijk samen eten aan één grote tafel.
- **BuitenhofBuurtTaart** - elke maand bieden we een versgebakken taart of lekker hapje, verzorgd door een buurvrouw uit de buurt, waarbij de winst naar haar gaat.

Ook komt ons sociale karakter terug in onze producten¹²:

- Eerlijke koffie van Single Estate en eerlijke thee van Frank about Tea
- Eerlijke icetea en frisdrank van Lemonaid en Charitea
- Onze tafels zijn gemaakt van stichting Hout van Jou, van Perspektief

¹¹ Scenes in de Copy Corner, Van vluchtige ontmoetingen naar publieke vertrouwdeheid, Joke vd Zwaard (2011)

¹² We zijn uit op een positieve impact in de wijk, én willen toegankelijk zijn voor mensen van elke achtergrond, daarom wordt er bij KopieKoffie geen alcohol verkocht en is het eten halal.

- Onze high-tea's worden gemaakt door Firma van Buyten.

3.2.2 Sociale versterking door het organiseren van activiteiten

Door het investeren in activiteiten voor de wijk, die geen winst hoeven op te leveren, maakt KopieKoffie op een andere manier ontmoeting mogelijk. Doordat mensen het leuk vinden om aan een activiteit deel te nemen die hun interesse heeft, is de drempel lager om binnen te stappen en andere mensen te ontmoeten. Door gezamenlijk iets te doen, wordt er tussen verschillende mensen contact gestimuleerd. Waar veel buurthuizen zijn 'ingeslapen', of maar een vrij selecte doelgroep hebben, zoeken we gericht naar activiteiten in de mix van doelgroepen in de buurt. We doen dit door de volgende activiteiten:

- **Ladiesochtend** - elke tweede en vierde woensdagochtend is er een ladiesinloop, met een lekker zoet buffet en onbeperkte thee voor €4,25. Dit najaar zijn we aan kijken om deze ochtenden iets anders in te steken, omdat het aantal bezoekers terugliep. Zo wordt in de herfstvakantie 2019 een *LadiesNight* georganiseerd. Ook wordt een pilot gestart om aan de ladiesochtenden een thema of concrete activiteit mee te geven. In samenwerking met verschillende buurtinitiatieven (vrouwengroep Horizon, stichting Joury, Sudanese vereniging en Rode Feniks) gaan we kijken hoe dit nog beter kan aansluiten bij de doelgroep.
- **Nieuwscafé** - op initiatief van een buurtbewoner, die ook docente Nederlands is, wordt in KopieKoffie elke drie weken de Nederlandse taal geoefend. Men gaat aan de hand van recente nieuwsartikelen met elkaar in gesprek.
- **Creatieve workshops** - een hele andere doelgroep wordt aangesproken met onze creatieve workshops, zoals handletteren, werken met keramiek en schilderen.
- **Schaaktoernooi** - ook willen we een schaaktoernooi, of wellicht een schaakcompetitie organiseren in samenwerking met de Delftse schaakclub. We richten ons hiermee specifieker te richten op een wat oudere doelgroep in de wijk.

Daarbij staan we open voor suggesties van klanten en bewoners. Zo kwam er laatst iemand die de suggestie deed om een *Poetry-night* te organiseren, een filmavond en een game-middag. Juist initiatieven uit de buurt zelf vinden we gaaf en willen we helpen om te realiseren.

3.2.3 Creëren van werkplekken voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt

Het team van KopieKoffie bestaat voor een deel uit mensen die op verschillende manieren een afstand hebben tot de arbeidsmarkt. Voor deze mensen wordt voor minimaal twee dagdelen per week een plek gecreëerd. Door middel van een barista-opleiding en de rol van gastheer/gastvrouw op te pakken, leren ze om weer deel te nemen aan het arbeidsproces.

3.2.3.1 Sociale versterking als team

De visie van KopieKoffie is dat er kracht ligt in de samenstelling van het team. Belangrijk speerpunt bij het zoeken van vrijwillige collega's is dat ons team een afspiegeling is van de multiculturele context van onze buurt. Een mix van mensen met en zonder een afstand tot de arbeidsmarkt, een mix van culturen, een mix van leeftijden, een mix van persoonlijke situaties. Hierdoor kan het zijn dat iemand die meer dan tien jaar niet gewerkt heeft, wel haar levenservaring bijdraagt (als moeder van vijf kinderen en ondertussen oma) en samenwerkt met een jongere die ook vrijwillig bij KopieKoffie werkt, maar geen 'gelabelde' afstand tot de arbeidsmarkt heeft.

De doelgroep waarop onze werkplekken het beste aansluiten zijn:

- Mensen met een beperkte beheersing van de Nederlandse taal, waardoor ze geen kans maken op de arbeidsmarkt;
- Mensen die vanwege omstandigheden geen opleiding hebben afgemaakt en niet goed aan de slag kunnen in het reguliere werkveld;
- (Alleenstaande) moeders die vele jaren niet meer hebben gewerkt en vanwege (jonge) kinderen lastig harde verplichtingen aankunnen;

We streven naar de grootste maatschappelijke en sociale impact, daarom richten we ons op de doelgroep die via andere wegen lastig doorstromen naar betaald werk. De doelgroep bestaat uit mensen die langer dan twee jaar een participatie- of Wajong-uitkering ontvangen.

Bij een volledige bezetting van het team van KopieKoffie bestaat deze uit circa 15 collega's, waarvan er 12 als vrijwilliger aan de slag zijn. Er kunnen dus in totaal maximaal 12 personen wekelijks werkervaring op doen. De insteek is dat hiervan circa 8 personen een afstand hebben tot de arbeidsmarkt.

3.2.4 Lokaal laagdrempelig

In de wijk Buitenhof in Delft woont een derde van alle uitkeringsgerechtigden van Delft. De vestiging van KopieKoffie aan de Chopinlaan ligt midden in de Gillesbuurt en het Rode Dorp in de Buitenhof, de twee buurten waar de hoogste werkloosheidcijfers zijn. Vanwege onze lokale context en ons neutrale karakter als 'koffiezaak', merken we dat dit veiligheid creëert en dit laagdrempelig werkt voor

mensen om aan de slag te gaan. En dat blijkt: van ons huidige team is de meerderheid van de vrijwilligers zelf binnen komen lopen.

Als het gaat om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt merken we dat hier ook een stuk toegevoegde waarde van KopieKoffie ligt: mensen zijn er trots op om hier te werken, willen graag aan de slag en voor hen voelt het als veilig en laagdrempelig om in hun eigen buurt aan de slag te zijn.

Vanuit deze zelfde laagdrempeligheid is er ook een doelgroep jongeren die op het vmbo/praktijkschool zit voor wie de toeloop naar werk en opleiding al lastig is. Ook zij kunnen aan de slag bij KopieKoffie voor korte werkervaringsstages.

3.2.5 Onderzoek naar sociale impact Kopiekoffie

Kopiekoffie wil in haar eerste drie jaar ook een onderzoek uit laten voeren om de sociale impact, op het informele netwerk en de sociale versterking in de Gillisbuurt beter te kunnen duiden en te onderbouwen.

Hiervoor is ook budget gereserveerd in 2020 en 2021. Dit onderzoek zal gebeuren in samenwerking met partners, zoals bijvoorbeeld MAEX.nl, het Oranjefonds, de Veldacademie, Joke van der Zwaard en de Gemeente Delft. We willen hierdoor leren hoe we ons doel, sociale versterking als sociale onderneming in de wijk, nog gericht kunnen uitvoeren.

3.3 Beoogd resultaat in getallen

3.3.1 Beoogde impact in getallen

Hieronder is het beoogde resultaat in getallen concreet gemaakt. De getallen voor 2019 zijn gebaseerd op gerealiseerde aantallen (tot en met oktober 2019). De getallen voor 2020 en 2021 zijn op basis hiervan geschat.

	2019	2020	2021
Ontmoetingen dagelijks in KopieKoffie	1500	2100	3500
Ontmoetingen tijdens activiteiten KopieKoffie	500	1000	1250
Activiteiten voor verschillende doelgroepen	60	80	100
Aantal keer 'Schuif-maar-aan-lunch' in de wijk	250	250	250
Aantal (deeltijd) werkplekken	15	17	19
Aantal personen in traject talentontwikkeling	10	14	18
Aantal personen in traject naar betaald werk	2	4	6
Aantal training/cursusdagen individueel teamlid	10	20	30
Onderzoeksrapport sociale impact van sociale kopieer- en koffiezaak in de wijk		1	1

De dagelijkse ontmoetingen bij KopieKoffie willen we het meest organisch laten groeien. De sterkere toenames in 2021 is dat we vanaf dat jaar ook weer op zaterdagen open gaan, waardoor het aantal bezoekers toe neemt. De grootste groei voor 2020 zit in het aantal bezoekers per activiteit. Deze lagen in 2019 voor sommige activiteiten nog te laag, en daar ligt dus een mooi groeipotentie.

Wat is een ontmoeting?

De 'ontmoetingen per jaar' lijken wellicht hoge getallen en dit verdient daarom een toelichting. Elk jaar is een prognose gemaakt voor het aantal betalende klanten, op basis van de ervaringsgetallen in de eerste maanden. Voor bijvoorbeeld 2019 zijn dit er 4500, zo'n 18 per dag. Gemiddeld betaalt iemand voor 1,25 persoon – mensen komen vaak met z'n tweeën binnenlopen, dus het aantal personen dat binnen is, is circa 5.600 mensen. Voor ons is ontmoeting dat er een stuk begrip, uitwisseling en herkenning is en daarmee sociale cohesie ontstaat.

De Rotterdamse onderzoeker Joke van der Zwaard heeft onderzoek gedaan naar de sociale impact van een kopieerzaak in Rotterdam-West. In het verslag van dit onderzoek, het boek 'Scènes in de copy corner', geeft ze een fijngevoelige beschrijving van informele ontmoetingen in een kopieerzaak. Mensen komen met uiteenlopende redenen in de winkel; studenten zijn er vaak wel een uur bezig om een dictaat te kopiëren en praten intussen bij over hun privéleven, mensen komen een document inbinden waar ze met veel liefde aan hebben gewerkt, een ander heeft een kopie van officiële documenten nodig voor een belangrijk moment in zijn leven. De winkel is een werkplaats van eigenaar en bezoekers. Wachten, om je heen kijken en contact hebben zijn daar onderdeel van.

Bij KopieKoffie hebben we naast de dagelijkse mensen die binnenlopen, ook specifieke activiteiten waarbij we ons nog meer richten op ontmoeting. Deze bezoekers van deze activiteiten en de mensen die aanschuiven voor ons lunch geven voor deze onderdelen het aantal ontmoetingen. Voor 2019 is dit geschat op 500 personen, wat elk jaar in aantal groeit. Als schatting gaan we ervan uit dat naast de personen op de activiteiten, voor een kwart van de mensen die binnenkomt er een 'ontmoeting' plaatsvindt

4 Informatie

Om de sociale versterking door middel van KopieKoffie bekend te maken worden de volgende acties ondernomen:

- Mond-tot-mond-reclame: persoonlijke gesprekken en persoonlijke uitnodigingen zijn het belangrijkste.
- Posters en flyers: in de portieken van de verschillende nabijgelegen flats, in het buurthuis, in de supermarkt, in het zwembad, bij de huisartsenpost, apotheek, CJG, en de voedselbank (eventueel in combinatie met acties), op basisscholen, in DOK Voorhof.
- Krijtbord op straat, klikborden aan het pand.
- Huis-aan-huis flyers;
- Facebook, Buitenhofbruist.nl, Indebuurt.nl/Delft: op de facebookpagina van de stichting en de verschillende facebookpagina's in de buurt én de site BuitenhofBruist.nl worden de activiteiten aangekondigd;
- Delftse Post en Delft op Zondag – hierin plaatsen we regelmatig een bericht

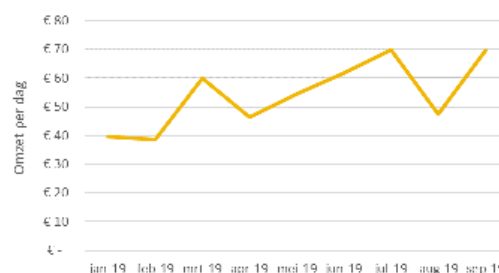
De afgelopen tijd heeft KopieKoffie al een aantal keer de media gehaald:

- <https://www.delft.nl/nieuws/kopiekoffie-wint-innovatie-award-2019>
- <https://indebuurt.nl/delft/nieuws/nieuw-in/te-leuk-er-is-een-copyshop-en-koffiezaak-in-n-geopend-in-buitenhof~66993/>
- <https://indebuurt.nl/delft/eten-drinken/tip-deze-koffientent-buiten-het-centrum-is-het-omfietsen-waard~72661/>
- <https://www.ad.nl/delft/kopiekoffie-geeft-buitenhof-meer-kleur~a0768c22/>
- <https://www.ad.nl/delft/watertechnoloog-harmen-gooit-het-roer-radicaal-om-het-lijkt-een-vreemde-stap~aa061f25/>

5 Financiën

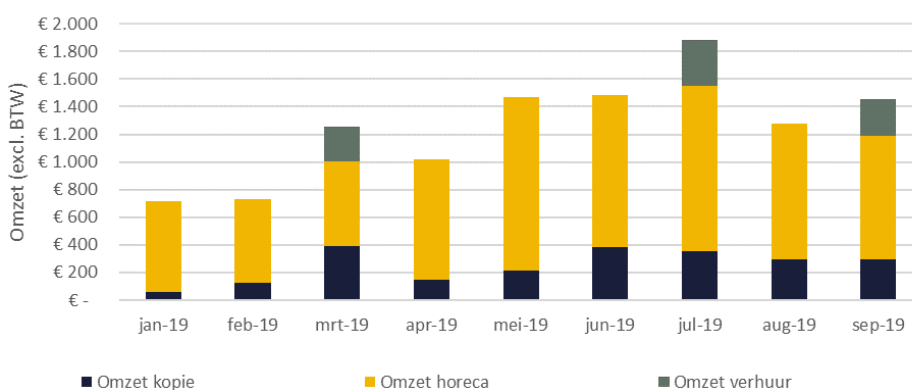
5.1 Financiële resultaten januari tot september 2019

In deze paragraaf worden eerst de diverse kentallen van het financiële resultaat gepresenteerd. De reflectie op de resultaten in vergelijking met de verwachting in het verleden en voor de toekomst wordt gedaan in de tweede paragraaf.



Figuur 7 Omzet per dag (excl. BTW)

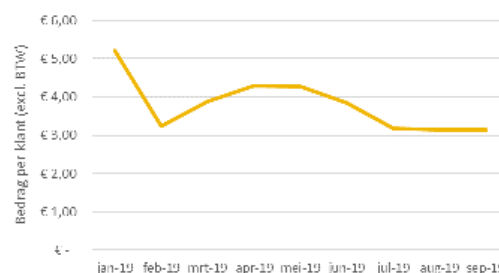
De omzet per maand is tussen januari en september 2019 verdubbeld. Juni en september waren de beste maanden, gerekend naar omzet per dag (figuur 7). De omzet per maand was in mei tot en met juli was hoger omdat KopieKoffie toen ook op zaterdag open was (figuur 8).



Figuur 8 Omzet per maand (excl. BTW)

Gemiddeld komt 19% van de omzet uit kopieer- en printklanten, 6% van de omzet uit verhuur en 74% van de omzet uit horeca. De verhouding horeca/print is in de laatste vier maanden vergelijkbaar.

Het bedrag dat elke klant besteed bij KopieKoffie is het laatste kwartaal vrij stabiel: € 3,15 (excl. BTW) per klant (Figuur 9). De afname sinds januari is te verklaren dat het aantal kopieer- en printklanten is toegenomen, onder andere vanwege de samenwerking met de bibliotheek DOK die mensen naar KopieKoffie doorstuurt. Gemiddeld besteed een printklant minder dan een koffiekant, waardoor het gemiddelde bedrag lager uitkomt.



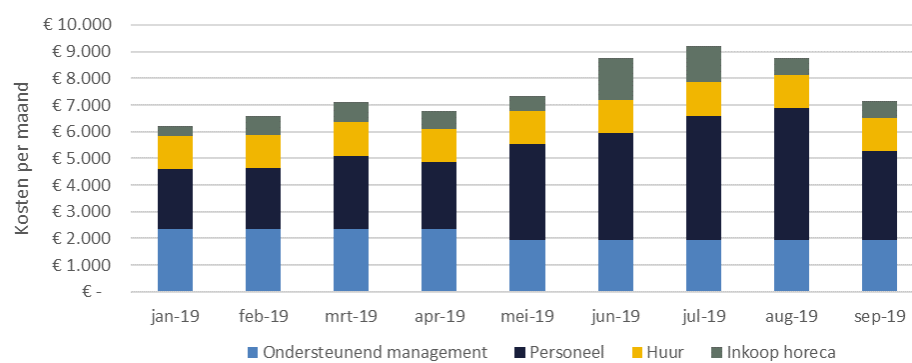
Figuur 9 Bedrag per klant per maand (excl. BTW)

Bij de prognose van begin 2019 was uitgegaan van een hogere bedrag per klant, op basis van de ervaringsgetallen uit 2018. Dit was toen € 4,60. Blijkbaar waren de openingsmaanden in 2018 niet maatgevend voor het bestedingsbedrag. Dit lijkt er op te wijzen dat het type klant is veranderd, van een klant die speciaal naar KopieKoffie komt - wat in de eerste maanden verhoudingsgewijs meer gebeurde - naar een toenemend aantal klanten dat meer functioneel KopieKoffie bezoekt.

De kosten per maand zijn weergegeven in Figuur 10. De personeelskosten, in de functie van de werkleiders Gastvrijheid en KopieKoffie, zijn gemiddeld 44% van de kosten voor januari tot en met september 2019. Vanaf mei is er een deeltijd collega bij gekomen om het groeiende team te begeleiden. Dit is terug te zien in de kosten. De hogere kosten in juli en augustus zijn te verklaren doordat één van de werkleiders een aantal weken vanwege ziekte afwezig was, waardoor er door de andere collega meer uren gemaakt moesten worden. Hoewel hiervoor een ziekteverzuimverzekering is afgesloten is deze uitkering van deze verzekering nog niet verwerkt. Dit zal eind 2019 gebeuren.

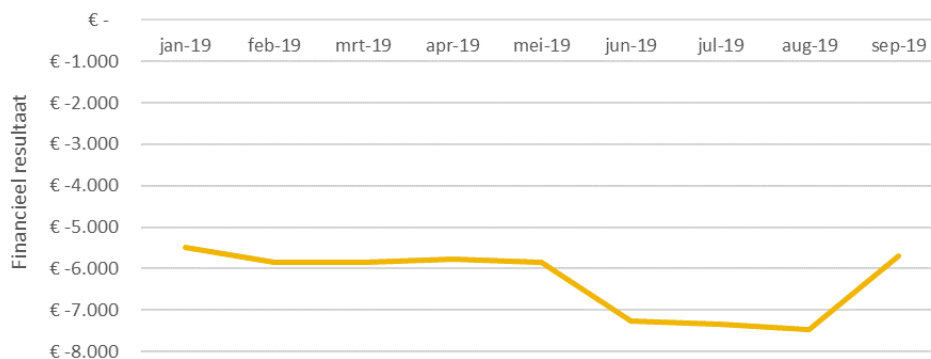
Vanaf september 2019 zijn de personeelskosten lager omdat één van de werkleiders een dag minder is gaan werken. Vanaf oktober 2019 zal er opnieuw een verlaging zijn omdat de andere collega ook een dag minder gaat werken. Dit is gevolg dat het team van KopieKoffie in de afgelopen maanden is gegroeid. Doordat de lopende processen minder energie en begeleiding kosten is er ruimte voor de werkleiders om minder uren per week te werken. Op basis hiervan is de verwachting dat de personeelskosten in 2020 op hetzelfde niveau blijven. De kosten voor de directeur zijn vanaf mei 2019 gedaald naar gemiddeld 24% van de totale kosten. Deze verlaging komt omdat het aantal uren van 12uur per week naar 8uur per week is gegaan, vanwege de nieuwe collega die toen is gestart. De bedoeling is dat vanaf zomer 2020 het aantal uur per week daalt naar 6uur per week.

De huurkosten zijn stabiel op € 1241,- per maand wat gemiddeld neerkomt op 17% van de kosten. De inkoopkosten voor horeca bepalen 10% van de totale kosten per maand. De piek in juni en juli in inkoopkosten komt vanwege de aanschaf van inventaris. Het verschil tussen de variabele kosten voor de horeca en de inkoop voor de horeca op gemiddeld 35% bruto winstmarge.



Figuur 10 Kosten per maand (excl. BTW)

Het financieel resultaat per maand is gemiddeld € 6.300,- negatief per maand, met een resultaat van € 5.700,- in september (zie figuur 11). De verwachting is dat het tekort zal dalen in oktober vanwege de lagere personeelskosten.



Figuur 11 Financieel resultaat per maand

5.2 Reflectie op financieel resultaat tot september 2019

De kosten in het eerste jaar van KopieKoffie liggen hoog, terwijl de omzet nog moet groeien. Het negatieve resultaat is conform verwachting, aangezien het was voorzien dat KopieKoffie drie jaar de tijd nodig heeft om financieel zelfstandig te kunnen draaien.

Ten opzichte van het eerste kwartaal van 2019 is een duidelijke stijging te zien in omzet. Deze lijkt wel enigszins te stabiliseren in het derde kwartaal. Het aantal klanten per dag groeit nog steeds wel per maand. De prognose voor de verhuur, zowel kale verhuur als met horeca, is achtergebleven ten opzichte van de verwachtingen begin 2019. De prognose was dat deze rond de € 1000,- per maand zouden liggen. Dit wordt nu niet gehaald.

Het financiële resultaat laat zien dat er nog genoeg werk aan de winkel is om de KopieKoffie financieel gezond te krijgen eind 2021. Niet voor niets hebben we onszelf drie jaar de tijd gegeven. Wat we zelf merken dat na een jaar er een stabiel, grotendeels onbetaald, team staat. De sociale impact op onze bezoekers en ons team is groot en veel meer dan we een jaar geleden hadden durven dromen. Het werkritme en de procedures in de dagelijkse gang van zaken bij KopieKoffie hebben vorm gekregen, waardoor er ruimte ontstaat om meer aandacht te geven om KopieKoffie qua omzet ook gezond te laten draaien.

In 2020 is de verwachting dat de personeelskosten niet verder zullen stijgen en vanaf zomer 2020 zelfs wat zullen dalen. In de prognoses voor 2020 en 2021 is aangenomen dat het aantal bezoekers en de omzet stabiel en organisch groeit, rekening houdend met de te verwachten dip in de zomerperiode. Ook gaan we uit dat het bedrag per klant conservatief toeneemt met 10% per jaar.

Belangrijkste doelstelling voor 2020 is om te focussen op meer omzet uit de verhuur van KopieKoffie, aan zowel particuliere als zakelijke klanten. In september en oktober 2019 is hier al een toename in te zien, en dit willen we verder uitbouwen in 2020. Hier ligt een grote kans om de inkomsten te laten toenemen en tegelijkertijd een mooie training voor ons team. Elke week zijn er 300 mensen jarig in de hele Buitenhof. Met name in de wat 'rijkere' delen van onze wijk moeten het mogelijk zijn om meer verhuur te promoten en te laten groeien.

Een andere doelstelling is om in samenwerking met onze bedrijfskundig adviseur en penningmeester, Arie van der Vlies, eventueel met het advies van Happy Tosti Delft en een betrokken leidinggevende met veel ervaring met de horeca-afdelingen van HEMA in te zoomen op een betere marge in onze horeca-omzet, zonder daarmee minder laagdrempelig te worden voor de buurtbewoners.

5.3 Exploitatiebegroting

Bijgevoegd zijn de begrotingen voor 2019-2020-2021 weergegeven. Het doel is dat KopieKoffie vanaf 2022 op eigen benen kan staan.

Opstartkosten exploitatie per jaar

Omzet	2019	2020	2021
Horeca en kopie	€ 15.000	€ 24.000	€ 43.000
Inkomsten verhuur	€ 2.000	€ 21.000	€ 35.000
<i>Totaal</i>	€ 17.000	€ 45.000	€ 78.000
Kosten			
Huur	€ 15.000	€ 15.500	€ 16.000
Variabele kosten	€ 9.000	€ 11.000	€ 11.000
Ondersteuning	€ 25.000	€ 16.000	€ 16.000
Personeelskosten	€ 35.000	€ 48.000	€ 49.000
Accountantsverklaring		€ 2.500	€ 2.500
<i>Totaal</i>	€ 84.000	€ 93.000	€ 94.500
Resultaat	€ -67.000	€ -48.000	€ -16.500

In de huur zijn de pandkosten opgenomen inclusief de afschrijvingskosten op de gedane investeringen. In de variabele kosten zijn opgenomen: de kosten voor de website, promotie, activiteiten die worden ondernomen, eigen verbruik door personeel en derving. Per jaar is er een inflatiepercentage opgenomen van 2,5%. Deze is doorgerekend over de huur en de personeelskosten (inclusief ondersteuning).

De inkomsten zijn berekend aan de hand van de ervaringscijfers van november 2018 tot en met september 2019 met een prognose van het aantal klanten per dag

gedurende het jaar. Ook is een schatting gemaakt voor het aantal keer verhuur in de avonden of weekenden, met en zonder horeca.

Tevens wordt er nog (eenmalig) geïnvesteerd in extra apparatuur, de aanleg van een terras (incl. vergunningaanvraag en meubilair), in onderzoekskosten naar de sociale impact van KopieKoffie in de wijk en kosten voor opleiding van het team (de eerste drie jaar). Als startende sociale onderneming willen we in de eerste drie jaren extra investeren in opleiding, om zo een goede basis te leggen voor ons team in de jaren erna. Indien gewenst is een gedetailleerde kostenbegroting beschikbaar.

5.4 Investeringskosten

Naast de exploitatiekosten zijn er een aantal startinvesteringen die nog gedaan moeten worden in de eerste drie jaar van KopieKoffie.

Investeringskosten per jaar	2019	2020	2021
Nieuwe koelkast/vriezer	€ 1.500		
Raambekleding	€ 1.000		
Uitstraling pand	€ 4.000	€ 5.000	
Aanleg terras		€ 12.500	
Terrasmeubilair	€ 1.000	€ 2.000	
Espressomachine	€ 4.000		
Vergunningsaanvraag	€ 500		
Onvoorzien	€ 3.000	€ 5.000	€ 8.000
Opleidingskosten	€ 2.000	€ 3.000	€ 3.000
Onderzoekskosten		€ 2.500	€ 2.500
<i>Totaal</i>	€ 17.000	€ 30.000	€ 13.500

5.5 Dekkingsplan

Onderstaand overzicht geeft de dekking weer van de totale kosten per jaar. Op dit moment is in totaal € 81.000,- toegezegd voor de verschillende fondsen. Voor € 95.000,- wordt in het vierde kwartaal van 2019 een aanvraag ingediend.

	2019	2020	2021	
Exploitatiekosten	€ -68.000	€ -48.000	€ -16.500	
Investeringskosten	€ -17.000	€ -30.000	€ -13.500	
Totaal tekort per jaar	-€ 85.000	-€ 78.000	-€ 30.000	

Dekkingsplan per jaar	2019	2020	2021	Status
Rabo Cooperatiefonds	€ 7.500			toegekend maart 2019
InnovatieAward	€ 3.500			toegekend april 2019
Stichting Werkplan	€ 20.000			toegekend mei 2019
Oranjefonds	€ 20.000	€ 15.000		toegekend aug 2019
Stalpaert vd Wiele	€ 4.000	€ 11.000		toegekend oktober 2019
Gemeente Delft	€ 30.000			aangevraagd, besluit verwacht november 2019
Fonds1818		€ 15.000	€ 15.000	in voorbereiding, besluit verwacht januari 2020
stichting De Lichtboei		€ 10.000		in voorbereiding, behandeling januari 2020
VSB Fonds		€ 15.000	€ 10.000	in voorbereiding, behandeling februari 2020
Overige fondsen		€ 12.000	€ 5.000	afhankelijk van besluiten bovenstaande fondsen
Totale dekking per jaar	€ 85.000	€ 78.000	€ 30.000	

5.6 ANBI randvoorwaarden

De ANBI-status is in aanvraag. De verwachting is dat deze in december 2019 binnen is (met terugwerkende kracht voor heel 2019). Noodzakelijke randvoorwaarden voor de ANBI-status zijn hieronder weergegeven.

5.6.1 90% eis

Conform de ANBI-eisen moet minstens 90% van de activiteiten voldoen aan de eis dat deze nagenoeg geheel een algemeen belang dienen. Zoals beschreven in dit beleidsplan dienen alle activiteiten van stichting KopieKoffie het algemeen belang.

5.6.2 Geen winstoogmerk

Stichting KopieKoffie heeft geen winstoogmerk. Dit is vastgelegd in artikel 3.3 van de statuten. In de ANBI-voorwaarden van de Belastingdienst wordt gesteld dat:

Een ANBI mag geen winst maken met het geheel van haar activiteiten die het algemeen belang dienen.

Een ANBI moet wél winst maken uit commerciële fondsenwervende activiteiten. Voorwaarde is dat de winst ten goede komt aan de hoofdactiviteiten van uw ANBI.

KopieKoffie maakt winst uit horeca-verkoop. Deze winst komt volledig ten goede aan de doelstelling van de stichting.

5.6.3 Integriteitseisen

Er mag geen twijfel bestaan over de integriteit van de betrokken personen bij de stichting, zoals een bestuurder, leidinggevende of gezichtsbepalende personen van de stichting. Voor KopieKoffie zijn dit concreet de bestuursleden, de directeur en werknemers en andere gezichtsbepalende betrokkenen.

In het handboek van de stichting is opgenomen dat voor deze functies bij de start een VOG dient te worden overhandigd.

5.6.4 Zeggenschap over het vermogen

In artikel 5.6 en 7.1 is vastgelegd dat geen natuurlijk persoon of rechtspersoon kan beschikken over het vermogen van de stichting alsof het zijn eigen vermogen is. Geen van de bestuurders en beleidsbepalers heeft een meerderheid in de zeggenschap hebben over het vermogen. Ook heeft geen van de bestuursleden een doorslaggevende stem of veto. Elk van de bestuursleden hebben evenveel stemrecht (artikel 8.4).

5.6.5 Beperkt eigen vermogen

Stichting KopieKoffie houdt niet meer vermogen aan dan nodig is voor haar activiteiten. Bij de goedkeuring van de jaarrekening wordt de actuele balans gecheckt op dit bestedingscriterium door de penningmeester.

5.6.6 Beloning beleidsbepalers

Het bestuur van stichting KopieKoffie ontvangt geen beloning, zoals vastgelegd in artikel 7.3 in de statuten. Zie ook het beleidsplan hoofdstuk 2.4.

5.6.7 Beleidsplan

Het meest recente beleidsplan van stichting KopieKoffie is terug te vinden op de website van de stichting. De verplichte onderdelen zijn hierin terug te vinden:

- de doelstelling en te verrichten werkzaamheden van de instelling; zie 2.1.
- de wijze van verwerving van inkomsten; zie 5.6.8.
- het beheer en de besteding van het vermogen van de instelling : zie 5.6.9.

5.6.8 Publicatie gegevens ANBI op het internet

De vereiste gegevens van stichting KopieKoffie zijn gepubliceerd op www.kopiekoffie.nl:

- Naam van de instelling
- Het RSIN
- Contactgegevens van de stichting
- Beschrijving van doelstelling van stichting KopieKoffie
- De hoofdlijnen van het beleidsplan
- De namen en functie van de bestuurders

- Het beloningsbeleid
- Het actueel verslag van de activiteiten
- De financiële verantwoording.

5.6.9 Wijze van verwerving inkomsten

Stichting KopieKoffie verwerft haar inkomsten door middel van de exploitatie van de locatie KopieKoffie, aan de Chopinlaan 377 in Delft. De inkomsten komen uit de horecafunctie.

Daarnaast verwerft stichting KopieKoffie haar inkomsten door middel van fondswerving ten bate van de doelstelling conform haar statuten.

5.6.10 Beheer en besteding van het vermogen

Het dagelijks beheer van het vermogen ligt onder de verantwoordelijkheid van de directeur van stichting KopieKoffie. Hij draagt verantwoording af aan het bestuur hierover, in het bijzonder aan de penningmeester. Bij uitgaven hoger van € 1.500,- moet vooraf toestemming worden gevraagd aan het bestuur. Dit is vastgelegd in het handboek van de stichting.

De besteding van het vermogen van stichting KopieKoffie mag slechts gedaan worden ten dienste van de doelen van de stichting. Het bestuur ziet daarop toe en legt hierover verantwoording af in het jaarverslag.

De besteding van de ingezamelde gelden en goederen is toegelicht in hoofdstuk 5.

5.6.11 Verhouding tussen beheerkosten en bestedingen

De beheerkosten van de ANBI moeten in redelijke verhouding staan tot de bestedingen. Beheerkosten zijn kosten voor het beheer van de stichting, zoals de kosten die verband houden met het voeren van administratief beheer (bijvoorbeeld kosten voor een boekhouder). Stichting KopieKoffie besteed minder dan 5% van haar jaarlijkse bestedingen aan beheerkosten. Dit is terug te vinden in het jaarverslag.

5.6.12 Opheffing

Bij opheffing van de stichting zal een eventueel positief saldo, conform haar statuten, worden gedoneerd aan een ANBI met een soortgelijke doelstelling (artikel 15.6).

5.6.13 Administratieve verplichting

Vanuit het bestuur is de penningmeester verantwoordelijk voor het toezicht op het voeren van de administratie. De dagelijkse verantwoording ligt hiervoor bij de directeur. Jaarlijks wordt dit verantwoord in het jaarverslag. Indien gewenst is de actuele administratie opvraagbaar bij de directeur.

6 In het écht is het nog mooier

Onze droom is om in de Buitenhof, en in het bijzonder de Gillesbuurt, een positieve sociale versterking te bewerken. Doordat mensen elkaar ontmoeten tijdens onze 'schuif-maar-aan-lunches', doordat iemand zich weer gezien en gewaardeerd voelt in haar baan bij ons, doordat we mogen meebouwen aan dromen van anderen waar ze naar toe willen groeien, in de gesprekjes met de buurman die even z'n verhaal kwijt moet, en ga zo maar door. We hopen dat we u hebben geïnspireerd met dit projectplan – maar heel eerlijk: de praktijk is vele malen beter. Dus bij dezen de oprechte en hartelijke uitnodiging om eens langs te komen in KopieKoffie – en te zien en te proeven hoe het daadwerkelijk is.

U bent van harte welkom!



Bijlage A: Ontwikkeltraject

Ons ontwikkeltraject wordt gedurende het eerste jaar verder uitgewerkt, zodat dit goed aansluit bij onder andere Lekker Bezig en andere spelers in de keten van re-integratie. Tegelijkertijd werken we nu met het volgende ontwikkeltraject:

- *Kennismaking:* Geïnteresseerde mensen komen op kennismakingsgesprek. In principe zeggen we tegen iedereen 'ja' voor zo'n gesprek, wat zijn of haar (soms psychische) achtergrond of ballast ook is. We stellen ons hierin niet op als hulpverlener of instantie, maar meer als een koffiezaak als familiebedrijf. Als er een klik is, gaan we een stap verder.
- *Sollicitatie:* Na de kennismaking volgt een sollicitatie, waarbij de deelnemer zijn of haar CV instuurt en we een functieprofiel als gastheer/gastvrouw aanbieden. Ook kan het zijn dat bepaalde teamrollen, zoals administratie, aansluiten bij een persoon. Als er een match is qua verwachtingen en doelen, start de persoon met een vrijwilligersovereenkomst van zes maanden.
- *Inwerkperiode:* In de eerste drie maanden vindt de inwerkperiode plaats, waarin de collega aan de hand van werkinstructies en trainingen op de werkvloer de kneepjes van het vak leert. Ook gaat de werkleider met de collega in gesprek wat zijn of haar specifieke leerdoelen zijn. Voor de één kan dit een basisniveau Nederlands zijn, voor een ander op tijd komen of gesprekjes met klanten aanknopen.
- *Evaluatiegesprek:* Behalve de wekelijkse gesprekken tijdens het werk en de instructie vindt er na drie maanden een evaluatiegesprek plaats tussen de werkleiders en de nieuwe collega. In dit gesprek wordt besproken hoe het gaat, of er nog dingen dwars zitten, wat er lekker loopt en of er nog sprake is van een match. Ook wordt er samen gekeken naar en gereflecteerd op de leerdoelen en nieuwe leerdoelen geformuleerd. Wanneer aan beide kanten enthousiasme is om door te gaan, wordt er daarna elke drie maanden een voortgangsgesprek gevoerd.
- *Gericht op 'gezien worden':* Behalve leerdoelen die gekoppeld zijn aan de specifieke functie van barista/gastheer/gastvrouw, is de expliciete insteek van KopieKoffie juist ook gericht te zijn op persoonlijke leerdoelen. Veel zaken waar iemand tegenaan kan lopen in zijn of haar werk, zijn gerelateerd aan iemands zelfbeeld, onzekerheden en angsten. Het is veel relevanter en diepgaander om daarop gericht te zijn, dan alleen op het feitelijke 'werkresultaat' van een goede cappuccino. De taken bij KopieKoffie zijn een middel voor dat iemand zich gezien weet, in wie hij of

zij helemaal is. Dus inclusief de onzekerheden en kwetsbaarheden. Als kernteam proberen we hierin een voorbeeldrol te vervullen door ook kwetsbaar te zijn over onze eigen onzekerheden en worstelingen.

- *Doorstroom/uitstroom:* KopieKoffie is erop gericht dat mensen ook doorstromen naar andere, waar mogelijk betaalde, plekken – mits dit aansluit binnen de mogelijkheden van de persoon. Dit zou kunnen binnen het KopieKoffie-team, wanneer na drie jaar de financiële situatie van KopieKoffie het toelaat.

Ook gaan we gedurende de eerste twee jaar in gesprek met verschillende andere (sociale) ondernemingen om de doorstroom al aan het begin concreet te maken. Zo zijn we nu al in gesprek met onze boekhouder en administratiekantoor, voor een collega die als teamrol de administratie doet, om te kijken of ze op termijn daarnaar kan doorstromen.

Bijlage B: Handboek stichting KopieKoffie

Het meest recente en door het bestuur goedgekeurde handboek van stichting KopieKoffie is te vinden op haar website www.kopiekoffie.nl/anbi.

Bijlage C: Statuten stichting KopieKoffie

De statuten van stichting KopieKoffie zijn te vinden op haar website
www.kopiekoffie.nl/anbi.

Bijlage D: Jaarverslag stichting KopieKoffie

Het meest recente en door het bestuur goedgekeurde jaarverslag van stichting KopieKoffie is te vinden op haar website www.kopiekoffie.nl/anbi