

7 Juli 2023

Inzichten interviews Voedselbank x Deloitte

Deloitte.



Inzichten interviews lokale voedselbanken

Om dit document op te stellen zijn verschillende voedselbanken benaderd en geïnterviewd. In deze interviews is geprobeerd de successen en de zorgen van de voedselbanken te achterhalen en vooral te kijken wat de achterliggende drijvers zijn voor deze resultaten. Drie thema's waren door de gesprekken heen overkoepelend.

Samenwerking en relaties met lokale gemeenschappen en leveranciers



Vrijwilligers en organisatiestructuur



Financiële situatie en voedselvoorziening



Successen en zorgen

Thema

Samenwerking en relaties met lokale gemeenschappen en leveranciers



Successen

1. Sterke banden met lokale kerken en scholen voor donaties, eminentie en uitgiftepunten
2. Goede structurele samenwerking met **lokale winkeliers, boeren en voedselproducenten** door dichtbij hen te staan, vaak langs te gaan en met hen mee te denken. Ook door wanneer voedsel ingekocht wordt dit te doen bij de lokale donateurs
3. Connectie met **lokale krant/gemeenschapsblad** om donateurs te bedanken
4. Focus op **relatiebeheer met leveranciers** door goed om te gaan met hun producten en merken
5. **Inzicht geven in gedoneerd voedsel** en bedanken van donateurs aan het eind van het jaar zorgt voor een vertrouwensband
6. Voedsel **meteen halen wanneer het beschikbaar** is
7. Bestuursleden hebben een **breed netwerk** om actief in te zetten
8. De kracht van een kleine gemeenschap, **zorgen voor elkaar**
9. **Transparantie en professionaliteit** is in de vrijwilligerskringen ondergewaardeerd

Zorgen

1. Moeilijkheden bij het bereiken van potentiële begunstigden vanwege schaamte en of onwetendheid, kleine gemeenschappen hebben meer last van het feit dat anonimiteit niet te waarborgen is
2. Krijgen soms te weinig gezonde voeding via het distributiecentrum
3. Vermindering van beschikbaar voedselaanbod door "Too good to go" initiatieven
4. Vinden van een locatie die groot genoeg is

Ideeën om Samenwerking en relaties met lokale gemeenschappen en leveranciers te bevorderen

- **Organiseer regelmatige bezoeken** aan lokale boerderijen/voedselverwerkers om een persoonlijke band op te bouwen met voedselproducenten, de praktijk te begrijpen en te leren over de uitdagingen waarmee ze geconfronteerd worden.
- **Aanwezigheid op boerenmarkten:** Een stand of kraam opzetten op lokale boerenmarkten om de missie van de voedselbank te promoten, de gemeenschap voor te lichten over voedselonzeekerheid en relaties op te bouwen met boeren en verkopers.
- **Evenementen ter waardering van voedselproducenten:** Organiseer evenementen om lokale voedselproducenten te waarderen, zoals boerenontbijten, waarderingsdiners of prijsuitreikingen om hun bijdragen aan te erkennen.
- **Voedselbank netwerk:** Organiseer (samen met Deloitte) workshops en samenkomsten voor voedselproducenten over onderwerpen als voedselveiligheid, verpakking, marketing of duurzame landbouwpraktijken, om waardevolle kennis en ondersteuning te bieden.
- **Leveranciers uitlichten:** Zet elke maand een andere lokale voedselproducent in de schijnwerpers op de website, nieuwsbrief of sociale mediaplatforms van de voedselbank. Doe dit wel in overleg met de leverancier, omdat deze dit wel moet willen.
- **Feedback- en evaluatiesessies:** Verzamel regelmatig feedback van voedselproducenten over hun ervaringen met het werken met de voedselbank, en gebruik die feedback om processen te verbeteren, problemen aan te pakken en relaties te versterken. En geef andersom een quantitative terugkoppeling met het aantal gezinnen geholpen of het aantal geleverde producten.
- **Bezoek lokale kerken en gebedshuizen:** Geloofsgemeenschappen voelen zich vaak 'verplicht' betrokken bij hen die het goed kunnen gebruiken.
- **Lokaal bijkopen als er wordt bijgekocht:** Als er eten wordt bijgekocht probeer dit dan zoveel mogelijk te doen bij hen die eerder donaties leverden
- **Haal eten op wanneer het beschikbaar is, zelfs als je het niet kan gebruiken:** Wel met een afweging van kosten en moeite, maar het kan voor een leverancier fijn zijn om voor zijn of haar overblijfselen constant op de voedselbank te kunnen rekenen, spreek anders met voedselbanken in de buurt af om samen leveranciers te benaderen/ of te delen wanneer het zelf niet te verwerken is.
- **Lokale lange termijn relaties zijn belangrijk:** 'Koude' acquisitie lijkt een stuk moeilijker/ minder vaak plaats te vinden. Nauwe banden op lokaal niveau is succesvol.

Ideeën om Samenwerking en relaties met lokale gemeenschappen en leveranciers te bevorderen

- **Organiseer regelmatige bezoeken** aan lokale boerderijen/ voedselverwerkers om een persoonlijke band op te bouwen met voedselproducenten, de praktijk te begrijpen en te leren over de uitdagingen waarmee ze geconfronteerd worden.
 - **Feedback- en evaluatiesessies:** Verzamel regelmatig feedback van voedselproducenten over hun ervaringen met het werken met de voedselbank, en gebruik die feedback om processen te verbeteren, problemen aan te pakken en relaties te versterken. En geef andersom een quantitative terugkoppeling met het aantal gezinnen geholpen of het aantal geleverde producten.
 - **Haal eten op wanneer het beschikbaar is, zelfs als je het niet kan gebruiken:** Wel met een afweging van kosten en moeite, maar het kan voor een leverancier fijn zijn om voor zijn of haar overblijfselen constant op de voedselbank te kunnen rekenen, spreek anders met voedselbanken in de buurt af om samen leveranciers te benaderen/ of te delen wanneer het zelf niet te verwerken is.
-
- **Aanwezigheid op boerenmarkten:** Een stand of kraam opzetten op lokale boerenmarkten om de missie van de voedselbank te promoten, de gemeenschap voor te lichten over voedselonzeekerheid en relaties op te bouwen met boeren en verkopers.
 - **Leveranciers uitlichten:** Zet elke maand een andere lokale voedselproducent in de schijnwerpers op de website, nieuwsbrief of sociale mediaplatforms van de voedselbank. Doe dit wel in overleg met de leverancier, omdat deze dit wel moet willen.
 - **Bezoek lokale kerken en gebedshuizen:** Geloofsgemeenschappen voelen zich vaak 'verplicht' betrokken bij hen die het goed kunnen gebruiken.
 - **Lokaal bijkopen als er wordt bijgekocht:** Als er eten wordt bijgekocht probeer dit dan zoveel mogelijk te doen bij hen die eerder donaties leverden
 - **Lokale lange termijn relaties zijn belangrijk:** 'Koude' acquisitie lijkt een stuk moeilijker/ minder vaak plaats te vinden. Nauwe banden
-
- **Evenementen ter waardering van voedselproducenten:** Organiseer evenementen om lokale voedselproducenten te waarderen, zoals boerenontbijten, waarderingsdiners of prijsuitreikingen om hun bijdragen aan te erkennen.
 - **Voedselbank netwerk:** Organiseer (samen met Deloitte) workshops en samenkomsten voor voedselproducenten over onderwerpen als voedselveiligheid, verpakking, marketing of duurzame landbouwpraktijken, om waardevolle kennis en ondersteuning te bieden.

Successen en zorgen

Thema

Vrijwilligers en organisatiestructuur



Successen

1. Over het algemeen zijn er bij kleine voedselbanken ruim voldoende vrijwilligers dit komt door:
 1. **Positieve werkomgeving** die vrijwilligers aantrekt en behoudt
 2. **Professionalisering van de vrijwilligersorganisatie** zorgt voor een efficiënte organisatiestructuur en duidelijke taakverdeling
 3. **Bedanken van vrijwilligers** en leveranciers voor hun bijdrage
2. Belangrijk om alle vrijwilligers gelijk te behandelen

Zorgen

1. Vinden van vervanging voor sleutelrollen, gaat meestal via de direct kringen van huidige medewerkers die niet onuitputtelijk zijn
2. Behoeft aan jonge mensen om in het bestuur te groeien

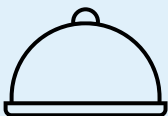
Ideeën om (jonge) vrijwilligers aan te trekken

- **Nadruk leggen op de unieke aspecten:** Leg nadruk op de impact die zij kunnen maken en de lonende ervaring van vrijwilligerswerk bij de voedselbank. Houdt daarbij rekening met de behoefte van een jong iemand, flexibiliteit en bijvoorbeeld seizoensgebonden werk (zomervakanties etc.). Denk erover na om (in samenwerking met Deloitte) workshops of trainingen aan te bieden die speciaal bedoeld zijn voor jonge vrijwilligers, gericht op onderwerpen als leiderschap, communicatie, het plannen van evenementen, voedsel en fondsenwerving en onderstreep daarbij de mogelijkheden voor het op doen van kennis in de breedte die de organisatie biedt.
 - **Interactief educatief materiaal:** Boeiend educatief materiaal ontwikkelen, zoals infografieken, video's of podcasts, dat ingaat op voedselonzeekerheid en de rol van vrijwilligers.
- **Maak duidelijke taakomschrijvingen** voor de opdrachten die moeten worden uitgevoerd en geef de medewerkers verantwoordelijkheid, maar sta ook zowel op lokaal als nationaal niveau open voor niet operationele hulp. Pas het aanbod van taken ook aan op de behoeften van mensen (flexibel of bijvoorbeeld vanuit huis).
 - **Evaluatie van iemands functioneren** is ook bij een vrijwilligersorganisatie welkom. Werknemers kunnen hiervan en de meest geschikte plek vinden
- **Jongeren betrekken:** Creëer stageplaatsen voor jonge vrijwilligers die geïnteresseerd zijn in een carrière in sociaal werk, non-profit management of gemeenschapsontwikkeling, zodat ze waardevolle ervaring en mentorschap kunnen opdoen. Werk samen met (hoge) scholen en universiteiten om bijvoorbeeld vrijwilligersacties, bewustwordingscampagnes en presentaties in klassen te organiseren Ook zou een jongerenambassadeursprogramma kunnen worden opgezet waarin jonge vrijwilligers als ambassadeurs voor de voedselbank optreden en hun verhalen en ervaringen delen via schoolbezoeken, gemeenschapsevenementen en online platforms.
 - Zoek contact met jongerenorganisaties, clubs en verenigingen, zoals scouts, of groepen die zich inzetten voor jongeren, om partnerschappen aan te gaan die hun leden aanmoedigen om vrijwilligerswerk te doen bij de voedselbank.
 - **Peer-to-peer werving:** Moedig huidige jonge vrijwilligers aan om hun vrienden en leeftijdsgenoten mee te nemen als vrijwilliger door een doorverwijzingsprogramma te implementeren dat zowel de bestaande vrijwilliger als de nieuw geworven vrijwilliger belooft.
- **Vrijwilligersuitwisselingsprogramma's:** Samenwerkingsverbanden aangaan met andere voedselbanken of non-profitorganisaties in verschillende regio's om vrijwilligers die daarvoor beschikbaar zijn flexibel in te zetten.
 - **Organiseer teamuitjes en evenementen** om de band tussen het team te versterken

Successen en zorgen

Thema

Financiële situatie en voedselvoorziening



Successen

1. Financiële stabiliteit door donaties en subsidies (bv. Gemeentelijke steun en structurele ondersteuning door met name kerkgemeenschappen)
2. Tegen landelijk beleid in vullen lokale voedselbanken hun aanbod **aan met gekocht voedsel**. *'Leveranciers waarderen het als we kopen, waardoor we ook meer krijgen'*
3. Voldoende voedselvoorziening door lokale inzameling en donaties (bv. karretjes bij supermarkten)
4. Overvloed van voedsel wordt geruild of gedoneerd aan voedselbanken in de buurt
5. Opzetten van **voedseltuinen** voor structurele voedselvoorziening

Zorgen

1. Afname van donaties in de loop van de tijd
2. Niet voldoende voedselaanbod
3. Moeilijkheden met het verkrijgen van verse producten
4. Zorgen over het behoud van voldoende financiën en betrokkenheid van vrijwilligers
5. Als er te veel geld wordt opgehaald krijgen we bepaalde subsidies niet meer

Ideeën om extra financiën te verwerven

- **Vrijwilligersprogramma's voor bedrijven:** Moedig bedrijven aan om vrijwilligersevenementen bij de voedselbank te organiseren, waarbij een financiële bijdrage wordt gekoppeld aan het aantal deelnemende werknemers of het aantal vrijwilligersuren.
 - **Samenwerkingsverbanden met de gemeenschap:** Werk samen met lokale maatschappelijke organisaties, kerken of groepen om fondsenwervende evenementen, liefdadigheidsacties of gezamenlijke campagnes te organiseren om geld in te zamelen voor de voedselbank.
 - **Sponsoring door bedrijven:** Zoek partnerschappen met lokale bedrijven en ondernemingen die aansluiten bij de missie van de voedselbank en moedig hen aan om financiële steun te verlenen via sponsoring, donaties of matchingprogramma's voor werknemers. Bied bedrijven verschillende sponsormogelijkheden, zoals het sponsoren van specifieke programma's, evenementen of campagnes, zodat ze zichtbaarheid en erkenning krijgen in ruil voor hun financiële steun. Moedig werknemers van bedrijven en organisaties aan om deel te nemen aan campagnes waarbij ze regelmatig hun salaris kunnen inhouden of een eenmalige donatie kunnen doen om de voedselbank te steunen.
 - **Cause marketing-partnerschappen:** Werk samen met bedrijven of merken die bereid zijn een deel van hun omzet of winst aan de voedselbank te doneren en creëer zo voor beide partijen voordelige marketingcampagnes.
-
- **Altijd aanschrijven van subsidies:** Neem toegewijde schakel vrijwilligers met expertise in het schrijven van subsidies in om financieringsmogelijkheden na te streven bij stichtingen, overheidsinstellingen en filantropische organisaties. Houdt een constante vraag om subsidies in stand om te voorkomen, dat het potje ophoudt te bestaan
-
- **Donateurbeheer en -behoud:** Prioriteit geven aan inspanningen op het gebied van donateurbeheer, ervoor zorgen dat donoren regelmatig updates, persoonlijke dankbetuigingen en erkenning voor hun bijdragen ontvangen om langdurige relaties te cultiveren en herhalingsdonaties te bevorderen.
-
- **Voedseltuinen:** Probeer samenwerkingen te verzinnen met mensen die kennis hebben over het verbouwen van voedsel en daarbij zich willen inzetten voor de zorg / coördinatie van het werk in de tuin.