



Meerjarenplan 2026-2029

**Stichting Pelgrimshoeve
Zoetermeer**

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	3
2.	OMGEVING	3
2.1	<i>Verzorgingsgebied</i>	3
2.2	<i>Ontwikkelingen en trends in de markt</i>	3
2.2.1	Tweedehands is algemeen geaccepteerd.....	4
2.2.2	Kwaliteit en presentatie worden belangrijker.....	4
2.2.3	Druk op textielketen en wegwerpmode.....	4
2.2.4	Meer nadruk op reparatie en levensduurverlenging.....	4
2.2.5	Sociale functie blijft onderscheidend.....	4
2.2.6	Betekenis voor de Pelgrimshoeve.....	4
2.3	<i>Analyse van belanghebbenden en dialoog</i>	4
2.3.1	Medewerkers (vrijwilligers).....	5
2.3.2	Klanten (brengers en kopers).....	5
2.3.3	Gemeente Zoetermeer.....	5
2.3.4	Samenwerkingspartners.....	5
2.3.5	Goede doelen en samenleving.....	5
2.4	<i>Concurrentie en marktwerking</i>	5
2.4.1	Prijisperceptie en druk vanuit detailhandel.....	5
2.4.2	Opkomst van handelaren.....	5
2.4.3	Kwaliteit en aanbod onder druk.....	5
2.4.4	Concurrentie om goederen.....	5
2.4.5	Dienstverlening en klantbeleving.....	6
2.4.6	Conclusie.....	6
2.5	<i>Positionering en waardepropositie</i>	6
2.5.1	Kern van de propositie.....	6
2.5.2	Spanningsveld in de positionering.....	6
2.5.3	Doelgroepen.....	6
2.5.4	Onderscheidend vermogen.....	6
2.5.5	Strategische richting.....	6
3.	ORGANISATIE	6
3.1	<i>Over de Pelgrimshoeve</i>	6
3.2	<i>Juridische en fiscale structuur</i>	7
3.3	<i>Organisatorische structuur</i>	7
3.4	<i>Managementstructuur</i>	7
3.5	<i>Afstemmings- en coördinatiestructuur</i>	7
4.	DOELSTELLING EN STRATEGIE	7
4.1	<i>Missie</i>	7
4.2	<i>Visie</i>	7
4.3	<i>Strategie</i>	8
4.4	<i>Algemene doelen</i>	8
4.4.1	Ondersteunen maatschappelijke doelen.....	8
4.4.2	Versterken sociale gemeenschap.....	8
4.4.3	Verantwoord omgaan met goederenstromen en afval.....	8
4.4.4	Gedegen financieel beleid.....	8
4.5	<i>Tactische doelen en strategische keuzes</i>	9
4.5.1	Omgaan met handelaren.....	9
4.5.2	Prijsstrategie en kanaalkeuze.....	9
4.5.3	Balans tussen professionalisering en vrijwilligersmodel.....	9
4.5.4	Strategische keuzes 2026–2029.....	9
5.	JAARPLAN	10
6.	SLOTOPMERKING	10

1. INLEIDING

In dit document delen wij de koers van Stichting Pelgrimshoeve voor de periode 2026–2029. Het laat zien waar wij voor staan, wat ons drijft en hoe wij de komende jaren verder willen bouwen aan een toekomstbestendige kringlooporganisatie met betekenis voor mens en samenleving. Als kringlooporganisatie zetten wij ons elke dag in voor hergebruik, duurzaamheid, ontmoeting en steun aan goede doelen. Met deze publieksversie willen wij op een open en toegankelijke manier laten zien welke ontwikkelingen wij om ons heen zien en welke keuzes wij maken om onze maatschappelijke betekenis verder te versterken.

Deze tekst is bedoeld voor iedereen die zich betrokken voelt bij de Pelgrimshoeve of graag wil weten waar wij voor staan: vrijwilligers, klanten, donateurs, partners, inwoners en andere geïnteresseerden.

De Pelgrimshoeve heeft een lange geschiedenis in Zoetermeer en is uitgegroeid tot een vertrouwde plek voor veel mensen. Die stevige basis koesteren wij, terwijl wij tegelijk blijven werken aan zichtbaarheid, kwaliteit en verdere ontwikkeling. Vanuit maatschappelijke ontwikkelingen, veranderingen in de kringloopsector en onze eigen ervaring geven wij in dit document richting aan de komende jaren.

De kern van de organisatie blijft daarbij onveranderd:

- het versterken van de sociale gemeenschap;
- het ondersteunen van maatschappelijke doelen;
- het verantwoord omgaan met goederenstromen en afval.

2. OMGEVING

2.1 Verzorgingsgebied

De Pelgrimshoeve is sinds 1981 actief in Zoetermeer en omgeving. In een groeiende stad blijft behoefte bestaan aan toegankelijke, betaalbare en duurzame voorzieningen. Juist daar wil de Pelgrimshoeve van waarde zijn: als plek voor hergebruik, ontmoeting en maatschappelijke betrokkenheid.

Zoetermeer is een diverse stad met inwoners van verschillende leeftijden en achtergronden. Dat maakt de Pelgrimshoeve tot een plek waar veel mensen elkaar kunnen vinden, of het nu gaat om winkelen, vrijwilligerswerk of simpelweg betrokken zijn bij wat er in de stad gebeurt.

De Pelgrimshoeve is lokaal geworteld, maar heeft een regionale aantrekkingskracht. Klanten komen uit Zoetermeer, de regio Haaglanden en daarbuiten. De ophaal- en bezorgactiviteiten blijven vooralsnog lokaal georganiseerd.

Woningbouw en toekomstverwachting

De gemeente verwacht verdere groei van de woningvoorraad en het inwonertal in de komende jaren. Volgens de gemeentelijke prognoses kan Zoetermeer doorgroeien naar ongeveer 140.000 inwoners in de komende tien jaar. Voor de Pelgrimshoeve betekent dit kansen om nieuwe inwoners te bereiken en onze maatschappelijke rol verder uit te bouwen.

2.2 Ontwikkelingen en trends in de markt

De kringloopbranche heeft een duidelijke maatschappelijke betekenis. Branchevereniging Kringloop Nederland geeft aan dat aangesloten organisaties samen jaarlijks ongeveer 144 miljoen kilo spullen inzamelen en werk bieden aan meer dan 17.000 mensen. Daarmee is de

sector niet alleen circulair, maar ook sociaal van grote waarde.

2.2.1 Tweedehands is algemeen geaccepteerd

Tweedehands is de afgelopen jaren steeds vanzelfsprekender geworden voor een breed publiek. Volgens de Kamer van Koophandel steeg het aantal winkels in tweedehands kleding tussen 2013 en juli 2025 met 40%, van 516 naar 723 vestigingen. Dat laat zien dat hergebruik en bewuste consumptie steeds meer onderdeel worden van het dagelijks leven.

2.2.2 Kwaliteit en presentatie worden belangrijker

De markt professionaliseert. KVK noemt zichtbaarheid, duidelijke profilering, goede locatie/aanloop en digitale verkoopkanalen als belangrijke succesfactoren. Voor kringlooporganisaties betekent dit dat winkelbeleving, sortering, prijsstelling, presentatie en online vindbaarheid steeds belangrijker worden.

2.2.3 Druk op textielketen en wegwerpmode

Textiel blijft een belangrijk thema binnen hergebruik. Tegelijk staat de textielketen onder druk door snelle consumptie en afnemende kwaliteit van kleding. De overheid werkt daarom met nieuwe regels rond producentenverantwoordelijkheid voor textiel. Sinds 2023 geldt in Nederland een UPV voor textiel, en vanaf augustus 2026 moeten producenten aanvullende informatie aanleveren over inzameling, hergebruik en recycling. Ook wordt verwacht dat nieuwe Europese regels vanaf 2028 worden uitgebreid, onder meer richting schoeisel. Voor organisaties in de kringloopsector onderstreept dit het belang van goed sorteren, hergebruik en samenwerking binnen de circulaire keten.

2.2.4 Meer nadruk op reparatie en levensduurverlenging

Het Beleidsprogramma Circulair Textiel 2025-2030 zet in op minder overconsumptie, langer waardebehoud, reparatie, tweedehands kopen en hoogwaardige verwerking. Voor de Pelgrimshoeve past dit goed bij initiatieven rond herstelbare meubels, reparatie, sortering en educatie richting klanten.

2.2.5 Sociale functie blijft onderscheidend

BKN benadrukt dat kringlooporganisaties niet alleen circulair zijn, maar ook sociale werkplekken bieden. Dit is een belangrijk verschil met commerciële tweedehands aanbieders. Voor de Pelgrimshoeve is dit extra relevant: de kracht zit niet alleen in verkoop en hergebruik, maar ook in vrijwilligerswerk, ontmoeting, zingeving en maatschappelijke bijdrage.

2.2.6 Betekenis voor de Pelgrimshoeve

Voor 2026-2029 ligt de kans in het versterken van drie pijlers: een aantrekkelijke en professionele winkel, een duidelijk circulair profiel en een zichtbaar sociaal verhaal. De Pelgrimshoeve kan zich onderscheiden door niet alleen goedkoop en tweedehands te zijn, maar vooral door de combinatie van hergebruik, vrijwilligerskracht, lokale verbondenheid en steun aan goede doelen.

2.3 Analyse van belanghebbenden en dialoog

De Pelgrimshoeve staat midden in de samenleving. Vrijwilligers, klanten, partners, gemeente en goede doelen geven samen vorm aan onze maatschappelijke betekenis. Juist in die samenwerking ligt een groot deel van onze kracht.

2.3.1 Medewerkers (vrijwilligers)

Vrijwilligers vormen het hart van de Pelgrimshoeve. Dankzij hun inzet krijgt hergebruik elke dag een gezicht en ontstaat een plek waar ontmoeting, betrokkenheid en praktische hulp samenkomen.

Daarom blijven wij investeren in een omgeving waarin vrijwilligers zich welkom, gewaardeerd en verbonden voelen, en waarin ook nieuwe mensen gemakkelijk kunnen aanhaken.

2.3.2 Klanten (brengers en kopers)

Klanten, schenkers en bezoekers maken de Pelgrimshoeve mogelijk. Wij willen dat zij zich gezien en welkom voelen, en dat onze winkel en dienstverlening laagdrempelig, vriendelijk en aantrekkelijk blijven.

2.3.3 Gemeente Zoetermeer

De gemeente Zoetermeer is een belangrijke partner als het gaat om duurzaamheid, hergebruik en sociale participatie. Wij zien kansen om die samenwerking verder te versterken.

Daarbij denken wij aan samenwerking op het gebied van circulaire economie, sociale trajecten en het zichtbaar maken van onze maatschappelijke impact in de stad.

2.3.4 Samenwerkingspartners

Ook de samenwerking met zorg-, welzijns- en onderwijsorganisaties versterkt onze sociale functie. Samen kunnen wij meer betekenen voor mensen in de stad en regio.

2.3.5 Goede doelen en samenleving

De opbrengsten van de Pelgrimshoeve komen ten goede aan goede doelen en maatschappelijke initiatieven. Zo geven wij samen met vrijwilligers, klanten en partners iets tastbaars terug aan de samenleving.

2.4 Concurrentie en marktwerking

De Pelgrimshoeve werkt in een markt waarin klanten kunnen kiezen uit veel aanbieders en kanalen. Daarom zijn betaalbaarheid, kwaliteit, klantvriendelijkheid en een duidelijke profilering belangrijk.

2.4.1 Prijsperceptie en druk vanuit detailhandel

Goedkope nieuw-aanbieders beïnvloeden de prijsbeleving van klanten. Dat vraagt van ons om duidelijke prijsstelling en een goede uitleg van de waarde van hergebruik en maatschappelijke impact.

2.4.2 Opkomst van handelaren

Ook handelaren zijn zichtbaar in de tweedehandsmarkt. Dat vraagt om bewuste keuzes in prijsstelling, presentatie en beschikbaarheid van aanbod voor een breed publiek.

2.4.3 Kwaliteit en aanbod onder druk

De kwaliteit van aangeboden goederen verandert. Vooral bij textiel vraagt dit om zorgvuldige selectie, terwijl bij andere productgroepen juist kansen liggen om met goed aanbod aantrekkelijk te blijven voor klanten.

2.4.4 Concurrentie om goederen

Niet alleen klanten, maar ook bruikbare goederen zijn schaars geworden. De Pelgrimshoeve wil daarom laagdrempelig blijven voor schenkers en tegelijk zichtbaar maken dat opbrengsten een maatschappelijke bestemming hebben.

2.4.5 Dienstverlening en klantbeleving

Een prettige klantbeleving is essentieel. Goede service, duidelijke communicatie en een gastvrije benadering maken het verschil in een markt met veel alternatieven.

2.4.6 Conclusie

De uitdaging voor de komende jaren is om betaalbaarheid, kwaliteit, toegankelijkheid en maatschappelijke betekenis goed met elkaar in balans te houden.

2.5 Positionering en waardepropositie

De Pelgrimshoeve onderscheidt zich door de combinatie van hergebruik, lokale betrokkenheid en maatschappelijke impact. Daarmee zijn wij meer dan een winkel alleen.

2.5.1 Kern van de propositie

Elke aankoop of schenking draagt bij aan hergebruik van goederen, sociale betrokkenheid en steun aan goede doelen. Dat is de kern van onze waardepropositie.

2.5.2 Spanningsveld in de positionering

Wij kiezen er bewust voor om niet vooral op prijs te concurreren, maar op kwaliteit, betekenis en een herkenbare maatschappelijke rol in Zoetermeer en omgeving.

De strategische keuze is om niet te concurreren op prijs, maar op waarde en betekenis.

2.5.3 Doelgroepen

Wij richten ons op een breed publiek: van prijsbewuste klanten tot mensen die bewust kiezen voor duurzaam en lokaal hergebruik.

Voor de komende jaren ligt de kans nadrukkelijk in het aantrekken van een jonger, bewuster en 'hipper' publiek. Dit vraagt om:

2.5.4 Onderscheidend vermogen

Ons onderscheidend vermogen zit in de inzet van vrijwilligers, de lokale verankering, de steun aan goede doelen en de combinatie van winkel, ontmoeting en maatschappelijke meerwaarde. Dit maakt de Pelgrimshoeve tot meer dan een winkel: een maatschappelijke voorziening met economische én sociale waarde.

2.5.5 Strategische richting

Om deze positie te versterken, blijven wij werken aan winkelbeleving, klantgerichtheid, zichtbaarheid en samenwerking in de stad.

3. ORGANISATIE

3.1 Over de Pelgrimshoeve

De Pelgrimshoeve is in de loop van de jaren uitgegroeid van een lokale bazaar tot een vertrouwde kringlooporganisatie in Zoetermeer en omgeving. Wat begon als een betrokken initiatief, is uitgegroeid tot een plek waar hergebruik, maatschappelijke betrokkenheid en lokale verbondenheid samenkomen.

Vandaag de dag draait de Pelgrimshoeve grotendeels op de inzet van vrijwilligers, samen met betrokken coördinatoren, partners en deelnemers aan maatschappelijke trajecten. Daarmee zijn wij niet alleen een kringloopwinkel, maar ook een plek waar mensen elkaar ontmoeten, ervaring opdoen en van betekenis kunnen zijn.

3.2 Juridische en fiscale structuur

De Pelgrimshoeve is georganiseerd als stichting en werkt vanuit een heldere maatschappelijke doelstelling. De opbrengsten uit onze activiteiten worden ingezet om de organisatie duurzaam voort te zetten en om goede doelen en maatschappelijke initiatieven te ondersteunen.

Bij alles wat wij doen zoeken wij naar een goede balans tussen maatschappelijke impact, zorgvuldige bedrijfsvoering en toekomstbestendigheid.

3.3 Organisatorische structuur

De organisatie van de Pelgrimshoeve is overzichtelijk ingericht, met een bestuur, directie, coördinatie en een grote groep betrokken vrijwilligers. Samen zorgen zij voor de dagelijkse gang van zaken in de winkel, het verwerken van goederen, het contact met klanten en de ondersteuning van maatschappelijke activiteiten.

3.4 Managementstructuur

De dagelijkse aansturing is gericht op een goede samenwerking tussen coördinatie, vrijwilligers en ondersteunende functies. Daarbij staan continuïteit, veiligheid, kwaliteit en een prettige werkomgeving centraal.

3.5 Afstemmings- en coördinatiestructuur

Binnen de Pelgrimshoeve vindt op verschillende niveaus afstemming plaats over beleid, organisatie en dagelijkse praktijk. Die samenwerking helpt om de organisatie stabiel te houden en ruimte te bieden voor ontwikkeling.

Regelmatige afstemming zorgt ervoor dat signalen uit de praktijk snel kunnen worden opgepakt en dat beleid en uitvoering goed op elkaar aansluiten.

Vrijwilligers en andere betrokkenen spelen hierin een belangrijke rol. Hun ervaringen en ideeën helpen om de organisatie in beweging te houden en aan te laten sluiten bij wat er leeft in de samenleving.

Ook bij de besteding van opbrengsten en de ondersteuning van goede doelen staat zorgvuldige afweging centraal.

Zo blijft de Pelgrimshoeve een organisatie waarin maatschappelijke betrokkenheid en praktische samenwerking hand in hand gaan.

4. DOELSTELLING EN STRATEGIE

4.1 Missie

Stichting Pelgrimshoeve geeft gebruikte goederen een tweede leven en zet de opbrengst in voor een betere samenleving. Met de inzet van ongeveer 180 vrijwilligers creëren wij een plek waar duurzaamheid, ontmoeting en maatschappelijke betrokkenheid zichtbaar en voelbaar worden. Wij bieden mensen de mogelijkheid om betaalbaar te winkelen, spullen te hergebruiken en actief bij te dragen aan minder verspilling. Tegelijk willen wij een plek zijn waar mensen zich welkom, gezien en van waarde voelen.

De opbrengsten van onze activiteiten komen ten goede aan goede doelen en maatschappelijke initiatieven. Zo krijgt hergebruik directe maatschappelijke betekenis.

4.2 Visie

De Pelgrimshoeve wil uitgroeien tot een toekomstbestendige en toonaangevende kringlooporganisatie waarin duurzaamheid, maatschappelijke betrokkenheid en menselijke

verbinding centraal staan.

Wij zien hergebruik als een manier om verspilling tegen te gaan, grondstoffen te behouden en mensen met elkaar te verbinden. Daarom investeren wij in een aantrekkelijke winkel, goede processen en een sterke vrijwilligersorganisatie waarin mensen graag hun bijdrage leveren.

4.3 Strategie

Voor de periode 2026–2029 richten wij ons op drie samenhangende pijlers: duurzaamheid, mens en samenleving, en organisatorische continuïteit.

4.4 Algemene doelen

Deze doelen geven richting aan onze keuzes en laten zien hoe wij blijvend maatschappelijke waarde willen toevoegen.

4.4.1 Ondersteunen maatschappelijke doelen

Een belangrijk doel van de Pelgrimshoeve is het ondersteunen van goede doelen en maatschappelijke initiatieven. De opbrengsten van onze activiteiten maken het mogelijk om, binnen verantwoorde financiële kaders, bij te dragen aan projecten die van betekenis zijn voor mensen dichtbij en verder weg.

Wij doen dat door zorgvuldig financieel beleid te voeren en jaarlijks af te wegen welke ruimte er is om goede doelen te ondersteunen, terwijl wij tegelijk investeren in de continuïteit en kwaliteit van onze organisatie.

4.4.2 Versterken sociale gemeenschap

De Pelgrimshoeve wil een plek zijn waar mensen kunnen meedoen, elkaar ontmoeten en van betekenis kunnen zijn. Vrijwilligerswerk, samenwerking en betrokkenheid vormen daarbij de kern. Daarom blijven wij investeren in een organisatie waarin mensen zich welkom voelen en ervaren dat hun bijdrage ertoe doet.

Dat vraagt om aandacht voor werving, behoud, begeleiding en een goede verdeling van werkzaamheden, zodat vrijwilligerswerk ook op langere termijn aantrekkelijk, haalbaar en plezierig blijft.

4.4.3 Verantwoord omgaan met goederenstromen en afval

Verantwoord omgaan met goederenstromen en afval is een belangrijk onderdeel van onze werkwijze. Wij zetten in op zoveel mogelijk hergebruik, een zorgvuldige selectie van goederen en een verantwoorde verwerking van reststromen. Zo leveren wij een concrete bijdrage aan minder verspilling en een duurzamere samenleving.

Door inzicht te houden in inname, hergebruik en reststromen kunnen wij onze impact beter zichtbaar maken en verder verbeteren.

Daarnaast werken wij aan verdere verduurzaming van onze gebouwen en bedrijfsvoering, zodat ook onze eigen organisatie stap voor stap toekomstbestendiger wordt.

4.4.4 Gedegen financieel beleid

Een gezonde financiële basis is nodig om onze maatschappelijke doelen te kunnen blijven realiseren. Daarom werken wij met begrotingen en meerjarige vooruitkijk, zodat wij verantwoord kunnen investeren in kwaliteit, continuïteit en impact.

Omdat klantbehoeften en marktontwikkelingen veranderen, blijven wij kijken hoe wij onze winkel, service en uitstraling kunnen verbeteren. Zo willen wij aantrekkelijk blijven voor bestaande én nieuwe doelgroepen.

Daarbij gebruiken wij inzichten uit de praktijk, feedback van klanten en ervaringen van

vrijwilligers om gericht verbeteringen door te voeren.

4.5 Tactische doelen en strategische keuzes

Naast de algemene doelen, die de vaste peilers zijn onder het fundament van de Pelgrimshoeve, zijn er met het oog op veranderende omstandigheden in de markt, doelgroep en samenleving ook tactische doelen geformuleerd die leiden tot strategische keuzes.

4.5.1 Omgaan met handelaren

De aanwezigheid van handelaren in de winkel is een blijvend gegeven. Zij herkennen waardevolle artikelen snel en beïnvloeden daarmee de beschikbaarheid voor reguliere klanten. De Pelgrimshoeve kiest ervoor deze ontwikkeling niet te bestrijden, maar bewust te sturen en waar mogelijk te benutten.

De focus ligt op:

- het verbeteren van prijsstelling bij waardevolle artikelen;
- het aantrekkelijk houden van het assortiment voor een breed publiek;
- het benutten van zichtbaarheid wanneer handelaren de Pelgrimshoeve via hun kanalen onder de aandacht brengen.

4.5.2 Prijsstrategie en kanaalkeuze

De Pelgrimshoeve hanteert een gedifferentieerde prijsstrategie:

- regulier assortiment in de winkel: toegankelijk en betaalbaar voor een breed publiek;
- bijzondere of waardevolle artikelen: via online kanalen aangeboden om een groter bereik en passende opbrengst te realiseren.

Hiermee wordt enerzijds de toegankelijkheid behouden en anderzijds de opbrengst geoptimaliseerd.

4.5.3 Balans tussen professionalisering en vrijwilligersmodel

De Pelgrimshoeve is en blijft in de kern een vrijwilligersorganisatie. Deze identiteit vormt de basis van het succes en de maatschappelijke meerwaarde.

Tegelijkertijd vraagt de toenemende complexiteit van de organisatie om een zekere mate van professionalisering.

De Pelgrimshoeve kiest daarom voor een terughoudende en gerichte inzet van betaalde krachten, uitsluitend daar waar dit noodzakelijk is voor:

- continuïteit van de organisatie;
- aansturing en coördinatie;
- kwaliteit en veiligheid van processen.

Deze ontwikkeling wordt zorgvuldig afgewogen, met oog voor draagvlak binnen de vrijwilligersorganisatie.

4.5.4 Strategische keuzes 2026–2029

Op basis van de externe analyse en de ontwikkelingen in het speelveld maakt de Pelgrimshoeve voor de periode 2026–2029 de volgende strategische keuzes:

Versterken van onderscheidend vermogen

De Pelgrimshoeve kiest ervoor zich niet te positioneren als prijsvechter, maar als maatschappelijke kringlooporganisatie met lokale impact.

De focus ligt op:

- zichtbaarheid van de bijdrage aan goede doelen;
- versterken van het verhaal rondom hergebruik en maatschappelijke waarde;
- duidelijke profilering ten opzichte van commerciële aanbieders.

Aantrekken van nieuwe doelgroepen

Er wordt gericht ingezet op het bereiken van een jonger en meer milieubewust publiek.

Dit vraagt om:

- verbetering van winkelbeleving en presentatie;
- aansluiting in communicatie en uitstraling;
- benutten van online en sociale media.

Verbeteren van klantbeleving

De klantbeleving wordt een expliciet speerpunt.

De focus ligt op:

- klantvriendelijkheid en bejegening;
- herkenbare en consistente service;
- beter benutten van feedback uit klantbeoordelingen en klantonderzoek.

Bewust omgaan met marktontwikkelingen

De Pelgrimshoeve speelt actief in op ontwikkelingen zoals:

- de opkomst van handelaren;
- toenemende prijsdruk door goedkope detailhandel;
- groei van online handel.

Hierbij wordt gestuurd op:

- passende prijsstelling;
- optimale inzet van verkoopkanalen;
- behoud van balans in het aanbod.

Versterken van samenwerking en maatschappelijke impact

De samenwerking met gemeente en partners wordt geïntensiveerd, met als doel:

- vergroten van circulaire impact;
- versterken van sociale functie;
- bijdragen aan lokale maatschappelijke opgaven.

Toekomstbestendig vrijwilligersmodel

Er wordt actief ingezet op het werven en behouden van vrijwilligers in een veranderende samenleving.

Tegelijkertijd wordt waar nodig ruimte geboden voor beperkte professionalisering, met behoud van het vrijwilligerskarakter als uitgangspunt.

5. JAARPLAN

De uitwerking van deze koers vindt plaats in jaarlijkse plannen en concrete acties. Zo blijven wij stap voor stap werken aan een sterke, toegankelijke en maatschappelijk betrokken organisatie.

6. SLOTOPMERKING

Met deze publieksversie wil de Pelgrimshoeve laten zien waar wij voor staan en welke richting wij op willen. Wij hopen hiermee zichtbaar te maken hoe hergebruik, betrokkenheid en samenwerking samen kunnen bijdragen aan een warme en duurzame samenleving in Zoetermeer en omgeving.