

Jaarplan 2025

op weg naar
de toekomst





inhoud

1. Inleiding	3
2. Strategische aanpak in 2025	4
2.1. Strategie 1: Balans in de kernfuncties van de vereniging	4
2.2. Strategie 2: Ledenwerving en -behoud	5
2.3. Strategie 3: Communicatie en pr	5
2.4. Strategie 4: Management van processen	
2.5. Strategie 5: Financiën en fondsenwerving	6
3. Collectieve projecten	7
4. Impact	8
5. Voortgang en verantwoording	9
6. Begroting	10



inleiding

De missie van Vrouwen van Nu is met de kracht van vrouwen de leefomgeving versterken en de stem van vrouwen in de samenleving laten horen. We brengen vrouwen met gemeenschappelijke interesses bijeen in lokale, regionale en landelijke netwerken. Onze leden organiseren met en voor elkaar een breed scala aan activiteiten die zijn gericht op ontmoeten, ontspannen, ontdekken en ontwikkelen. We hebben aandacht voor elkaar en vragen aandacht voor onze omgeving. We zijn samen actief en komen gezamenlijk in actie. In al wat we doen staan de kernwaarden verbinding, zingeving en ontwikkeling centraal.

Ambitie

Met circa 20.000 leden is Vrouwen van Nu de grootste vrouwenvereniging van Nederland. De ambitie is dat ook te blijven. Hiertoe zetten we enerzijds in op behoud en werving van leden. Anderzijds voeren we een moderniseringslag door om een eigentijdse vereniging te blijven waar vrouwen graag lid van willen zijn. Wat ons daarbij helpt, is de grote impact die Vrouwen van Nu maakt in de samenleving.

Strategische aanpak

Om onze ambitie te realiseren, ligt de focus op vijf strategische pijlers:

- Balans in de kernfuncties van de vereniging.
- Ledenwerving en ledenbehoud.
- Communicatie en pr.
- Management van processen.
- Financiering en fondsenwerving.

Daarnaast voeren we een aantal projecten uit die bijdragen aan het versterken van de samenleving, het versterken van de positie van de vrouw en het versterken van de positie van Vrouwen van Nu.

Binnen deze pijlers en projecten stellen we de leden centraal.

Jaarplan, jaarthema en jubileum

Het meerjarenbeleidsplan 2024–2026 is ons kompas. In dit jaarplan beschrijven we per pijler welke concrete acties we in 2025 gaan uitvoeren. Om de samenhang tussen het meerjarenbeleidsplan en de acties te waarborgen, volgen we in dit jaarplan dezelfde indeling van het meerjarenbeleidsplan. Net als vorig jaar is het thema in 2025 Voortvarend vooruit, op weg naar de toekomst.

Op 14 oktober 2025 bestaat Vrouwen van Nu 95 jaar. Daar zijn we trots op en dat mag gevierd worden. Deze mijlpaal is ook een mooi moment om terug te kijken en vooruit te blikken. Dat doen we in de vorm van een speciale jubileumeditie van het magazine.

Toen, nu en de toekomst

Vrouwen van Nu heeft sinds haar oprichting altijd ingespeeld op maatschappelijke ontwikkelingen. We hebben vele wapenfeiten gecreëerd zoals de educatie voor vrouwen op het platteland, de eerste food battle in de strijd tegen voedselverspilling, en de aanzet tot gescheiden afvalinzameling. Kijkend naar de maatschappelijke uitdagingen van vandaag zoals klimaatverandering, sociale cohesie, eenzaamheid en emancipatie, blijft ons bestaan relevant. Denk bijvoorbeeld aan onze ontmoetingen. Daarmee dragen we bij aan sociale cohesie en het terugdringen van eenzaamheid. Met onze wandel- en fietsactiviteiten dragen we bij aan positieve gezondheid. Met projecten als Plastic en ik? en PFAS dragen we bij aan bewustwording over en terugdringing van milieuvuiling.

Onze kracht is dat we dingen vanzelf doen en als vanzelfsprekend zien. Vrouwen van nu gebruiken hun 'boerenverstand' om tot de meest praktische oplossingen te komen. Toen, nu en in de toekomst. Maar er is nog zoveel te doen om te komen tot een duurzame en inclusieve samenleving. En Vrouwen van Nu doet mee!

2.

strategische aanpak in 2025

2.1. Strategie 1: Balans in de kernfuncties van de vereniging

Een vereniging heeft vier kernfuncties:

- Ontmoeting organiseren
- Individueel voordeel bieden
- Het collectieve versterken
- Belangen behartigen

Vrouwen van Nu is in 1930 opgericht om de vrouwen op het platteland te verenigen in een eigen organisatie om hen in georganiseerd verband een stem te geven in de samenleving. De nadruk lag toen vooral op de functie Belangen behartigen. In de loop der jaren heeft er een verschuiving plaatsgevonden in de functies en ligt de nadruk nu vooral op de functie Ontmoeting organiseren. Om de aantrekkingskracht en het onderscheidend karakter van de vereniging te vergroten, is het van belang dat Vrouwen van Nu weer balans brengt in de vier functies.

Ad a. Ontmoeting organiseren

Fysieke ontmoeting is een belangrijk element van het lidmaatschap van Vrouwen van Nu. We brengen vrouwen samen op lokaal, regionaal en landelijk niveau. Deze ontmoetingen dragen bij aan maatschappelijke vraagstukken als: terugdringen van eenzaamheid, vergroten van sociale cohesie, fysieke en mentale gezondheid.

In 2025:

- Organiseren we lokale, regionale en landelijke ontmoetingen die niet alleen leuk maar ook leerzaam zijn.
- Vertellen we meer wat de impact is van de ontmoetingen die we organiseren om de vereniging beter te positioneren.

Ad b. Individueel voordeel bieden

Vrouwen hebben verschillende motieven om lid te worden van Vrouwen van Nu. De kracht van de vereniging ligt in de grote verscheidenheid van het aanbod. Er is voor elk wat wils.

In 2025:

- Bieden we vrouwen een uitgebreid aanbod aan activiteiten met een recreatief, educatief, cultureel, informatief, creatief, sportief en/of activistisch karakter. We koesteren onze traditionele interessegroepen en voegen daar zo nodig nieuwe interessegroepen aan toe.
- Dragen we nog meer uit welke voordelen het lidmaatschap voor vrouwen op levert.
- Het leveren van kwaliteit en service staat hoog in vaandel. Daarom meten we de ledentevredenheid met als doel het aanbod te optimaliseren.

Ad c. Het collectieve versterken

De kracht van Vrouwen van Nu zit in het collectief van vrijwilligers en beroepskrachten die uitvoering geven aan de ambitie en acties die we met elkaar hebben vastgesteld. Dat collectief vormt de ruggengraat van de vereniging en daarom is het van belang om hier continu in te investeren.

In 2025:

- Organiseren we een landelijke kaderdag waarop we alle kaderleden van Vrouwen van Nu bij elkaar brengen om met en van elkaar te leren en elkaar te inspireren.
- Herintroduceren we kadertrainingen over verschillende thema's om vrijwilligers te versterken.

Ad d. Belangen behartigen van vrouwen op het platteland

Helaas hebben vrouwen anno 2024 nog steeds niet dezelfde positie als mannen in de maatschappij en is het geven van een stem aan vrouwen nog steeds actueel en relevant. Door onze positie als grootste vrouwenvereniging van Nederland kunnen we een belangrijke gesprekspartner zijn van de overheid. We blijven opkomen voor de rechten van vrouwen al dan niet in samenwerking met andere (vrouwen-)organisaties.

In 2025:

- Starten we een lobby-commissie die zich buigt over een lobby-agenda met thema's en standpunten die we actief gaan uitdragen.
- Zetten we alleen of samen met andere vrouwen-organisaties minimaal 3 punten op de politieke agenda om de positie van vrouwen te versterken.

2.2. Strategie 2: Ledenwerving en -behoud

2.2.1. Ledenwerving

We zetten stevig in op nieuwe aanwas vanuit het streven het ledenaantal te stabiliseren of zelfs iets te laten groeien.

In 2025:

- Rollen we landelijk, regionaal en lokaal een ledenwervingscampagne uit.
- Vragen we commitment van bestaande leden om ieder minimaal één nieuw lid aan te dragen.
- Reiken we de V-factor uit aan de afdeling met de meeste nieuwe leden.
- Zetten we actief in op het werven van leden door het benaderen van opheffende vrouwennetwerken.
- Verkennen we de mogelijkheid voor samenwerking en/of fusie met zusterorganisaties.

2.2.2. Ledenbehoud

We laten leden nog meer ervaren wat de meerwaarde van het lidmaatschap is en de aansluiting bij een landelijke vereniging, zodat ze hun lidmaatschap stilzwijgend continueren.

In 2025:

- Stimuleren we leden om verder te kijken dan de grenzen van hun afdeling en vooral gebruik te maken van het totaalaanbod van de hele vereniging.
- Weten we van ieder opzeggend lid de reden van opzegging en bieden wij zo mogelijk een alternatief als overstap naar andere afdeling, donateurschap of abonnement op het magazine.
- Is er een strategische aanpak om opheffing van afdelingen terug te dringen bijvoorbeeld door samenvoegen met een andere afdeling. Hier ligt een belangrijke taak voor het provinciale kader.

2.3. Strategie 3: Communicatie en pr

2.3.1. Interne communicatie

Het vergroten van de binding met de vereniging, verstrekken van informatie, inspireren en het dichtens van de gevoelde afstand tussen landelijk en lokaal niveau zijn de belangrijkste aandachtspunten voor de interne communicatie. We zetten daartoe verschillende instrumenten in.

In 2025:

- Verspreiden we 12 x per jaar een digitale nieuwsbrief voor alle leden.
- Verspreiden we een 12 x per jaar een digitale nieuwsbrief voor de kaderleden.
- Verspreiden we regionaal en lokaal nieuwsbrieven, zowel digitaal als fysiek.
- Optimaliseren we het 'voor leden'-deel op de website.
- Organiseren we online en fysieke themabijeenkomsten.
- Benoemen we de Vrouw van Nu 2025.

2.3.2. Externe communicatie

Het primaire doel van de externe communicatie en pr van Vrouwen van Nu is het vergroten van onze zichtbaarheid en vindbaarheid van de vereniging en het vinden, boeien en binden van nieuwe leden.

In 2025:

- Lanceren we een nieuw merkverhaal als onderdeel van de ledenwervingscampagne. Hierbij staat de impact van Vrouwen van Nu centraal.
- Nemen we weer deel aan een nationaal event dat aansluit bij onze doelgroep en identiteit (Dag van de Vrouwengezondheid).
- Zijn we zichtbaar aanwezig bij lokale en regionale evenementen.
- Zijn we zichtbaar in lokale, regionale en landelijke media.
- Wordt de website verder doorontwikkeld.
- Activeren we onze inzet op social media en streven we een groei na van 20%.
- Zetten we Google Grants in voor maximaal bereik van online media.
- Meten we de resultaten van onze inzet op communicatie en PR.
- Publiceren we 3 of 4 edities van het Vrouwen van Nu magazine.
- Herintroduceren we een abonnement op het Vrouwen van Nu magazine.
- Denken we na over een nieuwe vorm van de Verschilmaker verkiezing.

2.4. Strategie 4: Management van processen

De toekomstambitie van Vrouwen van Nu vraagt organisatorisch om:

- Een flexibele verenigingsstructuur met waarborg van de verenigingsdemocratie.
- Centrale coördinatie en uniformiteit.
- Eenvoudige processen, al dan niet gedigitaliseerd.

Ad. a. Een flexibele verenigingsstructuur met waarborg van de continuïteit en verenigingsdemocratie

In 2025:

- Voeren we een wijziging door van de statuten en het huishoudelijk reglement (ingangdatum 2026).
- Ontwikkelen we nieuw vrijwilligersbeleid met als doel de continuïteit van de afdelingen te waarborgen.

Ad. b. Centrale coördinatie en uniformiteit

In 2025:

- Is de administratieve organisatie van de vereniging op orde en voldoen we aan alle wet- en regelgeving.
- Faciliteert het landelijk bureau de afdelingen, commissies en werkgroepen met advies, materiaal en (digitale) middelen.
- Wordt vanuit het landelijk bureau de uniformiteit binnen de vereniging bewaakt.
- Heeft het bureau de juiste bezetting om bovengenoemde taken uit te voeren.

Ad c. Eenvoudige processen

In 2025:

- Worden de administratieve processen eenvoudiger en gebruiksvriendelijker ingericht en zo veel als mogelijk geautomatiseerd. Hierover worden goede afspraken gemaakt met de Rabobank en leveranciers van ICT-systemen.

2.5. Strategie 5: Financiën en fondsenwerving

Vrouwen van Nu is gebaat bij een degelijke financiële basis, die bestaat uit een gemengde financieringsmix, Dat wil zeggen dat we naast de contributie ook andere inkomstenbronnen gaan aanboren.

2.5.1. Inkomsten

In 2025:

- Wordt in de gehele vereniging hetzelfde financiële beleid gevoerd.
- Bestaan de inkomsten van Vrouwen van Nu uit verschillende componenten: contributies, inkomsten uit activiteiten, advertentie-inkomsten, inkomsten uit fondsenwerving.
- Wordt de contributie en contributieverdeling 2026 in november door de ledenraad vastgesteld.
- Ontwikkelen we beleid voor betaling van de contributie in termijnen.
- Wordt verkend of er mogelijkheden zijn voor korting of compensatie door gemeenten en/of ziektekostenverzekeraars.
- Stellen we een nieuwe advertentiewerver aan en bieden we de mogelijkheid om ook online te adverteren.
- Zetten we in op fondsenwerving voor structurele middelen en voor projectfinanciering.

2.5.2. Uitgaven

In 2025:

- Wordt wederom bekeken of er bezuinigingen zijn door te voeren.
- Mogen de uitgaven de inkomsten niet overstijgen.

2.5.3. Verantwoording

In 2025:

- Wordt de administratie zo ingericht dat verantwoording over de gehele organisatie wordt afgelegd.
- Worden de budgetten van alle afdelingen, commissies en werkgroepen in kaart gebracht evenals het vermogen van de gehele vereniging.
- Worden de termijnen in de begroting en verantwoordingscyclus aangepast.

3.

collectieve projecten

De activiteiten die we organiseren binnen Vrouwen van Nu zijn zo vanzelfsprekend dat we vaak vergeten hoe zinvol en waardevol ze zijn. Door onze activiteiten te koppelen aan projecten, kunnen we nog meer laten zien wat de maatschappelijke waarde van de vereniging is voor individuele vrouwen (leden en niet-leden), voor samenwerkingspartners en de samenleving.

In 2025 voert de vereniging de volgende projecten uit.

- a. Projecten ter versterking van een gelijkwaardige positie van vrouwen:
 - Stop geweld tegen vrouwen
Geweld tegen vrouwen is een groot maatschappelijk probleem, dat vrouwen in alle leeftijden, alle regio's en van alle achtergronden treft. De aandacht en aanpak gaat echter veelal uit van jonge vrouwen in de randstad.
 - Vrouwen van Nu doet onderzoek naar geweld tegen vrouwen van 50+ in buitengebieden en presenteert de uitkomsten en een advies voor aanpak (door onszelf en door de overheid).
 - We doen mee met de landelijke campagne Orange the World (25 november t/m 10 december 2025).
 - Digitale inclusie
Onze leefwereld is steeds meer een combinatie van fysiek en online. Helaas komen nog te veel vrouwen niet mee in de digitale transitie. Dat brengt het op een onwenselijke achterstandspositie.
 - Vrouwen van Nu wil ervoor zorgen dat niemand achterblijft. We onderzoeken de digitale vaardigheid en mediawijsheid van onze leden en ontwikkelen een plan van aanpak, hierbij gebruik makend van het aanbod van andere marktpartijen.
- b. Projecten op het gebied van sociale cohesie en participatie
 - Een tegen eenzaamheid.
 - We zijn actief in de Nationale coalitie tegen eenzaamheid.
 - In de Week van de eenzaamheid promoten we het lidmaatschap van een vereniging als middel eenzaamheid tegen te gaan.
 - We brengen de vereniging actief onder de aandacht van gemeenten, zorg- en welzijn.
- c. Projecten ter versterking van de leefomgeving
 - Plastic en Ik?
(Micro-)plastics zorgen voor milieuvuiling en kunnen leiden tot gezondheidsproblemen. Daarom is het van belang het gebruik hiervan terug te dringen. Met Plastic en ik? dragen we bij aan de bewustwording.
 - We bouwen dit project uit en bouwen voort op de successen die reeds zijn gehaald, zoals de tegelactie 'Hier begint de zee'. Ook intensiveren we de samenwerking met de End Plastic Soup foundation.
 - PFAS
De laatste jaren groeit de aandacht voor de schadelijke effecten van PFAS.
 - We continueren de bewustwordingsactiviteiten rond PFAS in Zeeland en rollen deze uit naar andere provincies als Zuid-Holland.

4.

impact

Het aanbod en de activiteiten van Vrouwen van Nu sluiten goed aan bij duurzame ontwikkelingsdoelen (Sustainable Development Goals (SDG)) die de Verenigde Naties nastreven. Naast gendergelijkheid (doel 5) scoren we hoog op doel 3: goede gezondheid en welzijn, doel 11: duurzame steden en gemeenschappen, doel 12: verantwoorde consumptie en productie en doel 17: partnerschappen om de ontwikkelingsdoelstellingen.

Door de uitkomst van de social handprint van MAEX zijn we bewust van onze impact en is het interessant dit actiever en strategischer in te zetten via onze projecten.

In 2025:

- Maken en publiceren we wederom een impact jaarverslag met behulp van de social handprint.

5.

voortgang en verantwoording

Het jaarplan is een plan voor de hele vereniging. Iedere laag levert een bijdrage aan de uitvoering hiervan.

De coördinatie van de uitvoering en het bewaken van de voortgang gebeurt onder verantwoordelijkheid van de directeur. De directeur informeert het landelijk bestuur ieder kwartaal. Het landelijk bestuur houdt toezicht op de uitvoering en draagt de eindverantwoordelijkheid.

Tweemaal per jaar legt het landelijk bestuur verantwoording af aan de Ledenraad. De verantwoording na afloop van het jaar wordt gedaan in de vorm van een inhoudelijk jaarverslag en een door de accountant goedgekeurde jaarrekening.



begroting 2025

Het jaarplan heeft een looptijd van 1 januari tot 31 december 2025 en loopt gelijk met het financieel boekjaar. Het volgende financiële overzicht geeft een prognose van de inkomsten, uitgaven en het resultaat van 2025. In het overzicht zijn de cijfers van de provinciale en lokale afdelingen niet nader gespecificeerd.

	werkelijk 2023	Begroot 2024	Begroot 2025 vastgesteld
Baten			
Contributies			
Ledenaantal	25.000	22.000	20.100
Contributiebedrag	€ 56,50	€ 65,00	€ 65,00
Tot. contributies	1.412.500	1.430.000	1.306.500
Inkomsten fondsenwerving			
donaties particulieren	P.M.	P.M.	P.M.
nalatenschappen	P.M.	P.M.	P.M.
subsidies en fondsen	P.M.	P.M.	P.M.
loterijen	P.M.	P.M.	P.M.
sponsoring/samenwerking bedrijfsleven	P.M.	P.M.	P.M.
Tot. inkomsten fondsenwerving	0	0	0
Overige baten			
Interest	0	0	2.500
Diverse baten/ inkomsten (nieuwe leden gedurende jaar)	2.500	10.000	73.125
Advertentie opbrengsten magazine	15.000	25.000	12.000
saldi opheffende afdelingen	300	0	1.000
Tot. overige baten	17.800	35.000	88.625
Totaal baten	1.430.300	1.465.000	1.395.125
Lasten			
bijdrage afdelingen	734.500	743.600	679.380
bijdrage provinciale afdelingen	0	110.000	100.500
afdracht nieuwe leden afdelingen			38.025
afdracht nieuwe leden provinciale afdelingen			4.375
kosten centrale organisatie	738.950	696.770	719.700
			waarvan 541.200 organisatiekosten 46.000 activiteitenkosten 132.500 magazine
Totaal lasten	1.473.450	1.550.370	1.541.980
Te onttrekken/toe te voegen aan (bestemmings)reserve	-43.150	-85.370	-146.855
besteminsreserve jubileum			50.000
bestemmingsreserve huur	43.150	36.200	43.500
bestemmingsreserve innovatie		49.170	
Saldo onttrekkingen	43.150	85.370	93.500
saldo	0	0	-53.355

Bestuur- en governancekosten

Declaraties landelijk bestuur	6.000	6.600	3.000
Vacatiegelden	3.000	3.300	1.600
Vergaderkosten	1.000	1.100	0
Bestuursaansprakelijkheidsverzekering	800	900	3.000
Beleidsdag landelijk bestuur	750	850	2.000
Ledenraad	1.500	1.650	2.000
Auditcommissie	500	550	1.000
Tot. bestuurskosten	13.550	14.950	12.600

Organisatiekosten

Personeelskosten

Salarissen beroepskrachten	245.000	237.500	287.500
Sociale lasten	27.750	39.500	47.500
Pensioenpremie	23.000	24.000	28.500
Verzuimverzekering	10.000	10.000	13.500
Bijdrage aanvullende verzekering	1.000	1.000	1.000
Reservering Loopbaanbudget	4.200	0	0
Reiskosten	6.000	7.500	8.500
Studiekosten	1.000	0	0
Inhuur: administratiekantoor en communicatiebureau	27.000	50.820	8.000
Overige personeelskosten	5.000	3.500	1.000
Tot. personeelskosten	349.950	373.820	395.500

Huisvesting

Servicekosten	15.500	7.200	12.000
Schoonmaakkosten	2.000	1.500	2.500
Huurkosten (incl. 2 parkeerplaatsen)	36.000	27.500	28.000
overige huisvestingskosten (onderhoud airco, vervanging)	0	0	1.000
Tot. huisvesting	53.500	36.200	43.500

Kantoorkosten

Portokosten	3.500	7.000	6.000
Telefoon	1.500	1.500	1.000
Kantoorartikelen	2.000	1.500	2.000
Fotokopieën en printen	8.000	7.000	7.500
Bankkosten	5.500	8.000	7.000
Creditrente	3.000	0	0
Contributies, abonnementen en documentatie	4.500	4.950	7.000
Bedrijven Compact Polis verzekeringen	2.900	4.000	1.600
Accountantskosten	13.000	10.000	10.000
Betalingsverschillen	50	50	0
Tot. kantoorkosten	43.950	44.000	42.100

Automatiseringskosten

Internet	6.000	0	500
Computerbenodigdheden/apparatuur	2.000	2.450	0
Ledenadministratie	9.000	9.500	17.000
Licenties	8.000	5.000	9.000
Onderhoud en beheer	15.000	7.500	9.000
Afschrijvingskosten CRM/server/website (incl. vernieuwing)	27.000	16.000	12.000
Tot. automatiseringskosten	67.000	40.450	47.500

Ontwikkeling en innovatie

Innovatietraject Vooruit	0	5.000	0
Advieskosten	4.000	5.000	0
Tot. Ontwikkeling en innovatie Vrouwen van Nu	4.000	10.000	0

Tot. organisatiekosten	531.950	519.420	541.200
Activiteitenkosten			
Ledenpas (nog geen goed alternatief)	8.000	6.000	0
Landelijke ontmoetingsdag	1.500	22000	0
Evenementen	0	0	0
Tot. Activiteitenkosten	9.500	28.000	0
Projectkosten			
Plastic en ik?	2.500	P.M.	P.M.
PFAS	0	P.M.	P.M.
Orange the Wold	0	P.M.	P.M.
Een tegen eenzaamheid	0	P.M.	P.M.
Digitalisering en mediawijsheid	0	P.M.	P.M.
Deelname projecten van derden (vb Textielfestival)	0	P.M.	P.M.
Tot. Projectkosten	2.500	0	0
Kader (besturen, werkgroepen en commissies)			
PB/LB overleggen worden Topkaderdagen	1.000	2.000	3.000
landelijke kaderdag	nvt	10.000	20.000
Webmaster training (tbv nieuwe website)	2.500	0	1.000
Trainingen van serviceteams	2.500	0	1.000
Trainingen nieuwe provinciale bestuurs-/ledenraadsleden	5.000	0	1.000
Kennisnetwerk Textiel	500	0	0
Provinciale reiscommissies	700	0	1.000
Provinciale cultuurcommissies	700	0	1.000
Bijeenkomsten landelijke werkgroepen en commissies	0	0	1.000
Provinciale handwerkcommissies	1.100	0	1.000
Provinciale redactiecommissie	1.000	0	1.000
Tot. Kaderkosten	15.000	12.000	31.000
Werving / PR/ publ./Profilering			
Website	8.000	5.000	5.000
PR, promotiemateriaal, representatie	3.000	5.000	5.000
Acties ledenwerving	0	5.000	5.000
	11.000	15.000	15.000
Kosten magazine			
Drukkosten	83.000	46.750	60.000
Vormgeving	0	10.000	15.000
Portokosten	60.000	53.000	39.750
Redactiecommissie	500	500	500
Bladcoördinatie/eindredactie	25.000	12.100	9.750
fotografie en overig	500	0	7.500
Tot. kosten magazine	169.000	122.350	132.500
Totaal kosten	738.950	696.770	719.700

contact



Vrouwen van Nu
Moezel 17
2491 CV Den Haag
070 324 44 29

Mail: bureau@vrouwenvannu.nl
Website: www.vrouwenvannu.nl