WELTLADEN-DACHVERBAND

Strategie 2030

Inhalt

EINLEITUNG **1**

VISION **2**

HANDLUNGSFELDER **3**

STRATEGISCHE ZIELE **4**

MEILENSTEINE **5**

EINLEITUNG

Der Weltladen-Dachverband hat gemeinsam mit seinen Mitgliedern und wichtigen Partnern wie den Fair-Handels-Berater*innen und Lieferanten der Weltläden eine neue Strategie für die nächsten fünf Jahre erarbeitet.

Nach dem Auslaufen der Strategie 2023 war es wichtig, dass sich der Weltladen-Dachverband strategisch neu positioniert, um seine Aufgaben als Dachverband der Weltläden in Deutschland angesichts von Ressourcenknappheit und anderen äußeren Faktoren weiterhin erfüllen zu können.

Die Befragung der Mitglieder sowie Gespräche und Interviews mit Menschen aus der Bewegung haben gezeigt, dass eine Fokussierung auf die Stärkung und Weiterentwicklung der Weltläden besonders jetzt wichtig ist, damit diese auch morgen noch bestehen können.

Obwohl die Strategie 2030 auf fünf Jahre ausgelegt ist, wurden die strategischen Ziele und Meilensteine zunächst für einen Zeitraum von zwei Jahren festgelegt. So ist es möglich, am Ende dieser Zeit noch einmal nachzujustieren und den Fokus bei Bedarf etwas zu verschieben. Denn davon lebt die Strategie 2030: dem Mut zur Fokussierung.

Gemeinsam wollen wir die Strategie mit Leben füllen und unserer Vision für Weltläden und den Weltladen-Dachverband ein gutes Stück näherkommen.

WELTLADEN
DACHVERBAND

VISION

Die Strategie 2030 umfasst eine aktualisierte und geschärfte Vision für die Mitglieder des Weltladen-Dachverbandes, also Weltläden, und für den Weltladen-Dachverband selbst.

Vision für die Weltläden

Weltläden sind weit mehr als Geschäfte – sie stehen für Fairen Handel und sind sichtbare Orte gelebter Verantwortung inmitten unserer Städte und Gemeinden.

Sie schaffen lebendige Räume für Begegnung, für gemeinsames Lernen und für politisches Engagement – mit dem Ziel, die Welt Schritt für Schritt gerechter zu machen.

Die Weltläden …

- … begeistern mit einzigartigen Produkten aus anerkannt Fairem Handel, kennen deren Herkunft und informieren über Menschen, die diese Produkte herstellen;
- … stehen für Integrität, Transparenz und solidarische Werte;
- … schaffen Gemeinschaft – als offene Orte für Dialog, Inspiration und neue Perspektiven auf ein gutes Leben für Alle;
- … laden alle Menschen ein, sich einzubringen – flexibel und sinnstiftend;
- … arbeiten mit Herz und Haltung – strukturiert, kompetent und mit einer einladenden Ansprache;
- … sind aktiver Teil einer größeren Bewegung für soziale und ökologische Gerechtigkeit;
- … strahlen Mut und Aufbruch aus – sie machen Lust, dabei zu sein und gemeinsam Zukunft zu gestalten.

Vision für den Weltladen-Dachverband

Der Weltladen-Dachverband ist starker Impulsgeber und macht Lust auf Morgen. Er gibt der Bewegung Richtung und Rückhalt – mit Offenheit, Leichtigkeit und Mut, Dinge neu zu denken. Er setzt klare Prioritäten und bündelt Energien, um Weltläden stark zu machen - heute und morgen.
Er steht den Weltläden zur Seite, die sich weiterentwickeln wollen – mit praxisnaher Beratung und passgenauen Werkzeugen. Für Weltläden, die mutig die Zukunft gestalten.

Als hörbare politische Stimme für globale Gerechtigkeit vernetzt er sich strategisch mit anderen Bewegungen und scheut dabei auch kontroverse Positionierungen nicht.

HANDLUNGSFELDER

Aus der Vision für Weltläden und für den Weltladen-Dachverband lassen sich nun fünf Handlungsfelder ableiten. Handlungsfelder sind hier Themenkomplexe, die es ermöglichen, konkrete Ziele und Maßnahmen abzuleiten.

Mit allen Handlungsfeldern geht ein gewisser Geist, eine Kultur mit einher, die die Weltladen-Bewegung auszeichnet. Dies ist in der Präambel festgehalten.

PRÄAMBEL: Förderung von Begeisterung und Modernisierung

- Fokus und Priorität: Konzentration auf wenige Themen und Projekte.
- Zukunftsorientierung: Förderung von Offenheit, Experimentierfreude und Mut zur Veränderung innerhalb der Bewegung.
- Storytelling: Inspirierende Kommunikation, die Lust macht, Teil der Bewegung zu werden und gemeinsam Zukunft zu gestalten.
- Erlebnisorientierung: Entwicklung von Formaten, die Menschen emotional ansprechen und zu transformativem Handeln inspirieren.

1. Stärkung und Weiterentwicklung der Marke „Weltladen“

- Markenstrategie: Entwicklung und Umsetzung einer konsistenten, modernen Markenidentität (visuell, sprachlich, inhaltlich).
- Innen- und Außenwirkung: Maßnahmen zur Stärkung der Identifikation innerhalb der Bewegung und zur Steigerung der Sichtbarkeit nach außen.
- Kommunikation: Weiterentwicklung und Innovation in der Kommunikation, um bestehende, aber auch neue Zielgruppen zu erreichen.

2. Weiterentwicklung und Qualifizierung der Weltläden

- Beratung & Qualifizierung: Fortbildungen und Qualifizierungsmaßnahmen für Mitarbeitende und Ehrenamtliche und Ausbau praxisnaher Beratungsangebote.
- Ladenentwicklung: Unterstützung zur Einführung von Hauptamtlichkeit und Bereitstellung von Instrumenten für professionelle Ladenführung (z.B. Personalmanagement, Ladenorganisation, Marketing, Ermittlung der Rentabilität, Trends).
- Wissensmanagement: Aufbau und Pflege von Wissensplattformen, Studien und Datenbanken zur Unterstützung der Weiterentwicklung.

3. Förderung von Innovation und Zukunftsfähigkeit

- Innovative Konzepte: Initiierung und Begleitung von Pilotprojekten und neuen Geschäftsmodellen (z.B. neue Sortimente, Ladenkonzepte).
- Finanzierungsmodelle: Entwicklung und Erprobung alternativer Finanzierungswege für Weltläden.
- Digitalisierung: Unterstützung bei der Einführung und Nutzung digitaler Tools (z.B. Online-Präsenz, E-Commerce).

4. Stärkung von Diversität, Teilhabe und Gemeinschaft

- Diversifizierung: Förderung der Vielfalt innerhalb der Bewegung
- Möglichkeiten zur Teilhabe und Mitgestaltung: Entwicklung flexibler Engagement-Formate für verschiedene Zielgruppen.
- Gemeinschaft: Stärkung des Gemeinschaftsgefühls und Schaffung von Begegnungsräumen für Dialog und Inspiration.

5. Politische Positionierung und Netzwerkbildung

- Politische Stimme: Klare, mutige Positionierung zu relevanten gesellschaftlichen und entwicklungspolitischen Themen.
- Vernetzung: Strategische Kooperationen mit anderen Bewegungen, NGOs und gesellschaftlichen Akteuren.
- Lobbyarbeit: Aktive Mitgestaltung politischer Rahmenbedingungen (für global gerechtere Handelsstrukturen und entwicklungspolitische Bildungsarbeit)

Nach Abstimmung mit den Mitgliedern auf der Mitgliederversammlung 2025, einer Umfrage unter den Fair-Handels-Berater*innen, dem Vorstand des Weltladen-Dachverbandes und den Mitarbeitenden des Weltladen-Dachverbandes sowie einer erneuten Umfrage unter den Mitgliedern wurden die Handlungsfelder 1 und 2 mit der höchsten Priorität eingestuft.

STRATEGISCHE ZIELE

Auf dieser Basis hat der Weltladen-Dachverband für die Handlungsfelder 1 und 2 strategische Ziele bis Ende 2027 formuliert. Am Ende dieses Zeitraums soll eine Überprüfung der erreichten Ziele und äußerer Faktoren stattfinden, um bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen.

Aus dem Handlungsfeld 1: Stärkung und Weiterentwicklung der Marke „Weltladen“ wurden folgende Ziele abgeleitet:

1. Weltläden begreifen sich als Teil der Marke WELTLADEN.
2. Die Bekanntheit und das Image der Marke WELTLADEN sind verbessert.

Aus dem Handlungsfeld 2: Weiterentwicklung und Qualifizierung der Weltläden wurden diese Ziele abgeleitet:

3. Weltläden sind im Bereich Handel und Organisation/Struktur gut qualifiziert.
4. Weltläden kennen und nutzen unsere Angebote.

MEILENSTEINE

Um mit dem strategischen Zielen gut arbeiten und sich an ihnen quartalsweise messen zu können, hat der Weltladen-Dachverband zu jedem strategischen Ziel mehrere Meilensteine definiert, die auf dem Weg zur Erreichung des strategischen Ziels erreicht werden sollen.

Strategisches Ziel 1: Weltläden begreifen sich als Teil der Marke WELTLADEN

1.1 WL haben ein Bewusstsein für die Wichtigkeit der Marke WELTLADEN für sich und für die Bewegung erlangt.

1.2 Mehr WL haben unsere neuen Werbematerialien und Markenvorlagen genutzt.

1.3 Die Markenidentifikation der Weltläden und Zugehörigkeitsgefühl zur WL-Bewegung ist gestiegen.

Strategisches Ziel 2: Die Bekanntheit und das Image der Marke WELTLADEN sind verbessert.

2.1 Unser Slogan "Gemeinsam. Gerecht. Handeln. und dazugehörige Botschaften sind WL bekannt.

2.2 Die Reichweite unserer öffentlichen Kommunikationskanäle und die Sichtbarkeit der Marke WELTLADEN und seiner Botschaften dort ist verbessert.

2.3 regelmäßige Kommunikationsanlässe an die Öffentlichkeit sind geschaffen und kanalübergreifend genutzt.

2.4 Die Sichtbarkeit der Marke WELTLADEN ist bei Weltladen-Kund*innen erhöht.

2.5 Der Bekanntheitsgrad und das Image der Marke WELTLADEN ist in der Öffentlichkeit gestiegen.

Strategisches Ziel 3: Weltläden sind im Bereich Handel und Organisation/Struktur gut qualifiziert.

3.1 Qualifizierungsprogramm zum Thema Handel ist für Weltläden erarbeitet

3.2 Qualifizierungsprogramm ist gestartet

3.3 Beratungsangebot zum Thema Organisation/(Träger-) Struktur ist für Weltläden geschaffen

3.4 Weltläden haben unsere Qualifizierungs- und Beratungsangebote zu Handel und Organisation/Strukturen genutzt

Strategisches Ziel 4: Weltläden kennen und nutzen unsere Angebote.

4.1 Die Sichtbarkeit unserer aktuellen Angebote für Weltläden ist in unseren Kommunikationskanälen an Weltläden verbessert.
4.2 Qualifizierungsangebote zum Themenschwerpunkt „Digitale Kompetenz" sind erfolgreich eingeführt.
4.3 Die Nutzung unserer Angebote von Weltläden ist verbessert

Mit diesen Zielen und Meilensteine startet der Weltladendachverband mit seiner Strategie für die nächsten Jahre und einer klaren Vision, Weltläden zukunftsfähig aufzustellen.

Bei Fragen zum Weltladen-Dachverband und zu seiner Strategie kontaktiert uns gerne per E-Mail unter info@weltladen.de oder telefonisch unter 06131-68907-80.

Lasst uns gemeinsam die Regeln des Welthandels verändern!

WELTLADEN
DACHVERBAND