



MEEdeleler

Nieuwsbrief vol vitamines voor de voedselbanken



Onder de Radar Special

Voorwoord

Hoe bereiken we de mensen die onze voedselhulp nodig hebben maar de hulp niet krijgen?

Dit is de vraag waarmee het project Onder de Radar is gestart. Er is onderzoek gedaan naar de grootte van de groep mensen die we niet bereiken, en welke kenmerken zij hebben. Er zijn vier groepen mensen die onder de radar blijven.

Het betreft mensen die:

- niet op de hoogte zijn. (**Weten**)
- zich schamen (**Durven**)
- geen tijd of vervoer hebben (**Kunnen**)
- niet accepteren dat hulp nodig is. (**Mogen**)

Er is veel informatie en ervaringen verzameld bij voedselbanken in het land.

In deze speciale editie van de MEEdeleler kun je de tussenstand lezen van alle cijfers, ervaringen maar vooral tips.



Deze editie maakt zichtbaar hoe voedselbanken met veel inzet met deze uitdaging bezig zijn. Niet omdat ze willen groeien, maar omdat ze meer mensen willen helpen. Ik wens jullie, mede namens het projectteam, veel inspiratie.

Leo Wijnbelt
Voorzitter Voedselbanken Nederland

Wat kun je per direct al eenvoudig doen? Een Checklist



Een aantal mogelijke drempels kun je zelf al heel eenvoudig weghalen.

Check:

- ✓ Zijn de contactgegevens op de website makkelijk te vinden? Het telefoonnummer en adres? Eventueel een routebeschrijving.
- ✓ Staan de openingstijden voor klanten op de website?
- ✓ Is duidelijk wanneer men een antwoord kan verwachten op een vraag? Is er een voicemail of mailadres?

Inhoudsopgave:

Schaamte en trots grootste barrières	2
Armoede in kaart - een beeld per gemeente	2
NIET WETEN	3
NIET DURVEN	4
NIET KUNNEN	5
NIET MOGEN	6
Overige Tips	6

“Liever een dreigende wachtlijst dan klanten onder de radar”

Joost de Jager, Voedselbank Haaglanden

- ✓ Is de informatie voor klanten uitnodigend geschreven? Is het duidelijk hoe de aanmelding werkt?
- ✓ Blijkt uit de informatie dat er ook rekening wordt gehouden met persoonlijke omstandigheden bij de inkomensstoets?
- ✓ Staat voor laaggeletterden, de voorleeshulp op de website?
- ✓ En is er een link naar de animatiefilm met Steffie, hoewerktdevoedselbank.nl? Speciaal voor de mensen die moeite hebben met lezen?
- ✓ Is de website ook in andere talen beschikbaar? In ieder geval het gedeelte voor (potentiële) klanten?

En dan minder tastbaar maar wel belangrijk:

- ✓ Is het voor klanten duidelijk dat er discreet en respectvol omgegaan met hun voorkeuren?
- ✓ Merken klanten dat men rekening houdt met hun levensstijl en eetgewoontes?

Resultaten onderzoek bij klanten beschikbaar:

Schaamte en trots grootste barrières

Enkele weken geleden startte de werkgroep Onder de Radar een onderzoek met als doel in kaart te brengen welke belemmeringen klanten ervaren bij hun aanmelding bij de voedselbank.

Een enquête is (als pilot) verspreid onder klanten van verschillende voedselbanken in Nederland (Aalsmeer, Amersfoort, Boxtel, Gooi en omstreken, Leiden en Noordwijk). In totaal zijn 244 vragenlijsten ingevuld.

In de enquête werd zowel gevraagd naar de eigen situatie en ervaring als naar ideeën en suggesties om potentiële klanten te bereiken. Schaamte en trots blijken de voornaamste redenen om niet naar de voedselbank te gaan. Ook geeft bijna 40% van de huidige klanten aan één of meerdere personen te kennen die wellicht klant van de voedselbank zou kunnen worden. Voor de volledige resultaten kun je mailen naar diana.vander.linde@voedselbanken-nederland.nl

De voedselbanken bleken blij met de uitkomsten. De komende weken wordt de enquête, op grond van de huidige bevindingen, nog iets verbeterd. Deze komt het eerste kwartaal digitaal beschikbaar voor alle voedselbanken.

Naar aanleiding van de resultaten wordt een flyer gemaakt die bestaande klanten kunnen uitdelen aan bekenden. Het blijkt dat veel klanten, anderen kennen die waarschijnlijk ook in aanmerking komen voor voedselhulp.

“Sommigen spreken over gasten, anderen over klanten. Maar belangrijkste is dat ze centraal staan in ons denken en doen”
Bert Boeschoten, VB Houten

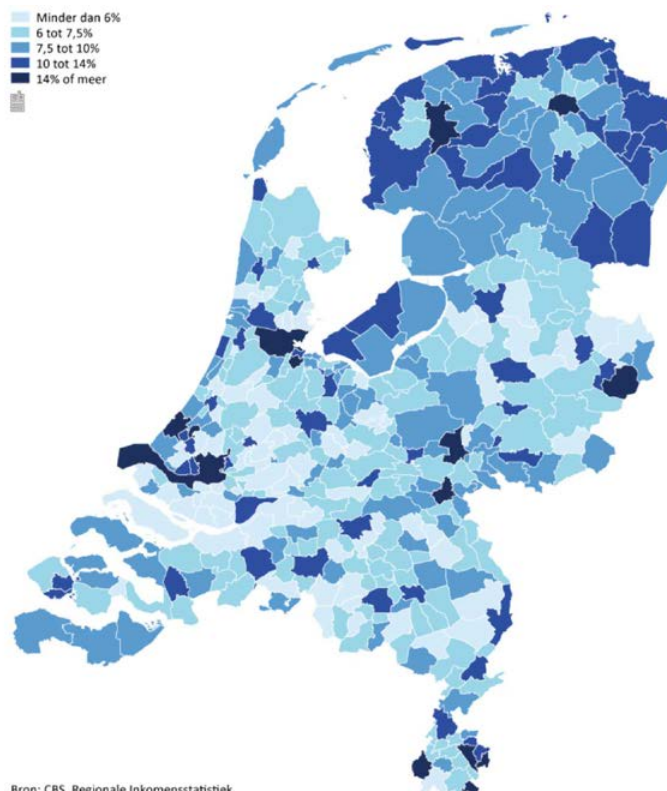
Armoede in kaart - een beeld per gemeente

Armoede in een welvarend land als Nederland lijkt haast onmogelijk. Toch weten we allemaal maar al te goed dat er te veel mensen zijn die in armoede leven. Ondanks dat armoede fors is gedaald tussen 2013 en 2017, is elke persoon in armoede er een te veel.

Mensen met een migratieachtergrond vormen bijna de helft van de volwassen armen. Migranten uit vluchtelingenlanden zijn het vaakst arm, met als koplopers migranten uit Syrië, Somalië en Eritrea. Autochtone Nederlanders lopen het minste armoederisico.

Voedselbanken Nederland werkt aan een landkaart waarin lokale armoedecijfers gekoppeld worden aan het aantal gezinnen dat de voedselbank ter plekke helpt. Deze komt nog dit jaar beschikbaar.

De schattingen van het aantal mensen dat geen gebruik van de voedselbank, terwijl ze er wel voor in aanmerking komen, lopen sterk uiteen. Belangrijker dan de cijfers is om te proberen de mensen te bereiken die nu niet in beeld zijn.



In Nederland heeft Rotterdam het hoogste aandeel arme inwoners, gevolgd door Amsterdam en Den Haag. Dit is logisch te linken aan het feit dat deze steden het grootste aantal uitkeringsontvangers en het grootste aantal inwoners met een niet-westerse migratieachtergrond hebben.

Wil je meer weten over armoede in Nederland en jouw gemeente? Bekijk dan het Armoede in Kaart rapport van de SCP. Hier kun je de precieze getallen vinden, ook per gemeente: <https://digitaal.scp.nl/armoedeinkaart2019/>.



We ontdekten dat er globaal vier groepen mensen onder de radar zijn:

1. Mensen die niet op de hoogte zijn. (Weten)
2. Mensen die zich schamen (Durven)
3. Mensen die geen tijd of vervoer hebben (Kunnen)
4. Mensen die niet accepteren dat hulp nodig is. (Mogen)

NIET WETEN

Sommige mensen weten niet dat de voedselbank bestaat of wat ze kunnen verwachten bij ons. Daar kun je al makkelijk iets aan doen. Hieronder enkele tips van voedselbanken en inzage over beschikbare hulpmiddelen.

Radiocommercial met stem van ambassadeur René Froger beschikbaar

René Froger sprak een prachtig reclamespotje in. Eén van 15 sec met een tag-on (zoals dat heet) van 10 sec.

In de maanden november/december 2019 gaat VB Haaglanden testen via RTV West of we hiermee potentiële klanten kunnen bereiken.

In de radio commercials wordt verwezen naar de website van VB Haaglanden.

Daar wordt gemeten of er extra mensen klikken op de website. De test wordt in januari geëvalueerd. Bij succes zullen we belangstelling van voedselbanken in andere regio's meten. En proberen om ook daar gratis zendtijd te krijgen. De radiocommercials zijn te downloaden via Voedingsbodem>Onder de Radar.

Steffie animatiefilm voor laaggeletterden beschikbaar: Hoe werkt de voedselbank?

Steffie is een bekende animatie in de wereld van de laaggeletterden. Ze heeft diverse websites. Zo legt Steffie op een vriendelijke en laagdrempelige manier uit hoe bv. DIGID werkt. Of de OV chipkaart. En vanaf nu ook hoe de voedselbank werkt. Steffie maakt de klantreis door een voedselbank. Op de website hoewerktdevoedselbank.nl vind je de animatie in de

talen: Nederlands, Engels, Turks, Arabisch en Tigrinya (taal van Eritrea) toegevoegd. Je vindt Steffie ook op de website van Voedselbanken Nederland. Voedselbanken die Steffie willen integreren op hun website kunnen dat aanvragen via beheer@netrex.nl of 0348433886. Een link opnemen kan natuurlijk al heel eenvoudig.



Uitnodiging voor huisartsen, wijkteams gratis te gebruiken

Voedselbank Gooi e.o. informeert actief relaties in het sociale domein over het werk van de voedselbank. Zij doen dit in het kader van de verborgen armoede in de gemeente. Ze beogen daarmee dat

derden meer potentiële klanten doorverwijzen. De conceptbrief die VB Gooi e.o. stuurt is beschikbaar op Voedingsbodem>Onder de Radar.

Open Dagen; laagdrempelig rondkijken voor vrijwilligers en potentiële klanten

Diverse voedselbanken organiseren in de Week van de Voedselbanken, of op een ander moment, een open dag. Uit hun reacties blijkt dat dit op vele wijze succesvol is. Er worden vrijwilligers en donateurs geworven. En erg belangrijk, potentiële klanten kunnen anoniem een kijkje nemen.

VB Hoeksche Waard-billboards en sponsoring lokale voetbalclub

De casus van VB Hoeksche Waard delen we al vaker. Een nieuw bestuur trad aan en veranderde vrijwel alles. Alleen de vrijwilligers bleven hetzelfde. Zij halen elke dag voedsel op bij supermarkten en delen dat uit in de tot winkel verbouwde hal. Veel publiciteit leidde tot een verdubbeling van het klantenaantal en een wachtrij aan vrijwilligers! Overigens spreekt men in Hoeksche Waard niet van klanten, maar van gasten. En als gasten worden de mensen ontvangen.



Op billboards en bij de lokale voetbalclub wordt gewerkt aan de naamsbekendheid en een gastvrij imago. Met dank aan sponsors.



NIET DURVEN

Wat kun je zoal al doen om klanten die niet durven komen, over de drempel te helpen?

Verlagen van de intake drempel: Welkomst- en noodpakket

In de ALV december 2018 is besloten tot een maatregel die we graag nog even uitlichten. Het besluit in het kader van drempelverlaging, was tweeledig. Enerzijds stemde de ALV ermee in om direct voedselhulp te geven als dat gevraagd wordt. Een zogenaamd welkomstpakket. Dit wordt dus al gegeven nog voordat de uitgebreide intake heeft

plaatsgevonden. Veel voedselbanken doen dat ook al.

Anderzijds is besloten dat voedselbanken die de intake hebben uitbesteed aan hulpverleningsinstanties, ook de mogelijkheid bieden dat potentiële klanten zich rechtstreeks bij de voedselbank kunnen melden.

Andere drempelverlagende uitgifte modellen in beeld

Diverse voedselbanken zijn inmiddels overgestapt naar een winkel model voor hun uitgifte. Klanten ervaren het als buitengewoon prettig als ze zelf hun voedsel mogen kiezen en pakken. De persoonlijke aandacht die ze krijgen als ze winkelen samen met een vrijwilliger, vinden ze ook prettig.

En dat vertellen ze rond. Aan hun kennissen en buurtbewoners die wellicht ook in aanmerking komen. Ook de gratis publiciteit die de ombouw tot winkel oplevert in lokale kranten, helpt om de drempels een beetje te verlagen. We zien veel variaties op het winkelconcept in het land:

Grote en kleine winkels

Uit de laatste meting bleek dat ruim dertig voedselbanken werkten met een uitgifte systeem zoals in een supermarkt. Met een compleet winkelconcept of een hybride variant. Er zijn grote voedselbanken die zo werken (bv. Groningen, Arnhem), middel-

grote (Naarden/Bussum, Waalwijk, Leiden) en kleinere (bv. Den Bilt, Hillegom, Zuid-West Drenthe). Op het VB servicecentrum houden we een lijst bij. Laat het ons weten als jouw voedselbank ook over is (of over gaat binnenkort).

Winkelconcept met hybride model; pakket én verswinkel

In Haaglanden wil men graag naar een winkel concept maar dat is daar nog niet eenvoudig. Momenteel zijn er ruim 20 uitgiftepunten. Die kun je niet allemaal ombouwen naar een winkelconcept. Als eerste stap opent de voedselbank nu op één van hun locaties een verswinkel die twee dagen per week open is. Klanten kunnen daar terecht voor verse producten als aanvulling op het wekelijks pakket.



Kies! Sociale Supermarkt trekt met de SRV wagen de wijk in

Kies! Sociale Supermarkt, is een initiatief van o.a. VB Haaglanden. December 2017 trok Kies! de wijk in (Den Haag Zuidwest) met een volledig opgeknapte SRV wagen,

waarin klanten zelf kiezen uit de producten van de voedselbank. Ook kunnen ze in de bus gesprekken met coaches voeren over het maken van en werken aan keuzes in

Een winkelconcept op een uitgiftepunt?



De praktijk bij VB Aalst Waalre

VB Aalst Waalre heeft een vaste locatie voor hun opslag. De uitgifte vindt plaats bij een kerk. De voedselbank ontwikkelde een concept van vrije keuze dat vergelijkbaar is met een winkelconcept. Op de opslag locatie wordt het voedsel gesorteerd in kratjes. Dus alle koffie in 1 krat. En alle peperkoek in een andere krat. Vlees bij vlees etc. De kratten worden in de kerk op tafels neergezet. Klanten mogen, afhankelijk van hun gezinsgrootte, zelf hun producten pakken. Dus, zoals op de foto met het rode kaartje te zien is, 2 peperkoeken voor een 3 persoonshuishouden. Goed bedacht!



hun eigen leven. In 2018 kwamen er 50 nieuwe huishoudens bij, een groei van bijna 25%. Waar de bus eerst op één plek stond, is dat in de loop van 2018 uitgebreid naar drie. Totaal zijn nu 37 vrijwilligers betrokken bij het uitdelen, het serveren van soep en koffie en de coaching.

Kom ik in aanmerking voor voedselhulp? Check zelf online

Diverse voedselbanken publiceren op hun website een rekenmodel. Klanten kunnen online zelf, in alle anonimiteit, checken of ze in aanmerking komen voor voedselhulp. Sommige rekenmodellen zijn 100% waterdicht. De vragen en uitleg zijn exact conform de toelatingscriteria. Veelal hebben klanten een begeleider nodig om de vragen in te vullen. Andere rekenmodellen geven een (grove) indicatie. In alle gevallen is drempelverlaging een belangrijk doel van de rekenhulp. Het moet klanten uitnodigen om op de koffie te komen voor een kennismakingsgesprek. Van VB Breda begrepen wij dat hun rekenmodel succesvol is. Check de websites van VB Alblasterdam, Appingedam-Delfzijl, Breda, Houten, Sneek en Voedselbanken Nederland voor enkele voorbeelden. Heeft jouw voedselbank ook een dergelijke tool? Wij horen het graag via onderderadar@voedselbankennederland.nl



Campagnes om schaamte bespreekbaar te maken: verhalen van klanten

Voedselbanken Nederland deelt op hun sociale media de vaak aangrijpende verhalen van klanten. Professionele storytellers schreven de teksten op vaak aangrijpende wijze. De 'kijkcijfers' tonen aan dat deze verhalen populair zijn en veel worden gelezen. Diverse voedselbanken delen de landelijke verhalen weer via hun eigen sociale media kanalen.

De verhalen kunnen natuurlijk ook gedeeld worden in lokale kranten. Als je ze met enig regelmaat aanlevert, ontstaat een soort campagne. Je vindt alle verhalen op [Voedingsbodem](#)>communicatie. De woordkeus bij campagnes en informatie is van belang. Kies woorden in de trend van: Het kan ons allemaal gebeuren dat door een tegenslag er te weinig inkomsten zijn en dat we een tijdje voedselhulp goed kunnen gebruiken.

Metamorfose VB Apeldoorn

Deze foto stond begin 2018 in de lokale krant van Apeldoorn. Een beeld dat meer voedselbanken zullen herkennen: klanten die in de regen en hitte, uren voor openingstijd, staan te wachten. Binnenkort verdwijnt dit straatbeeld! VB Apeldoorn ondergaat een metamorfose. Hun hal is compleet omgebouwd. Nieuw is een wachtkamer met toiletgroep voor de klanten en een speelhoek voor kinderen. En een koffiecorner voor de gasten. De uitgifte vindt straks plaats via een winkelconcept. Een interieurarchitect dacht gratis mee over de inrichting en koos warme kleuren uit. We gaan de



"Apeldoorn, op een dinsdagmiddag, 15.15 uur. Een rij voor de voedselbank."

casestudy met foto's nog uitgebreid delen! Op 30 november wordt de verbouwde voedselbank heropend.

Vergroot het netwerk

We ontvingen al veelvuldig de tip om het netwerk lokaal te vergroten. Zowel sociale wijkteams, Vluchtelingenwerk, schuldhulpmaatjes en andere vrijwilligersorganisaties, kennen de 'verborgen armoede'. En ook de gemeente. Contact opnemen met deze organisaties kan je vaak op het spoor zetten van nieuwe klanten.

NIET KUNNEN

Sommige mensen kunnen gewoon niet komen. Omdat ze niet over vervoer beschikken. Of omdat onze openingstijden hen niet passen. In deze rubriek beschrijven we hoe enkele collega's in het land dit aanpakken.

Thuisbezorgd

Hoe ga je om met klanten die fysiek niet in staat zijn om naar de voedselbank te komen. VB Leiden bezorgt bij een beperkt aantal klanten aan huis. VB Voorschoten bezorgt elke week het voedsel bij alle klanten.

Dromen over de ideale voedselbank

In een creatieve sessie met bureau Schuttealer en Partners droomden wij hardop over de ideale voedselbank.

Onze droom :

Voedselbank 2.0 is een plek waar iedereen zich welkom voelt.

Dat is prettig boodschappen doen. Maar je krijgt meer mee naar huis dan je boodschappen.

Want we helpen je verder in een tijd dat het moeilijk is.

Als een one-stop-shop staan wij midden in de samenleving.

Zodat jij dat straks ook kan.

De complete presentatie (droom) vind je op [Voedingsbodem](#)> bestuur.

Verruimde openingstijden en avondopening

Klanten die betaald werk hebben, zullen niet snel vermoeden dat ze in aanmerking komen. Als ze dat uitgevogeld hebben, kunnen onze beperkte openingsdrempels een barrière zijn om te komen. Van VB Zaanstreek en VB Amersfoort weten wij dat ze ook een avond in de week open zijn. Vele andere voedselbanken onderzoeken of ze meer dagen per week de uitgifte kunnen verzorgen. VB Groningen is zes dagen per week open en heeft daarmee, voor zover bij ons bekend, het record.

NIET MOGEN

We hebben nog geen voorbeelden gezien die het aspect "Niet mogen" adresseren. Wat doe je als een potentiële klant niet naar de voedselbank mag? Van zijn of haar partner of familie? Heeft jouw voedselbank hier ervaring mee? Laat het ons weten via onderderadar@voedselbankennederland.nl.

Overige Tips

Ga je veranderen? Doe een nulmeting

Is jouw voedselbank van plan een verandering door te voeren in het kader van Onder de Radar? Dan is het fijn om later het effect te kunnen meten. Ons advies is om een nulmeting te houden en bestaande kerncijfers vast te leggen. Als de website een belangrijke rol speelt bij de verandering, kun je via google analytics meten of er meer bezoek komt op de website. Leg de 'huidige situatie' dus altijd zo goed mogelijk vast.



"Het is belangrijk om gedoseerd te groeien"

Noor Tania, VB Naarden Bussum

Verhalen en Filmpjes bijzonder effectief

Verhalen en filmpjes kunnen op allerlei manieren en voor allerlei doelgroepen worden ingezet.

- **Mooie oproep bij KRO NCRV- voor het netwerk**

Wat een mooi filmpje kwam er langs bij KRO NCRV. Deze bestuurder van een voedselbank verwoordt fraai wat het project Onder de Radar inhoudt. Delen mag! <https://www.facebook.com/voedselbanken-nederland/videos/528689870943250/>

- **Promofilm VB Alblasserdam – voor potentiële klanten**

"Je hoeft maar een paar afslagen te missen en je zit in de problemen. Denk aan ontslag, scheiding, ziekte. Het kan iedereen overkomen." Dat is het begin van de promofilm gemaakt voor VB Alblasserdam door Leonard van der Kuijl. Een promofilm? Ja! Want de voedselbank wil dat iedereen die hun hulp goed kan gebruiken, contact met hen opneemt. Klik hier voor het fraaie filmpje.

Ook andere organisaties zijn op zoek

Er hangt ook schaamte rondom thema's als schulden, armoede en laaggeletterdheid. Wat kunnen we leren van organisaties op zoek naar zorgmijders? Wellicht

kun je lokaal in contact met organisaties die ook op zoek zijn naar 'onze' klanten. Samen kom je vaak verder.



Tot slot:

De projectgroep Onder de Radar blijft graag op de hoogte van lokale initiatieven en effecten in het kader van dit project. Wij komen graag langs om de cases te horen

en zien, om ze later te kunnen delen met collega's. Mail ons jouw verhaal op: onderderadar@voedselbankennederland.nl

Colofon

Deze MeeDeler Special is een uitgave van Voedselbanken Nederland. Eindredactie: Pien de Ruig Vormgeving: Walter Luykenaar Met dank aan: bestuursleden Voedselbanken Nederland, Projectteam Onder de Radar en vele andere vrijwilligers bij de voedselbanken.

© Vereniging Voedselbanken Nederland Meidoornkade 19, 3992 AG Houten E-mail: welkom@voedselbankennederland.nl www.voedselbankennederland.nl

Overname van artikelen in andere publicaties is toegestaan. Vermelding van Voedselbanken Nederland als bron wordt daarbij op prijs gesteld.



LinkedIn