

Algemene Nieuwsbrief Wereldwinkels Nederland nr. 126

Goed nieuws uit Brielle

BRIELLE – Wereldwinkel Brielle heeft goed nieuws te melden. “Het gaat goed met Wereldwinkel Brielle. Er is sprake van een gezonde financiële situatie doordat meer klanten meer besteedden in de winkel aan de Brielse Voorstraat”, meldt een medewerker.

Omdat er bovendien in het verleden een flinke financiële buffer werd opgebouwd, was de winkel in staat ook dit jaar weer enkele projecten te steunen. Eerder dit jaar kreeg Gone Arty een cheque van 300 euro voor de overstromingen in Zimbabwe. 1500 euro ging naar een Briels project genaamd Stichting Destino. Recentelijk kwam daar nog eens donatie van 3000 euro bij voor Simbolica voor het ‘schoolproject Guatemala’. De mensen van Wereldwinkel Brielle zijn heel blij op deze manier maar liefst 240 kinderen in Guatemala een kans te geven op een betere toekomst.

Verjaardagstaart

APPINGEDAM - Dertig jaar geleden, op 16 november 1989 om precies te zijn, werd bij de notaris de akte getekend waarmee Wereldwinkel Appingedam in het leven geroepen werd.

In die 30 jaar is de winkel een paar keer van pand verwisseld. In het huidige pand aan de Dijkstraat 19, een toplocatie, zit de winkel nu zes jaar. “Van de dames van het eerste uur is niemand meer vrijwilliger maar gelukkig nog wel klant”, vertelt een vrijwilliger. “Het jubileum hebben we bescheiden gevierd.

Op 16 november werd iedere bezoeker verwelkomd met koffie en wat lekkers. Verder stond een weeklang een rad van avontuur in de winkel. Het rad bepaalde de korting of een beker of een Tony. Voor de vrijwilligers was er gebak.”

Foto: Wereldwinkel Appingedam



Fairtrade Original nóg inspirerder

Fairtrade Original is een plaatsje gestegen in de lijst met meest inspirerende organisaties van Nederland. Vorig jaar stond het bedrijf nog op de 7e plek. Op de nieuwe lijst die pas uitkwam is dat de 6e plek geworden. De lijst wordt jaarlijks samengesteld door adviesbureau Synergie, samen met onderzoeksbureau Dynata.

Waar vorig jaar IKEA werd gezien als de meest inspirerende organisatie van Nederland, gaat de award in 2019 naar Too Good To Go, een klein bedrijf dat zich inzet tegen voedselverspilling. Via een app kunnen consumenten goedkoop eten kopen dat anders zou worden weggegooid.

Smeltende chocoladedieren

FINLAND - In Finland is de landelijke fair trade organisatie Fairtrade Finland een campagne begonnen met smeltende chocolade dieren. Met de campagne wil Fairtrade Finland aandacht vragen voor het effect van klimaatverandering op de teelt van cacao. Bij stijgende temperaturen wereldwijd is het mogelijk dat chocolade in de toekomst een zeldzame en luxe versnapering wordt omdat cacao-boeren om moeten schakelen naar een ander gewas. Fairtrade Finland maakte voor de campagne vier video's met een smeltende sneeuwul, aap, olifant en kikker. Elke video eindigt met 'Red de chocolade, kies fair trade chocolade'.

Compliment voor Berkel en Rodenrijs

BERKEL EN RODENRIJS – De redactie van deze nieuwsbrief kreeg zomaar een compliment in de mailbox binnen, bestemd voor Wereldwinkel Berkel en Rodenrijs.

Nel Merks-Knetsch mailde: "De wereldwinkel in Berkel en Rodenrijs heeft voor ons, de Evangelische Lutherse Kerk in Rotterdam, een fantastisch mooi kerstpakketje samen gesteld. Wij zijn er weer heel blij mee, de mensen van die wereldwinkel verdienen een 'Pluim!'"

Het kerstpakketje is te zien op de foto.



Foto: Nel Merks-Knetsch, kerklid

Erfenis voor Madat Nepal

WEESP - De 'erfenis' van Wereldwinkel Weesp wordt gebruikt voor ontwikkelingshulp in Nepal. Dat hebben de vrijwilligers en het bestuur van de stichting samen besloten. Wereldwinkel Weesp sloot in de zomer definitief de deuren. Met de laatste schenking en de slotbijeenkomst eind november rondde de wereldwinkel haar laatste taken af. De wereldwinkel bedankt alle Weespers en de vaste klanten voor hun trouw in de afgelopen 36 jaar.

Demo en verkoop Indiase sjaals

GROENLO - De Indiase onderneming Siddharth Imports was zaterdag 30 november te gast in Wereldwinkel Groenlo. Siddharth importeert uit India fair trade sjaals en sieraden. Een Indiase vertegenwoordiger van het bedrijf demonstreerde in de winkel hoe de sjaals en andere producten gemaakt worden.



Warme en gezellige Wereldwinterfair

PATERSWOLDE – Terwijl het buiten koud en donker was, was het 21, 22 en 23 november binnen bij Wereldwinkel fair met flair in Paterswolde extra warm en gezellig vanwege de Wereldwinterfair. In een prachtige entourage en onder het genot van, hun inmiddels beroemde, alcoholvrij appelgluhsapje en zelfgemaakte koekjes kwamen vele enthousiaste klanten cadeautjes uitzoeken voor de feestdagen.

Ook is er bij de Drentse winkel ieder jaar een verloting. Ook dit jaar wordt half december aan de winnaar een boodschappentas vol met (h)eerlijke producten overhandigt.

Foto: Wereldwinkel fair met flair Paterswolde

Drie cheques

CASTRICUM – In Castricum heeft de wereldwinkel haar bescheiden winst onlangs uitgekeerd aan een drietal goede doelen. Stichting Straatkinderen van Kathmandu, Stichting Castricum voor Ethiopië en

Stichting WOL kregen elk een mooi bedrag van 750 euro uit handen van voorzitter Marjan Krooshof.

COLUMN OVER ONZE WERELD VAN HOOP, STRIJD EN GLORIE

Hoera voor de generatie Z die alles anders gaat doen

column (76) van Hans Beerends

Na de protestgeneratie (mensen geboren tussen 1945 en 1953), de babyboomers dus, verschijnen er om de 10 à 15 jaar rapporten van sociologen, psychologen en politicologen die aangeven welke karaktereigenschappen kenmerkend zijn voor een nieuwe generatie jongeren. Zo kreeg je na de protestgeneratie, de generatie X, de generatie Y en er is net een boek uitgekomen 'Gen Z, verlangen naar verandering', geschreven door Jos Ahlers en René Boender.

Die reeks generatiebeschrijvingen is typisch iets van na de tweede wereldoorlog. Van de protestgeneratie is achteraf wel een beschrijving gegeven maar in feite kwam zij als een verrassing. Daarna kwamen de rapporten over de volgende generatie jongeren en dat had alles te maken met de behoefte van reclame en marketing beoefenaars die wilden weten op welke wijze zij hun producten het beste kunnen aanprijzen. Maar ook politici, maatschappelijke organisaties en NGO's zijn nieuwsgierig naar de ontwikkeling van nieuwe ideeën. Ook actiegroepen kunnen hun voordeel doen met deze wetenschap.

Na de protestgeneratie kwam de generatie X (geboren tussen 1960 en 1980) ook wel genoemd de generatie NIX of de 'no future generatie'. Deze generatie kreeg te maken met werkeloosheid en dreiging van kernoorlog. Het is een generatie van nadenkende jongeren en keiharde werkers. Daarna kwam de generatie Y, oftewel de millennials (geboren tussen 1981 en 2000). Deze generatie is een stuk optimistischer. De koude oorlog was voorbij, kernoorlog voorlopig afgewend, voldoende werk, veel hoog opgeleiden, de opkomst sociale media. De generatie wordt wel omschreven als narcistisch, open minded en het gevoel dat de wereld voor hen klaar staat.

En nu is er dan de generatie Z, geboren tussen 1995 en 2012. (Niet alle onderzoekers gebruiken dezelfde geboorte jaartallen. Zo wordt de Z generatie ook gezien als geboren tussen 2000 en 2017. Dat geldt ook voor de geboortejaartallen van de X en de Y generatie).

Volgens de schrijvers van het boek 'Gen Z' is kenmerkend voor deze generatie: ze willen niet filosoferen maar doen. Ze worden geconfronteerd met problemen waar ze in hun verdere leven direct mee te maken krijgen zoals klimaat en ze willen NU de zaken veranderen. Ze streven niet naar een socialistische revolutie maar naar een menselijk kapitalisme. Ze hebben weinig zin in huishoudelijke klusjes – kant en klaar 'gezond' eten wordt gehaald en ze roken en drinken niet of matig. Ze houden van authentieke mensen die echt iets doen voor verbetering van de wereld waaronder Greta Thunberg maar ook

Mandela. Tegelijkertijd zijn ze kritisch ten opzichte van rolmodellen en waakzaam op nepnieuws. Ze zijn technologisch ingesteld, lezen minder kranten en tijdschriften maar halen hun nieuws via smartphone en podcast.

Voor de Z generatie is het hokjesdenken voorgoed voorbij. Het traditionele denken in onderscheid tussen man en vrouw, homo en hetero, wit en zwart is voor hen verleden tijd. Iedereen een gelijke kans. Als ze iets willen weten, zoeken ze het zelf uit, bijvoorbeeld via google.

Conclusie: Het is een bewust denkende en op verandering gerichte generatie. Ze zijn eerder pragmatisch dan ideologisch. Ze zien duidelijk in dat hun toekomst gebaat is bij drastische veranderingen op gebied van klimaat, het dichten van de inkomenskloof zowel nationaal als internationaal en een sterke afname van dogmatisch en fundamentalistisch denken. Als de Z generatie haar doelen bereikt, dan kunnen we over 10 à 20 jaar met een gerust hart weer beginnen met een generatie A.

Hans Beerends hansbeerends@planet.nl

Copy voor deze nieuwsbrief aanleveren via: nieuws@wereldwinkelsnederland.nl

Bestuur Wereldwinkels Nederland

4 december 2019

Wereldwinkels Nederland

KvK 56006144

www.wereldwinkelsnederland.nl , nieuwsbrief@wereldwinkelsnederland.nl
