

Jaarplan 2026

voortvarend
vooruit,
op weg naar
de toekomst





inhoud

1. Inleiding	3
2. Strategische aanpak in 2026	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	6
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 19.000 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 moderniseringsslag 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. Wie we zijn en de projecten die we doen, dragen bij aan het versterken van de samenleving, het versterken van de positie van de vrouw en het versterken van de positie van Vrouwen van Nu.

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

Jaarplan en jaarthema

Het meerjarenbeleidsplan 2024–2026 is ons kompas. In dit jaarplan beschrijven we per pijler welke concrete acties we in 2026 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 2026 Voortvarend vooruit, op weg naar de toekomst.

Toen, nu en de toekomst

Vrouwen van Nu bestaat 95 jaar en 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, 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 en terugdringing van milieuvervuiling. En als het gaat om zaken als het stoppen van geweld tegen vrouwen, vrouwengezondheid en het dichten van de pensioenkloof, is er nog een hoop te doen.

Einde meerjarenbeleidsperiode

In 2026 ronden we het meerjarenbeleidsplan af. We hebben dan drie jaar geïnvesteerd in het levend en levendig houden van Vrouwen van Nu. De oogst is goed. Minder opzeggende leden, minder opheffende afdelingen en meer nieuwe leden. We zijn zichtbaar, worden gezien en gewaardeerd. Neem de vele (koninklijke) onderscheidingen voor onze leden, prijzen voor afdelingen (Heiloo) en projecten als PFAS, pas op!. En bijzonder trots zijn we op de nominatie voor de Joke Smit Oeuvreprijs 2025. Onze impact is groot en het ligt voor de hand om nu door te pakken. Dat betekent concreet dat 2026 ook het jaar is om vooruit te kijken en te werken aan een nieuw meerjarenbeleidsplan voor de periode 2027–2029 of 2030, het jaar waarin Vrouwen van Nu 100 jaar zal bestaan.

2.

strategische aanpak in 2026

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

Een vereniging heeft vier kernfuncties¹:

- a. Ontmoeting organiseren
- b. Individueel voordeel bieden
- c. Het collectieve versterken
- d. 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 2026:

- 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 2026:

- 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;
- meten we wederom 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 2026:

- herintroduceren we kadertrainingen over verschillende thema's om vrijwilligers te versterken;
- organiseren we wederom een landelijke kaderdag waarop we alle kaderleden² van Vrouwen van Nu bij elkaar brengen om met en van elkaar te leren en elkaar te inspireren;
- zorgen we door middel van een statutenwijziging voor meer flexibiliteit in de organisatiestructuur.

Ad d. Belangen behartigen van vrouwen op het platteland

Helaas hebben vrouwen anno 2025 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.

¹Bron: Routeplanner voor verenigingen, M, Kuperus en I. Poorthuis, juni 2018

²Kaderleden zijn leden die een bestuurlijke of coördinerende functie binnen Vrouwen van Nu vervullen, denk aan afdelingsbestuur, reiscommissie, serviceteam, etc.

In 2026:

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

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 2026:

- rollen we lokaal, regionaal en landelijk een ledenwervingscampagne uit;
- vragen we commitment van bestaande leden om ieder minimaal één nieuw lid aan te dragen;
- 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;
- reiken we de V-factor uit aan de afdeling met de meeste nieuwe leden;
- denken we na over nieuwe vormen van lidmaatschap.

2.2.2. Ledenbehoud

We laten leden nog meer ervaren wat de meerwaarde van het lidmaatschap is, zodat ze hun lidmaatschap stilzwijgend continueren.

In 2026:

- 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.

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 dichten van de gevoelde afstand tussen landelijk en lokaal niveau zijn de belangrijkste aandachtspunten voor de interne communicatie. We zetten daartoe verschillende instrumenten in.

In 2026:

- verspreiden we 12 x per jaar een digitale nieuwsbrief voor alle leden;
- verspreiden we 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 2026.

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. Het streven is op die manier nieuwe leden te vinden, boeien en binden.

In 2026:

- 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 Vrouwegezondheid);
- 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.

2.4. Strategie 4: Management van processen

De toekomstambitie van Vrouwen van Nu vraagt organisatorisch om:

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

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

In 2026:

- wijzigen we de statuten en het huishoudelijk reglement;
- ontwikkelen we nieuw vrijwilligersbeleid met als doel de continuïteit van de afdelingen te waarborgen.

Ad. b. Centrale coördinatie en uniformiteit

In 2026:

- 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 en eenduidige processen

In 2026:

- worden de administratieve processen eenvoudiger en gebruiksvriendelijker ingericht en zo veel als mogelijk geautomatiseerd;
- introduceren we nieuwe richtlijnen voor de financiële en administratieve organisatie van lokale, provinciale afdelingen en het landelijk bureau.

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 2026:

- zetten we actief in op het vergroten van de inkomsten van Vrouwen van Nu uit verschillende bronnen: contributies, donaties, kaartverkoop, subsidies en fondsen, advertenties en sponsoring, loterijen en nalatenschappen;
- vragen we het CBF-keurmerk aan, omdat dit bijdraagt aan de gunfactor en het vertrouwen van potentiële gevers.

2.5.2. Uitgaven

In 2026:

- zijn alle mogelijke bezuinigingen doorgevoerd;
- zijn alle uitgaven in lijn met de ambities van dit jaarplan;
- wordt een sluitende begroting gerealiseerd;
- houden we rekening met onvoorziene kosten.

2.5.3. Verantwoording

In 2026:

- is de administratie zo ingericht dat verantwoording over de gehele organisatie wordt afgelegd;
- worden de financiën van alle afdelingen, commissies en werkgroepen in kaart gebracht evenals het vermogen van de gehele vereniging.

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 2026 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.
 - > We doen mee met de landelijke campagne Orange the World (25 november t/m 10 december 2026).
 - 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 tegen 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 milieuvervuiling 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

We leven in een tijd waarin de wereld voor grote uitdagingen staat. Denk aan armoede, honger, ongelijkheid, klimaatverandering en het verdwijnen van planten en dieren. Dat klinkt misschien ver weg, maar het raakt ons allemaal. Gelukkig zijn er plannen gemaakt om hier iets aan te doen: de Sustainable Development Goals, ofwel de duurzame ontwikkelingsdoelen.

Deze doelen zijn in 2015 door alle 193 landen van de Verenigde Naties vastgesteld. Ze zijn bedoeld om vóór 2030 samen te bouwen aan een wereld die eerlijker, groener en zorgzamer is — voor onszelf, onze kinderen en kleinkinderen. Het is ook de bedoeling dat iedereen aan de doelen bijdraagt. Dus niet alleen overheid en bedrijven, maar ook iedere burger.

Het aanbod en de activiteiten van Vrouwen van Nu sluiten goed aan bij duurzame ontwikkelingsdoelen. We meten dat via een zogenaamde Social Handprint. 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 te bereiken.

In 2026:

- meten en delen we wederom onze bijdrage aan de duurzame ontwikkelingsdoelen door middel van een impact jaarverslag.

5.

voortgang en verantwoording

Het jaarplan is een plan voor de hele vereniging. Ieder organisatieonderdeel 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 en aansprakelijkheid. 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 2026

Het jaarplan heeft een looptijd van 1 januari tot 31 december 2026 en loopt gelijk met het financieel boekjaar.

In verband met de aanvraag van het CBF-keurmerk wijkt de begroting qua opzet af van eerdere jaren om te voldoen aan de richtlijnen van het CBF.

Begroting 2025 en 2026	werkelijk 2024	Begroot 2025 bijgesteld	Prognose 2026
Baten van particulieren			
Contributies			
Ledenaantal	21.930	20.100	19.000
Contributiebedrag	65,00	65,00	75,00
Inkomsten uit contributies	1.425.442	1.306.500	1.425.000
Landelijke ontmoetingsdag (kaartverkoop)	5.953		15.000
	1.431.395	1.306.500	1.440.000
Baten van bedrijven			
Advertentie opbrengsten magazine	10.351	8.000	7.500
Raboclubsupport			
Baten van subsidies overheden			
Subsidies en fondsen	2.500	P.M.	P.M.
Som van de baten	1.444.246	1.314.500	1.447.500
Besteed aan doelstellingen	739.422		
Activiteiten lokale afdelingen		679.380	646.000
Activiteiten provinciale afdelingen	109.450	100.500	-171.000
Decentraal besteed aan doelstellingen	848.872	779.880	475.000
Centraal besteed aan doelstellingen	269.197	154.000	240.000
totaal besteed aan doelstellingen	1.118.069	933.880	715.000
Overige lasten			
Kosten beheer en administratie	552.612	615.850	665.250
Wervingskosten	18.599	15.000	55.000
Totaal lasten overige lasten	571.211	630.850	720.250
Totaal lasten	1.689.280	1.564.730	1.435.250
Saldo vóór financiële baten en lasten	-245.034	-250.230	12.250

Naam	werkelijk 2024	bijgestelde begroting 2025	begroting 2026
Besteed aan doelstellingen decentraal			
Activiteiten afdelingen	739.422	679.380	646.000
Activiteiten provincies	109.450	100.500	-171.000
Totaal decentraal besteed aan doelstellingen (A)	848.872	779.880	475.000
Besteed aan doelstellingen centraal			
Projectkosten			
Plastic en ik?	500	P.M.	P.M.
PFAS	251	P.M.	P.M.
Orange the Wold	500	P.M.	P.M.
Een tegen eenzaamheid	P.M.	P.M.	P.M.
Digitalisering en mediawijsheid	P.M.	P.M.	P.M.
Vrouw en gezondheid			
Deelname projecten van derden (vb Textelfestival)	P.M.	P.M.	P.M.
Totaal projectkosten	1.251	0	0
Activiteitenkosten			
Ledenpas (nog geen goed alternatief)	2.830	0	0
Landelijke ontmoetingsdag	37.198	0	40.000
Overige activiteiten	2.973		
Totaal activiteitenkosten	43.001	0	40.000
Kosten magazine			
Drukkosten	57.536	48.000	55.000
Vormgeving	13.562	16.500	18.000
Portokosten	48.803	42.500	50.000
Redactie	19.271	500	2.500
Bladcoördinatie/eindredactie	39.494	12.000	15.000
Fotografie en overig	5.787	3.000	4.500
Totaal kosten magazine	184.453	122.500	145.000
Vrijwilligers en educatie (Kader - besturen, werkgroepen en commissies)			
Topkaderdagen	7.997	0	3.000
Landelijke kaderdag	18.428	31.000	40.000
Annuleringskosten	11.271		
Webmaster training	0	0	1.500
Trainingen serviceteam	0	0	1.500
Trainingn ledenraad	0	0	1.500
Trainingen provinciaal kader	945	500	1.500
Provinciale reiscommissies	0	0	1.500
Provinciale cultuurcommissies	0	0	1.500
Provinciale handwerkcommissies	0	0	1.500
Provinciale redactiecommissie	1.851	0	1.500
Tot. Kaderkosten (C)	40.492	31.500	55.000
Totaal besteed aan doelstellingen centraal	269.197	154.000	240.000
Wervingskosten			
Werving / PR/ publ./Profilering			
Website	4.500	5.000	15.000
PR, promotiemateriaal, representatie	14.099	7.500	30.000
Ontwikkeling toolkits fondsenwerving	0	2.500	0
	0	0	10.000
	18.599	15.000	55.000
Kosten beheer en administratie			
Bestuur- en governancekosten			
Declaraties landelijk bestuur	3.059	3.000	3.000
Vacatiegelden	2.365	900	900
Vergaderkosten	990	0	0
Bestuursaansprakelijkheidsverzekering	151	1.000	1.000
Beleidsdag landelijk bestuur	3.990	2.000	2.000
Ledenraad	2.632	2.000	3.000
Auditcommissie	537	500	1.000
Tot. bestuurskosten	13.724	9.400	10.900
Personeelskosten			
Salarissen beroepskrachten	257.645	287.500	249.200
Sociale lasten	35.479	47.500	40.000
Pensioenpremie	25.726	32.750	23.800
Verzuimverzekering	13.767	16.350	12.500
Ontvangen ziekengeld	-38.214	-20.000	0
Bijdrage aanvullende verzekering	480	500	600
Reservering Loopbaanbudget	3.886	4.500	4.800

Reiskosten	8.020	8.500	9.000
Studiekosten	1.885	2.000	2.000
Inhuur: adm.kantoor en comm.bureau	35.152	18.000	93.000
Inhuur vervanging	32.983	30.350	0
Overige personeelskosten	7.240	4.500	7.500
Kosten werkkostenregeling	1.113	1.000	600
Tot. personeelskosten	385.163	433.450	443.000
Huisvesting			
Huurkosten (incl. 2 parkeerplaatsen)	26.412	27.500	29.000
Servicekosten	9.766	10.000	11.000
Schoonmaakkosten	2.075	2.100	2.250
Overige huisv.kosten (onderh. airco, vervanging)	707	1.000	1.000
Tot. huisvesting	38.960	40.600	43.250
Kantoorkosten			
Portokosten	6.253	8.000	7.000
Telefoon	938	1.200	1.000
Kantoorartikelen	2.656	2.000	2.000
Fotokopieën en printen	8.545	9.000	9.000
Bankkosten	5.871	15.000	15.000
Creditrente	0	0	0
Contributies, abonnementen en documentatie	5.902	7.000	15.000
Bedrijven Compact Polis verzekeringen	4.278	4.000	4.500
Accountantskosten	10.164	15.000	15.000
Advieskosten / Juridische kosten	0	12.500	20.000
Betalingsverschillen	4	0	0
Tot. kantoorkosten	44.611	73.700	88.500
Automatiseringskosten			
Internet	379	500	600
Computerbenodigdheden/apparatuur	449	2.700	500
Ledenadministratie	22.138	20.000	25.000
Licenties	19.319	9.000	20.000
Onderhoud en beheer	0	9.000	1.000
Afschr.kosten CRM/server/website (incl. vernieuwing)	17.421	17.500	17.500
Tot. automatiseringskosten	59.706	58.700	64.600
Ontwikkeling en innovatie			
Innovatietraject Vooruit	10.448	0	15.000
Advieskosten	0	0	0
Tot. Ontwikkeling en innovatie Vrouwen van Nu	10.448	0	15.000
Totaal Organisatiekosten	552.612	615.850	665.250
Totaal Kosten vóór financiële resultaten	1.689.280	1.564.730	1.435.250

Begroting 2026

	Besteding aan doelstellingen				Wervingskosten	Kosten beheer en administratie	Begroting	Begroting bijgesteld
	met de kracht van vrouwen leefomgeving versterken (A)	stem van vrouwen in de samenleving laten horen (B)	Projecten (C)	Vrijwilligers en educatie (D)			jaar 2026	jaar 2025
Activiteiten decentraal	475.000						475.000	779.880
Activiteiten centraal	40.000			55.000			95.000	31.500
Communicatiekosten	145.000		0		55.000		200.000	137.500
Bestuurskosten						10.900	10.900	9.400
Personeelskosten	220.000	15.000	50.000		30.000	128.000	443.000	433.450
Huisvestingskosten						43.250	43.250	40.600
Kantoor- en algemene kosten	25.000					125.600	150.600	114.900
Afschrijvingen						17.500	17.500	17.500
Totaal vóór financiële baten en lasten	905.000	15.000	50.000	55.000	85.000	325.250	1.435.250	1.564.730
Besteding aan doelstellingen:				71,42%	5,92%	22,66%		

contact



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

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