

HOE MAAKT DOEGOODS IMPACT?

Heel veel partijen vertellen over hun sociaal ondernemerschap, maar wat is dat dan?

Is alleen een duurzaam MVO beleid voldoende? Of mag je alleen 'eerlijke' producten verkopen of mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in dienst nemen?

Tja.. vele vragen vele antwoorden, die hadden wij ook. Nu wij geregistreerd zijn bij de code sociale ondernemingen kunnen wij dus echt open en transparant zeggen: Ja, wij zijn een social impact onderneming. Hoe we dagelijks werken aan het maken van impact lees je hier.

De registratie bij de Code Sociale Ondernemingen geeft ons de mogelijkheid om dat, wat we dagelijks met hart en ziel doen, open en transparant te communiceren. Om geregistreerd te blijven moeten we openheid van zaken geven en moeten wij onze impact meten. Dit doen we graag!

OVER DOEGOODS

In samenwerking met ons moederbedrijf IBN bieden we kansen aan medewerkers die het zonder steuntje in de rug (nog) niet redden op de arbeidsmarkt. We creëren een plek waar ze zichzelf kunnen zijn en bieden werk waarin ze uitblinken. Dat geeft een voldoening die nauwelijks in woorden is uit te drukken.

In samenwerking met IBN, krijgen onze medewerkers een extra steuntje in de rug voor werk en ontwikkeling, op sociaal, professioneel, taal- en rekenkundig gebied.

Onze missie:

We ontwikkelen naar werk en we bieden passend werk.

Onze visie:

Iedereen doet mee is het nieuwe normaal

Onze **kernwaarden** zijn als volgt:

- Verbindend; Samen komen we verder
- Volwaardig; iedereen heeft talent
- Ondernemend; Wij pakken kansen

Kijk voor meer informatie over de code sociaal ondernemen op www.codesocialeondernemingen.nl.

Deze impactpagina wordt steeds geüpdatet en hier delen we onze impact resultaten. Mocht je verdere vragen tips en of ideeën hebben over hoe DOEGOODS nog meer of beter impact kan maken neem dan contact op met Saskia van Schijndel via 06-18308482 of via info@doegoods.nl.

Strategie:

Wij bieden je de mooiste en meest verrassende relatiegeschenken, kerstpakketten, designproducten en seizoensattenties. En dat doen we niet alleen voor jou, maar ook voor onze eigen medewerkers, want de medewerkers van zusterorganisatie IBN pakken deze pakketten en geschenken graag voor je in! Daarnaast bieden we zo veel als mogelijk items en geschenken aan waar een mooi verhaal aan vast zit; bijvoorbeeld omdat ze gemaakt zijn door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt of omdat ze duurzaam zijn.

In elk geschenk en pakket van DOEGOODS zit daarom een flinke dosis social return verpakt.

DE WINST VAN DOEGOODS

DOEGOODS houdt van mensen; onze klanten, leveranciers én onze medewerkers. En samen met al die mooie mensen maken we op professionele wijze geschenken waar we trots op zijn. Extra mooi aan DOEGOODS is dat telkens als je jouw medewerkers of relaties verrast met een van onze producten, je tegelijkertijd zorgt voor werk en ontwikkeling van onze productietijgers bij zusteronderneming IBN. Zij maken de kartonnen items zelf en stellen de pakketten samen.

De winst die we maken herinvesteren we volledig in de medewerkers van IBN. Dat doen wij in de vorm van taal-, reken- en computerlessen voor onze bijzondere medewerkers. Ook op sociaal vlak krijgen ze ondersteuning waar nodig. Zo zetten wij onze winst in voor onze mensen; tel uit je winst!

THEORIE OF CHANGE

DOEGOODS is bedacht door teamleiders op de werkvloer van IBN. Zij zagen iedere dag diverse soorten (food) items op de lopende band voorbij komen en ook werden er voor externe partijen al pakketten ingepakt.

Dit is werk wat uitermate geschikt is voor de zwakkere doelgroep medewerkers van IBN! Echter, door automatisering en robotisering verdwijnt dit “simpele, repeterende, handjes werk” steeds meer. De gedachte in 2017 was: “Als we zelf een kerstpakket kunnen bedenken met producten die bij IBN worden ingepakt en omgepakt, dan hebben we weer wat extra werk”. Dit pakket was er binnen no-time en bedrijven in de directe omgeving van IBN hoorden hiervan en wilden ook een pakket afnemen. Zo is DOEGOODS in 2017 ontstaan.

Doordat DOEGOODS werkgelegenheid biedt aan medewerkers van IBN zorgen we ervoor dat medewerkers bij IBN kunnen instromen, ze krijgen een dienstverband, ze worden opgeleid en kunnen wellicht op termijn weer uitstromen naar regulier werk. De winst van DOEGOODS gaat naar de ontwikkeling van medewerkers. Zij kunnen hierdoor nl. leren rekenen, schrijven en leren digitale vaardigheden.

Door de winst van 2022 kunnen we 44 medewerkers laten deelnemen aan de cursus basisvaardigheden. In 2021 waren er dit 32.

Streven is om dit aantal ieder jaar met 5 extra te laten groeien.

We kopen zoveel als mogelijk regionale en verantwoorde producten in.

Regionaal om de footprint zo klein mogelijk te houden en verantwoord omdat we het goede voorbeeld willen geven.

Verantwoord omdat de leverancier werkt met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt of bijvoorbeeld verspilling tegen te gaan.

Met de nog minder verantwoorde leveranciers gaan we het gesprek aan. Hoe kunnen zij toch meer verantwoorde producten opnemen in het assortiment en hoe kunnen zij werkzaamheden laten uitvoeren door mensen die (nog) een afstand tot de arbeidsmarkt hebben? Het resultaat is dat iedere leverancier inmiddels een of meerdere duurzame producten (of productlijnen) heeft opgenomen en beziet of meer werkzaamheden kunnen worden uitgevoerd door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Streven is om uiteindelijk al onze leveranciers volledig duurzaam en inclusief te maken.

Daarnaast doneren onze klanten pakketten aan de voedselbank.

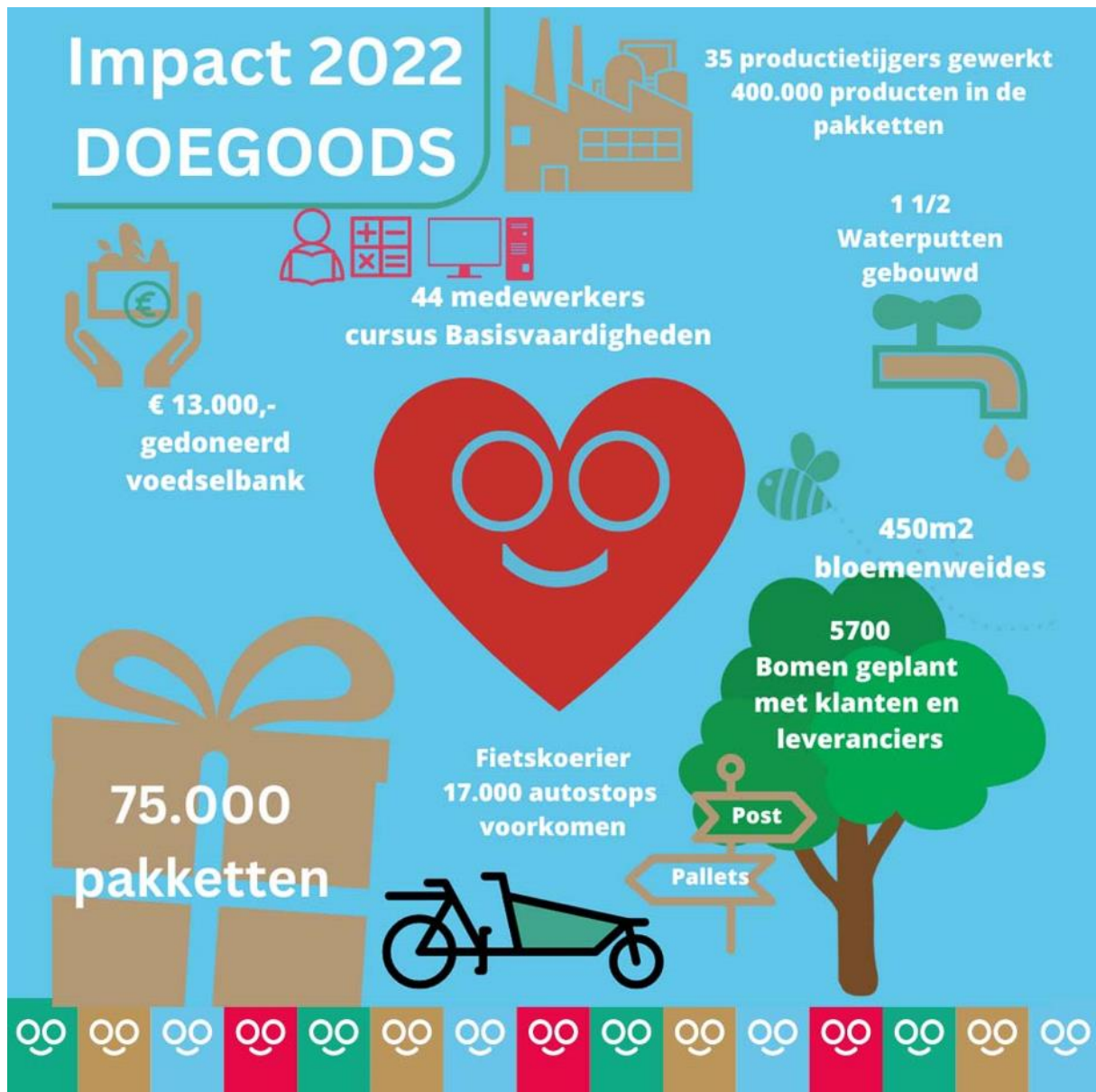
DOEGOODS biedt onze klanten de optie om naast de aankoop van hun eigen pakketten een aantal extra pakketten te kopen en die te doneren aan de Voedselbank. Ook op de website www.ohmygood.nl kunnen klanten die een cadeaubon hebben ontvangen van Ohmygood de keuze maken om een Voedselbankpakket te doneren.

In 2022 heeft dit geresulteerd in een bedrag van €13.000,- wat gedoneerd is aan de Voedselbank.

Streven is om dit bedrag jaarlijks met € 2.500,- te laten stijgen.

In totaal zijn er in 2022 75.000 pakketten ingepakt. Streven is om dit aantal jaarlijks met 12.500 stuks te laten stijgen.

ONZE OUTPUT OVER HET JAAR 2022:



Met deze output realiseren we impact:

Impact maken op het geluk van de medewerkers:

- ze bouwen arbeidsritme op
- hebben vrienden op het werk
- Eigenwaarde stijgt, medewerker draagt weer wat bij aan de maatschappij
- kunnen vaak meer uren werken dan vooraf aangegeven
- gaan minder vaak naar de huisarts
- hangen minder vaak op straat/ veroorzaken minder overlast

Impact op de medemens:

- Door het doneren van pakketten aan de Voedselbank zorgen we ervoor dat mensen die het nodig hebben een mooi pakket ontvangen

Impact op het milieu

- Producten hebben een kleinere footprint, want ze worden dichtbij huis ingekocht
- Minder milieubelasting omdat we werken met GroenBezorgen, een regionale fietskoerier
- Door de samenwerking met vele duurzame leveranciers worden er waterputten gebouwd, bloemenweides aangelegd, bomen geplant, kunnen kinderen naar school en worden ze voorzien van schrijfmateriaal.
- Doorat we klanten en leveranciers blijven aanspreken op het belang van duurzaamheid zien we dat er steeds meer duurzame producten op de markt komen.

