

Jaarplan 2026

Stichting Wakibi



wakibi



Inhoud

Inleiding	3
Missie & Visie	4
Doelstellingen 2026	5
Algemene evaluatie	6
Evaluatie 2025 - Fondsenwerving	7
Evaluatie 2025 - Marketing & Communicatie	9
Evaluatie 2025 - IT	11
Evaluatie 2025 - Financiën	12
Jaarplan 2026	13
KPI's	14
Plannen 2026 - Fondsenwerving Plannen	16
Plannen 2026 - Marketing & Merk	17
Plannen 2026 - IT	23
Plannen 2026 - Financiën & Fondsbeheer	24
Plannen 2026 - HR - Klantsupport - Interne organisatie	25
Begroting 2026	26



Inleiding

Met trots terugkijken; met ambitie de toekomst tegemoet

Het bestuur van Stichting Wakibi heeft in 2024 de langetermijnvisie Visie 2030 vastgesteld. Deze visie is opgebouwd rond drie pijlers: Propositie, User Experience en Professionele Organisatie. Samen vormen zij het kader voor de verdere ontwikkeling en groei van Wakibi.

Het voorliggende jaarplan 2026 is gebaseerd op deze strategische visie en beschrijft de hoofdlijnen en activiteiten voor het komende jaar. In 2026 ligt de focus op het versterken van betrokkenheid, het vergroten van bereik en het verder professionaliseren van de organisatie.

De belangrijkste speerpunten zijn:

- behoud en groei van uitleners via gerichte mailings en marketingcampagnes;
- behoud en groei van donateurs, onder andere via social impact fondsen op naam;
- introductie van gesponsorde leningen en bijbehorende campagne;
- doorvertaling van de merkstrategie en merkidentiteit naar website en marketingcampagnes.

Daarnaast bevat dit document een terugblik op 2025, waarin wordt toegelicht welke stappen zijn gezet om een stevige basis te leggen voor verdere opschaling in 2026 en de jaren daarna.

Missie & visie

Een klein zetje kan een wereld van verschil maken.

Missie

Een wereld van verschil maken door mensen die iets goeds willen starten te verbinden met mensen die iets goeds willen steunen met een kleine lening.

Of het nu gaat om een weefgetouw, een nieuwe voorraad zaden, of geld voor een opleiding: door een lening kan iemand een goed plan realiseren. Wat zorgt voor extra inkomsten, perspectief en meer zelfredzaamheid voor de lener én de mensen in de directe omgeving. Kinderen kunnen naar school, familie kan naar de dokter, boodschappen kunnen worden gedaan bij lokale winkels.

Visie

Iedereen met een goed plan moet toegang hebben tot de middelen om op eigen kracht een beter bestaan op te bouwen.

Een begin maken, moet mogelijk zijn. Overal ter wereld zijn mensen met plannen, ambities en de wil om vooruit te komen. Maar voor miljoenen mensen ontbreekt het aan toegang tot financiering om te kunnen starten. Wakibi wil dat iedereen met een goed plan toegang heeft tot financiële middelen om te werken aan een beter leven, zelfstandig en zelfredzaam

Doelstellingen 2026

Gerichte groei met blijvende impact

De overkoepelende doelstelling van Wakibi blijft: structurele groei van het totale uitgeleende bedrag, met een gezonde balans tussen groei van uitleners, partners en impact.

1. Groei uitgeleend bedrag

- +17% groei ten opzichte van 2025
- € 3,0 miljoen (2025) → € 3,6 miljoen (2026)

2. Groei aantal uitleners

- Groei van ca. 7–9%
- 4.300 actieve uitleners (2025) → 4.700 actieve uitleners (2026)
- Focus op behoud, activatie en hogere inzet per uitlener

3. Groei aantal partners (sponsors)

- Stabilisatie na sterke groei in 2025
- 25 sponsors (2025) → behoud en verdieping in 2026
- Focus op langere samenwerkingen en hogere impact per partner

Algemene evaluatie 2025

Van visie naar realisatie

Waar 2024 vooral in het teken stond van het ontwikkelen van de Visie 2030, lag in 2025 de focus op het daadwerkelijk realiseren daarvan. In de loop van het jaar ontstond financiële duidelijkheid, waardoor Wakibi ruimte kreeg om strategische keuzes gericht in uitvoering te brengen.

Op basis van uitgebreid marktonderzoek is Wakibi in 2025, samen met Gardeners, gestart met een traject voor een nieuwe merkstrategie en merkidentiteit. Dit heeft geleid tot een heldere positionering en een aangescherpt Wakibi-verhaal. De uitkomsten van dit traject zijn op 27 januari 2026 succesvol gepresenteerd aan alle vrijwilligers en vormen de basis voor verdere uitrol in 2026.

Daarnaast zijn in 2025 proposities ontwikkeld voor zowel fondsenwerving als gesponsorde leningen. Deze proposities zijn inhoudelijk uitgewerkt en vormen een solide fundament om in 2026 verder op voort te bouwen en op te schalen.

Op IT-gebied is intensief samengewerkt met LYNX om de businesswensen van Wakibi verder in te vullen. Hiermee is een stevige technische basis gelegd die de organisatie goed voorbereidt op groei en de uitdagingen van 2026.



Evaluatie fondsenwerving 2025

Ambitie

Wakibi is het meest aantrekkelijke goede doel door klantgerichte en gemakkelijke oplossingen te bieden.

Evaluatie

Het partneraanbod van Wakibi is verduidelijkt. Door het gebruik van strakke crm-monitoring is het tevens zeer klantgericht geworden. Er zijn versnellingskansen in het onboarden van de partner.

Doelen

- **Minimaal € 100.000 aan donaties door minimaal 30 partners.**

Evaluatie: Wakibi heeft 32 partners die 88.135 hebben bijgedragen. Ook € 37.500 toegezegd voor 2026.

- **Een Netto Promoter Score (NPS) gelijk of hoger dan zo goed mogelijk vergelijkbare goede doelen.**

Evaluatie: zodra Partnermanagement beschikt over een online partnerbeheeromgeving, kunnen we de bijdrage van de afdeling aan het verhogen van de NPS goed beoordelen.

- **Versterking positie in de corporate markt met 15 prospects.**

Evaluatie: leermoment is dat Wakibi voor groei zich voorlopig op de MKB markt moet richten.

Evaluatie fondsenwerving 2025

Strategieën met evaluatie

Online partneromgeving voor onboarding en accountbeheer van partners (functionaliteit)

- De partneromgeving is klaar om te gebruiken. Mailings dienen nog uitgeschreven te worden.

Eenvoudige toegang tot impact (beheer), deelbaarheid verbeteren en doorontwikkelen (functionaliteit)

- Er is een vereenvoudigde power-bi rapportage ontwikkeld die partners op hun site kunnen delen.
- Er is een mvp versie ontwikkeld als nieuwe account omgeving voor partners.

Groei doelgroepen via bestaand en nieuw ambassadeursnetwerk (acquisitie)

- Er zijn meerdere partners toegetreden tot Wakibi. Totaalstand: 32.

Stichtingen en fondsen: team opbouwen met inkoopadvies en begeleiding (organisatie)

- Het partnermanagement team van Wakibi is obv advies van Improvery slagvaardiger door concreet een vrijwilliger te verbinden aan één fonds (geldt ook voor andere doelgroepen of campagnes).

Bedrijven: partneraanbod in de markt zetten met focus op (gemak)dienstverlening (positionering)

- De propositie is verder vereenvoudigd en richt zich zowel in aanbod als gebruik op persoonlijke impact maken met gemak.

Major donors: werven via doorverwijzing, prospectbestanden en vermogensbanken (strategie)

- Er is geïnvesteerd in de relatie met alle stakeholders.

Evaluatie marketing 2025

Wat we hebben opgebouwd

- **Strategische basis**

Nieuwe merkstrategie en merk-ID, gebaseerd op doelgroep inzichten en richtinggevend voor positionering, communicatie en groei.

- **Richting in groei**

In 2025 hebben we een uitgebreid doelgroeponderzoek uitgevoerd onder zowel actieve als niet-meer-actieve leden. Hierbij zijn meerdere bronnen gecombineerd:

- analyse van Trustpilot-reviews
- een enquête onder nieuwsbriefontvangers

Deze inzichten hebben ons scherp zicht gegeven op motivaties, drempels, vertrouwen en verwachtingen van onze doelgroep. De uitkomsten zijn direct gebruikt als fundament voor de nieuwe merkstrategie en merk-ID, zodat het Wakibi-verhaal beter aansluit bij wat (nieuwe) leden nodig hebben om betrokken te blijven en opnieuw te activeren.

- **Implementatie data layer:**

Inrichting van een verbeterde meetstructuur op de website, waardoor het gedrag en de behoeften van bezoekers inzichtelijk zijn. Dit vormt de basis voor gerichte verbeteringen in gebruikservaring en effectievere marketing in 2026.

- **Structurele activatie:**

In 2025 zijn belangrijke stappen gezet om huidige te leden te blijven activeren:

- geautomatiseerde e-mailflows voor slapende saldi en cadeaubonnen
- introductie van de mogelijkheid om eenvoudig krediet toe te voegen aan een Wakibi-account
- mogelijkheid om maandelijks automatisch krediet bij te storten

Wat dit heeft opgeleverd

Meer dan €2,9 miljoen uitgeleend

- **In 2025 is het aantal actieve uitleners sterk gegroeid ($\pm 39\%$). Actieve leden: 4.308 (doel: 3.100)**
- **Nieuwe leden: 808 (doel: 900)**
- **Verstrekke leningen: € 2,97 miljoen**
- **Groei t.o.v. 2024: + € 0,43 miljoen**

Evaluatie IT 2025

Bouwen aan een schaalbare en toekomstbestendige IT-basis

Wakibi-brede doelstellingen	Specifiek IT doelstellingen	Resultaten
<i>Continueren zoektocht naar nieuwe partners en major donors</i>	•Sponsored loans implementeren en professionaliseren. •Nagaan of CMS systeem geïmplementeerd moet worden danwel het automatiseren van tijdrovende manuele activiteiten, invest what we can do with Hubspot (who is our expert?). •Data analyses mogelijk maken ter ondersteuning van gerichte marketing acties.	•Sponsored loans dashboards operationeel, basis enabler om nieuwe partners aan te trekken. •Chatbot functionality geïmplementeerd. •Via Power BI diverse data ontsloten, niet gericht ingezet op gerichte marketing acties. •CMS en Hubspot acties niet verder doorgezet.
<i>Ledenbehoud en klanttevredenheid</i>	•Go-Live with website. •UX website blijven verbeteren (e.g. SOE analyses, Google Analytics, Faster loading of pages. •Verdere ondersteuning van Marketing met diverse acties zoals reminder mails etc. •A/B testing mogelijk maken. •Data analyses mogelijk maken ter ondersteuning van gerichte marketing acties. •Maintenance & resolution of client issues.	•Website PoC geïntroduceerd in 2024 maar niet verder uitgewerkt in new design, wel veelheid aan maintenance & client issue resolutions. (cookie policy, <u>whitepaper</u>, donation double block, unsubscribe buttons, email flow giftcards, repayment mail issues etc, etc) Ook nieuwe functionaliteit zoals Toevoegen credit. •Diverse <u>mailstreams</u> opgezet om slapende uitleners aan te sporen tot nieuwe acties.
<i>Verstevigen IT organisatie</i>	•Werven betaalde IT medewerker met duidelijke taken en doelstellingen, geïntegreerd in bestaand team. •3-maandelijks effectiviteit evalueren. •Password manager implementeren. •Back & Recovery procedures.	•Nieuwe IT kracht effectief ingezet met name voor sponsored loans •PW manager geselecteerd maar niet doorgezet •Back & Recovery procedures niet verder uitgewerkt
<i>Jaarverslaggeving versnellen en <u>impactverslag</u> opstellen</i>	•Inzicht in financiële gegevens vergroten middels PowerBI rapportages.	•PowerBI volop opgezet voor diverse rapportages, nu actief om juistheid/volledigheid vast te stellen.

Evaluatie financiën 2025

Verdere professionalisering en borging van de organisatie

Jaarverslaggeving

- Het jaarverslag en de jaarrekening 2024 zijn begin april opgeleverd. Ter vergelijking: in 2023 vond dit plaats begin juni.
- De meerjarenbegroting 2025–2028 is niet opgesteld. Voor de periode 2026–2030 wordt deze wel uitgewerkt.
- Het tijdig opleveren van de maandcijfers vóór de 15e van de volgende maand blijft uitdagend. Dit blijft ook voor 2026 een expliciete doelstelling.

Interne organisatie

- De beschrijving van de AO/IC is in 2025 beperkt uitgebreid. Afronding van deze beschrijving staat gepland voor 2026.
- Voor de interne controle op basis van NOVA en PowerBI is in 2025 een eerste stap gezet. Verdere professionalisering volgt in 2026.

Overig

- De overgang naar het nieuwe boekhoudpakket (Exact Online) is succesvol gerealiseerd.
- De compliance check op documenten en processen is grotendeels afgerond.

Jaarplan 2026

Prioriteiten en acties voor groei en impact

- KPI's
- Fondsenwerving
- Marketing & Communicatie
- IT
- Financiën - Fondsbeheer
- HR – Klantsupport – Interne organisatie



KPI's 2026

Sturing op groei, impact en professionalisering

Deze KPI's geven inzicht in de voortgang van Wakibi op de belangrijkste doelstellingen voor 2026. Ze combineren financiële groei, ledenontwikkeling, stabiliteit van de portefeuille en professionalisering van de organisatie. Door de resultaten van 2025 af te zetten tegen de doelstellingen voor 2025 en 2026 wordt zichtbaar waar Wakibi versnelt, waar wordt bijgestuurd en waar stabiliteit gewenst is.

KPI	Doelstelling 2026	Verwachting 2025	Doelstelling 2025
Verstrekke leningen	€ 3.600.000	€ 2.972.110	€ 2.850.000
Actieve leden	4.700	4.308	3.100
Nieuwe leden	1000	808	900
Terugbetaling	98,1%	98,23%	98,1%
Fondsenwerving	€ 80.000	€ 100.692	€ 100.000
Sponsors	25	25	30
Maandrapportage	> 20 ^e	> 20 ^e	<15 ^e

Social Media KPI's 2026

In 2026 ligt de focus op het opnieuw opbouwen van Instagram en Facebook als betrouwbare en inspirerende kanalen voor zichtbaarheid en betrokkenheid van Wakibi. Omdat de kanalen in 2025 opnieuw zijn gestart, zijn volgersaantallen geen doel op zich maar een indicator van groei. De nadruk ligt op bereik, interactie en betrokkenheid. Volgersgroei wordt gebruikt als secundaire KPI om de opbouw van de kanalen te monitoren.

KPI	Doelstelling 2026	Gerealiseerd 2025	Doelstelling 2025
Maandelijks bereik instagram	18.000-25.000	20.000	
Engagement rate Instagram	0,5-1%	0,35%	
Maandelijks bereik FB	15.000 - 18.000	16.800	-
Engagement rate FB	0,5-1%	0,5%	
Maandelijks bereik LinkedIn	3000-5000		
Engagement rate LinkedIn	≥3%		
Volgers Facebook	+15–20%	166	1.500
Volgers Instagram	+25–30%	298	1.500
Volgers LinkedIn	+10–15%	1.531	---
Consistentie content	2-3 post per kanaal per week	47.342	---

Fondsenwerving 2026

Groei via partnerschappen, fondsen en ambassadeurs

Doel

- Wakibi is het meest aantrekkelijke goede doel door klantgerichte en gemakkelijke oplossingen te bieden
- Minimaal € 80.000 aan donaties
- Versterking positie in de MKB markt

Online partneromgeving voor onboarding en accountbeheer van partners

- Nieuwe partneromgeving, incl. mailings in gebruik nemen

Social Impact Fondsen en gesponsorde leningen

- Uitbreiding van de Impact Fondsen en introductie van de Gesponsorde leningen
- Met name gericht op bedrijven. Mogelijkheden met andere stichtingen onderzoeken

Major donors: werven via doorverwijzing, prospectbestanden en vermogensbanken

- Verdere relatieontwikkeling en aanwezigheid op plekken waar de doelgroep actief is

Ambassadeursnetwerk onderhouden en uitbreiden

- Afgelopen jaren is veel tijd en energie gestoken in het uitbreiden van het netwerk. 2026 zal in het teken staan van het behoud en daar waar mogelijk uitbreiding

Marketing & Merk 2026

Doelen 2026

- **+1.000 nieuwe leden (+7-9%)**
- **Groei actieve leden 4.308 naar 4.700**
- **20% groei uitleenbedrag (doelstelling: 3,6 miljoen)**
- **Focus op behoud, activatie en hogere inzet per uitlener**
- **Heropbouw community op Instagram & Facebook**
- **Vergroten naamsbekendheid Wakibi**



Marketing & Positionering 2026

Doel: zorgen voor een herkenbaar, consistent en onderscheidend Wakibi-verhaal

- **Uitrollen merkstrategie, ID & consistent Wakibi-verhaal (Q1/Q2)**

De nieuwe merkstrategie en merk-ID worden doorvertaald naar content, middelen en kanalen, met één duidelijke lijn in boodschap, toon en beeld. Hiervoor wordt:

- een uitrolplan opgesteld voor de gefaseerde implementatie
- een contentstrategie (social media, redactie, podcast) ontwikkeld op basis van de vier merkpijlers

- **Merk/marketingcampagne 2026 (start sept/okt) → Wakibi bestaat 15 jaar in 2026!**

Campagne gericht op het vergroten van de naamsbekendheid van Wakibi, ontwikkeld en uitgevoerd met Gardeners.

- **Interne merkactivatie (start Q1) - Eén verhaal, gedragen door team en vrijwilligers**

Zorgen dat medewerkers en vrijwilligers het merk Wakibi kennen, begrijpen en op dezelfde manier uitdragen.

Wat we doen:

- Concreet activatieplan voor interne merkactivatie opstellen
- Nieuwe merkwaarden, merk-ID en merkstrategie vertalen naar praktische handvatten
- Merkverhaal opnemen in onboarding van medewerkers en vrijwilligers
- Duidelijke richtlijnen voor toon, taal en uitstraling in communicatie
- Team en vrijwilligers actief meenemen, zodat iedereen hetzelfde verhaal vertelt naar buiten

Resultaat

Een herkenbaar en eenduidig Wakibi-verhaal, intern gedragen en extern consistent.

Website en middelen 2026

Doel: een gebruiksvriendelijk platform dat vertrouwen wekt en activatie stimuleert

- **Redesign website (Q2)**

Vernieuwing van de website in lijn met de nieuwe merkstrategie en visuele id, gebruiksgemak en conversie.

- **Upgrade Mijn Wakibi/Impact Dashboard / Power BI (Q2)**

Verbeteren van inzicht en transparantie voor uitleners, zodat impact beter zichtbaar en beleefbaar wordt (in lijn met de visuele id)

- **Update marketing- en communicatiematerialen (Q2)**

Alle interne en externe communicatiematerialen worden aangepast naar de nieuwe merk-ID en merkstrategie.

- **UX verbeteren op basis van data (Q4/Q1 2027)**

Doorontwikkeling van de gebruikerservaring op basis van inzichten uit de geïmplementeerde datalayer.

Community & activatie 2026

Doel: meer betrokkenheid en hogere activatie onder uitleners

- **Heropbouw actieve community op Instagram & Facebook**

Opnieuw opbouwen van een betrokken en actieve community rondom Wakibi.

- **Groei in bereik, betrokkenheid en interactie**

Vergroten van zichtbaarheid en interactie met (potentiële) uitleners.

- **Meer activatie, minder stilstaand saldo**

Gerichte activatie van bestaande uitleners om stilstaand saldo te verminderen en betrokkenheid te vergroten.

Marketingplan 2026 en uitrol uitrol naar doelgroepen

Doel: sturen op groei, activatie en naamsbekendheid

- **Opstellen marketingplan 2026**

Integraal marketingplan met duidelijke doelstellingen voor:

- groei in naamsbekendheid van Wakibi
- werving van nieuwe uitleners
- naamsbekendheid vergroten onder bedrijven/potentiële partners
- activatie van bestaande uitleners

- **Uitrolplan merkstrategie en marketingaanpak per doelgroep**

- Partners – meenemen in de ontwikkelingen (o.a. sneak preview nieuwe website)
- Huidige uitleners – meenemen in de ontwikkelingen (o.a. sneak preview nieuwe website)
- Nieuwe uitleners – herkenbaar verhaal en lage instap
- Vrijwilligers – begrijpen en uitdragen van het Wakibi-verhaal



IT-organisatie & basis op orde 2026

In 2026 richt IT zich op twee strategische speerpunten die direct bijdragen aan de ambities van Wakibi. De eerste prioriteit is de introductie van gesponsorde leningen, waarvoor aanpassingen in systemen en processen nodig zijn. Daarnaast wordt gewerkt aan de redesign van de website, gebaseerd op de nieuwe merkstrategie en merkidentiteit, met als doel een betere gebruikerservaring en hogere conversie. De inzet van IT-capaciteit wordt afgestemd op actualiteit, urgentie en strategische prioriteiten. Waar nodig bepaalt het bestuur welke trajecten voorrang krijgen.

- **Datagedreven werken**

-Het PowerBI-team werkt door aan het verbeteren en uitbreiden van rapportages. De juistheid en volledigheid van data worden structureel geborgd via vaste controles en validaties.

- **Doorlopende ondersteuning & samenwerking**

-De vaste wekelijkse inhuur van LYNX wordt gecontinueerd, inclusief inzet van een UX-ontwerper. Afhankelijk van prioriteit en urgentie kan deze capaciteit tijdelijk worden opgeschaald.

-Maandelijks backlogmanagement met Marketing, Partnermanagement en LYNX blijft onderdeel van de werkwijze.

- **Beveiliging & continuïteit**

-De implementatie van een password manager is gestart en loopt door in 2026.

-Back-up- en recoveryprocedures worden verder geprofessionaliseerd om de continuïteit van systemen beter te borgen.

- **Technische stabiliteit**

- De kernsystemen (PHP, Laravel en Nova) worden in één samenhangend project geüpdatet. Dit zorgt voor meer stabiliteit, veiligheid en toekomstbestendigheid van het platform.

IT 2026 - voor partners en (nieuwe) uitleners

Partnermanagement: nieuwe partners en sponsoren

- Verbeteren Sponsored Loans op basis van feedback uit de markt.
- Automatiseren onboardings- en beheerproces nieuwe partners.
- Het vereenvoudigen, verbreden van het delen van (nieuwe) data voor partners via PowerBI en de rapportages via de website.
- Hubspot verbeteren qua functionaliteit en gebruiksgemak.
- Data analyses mogelijk maken ter ondersteuning van gerichte marketing acties

Marketing: Ledenbehoud/werving en klanttevredenheid

- Herontwerp en/of actualiseren website o.b.v. het nieuwe merkdiseïn.
- UX website blijven verbeteren (o.a. SEO analyses, Google Analytics, Faster loading of pages)
- Verdere ondersteuning van Marketing met diverse acties o.b.v. data-analyses m.b.v. PowerBI-team en campagnes van Marketing.
Targeted mails (stories/video's) voor een geselecteerde groep klanten.
- A/B testing mogelijk maken.
- Dashboard verder optimaliseren voor leden o.b.v. feedback uit de markt.

Financien & Fondsbeheer 2026

Doel: versterken van financiële sturing en
verantwoording

Financiën

- Maandcijfers structureel beschikbaar vóór de 15e van de opvolgende maand.
- Maandrapportages uitbreiden met niet-financiële stuurinformatie (o.a. impact en voortgang).
- Verkennen van real-time managementinformatie ter ondersteuning van besluitvorming.
- Opstellen van een meerjarenbegroting voor de periode 2026–2030.

Fondsbeheer

- Afronden van controles op juistheid en volledigheid van rapportages, inclusief rapportages voor particuliere fondsen.
- Actualiseren en afronden van het Handboek Fondsbeheer.

HR - Klantsupport - Interne organisatie 2026

Doel: Versterken professionele organisatie

HR – medewerkers en vrijwilligers

- Opstellen van een meerjarig formatieoverzicht (2026–2030) voor vaste medewerkers en vrijwilligers.
- Herzien en verbeteren van het sollicitatie- en onboardingproces voor medewerkers en vrijwilligers.
- Onderzoeken van uitbesteding van de salarisadministratie aan een administratiekantoor.

Klantsupport

- Continu verbeteren van website en communicatie op basis van veelgestelde vragen van uitleners.
- Verduidelijken en aanscherpen van de informatie die uitleners ontvangen, gericht op begrip, vertrouwen en gebruiksgemak.

Interne organisatie

- In kaart brengen en verduidelijken van de organisatie- en overlegstructuur, inclusief verdeling van verantwoordelijkheden en aandachtsgebieden.
- Afronden en vastleggen van de AO/IC-beschrijvingen ter versterking van interne beheersing.

Begroting 2026

De begroting voor 2026 is opgesteld op basis van de ervaringen in 2025 en de plannen voor het komende jaar. Daarbij houden we rekening met een aantal onzekerheden. Denk aan de openstaande vacature in het bestuur, keuzes rondom de uitvoering van Visie 2030 (zoals de inzet van Gardeners en het al dan niet samenwerken met Lynx), en de beschikbare uren van bestuursleden en vrijwilligers. Het bestuur is zich ervan bewust dat vooral het werven van extra fondsen een belangrijke uitdaging wordt. Daarom zullen we bij iedere uitgave zorgvuldig beoordelen of deze past binnen de beschikbare middelen.

Wakibi in €	Actual jaar 2023	Actual jaar 2024	Budget jaar 2025	Actual jaar 2025	Budget jaar 2026
Fondsenwerving bedrijven, stichtingen	€ 67.722	€ 96.156	€ 100.000	€ 100.692	€ 80.000
Extra target fondsenwerving					€ 65.000
Erfenis t.b.v. visie 2030	€ -	€ -	€ -	€ 40.000	€ 82.000
Vergoeding Women Empowerment Fond:	€ 7.616	€ 9.474	€ 10.000	€ 3.220	€ 5.000
Opbrengst reizen	€ 8.126	€ -	€ -	€ -	€ -
Opbrengst evenementen	€ 1.671	€ -	€ -	€ -	€ -
Donaties online	€ 46.264	€ 50.120	€ 50.000	€ 63.679	€ 75.000
Vervallen cadeaubonnen	€ 20.914	€ 25.554	€ 15.000	€ 14.963	€ 15.000
Vrijval stilstaande gelden	€ 6.823	€ 10.016	€ 11.000	€ 10.440	€ 5.000
Vrijval hogere terugbetalingen	€ 27.367	€ 6.878	€ 11.000	€ 540	€ -
Totaal baten	€ 186.503	€ 198.198	€ 197.000	€ 233.534	€ 327.000
Salaris kosten/inhuur	€ 117.225	€ 124.468	€ 128.000	€ 134.044	€ 128.000
Kosten fondsenwerving	€ -	€ 8.645	€ 20.000	€ 23.041	€ 20.000
Kosten reizen	€ 1.665	€ 1.516	€ -	€ -	€ -
Kosten evenementen	€ 8.776	€ 1.870	€ 6.000	€ 3.003	€ 6.000
Marketingkosten	€ 18.540	€ 24.073	€ 36.000	€ 29.644	€ 36.000
Operationele kosten	€ 2.916	€ 5.570	€ 4.000	€ 1.359	€ 3.000
Kosten website en overige IT kosten	€ 10.955	€ 11.138	€ 42.000	€ 36.138	€ 35.000
Accountantskosten	€ 6.600	€ 4.941	€ 6.000	€ 6.000	€ 6.000
Bankkosten	€ 2.141	€ 2.192	€ 2.500	€ 2.671	€ 3.000
Rente lasten/opbrengst	€ 6.776	€ 7.991	€ -	€ 8.059	€ -
Reservering verliezen op leningen	€ 5.250	€ 5.250	€ 5.250	€ 5.250	€ 5.250
Afschrijvingen	€ 333	€ 542	€ 500	€ 1.175	€ 1.200
Kosten visie 2030		€ -		€ 37.283	€ 82.000
Totaal der lasten	€ 181.177	€ 198.196	€ 250.250	€ 287.667	€ 325.450
Batig saldo	€ 5.326	€ 2	€ -53.250	€ -54.133	€ 1.550

Samen maken we impact

Dit jaarplan laat zien waar Wakibi in 2026 aan werkt.
Samen met uitleners, donateurs, partners, vrijwilligers en collega's bouwen we verder aan kansen voor ondernemers wereldwijd.



Stichting Wakibi, Groeneweg 2, 3235 KD Rockanje – support@wakibi.nl



Jaarplan 2026 - Wakibi