



Verksamhetsberättelse 2019 för Föreningen Världsbutiken Örebro

Syfte

Världsbutiken i Örebro är en ideell förening med uppgift att sälja hantverk och livsmedel, som tillverkats enligt principerna för Fair Trade, från småskaliga producenter i Latinamerika, Afrika och Asien samt att genom information och utbildning verka för en ökad medvetenhet om rättvis handel.

Styrelsen

Vid årsmötet den 20 mars valdes Agneta Sandqvist till ordförande för 1 år. Jan Pargell och Gunnar Edsfeldt valdes till ordinarie ledamöter för två år. Katarina Linderborg och Åsa Svanbäck kvarstod från årsmötet 2018. Tarja Nordling, Solveig Strömberg och Petra Wiklund valdes till suppleanter för 1 år.

Vid konstituerande styrelsemöte den 4 april valdes Katarina Linderborg till vice ordförande, Åsa Svanbäck till sekreterare och Gunnar Edsfeldt till kassör. Ordförande, vice ordförande och kassör bildar ett arbetsutskott.

Styrelsen har haft elva möten under året.

Verksamhetsplan

Vid årsmötet beslutades om en verksamhetsplan för 2019 med mål för föreningens verksamhet samt ekonomiska riktlinjer. Verksamhetsplanen har två mål där olika aktiviteter ingått. Ansvariga inom styrelsen har utsetts för tre aktivitetsområden. De har tagit fram aktiviteter för diskussion och som vid behov beslutats av styrelsen. Aktiviteterna har följts upp vid varje styrelsemöte.

Målen i verksamhetsplanen har följts upp vid styrelsemötena i juni, oktober och inför årsmötet. En sammanställning från de båda uppföljningarna under verksamhetsåret skickades till medlemmarna i Medlemsbrev i november.

Det har varit styrelsens ambition att öka delaktigheten och ta vara på medlemmarnas engagemang, kompetens och erfarenheter i de aktiviteter som genomförts.

Följande aktivitetsområden har funnits under året

- Föreningen
- Utåtriktade aktiviteter
- Inköp/försäljning och butik

Riktlinjer för de olika verksamhetsområdena har uppdaterats under året.

Måluppfyllelse

I verksamhetsplanen sattes två mål upp för verksamheten 2019.

- **Mål 1:** Försäljningen har bibehållits på samma nivå som 2018.

***Kommentar:** Försäljningen minskade stort under 2018 och därför sattes målet för 2019 till att bibehålla samma nivå som 2018. Under året lyckades vi öka försäljningen (mätt i nettoomsättning) med ca 5 %. Den förnyelse av sortimentet som inleddes under 2018 har fortsatt under 2019.*

Den externa nettoförsäljningen (försäljning vid olika utåtriktade evenemang) har inte varit lika hög som 2018, ca 30 000 2019 jämfört med ca 45 000 2018. Den fakturerade nettoförsäljningen, i huvudsak beställningar, ökade något, från ca 14 000 till ca 17 000.

- **Mål 2:** Medvetenheten om Fair Trade och Världsbutikens roll har ökat hos allmänhet, kunder, organisationer och medlemmar genom att föreningen deltar i marknader, bjuder in till butiken m.m. i ökad omfattning.

***Kommentar:** Föreningen har deltagit i flera marknader och mässor där vi haft försäljning och informerat om rättvis handel. Vi har deltagit vid möten om rättvis handel hos olika organisationer. Vi har också bjudit in till möten i butiken. Genom dessa aktiviteter bidrar vi till att öka medvetenheten om Fair Trade och Världsbutikens roll.*

Fair Trade konceptet

I verksamhetsplanen för 2019 finns ett avsnitt om arbetet inom Fair Trade Återförsäljarna att ta fram nya medlemskriterier och medlemskategorier. Vid tidpunkten för vårt årsmöte var tidplanen att beslut skulle fattas vid riksorganisationens årsmöte 2019. Arbetet har dock pågått under hela 2019 och det finns nu ett förslag för diskussion och beslut på riksorganisationens årsmöte i mars 2020. Utgångspunkt för arbetet är WFTO:s s.k. Retailer Standards där gränsen godkända Fair Trade produkter har sänkts till 60% för att vara en ”Världsbutik”.

Världsbutikernas verksamhet har alltså inte påverkats under 2019.

Föreningen

Medlemmar

Vid årsskiftet 2019/2020 hade föreningen 55 medlemmar jämfört med 60 medlemmar i slutet av 2018. Antalet medlemmar har minskat under de 3 senaste åren efter den satsning på att rekrytera medlemmar som genomfördes hösten 2016. Vi har tyvärr inte lyckats behålla alla de medlemmar som rekryterades under kampanjen, men vi har samtidigt fått flera nya medlemmar det senaste året.

Under året har föreningen haft fyra medlemsmöten. Årsmötet hölls i mars och i september hölls ett extra årsmöte då förslag till ändringar i föreningens stadgar diskuterades och beslutades. Vid ett medlemsmöte i januari stod olivoljan från Palestina på dagordningen och vid årets sista medlemsmöte som hölls i november var julen tema.

Tre medlemsbrev med information och inbjudningar till möten har skickats ut, i januari, juni och november.

Butiksvårdar

Som medlem i föreningen kan man engagera sig som volontär. Vi är 23 aktiva volontärer varav de flesta också är butiksvårdar. Rekrytering av nya volontärer är en löpande uppgift. Under 2019 har en annons publicerats hos volontärbyrån. Konkurrensen om volontärer är stor. Det bästa sättet för oss är troligen att rekrytera ”kompisar”. Vid ett butiksvårdsmöte i våras uppmanades butiksvårdarna att ta med ”en kompis”. Vid det tillfället deltog tre intresserade.

Sex välbesökta butiksvårdsmöten har hållits under året. Vid mötena har vi diskuterat verksamheten i butiken, nyheter i sortimentet, hur vi ska exponera produkterna och informera. I slutet av våren lyckades vi vända trenden med vikande försäljning och det är positivt. Vid sista mötet för året, i slutet av november, planerades julhandeln. Tio nummer av Butiksnytt med information om vad som är på gång i butiken har under året skickats till volontärerna. För att nå ut med information om kampanjer och andra aktiviteter skickas e-post direkt från ansvariga för olika delar av verksamheten.

Utbildning

Riksorganisationen Fair Trade Återförsäljarna har ett utbildningsmaterial i två nivåer som vi använt för att lära mer om Rättvis handel och hur det är att driva butik. Den första nivån Fair Trade Start, som är ett självinstruerande utbildningsmaterial, ges till alla nya volontärer. Den andra nivån, Fair Trade Grund, riktar sig till de som varit volontärer minst ett år. Fair Trade Grund, som är obligatorisk för alla volontärer. Under året hölls ingen studiecirkel eftersom det var för få nya volontärer.

Övrigt

Fair Trade Återförsäljarna

Organisationen Fair Trade Återförsäljarna höll sitt årsmöte den 29-30 mars i Hallsberg. Agneta Sandqvist representerade Världsbutiken vid årsmötet. Agneta Sandqvist valdes att ingå i styrelsen för riksorganisationen.

Den 12 oktober inbjöds till ett medlemsmöte om projektet Trade Fair Live Fair där rapporten *Global jämställdhet, anständiga arbetsvillkor och hållbar konsumtion – Hur bidrar Fair Trade till att uppnå de globala målen* presenterades. Trade Fair Live Fair är ett treårigt EU-projekt som drivs inom organisationen. Projektet avslutas i september 2020. Vid medlemsmötet diskuterades även ett första förslag till nya medlemskriterier och medlemskategorier som en arbetsgrupp inom riksorganisationen tagit fram. Agneta Sandqvist deltog som styrelseledamot och representerade också vår förening.

Örebro Fairtrade city

Världsbutiken har inte deltagit i styrgruppen för Örebro Fairtrade City sedan maj 2016. Styrelsen har under 2019 haft ambitionen att delta i styrgruppen som har breddats under det senaste året. Tyvärr har inbjudningar till mötena kommit någon dag innan mötet och vi har därför inte haft möjlighet att delta.

Örebro Föreningsråd

Föreningen är medlem i Örebro föreningsråd för att stödja föreningsverksamheten i Örebro kommun. Vi är inte aktiva i föreningsrådets verksamhet, men är med på sådana möten som kan bidra till vår verksamhet.

Ansvariga

Agneta Sandqvist är huvudansvarig för föreningen. Jan Pargell ansvarar för våra utbildningsaktiviteter.

Utåtriktade aktiviteter

Utåtriktade aktiviteter är en viktig del av föreningens verksamhet. Det är genom detta vi informerar om rättvis handel och hur de produkter vi säljer ger producenterna möjlighet att förbättra sina livsvillkor. Det är också genom dessa aktiviteter vi sprider kunskap om kvaliteten i produkterna för att nå nya kunder.

Vid Örebro kommuns CSR¹-dag den 24 april deltog två butiksvårdar.

¹ CSR betyder Corporate Social Responsibility

Aktiviteter som vänder sig till organisationer (t.ex. fackliga, politiska och kyrkliga organisationer)

- 3 april – After Work för en arbetsgrupp vid SCB.
- 16 april bjöds samtliga ledamöter i Örebro kommuns fullmäktige-grupp till ett möte med anledning av att Örebro är en Fair Trade City kommun. Tyvärr var det ingen som kom.
- 28 april – Försäljning och information Vårmarknaden i Brunnsparken.
- 9 maj – Information och försäljning i Betlehemskyrkan.
- 12 maj – Information och försäljning hos Frälsningsarmén.
- 25 maj – Försäljning och information vid Adolfsberg församlings familjedag.
- 7 juni – Marknadsafton då vi bjöd in till fika i butiken.
- 17–18 augusti – Matmarknad i Wadköping.
Provsmakning och försäljning av marmelader och olivoljor i samarbete med Sackeus.
- 17 september – Information hos Regionfullmäktiges s-grupp.
- 5 oktober – Seniorfestivalen på Conventum Arena. Försäljning och utdelning av informationsmaterial.
- 8 oktober – Information för IM, Individuell Människohjälp.
- 10 oktober – Information om olivolja och försäljning i Olaus Petri församlingshem.
- 15 oktober – Information hos Folkuniversitetet.
- 20 november – Information om olivolja och försäljning på Laurentiusgården.
- 23 november – Julbasar på Waldorfskolan.
- 30 november – Julmarknad i Karlslund.
- 2 december – Församlingar som är Kyrka för Fairtrade bjöds in till ”öppet hus” i butiken på kvällen.
- 4 december – Julmarknad på USÖ (arrangerad av Nyckelfonden).

Utåtriktad information (trycksaker, sociala medier, annonsering mm.)

Trycksaker

Informationsmaterial och varuinformation som stöd för utåtriktade aktiviteter är en viktig del för att nå ut med information om rättvis handel. Under året har bl.a., trycksaker till marknadsafton och om våra julerbjudanden tagits fram. Den folder som vänder sig till besökare i Örebro där Världsbutiken presenteras som en unik presentbutik uppdaterades inför Open Art. Rättvis konst och konsthantverk lyftes fram. Den delades ut bl.a. till hotell.

Sociala medier och hemsidan

Att synliggöra våra aktiviteter håller intresset för vår speciella verksamhet levande. Vi kan konstatera värdet av att följa såväl Hemsidan som inläggen på FB och Instagram. Det ger ökad kunskap och medvetenhet hos medlemmar och butiksvärdar. Även för kundkretsen är det ett stort värde. Vi erbjuder kännedom om Fair Trade, WFTO-certifiering och visar betydelsen av våra produkters unika värde. Under 2019 har vi i våra texter knutit an till Agenda 2030 och de 17 globala utvecklingsmålen. Vi pekar på betydelsen för de producenter vi stöder och grossisternas sätt att arbeta med producenterna. Publicering har skett kontinuerligt utifrån olika aktiviteter, kampanjer och viktiga händelser som funnits med i aktivitetsplanen för butiken.

Kampanjer som genomförts har lyfts fram på Facebook och Instagram, t.ex. matmarknaden i Wadköping, olivoljeprovning i butiken och kampanj för saffran med avsmakning. Julmarknader på tre olika ställen har också följts upp i bild och text. Vi har kontinuerliga publiceringar när butiken skyltas om och när nya produkter presenteras. Styrelsen har godkänt annonseringar efter bedömning av ansvarig för sociala medier. Effekten av

annonsering kan utläsas av en rapport som erhålls av FB-teamet. En tydlig ökning i räckvidden kan märkas, dvs. fler personer nås.

Månadsvis har i genomsnitt åtta publiceringar gjorts i sociala medier – totalt publicerade vi drygt 70 inlägg på Facebook och Instagram. t.ex. nyheter, öppettider. Den genomsnittliga spridningen är tämligen konstant när vi tittar på den månatliga statistiken. På Instagram når vi oftast en yngre generation (25–45 år) och övervägande delen är kvinnor (83 %).

Antal personer som följer oss på Facebook och Instagram är ganska konstant. I nuläget har Världsbutiken Örebro ca 550 följare på Facebook och ca 230 på Instagram. Trenden visar att räckvidden på inläggen är olika men efter en annonskampanj ökar den till över 1000 personer. Vissa inlägg har också publicerats på hemsidan som i december hade haft 3650 besök varav 265 från Sverige.

Annonsering

Ingen annonsering har gjorts under året.

Skyltning på USÖ

Under året har vi haft skyltning i en av snurrdörrarna i M-huset på USÖ. Nyckelfonden vid USÖ ansvarar för uthyrning. Det har varit mycket positivt att få skylta där. Många har kommit till butiken som uppmärksammat oss på detta sätt.

Ansvariga

Jan Pargell har varit huvudansvarig för utåtriktade aktiviteter.

Bodil Grek har varit ansvarig för sociala medier. Lena Dahlström Svärth har haft särskilt ansvar för publicering på hemsidan och också ansvarat för design av trycksaker. Samarbetet med inköps- och försäljningsansvarig samt butikgruppen är viktigt för att få underlag och diskutera publiceringar.

Inför varje lite större utåtriktade evenemang har en ansvarig utsetts som tillsammans med en grupp butiksvärdar varit med i planering och sedan deltagit vid evenemanget.

Inköp/försäljning och butik

Inköp och försäljning

Bruttoförsäljningen ökade med ca 7% under 2019 jämfört med 2018. Hälften av bruttoförsäljningen var hantverk och hälften livsmedel. Det är en förändring i fördelningen jämfört med 2018 då 40 % av bruttoförsäljningen var hantverk och 60 % livsmedel. Förändringen tillbaka till en jämnare fördelning är positiv. En av orsakerna till detta är att vi förnyat sortimentet.

Kassören har varit inköpsansvarig och samordnat inköpen. Kampanjer och erbjudanden har diskuterats i styrelsen och presenterats i butiken och i sociala medier/på hemsidan. Styrelsen har utifrån underlag från inköpsansvarig arbetat med analyser av inköp och försäljning och gett tydliga ekonomiska förutsättningar för inköpen. Vi har haft en välfylld butik med attraktiva produkter som lockat gamla och nya kunder. Antalet inköpare har utökats under året vilket har skapat delaktighet och engagemang. Det har varit viktigt inte minst i arbetet att hitta nya produkter och leverantörer.

Översyn av priserna på hantverk har gjorts och styrelsen beslutade i oktober att ändra påslaget till 2,5 på samtliga hantverksprodukter oavsett inköpspris. Förändringen infördes i november. Tidigare har påslaget varit differentierat.

Inköpare och inköpsansvarig

Inköpare har varit Gunnar Edsfeldt (också inköpsansvarig), Agneta Rosén, Agneta Sandqvist, Majbritt Sundin, Christina Wallén, Petra Wiklund och Ingela Wollter-Axelsson.

Butik

Butiken har varit öppen måndagar-fredagar 10–18 samt lördagar 11–15 under större delen av året. Under sommaren begränsades öppettiderna och butiken var öppen tisdag-fredag 12–18 och lördagar 11–15. Under julhandeln utökades öppettiderna på lördagar med en timme.

Butiksgruppen har fortsatt att arbeta aktivt med information om produkter och Fair Trade i butik och skyltfönster. Det material som finns sedan tidigare har använts samt att vid behov ny information tagits fram och sammanställts.

Omskytning i butiken har skett regelbundet och under året har vi lyft fram några av de mål som finns i Agenda 2030 samt kopplat skyltning och kampanjer till dessa. Det ingick som en del i verksamhetsplanen.

Under våren uppmärksammades World Fair Trade Day i maj och under Fairtrade Challenge, också i maj, bjöd vi på kaffe och choklad i butiken. I samband med marknadsafton i början av juni delade vi ut flyers där vi inbjöd till butiken, där vi bjöd på kaffe. Den dagen satte vi ner priset på en del varor som legat länge i butiken och varit svårsålda. En hel del av de varorna lyckades vi sälja.

Till advent och jul hade vi kampanj på saffran och råsocker och inför 1:a Advent bjöd vi på saffranskaka och kaffe i butiken.

Att exponera varorna i butiken på ett tilltalande vis samtidigt som tydlig och enhetlig information om produkterna och Fair Trade ska finnas väl synlig är en ständigt pågående utmaning. Det ska vara snyggt men inte rörigt!

Vi upplever en ökad försäljning av de varor som är exponerade i skyltfönstret. Detta utmanar oss inför kommande år vad vi bör satsa på och hur vi skyltar.

Butiksgruppen

Butiksgruppen har bestått av Katarina Linderborg (butiksansvarig), Majbritt Sundin, Solveig Strömberg och Ingela Wollter Axelsson. Butiksansvarig haft det övergripande ansvaret för inköp/försäljning och butik. Detta för att underlätta kommunikationen mellan inköparna och butiksgruppen.

Ekonomi

Föreningens ekonomi framgår av resultat- och balansräkningen.

Ekonomiska riktlinjer

I verksamhetsplanen för 2019 beslutades om ekonomiska riktlinjer för året:

- Bokslutet för 2019 ska visa på balans mellan intäkter och kostnader. Det ska finnas ekonomiskt utrymme att vid varje månadsslut betala de fasta kostnaderna och ekonomiskt utrymme ska också finnas löpande så att verksamheten kan utvecklas.
- Uppföljning av ekonomin ska göras löpande under året. Styrelsen ska fortsätta utveckla statistik m.m. för att effektivt kunna följa upp verksamheten.

Arbetet med att minska de fasta kostnader har fortsatt. Den anställning som föreningen hade under åren 2016–2018 upphörde 31/12 2018. Det innebär att de fasta kostnaderna minskat med ca 80 000 kronor.

Uppföljningen av ekonomin har gjorts löpande med vidareutvecklad statistik bl.a. för att följa kassaflödet och säkra att det finns pengar dels till de fasta kostnaderna samt till inköp.

Särskilt uppdrag

Bakgrund

Fördelningen mellan livsmedel och hantverk förändrades under 2018 där framförallt försäljningen av hantverk minskade medan försäljningen av livsmedel ökade – relativt sett. Nästan 60% av bruttoförsäljningen var livsmedel under 2018. Påslagen på livsmedel är lägre än på hantverk vilket påverkar försäljningsinkomsterna. Dessutom hade vi prisnedsättningar av specifika produkter vid kampanjer och i form av mängdrabatter.

Uppdrag

I verksamhetsplanen för 2019 finns ett särskilt uppdrag till styrelsen att analysera konsekvenserna av prisnedsättningar vid kampanjer och i form av mängdrabatter. Även omfattningen och längden av prisnedsättningar skulle prövas. En annan uppgift var att analysera vilket hantverk vi ska satsa på för att öka försäljningen av hantverk genom att fortsätta hitta nya produkter och nya leverantörer.

Resultat

Arbetsutskottet (ordförande, vice ordförande och kassör) gjorde en genomgång av prisnedsättningar vid kampanjer och de mängdrabatter vi har samt omfattning och längd. Slutsatsen blev att de mängdrabatter vi har på choklad och Africafe är något vi ska fortsätta med. Det gynnar våra stamkunder samt kan locka till köp av andra varor. Vi får täckning för våra kostnader för inköp. Övriga mängdrabatter, torkad frukt, togs bort i samband med detta. När det gäller prisnedsättningar vid kampanjer tydliggjordes att dessa ska gälla under en begränsad tid som ska kommuniceras till butiksvärdarna. Inköpsansvarig och butiksansvarig ser till att detta sker.

Under året har en diskussion förts om vad vi ska satsa på för hantverk. Nya produkter från nya leverantörer har köpts in. Samtidigt har gamla produkter som funnits till försäljning i butiken under flera år fått en renässans t.ex. korgar och figurer från Hammershus. Dessa har lyfts fram på ett nytt sätt i butiken. Arbetet med att förnya fortsätter. Som en del i det arbetet måste vi också besluta vad vi ska minska ner. Styrelsen har beslutat att minst en gång per år sätta ner priset på produkter som är svårsålda för att ge utrymme för det nya.

Slutord

Under 2019 lyckades vi vända den negativa utvecklingen från 2018. Engagemanget är stort och vi jobbar tillsammans för att fortsätta utveckla verksamheten. Vi deltar i utåtriktade aktiviteter med försäljning och information, vi utvecklar sortimentet och hur vi på bästa sätt ska visa upp varorna. Vi arbetar för att bli ännu bättre på att informera om produkterna och producenterna i butiken. Det är en av våra huvuduppgifter tillsammans med försäljning.

Tack till er medlemmar för ert stöd och ett särskilt tack till alla volontärer för ert stora engagemang. Tillsammans ska vi fortsätta vårt viktiga arbete för en rättvis handel.

Örebro 2020-02-22

Agneta Sandqvist

Katarina Linderborg

Åsa Svanbäck

Gunnar Edsfeldt

Jan-Erik Pargell

Tarja Nordling

Solveig Strömberg

Petra Wiklund