

NIEUW MODEL VOOR DE VOEDSELBANK UTRECHT

Onderzoek en eerste
conclusies

Juni 2024

Sparkle
Retail Development

DE OPDRACHT VOOR VOEDSELBANK

Stap 1

Begrijpen & analyseren
Projectplan en commitment

Vaststellen huidige werkwijze / processen / kennisniveaus.
Inventarisatie beschikbare informatie, klant / kanaal profielen en data (intern/extern).
Definitie succes.

Onderzoek, oa:

- Interviews
- Deskanalyse
- Voedselbank Nederland
- Voedselbank Utrecht
- Bezoek voorbeelden
- Dag meewerken

Rapportage en advies: document en presentatie.

Stap 2

Ontwikkelen nieuw model.
Gedeelde taal, visie en werkwijze nieuwe model bepalen.

Bepaling beleid & bouwstenen.
Ontwikkeling operationeel model.
Ontwikkeling financieel model.
Keuze business case.

Commitment op de gemaakte keuzes voor het winkelconcept voor Voedselbank Utrecht.

Stap 3

Ontwerp en test.
Uitwerken en detailleren van het nieuwe model.

Vertaling beleid en model naar ontwerp:

- Schets ontwerp
- Voorlopig ontwerp
- Definitief ontwerp
- Technisch ontwerp
- Bouw en testen

Stap 4

Evaluatie & uitrol.
Presenteren, trainen, borgen.

Evaluatie cyclus
Aanpassingen
Uitwerking en vastlegging
Trainen van het team in de nieuwe werkwijze en toepassing in de praktijk.
Implementatie-plan

➤ **GO Project plan en kader**

➤ **GO beleid nieuwe model**

➤ **GO Ontwerp en Pilot**

➤ **Go Evaluatie & uitrol**

BEVINDINGEN EN CONCLUSIES

Bij de start van het onderzoek is allereerst een uitgebreid interview afgenomen met Jan Zwarts. Jan heeft nogmaals zijn doel gedeeld en veel achtergrondinformatie gegeven over de Voedselbank Utrecht en Voedselbanken in het algemeen.

Een van de conclusies was dat een bezoek aan Voedselbank Rotterdam en een interview met Susan Vermunt en een bezoek aan Voedselbank Haaglanden en een interview met Lian Kaat goed inzicht zouden geven op de ontwikkeling op gebied van winkels van de Voedselbank.

In het uiteindelijke rapport wordt van beide bezoeken en interviews een uitgebreid verslag opgenomen. De eerste conclusie op basis van de bezoeken en interviews is dat voor het concept “winkel voor de Voedselbank” reeds een schaalbaar model is ontwikkeld en getest, dat als basis kan dienen voor Voedselbanken die nog niet werken met winkels.

Schaalbaar betekent: het concept werkt en kan worden uitgerold. Dat betekent niet dat de bezochte voorbeelden niet verder ontwikkeld kunnen worden.

Een van de zaken die opvielen bij de interviews, winkelbezoeken en onderzoek o.a. via internet, is dat elke lokale Voedselbank deels vanuit eigen kracht en vooral eigen inzichten en overtuiging een invulling geeft aan het winkelconcept. Van elkaar leren, maar ook kijken hoe het concept in de eigen situatie toegepast kan worden. Er is geen uniforme aanpak, wat ook niet het doel is. De vraag is wel of elke lokale invulling van het winkelconcept even goed werkt. Het risico is dat elke Voedselbank het wiel weer opnieuw uitvindt en onvoldoende gebruik maakt van de learnings die elders zijn opgedaan.

CONCLUSIES

Onderstaand volgen de conclusies en inzichten t.a.v. een winkelconcept in vergelijking met uitgiftepunten.

De belangrijkste conclusies en inzichten

- Deelnemers kiezen zelf uit het aanbod, zelf kiezen uit het aanbod is menswaardig.
- Het aantal uitgiftepunten daalt, voor elk te openen winkelpunt wordt een groter aantal uitgiftepunten gesloten.
- Logistiek wordt eenvoudiger. Minder ritten naar minder punten.
- Een belangrijk deel van het vrijwilligerswerk op het DC vervalt. Kratten worden niet meer centraal samengesteld.
- Het runnen van een winkelconcept is aanzienlijk complexer dan het runnen van uitgiftepunten.
- Uitgiftepunten zijn elke week beperkt open, bijv. 4 uur per week, met een kleiner vrijwilligersteam.
- Winkels hebben een langere openingstijd, meerdere dagen per week, met een groter vrijwilligersteam.
- Bij uitgifte d.m.v. kratten mogen bij levensmiddelen geen non-food producten worden toegevoegd (warenwet). In een winkelconcept kunnen non-food producten eenvoudig worden toegevoegd aan het assortiment, in aparte presentaties.

Conclusies en inzichten per onderwerp

Deelnemers:

- Het selectieproces voor deelname aan het programma valt buiten de scope van dit onderzoek. De voorwaarde om deelnemer te worden en gebruik te kunnen maken van de diensten van de Voedselbank zijn gelijk bij uitgiftepunten en winkels.
- Voor de meeste deelnemers zal de verandering van uitgiftepunt naar winkelconcept betekenen dat zij verder moeten reizen om bij de winkel te komen. Uit de interviews is niet gebleken dat dit in de praktijk tot problemen leidt.
- Uitgiftepunten zijn beperkt geopend. Winkels zijn per week langer geopend. Hoewel winkels slottijden hanteren voor winkelbezoek wordt hier flexibel mee omgegaan.
- Doordat deelnemers als klant in de winkel het aanbod kunnen afstemmen op eigen behoefte en voorkeur kan gesteld worden dat klanten beter in hun eigen behoefte worden voorzien.
- Doordat deelnemers in een winkel geen producten zullen kiezen die zij thuis toch niet gebruiken daalt de verborgen verspilling bij deelnemers thuis.
- Een aantal deelnemers neemt minder mee dan feitelijk is toegestaan – zij hebben voldoende aan het pakket dat zij zelf kiezen.

CONCLUSIES

- In opdracht van Voedselbank Rotterdam heeft de Universiteit Wageningen onderzoek gedaan de beleving en waardering van winkelconcepten voor de Voedselbank. Volgens de geïnterviewden kwam hier een positief beeld uit. (Wij hebben geen inzicht gehad in het rapport.)

Goederenstroom

- Er is geen verschil tussen een winkelconcept en de uitgifte van kratten op gebied van inzameling van goederen - tot en met het ontvangst en registratie van de producten op het lokale DC/ verzamelpunt. Op een van de volgende pagina's is de stroom van goederen weergegeven.
- Belangrijk verschil is de goederenstroom vanaf het lokale DC richting uitgiftepunten/ winkels.
Bij verdeling door middel van kratten worden de producten op het lokale DC/ verzamelpunt door vrijwilligers verwerkt en verdeeld in kratten.
Bij de verdeling door middel van een winkelconcept worden de goederen herverdeeld op ladingdragers waarbij een goede verdeling in goederen tussen de winkels wordt beoogd. De goederen gaan vervolgens naar de winkels om vervolgens uitgesteld te worden.

Fondsenwerving

- Belang van fondsenwerving neemt toe. Uitgiftepunten zijn beperkt open, gewoonlijk op locaties die om niet gebruikt kunnen worden (buurthuizen, kerken).
- Een winkelconcept heeft meer ruimte nodig, is meer dagen en meer uren per week geopend. In de meeste gevallen zal hiervoor een ruimte gehuurd moeten worden, al dan niet met subsidie van gemeente.
- Naast de huur moeten ook fondsen beschikbaar komen voor inrichting, onderhoud en nutsvoorzieningen.

Uitgiftepunten

- Uitgiftepunten vormen efficiënte punten voor de uitgifte van producten. In korte tijd wordt door een kleine groep vrijwilligers een grote groep deelnemers geholpen.
- Voor een vergelijkbare groep deelnemers moet een winkel meer uren open zijn. Een winkel kan met oog op begeleiding en toezicht per uur minder deelnemers bedienen dan een uitgiftepunt.
- Uitgiftepunten verschillen aanmerkelijk onder elkaar in benadering van het verdelen en klaarzetten van producten voor deelnemers.

Winkelconcept

- Elke Voedselbank-winkel vervangt meerdere uitgiftepunten.
- Een winkel kan per uur een maximaal aantal klanten ontvangen – aantal afhankelijk van grootte en inrichting van de winkel.

CONCLUSIES

- Per uur kan een winkelconcept aanzienlijk minder klanten ontvangen dan bij uitgifte van kratten door een uitgifte-punt.
- Toezicht is nodig – deelnemers gaan aan het einde van het winkelbezoek langs een controlepunt, vergelijkbaar met een check-out. Hier wordt gecontroleerd of de deelnemers binnen hun puntenbudget blijven.
- Een winkel heeft een entreezone gecombineerd met een uitgangszone en een winkelgedeelte. Klanten worden toegelaten tot het winkelgedeelte om producten te verzamelen en worden geacht om na de controle het winkelgedeelte weer te verlaten.
- Een winkelconcept vereist een eenvoudig en helder systeem voor het toekennen van een “puntenbudget” aan de hand waarvan deelnemers zelf kunnen kiezen uit het aanbod.
- Toezicht op het verzamelen van boodschappen is nodig, voor hulp en voor het voorkomen van misbruik.
- Klanten moeten wegwijs gemaakt worden als zij gebruik maken van het winkelconcept. Vrijwilligers op de winkelvloer zijn nodig om klanten te helpen bij het boodschappen doen.
- Toename van complexiteit t.a.v. handhaving warenwet. Navolging van warenwet-eisen vindt bij de uitgifte van kratten plaats in het lokale DC. Bij een winkelconcept zijn de warenwet-eisen ook van toepassing op het omgaan met goederen in de winkels.
- Belangrijkste succesfactoren voor het slagen van een winkelconcept:
 - Goed bereikbare locatie.
 - Locatie geschikt voor het runnen van een winkelconcept.
 - Een geschikt winkel-operatiemodel: wie doet wat wanneer hoe.
 - Een winkelmanager die de winkel-operatie kan aansturen.
 - Voldoende vrijwilligers.
- Inrichting en voorzieningen benodigd voor het slagen van een winkelconcept (minimaal):
 - Ontvangstpunt: aanmelden en controle van deelname en tijdslot.
 - Plek om zelf meegebrachte tassen/ trolleys te plaatsen.
 - Manden voor het verzamelen van producten door klanten.
 - Ruimte om aangevoerde producten bij aankomst op te slaan (kan winkel zelf zijn, mits voldoende ruimte).
 - Een entree en uitgang van de winkel. Deelnemers worden tot het winkeldeel toegelaten na de check op deelname/ tijdslot en verlaten de ruimte na controle door een vrijwilliger.
 - Communicatie van richtlijnen voor klanten.
 - Stellingen om producten op te presenteren.
 - Gekoelde opslag (gekoelde voorraad magazijn).
 - Koeling(en) voor presenteren van gekoelde producten.
 - Diepvries voor presenteren van diepvriesproducten.
 - Plek voor controle van verzamelde producten “check-out”.
- Aanvullende inrichting en voorzieningen:
 - Punt met koffie en thee (buiten het feitelijke winkelgedeelte) is een welkome en passende voorziening (voor sociale contacten en wachten voordat de winkel betreden mag worden.)

CONCLUSIES

- Stoelen, tafels, zitgelegenheid (buiten het feitelijke winkelgedeelte) – ook geschikt voor gesprekken met vrijwilligers/ organisaties die deelnemers op andere wijze ondersteunen.
- Plek voor kinderen om zich te vermaken – kinderen mogen de feitelijke winkel niet in.

Geschikte ruimte

Onderstaande een aantal minimale eisen.

- Ruimte heeft een winkel en een niet winkelgedeelte
- Het winkelgedeelte bestaat uit de feitelijke winkel en magazijn en eventueel een kantoor/ pauzeruimte voor vrijwilligers.
- Het niet winkelgedeelte is bedoeld voor ontvangst, controle en evt als wachtruimte voor deelnemers.
- Ruimte is afsluitbaar.
- Ruimte is in beheer bij de Voedselbank.
- Ruimte is hoog genoeg, goed verlicht, daglicht heeft altijd voorkeur.
- Ruimte heeft een zichtbare entree, bij voorkeur een eigen entree of een duidelijke entree vanuit een gedeelde ruimte (zoals VB Overvecht).
- Afmeting is sterk afhankelijk van het aantal deelnemers dat bediend gaat worden. Om een goede uitstalling te kunnen maken van goederen lijkt een ruimte van ca 60m² voor het winkelgedeelte een ondergrens (ook afhankelijk van verhouding wand/ vloer).
- Gladde vloer geschikt voor belasting met rolcontainers.

- Klimaatbeheersing, geschikt om temperatuur binnen redelijke grenzen te houden: niet te koud (voldoende aangenaam voor vrijwilligers en deelnemers) niet te warm: te warm voor vrijwilligers en deelnemers, bederf/ smelten etc van producten.

Vrijwilligers

- Vrijwilligers zijn, net zoals voor de bestaande uitgiftepunten van essentieel belang voor het reilen en zeilen van de Voedselbank. De werkzaamheden van vrijwilligers rond de uitgifte van producten verandert sterk. Bij een situatie van een uitgiftepunt zoals vergelijkbaar met Rotterdam en Den Haag is feitelijk geen sprake meer van het overhandigen van producten door vrijwilligers aan deelnemers. In een volledig winkelconcept kiezen en pakken deelnemers zelf.
- De rol van het runnen van een winkelpunt dat meerdere dagen in de week open is, is complexer en vergt meer en andere vaardigheden van een coördinator.
- Ervaring leert dat bij de overgang van uitgifte naar winkel vrijwilligers stoppen en nieuwe vrijwilligers geworven moeten worden. In sommige gevallen zijn hele teams van uitgiftepunten gestopt en moest de werving van nul af aan beginnen voor het nieuw te openen winkelpunt.
- Vrijwilligers meenemen in de gedachtevorming en besluitvorming van de transitie van uitgiftepunt naar winkelconcept is essentieel.

CONCLUSIES

Verspilling achter de voordeur

- Door producten zelf te kiezen uit het bredere aanbod mag verwacht worden dat deelnemers hun keuze beter kunnen aanpassen op hun behoefte dan bij voorgesorteerde kratten. Dit hangt overigens af van de exacte wijze van uitgifte van goederen. In het model dat in Kanaleneiland wordt gehanteerd kiezen deelnemers een of twee kratten uit meerdere kratten en deselecteren uit het aanbod in een krat producten die niet passen of niet gewenst zijn. Voor de grootste gezinnen worden tassen klaargezet, zij maken geen voorkeuze uit het aanbod in kratten.
- Voor verse producten geldt dit minder omdat ook bij de traditionele uitgifte deelnemers een geholpen keuze kunnen maken uit het aanbod.

Aanvullende voorzieningen

- Vanuit het functioneren van een winkelconcept geredeneerd vormen aanvullende voorzieningen geen noodzakelijke voorwaarde voor het slagen van de winkel.
- Vanuit het oogpunt van de deelnemers is een aanbod van laagdrempelig bereikbare hulp van andere instantie een uitkomst. Deelnemers van de voedselbank hebben vaak ook andere hulp nodig om grip op hun persoonlijke situatie te krijgen, zoals hulp richting betaald werk.

- Verschillende voorbeelden van winkels van de Voedselbank hebben hier een verschillende oplossing voor. Van een open, gedeelde ruimte met tafels en stoelen, waar deelnemers in gesprek kunnen gaan met vertegenwoordigers van hulpinstanties, tot een “hulp-verzamellocatie” waar diverse organisaties gevestigd zijn en brede maatschappelijke en geestelijke hulp geboden wordt. NOA in Utrecht is hier een mooi voorbeeld van.
- Het delen van een ruimte of aanhaken op aanvullende voorzieningen kan wellicht het verkrijgen van een geschikte ruimte makkelijker maken en/ of het beheer van de winkel beheersbaarder maken.

Sturen op gezonder assortiment

- Uit de gesprekken is gebleken dat er verschillende opvattingen zijn met betrekking tot het sturen van aanbod van goederen en/ of keuze van goederen door deelnemers met het oog op een gezond voedingspatroon.
- Zowel bij de traditionele uitgiftepunten als bij een winkelconcept kan een Voedselbank de keuze maken om bepaalde “ongewenste” goederen niet aan te bieden.
- Een puntensysteem en spelregels rond het puntensysteem kan bijdragen tot het maken van bewuste keuzes door deelnemers. Zoals in Rotterdam en Den Haag krijgen deelnemers punten voor bepaalde assortimentsgroepen. Punten kunnen niet volledig besteed worden aan minder gezonde of ongezonde producten.

CONCLUSIES

- In een winkelconcept kan het aanbod van minder gezonde of ongezonde producten gereguleerd worden: welke producten krijgen een plek op het schap en welke niet. Vergelijkbaar met traditionele uitgifte: welke producten komen in een krat en welke niet.
- Door een puntenbudget toe te kennen aan specifieke minder gezonde producten, bijvoorbeeld koek, kan door middel van het aantal punten per artikel invloed worden uitgeoefend op het aandeel minder gezonde producten binnen de totale basket.
Bijvoorbeeld:
 - Een kilo appels – 1 punt binnen een totaal van 8 punten voor groente en fruit
 - Een pak koek: - 2 punten binnen en totaal van 4 punten voor koek, snoep, suikerwerk

BEVINDINGEN EN CONCLUSIES

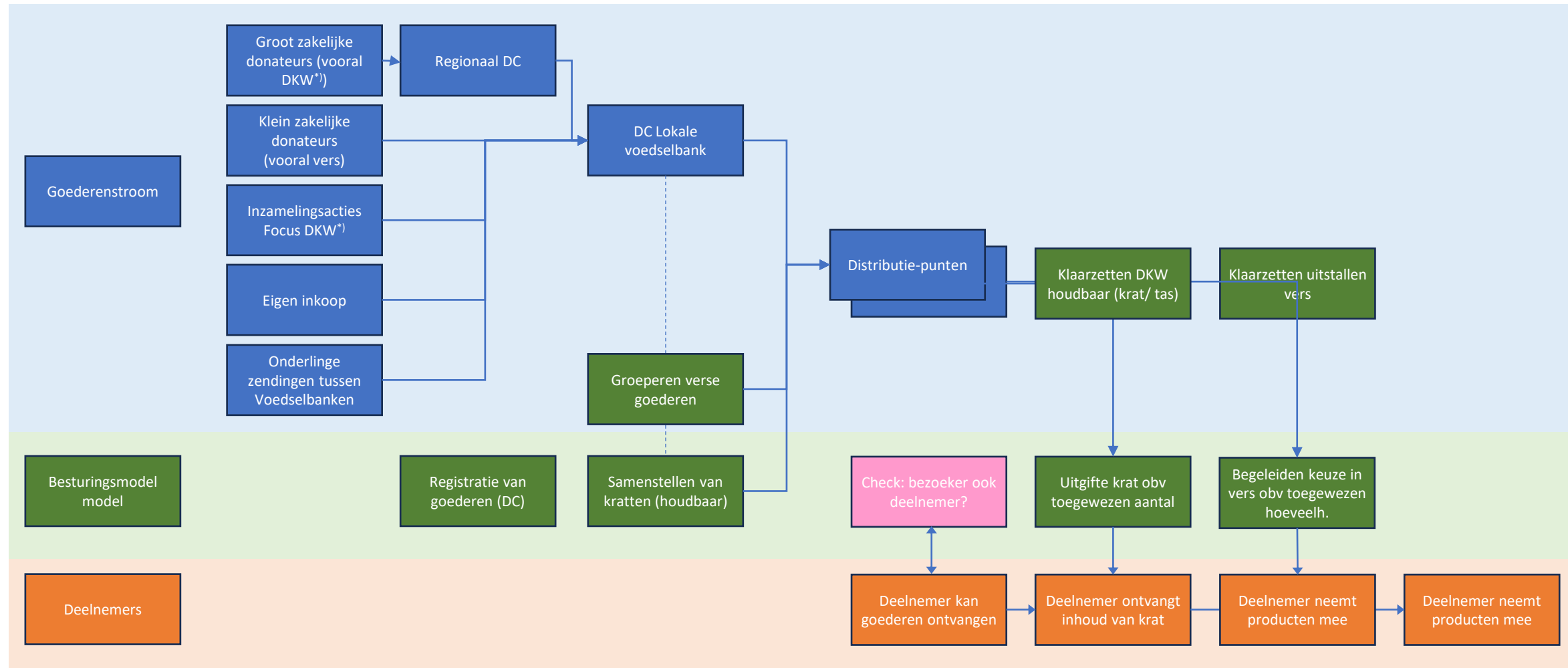
Uitgangspunt voor deze conclusies is dat een winkelconcept past bij deze tijd. Een winkelconcept helpt deelnemers met het maken van eigen keuzes en vormt een menswaardige vorm van helpen met levensmiddelen.

Daarom gaat dit rapport uit van de intentie om over te gaan op een winkelconcept.

Hieronder de belangrijkste overwegingen, belangrijkste barrières, belangrijkste potentiële knelpunten voor de overgang op een winkelconcept.

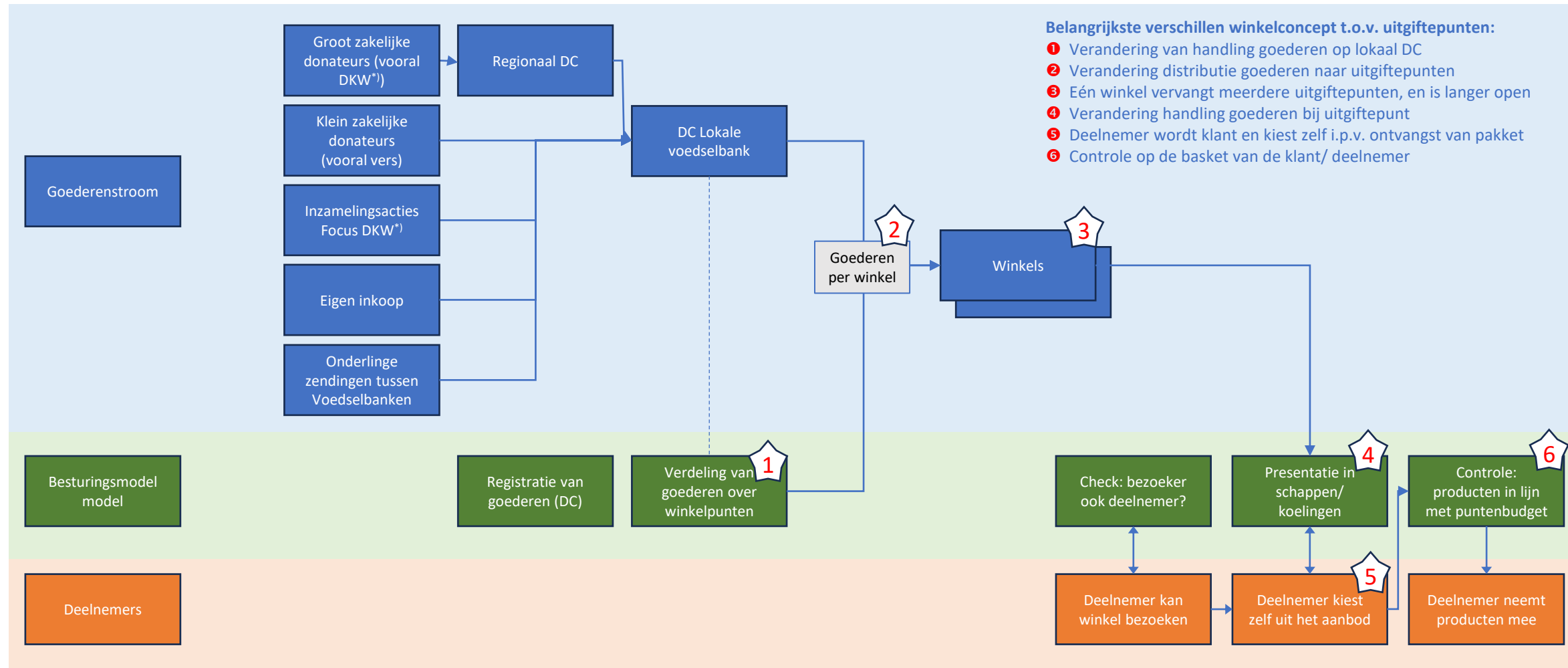
1. Draagvlak bestuur voor invoeren van winkelconcept.
2. Een bestuurslid of vrijwilliger die “de kar trekt”.
3. Het winkelconcept voor een Voedselbank hoeft niet te worden uitgevonden. Er zijn voldoende voorbeelden die een goede basis vormen voor het opzetten van een lokaal winkelconcept.
4. Afweging en keuze voor het inrichten van het winkelnetwerk – aantal en locatie.
5. Oplossing voor uitgiftepunten die buiten het winkelnetwerk vallen.
6. Voldoende vrijwilligers voor winkelconcept, kwaliteit vrijwilligers winkelconcept.
5. Besturingsmodel voor winkelconcept: manager en groep vrijwilligers.
6. Financiële middelen om locaties te huren, in te richten.
7. Goede communicatie met vrijwilligers en deelnemers.
8. (Transport-)oplossingen voor deelnemers die de winkel lastig kunnen bereiken.
9. Een winkelconcept past bij deze tijd. Een winkelconcept helpt deelnemers met het maken van eigen keuzes en vormt een menswaardige vorm van helpen met levensmiddelen.
10. Naar mate winkels professionaliseren en meer en meer op echte winkels gaan lijken (voorbeeld Rotterdam) zullen deelnemers ook meer en meer verwachten dat er een stabiel aanbod in de schappen ligt.
11. Lokale Voedselbanken experimenteren met winkelconcepten. Er wordt goed rondgekeken naar bestaande voorbeelden maar het wiel wordt ook steeds weer opnieuw uitgevonden. Er kan meer worden gedaan met proven concepts. Voedselbank Nederland kan hier een grotere rol in pakken.

CONCLUSIES – KETENMODEL UITGIFTE KRATTEN (BEKNOPT)



*) DKW – droge kruidenierswaren

CONCLUSIES – KETENMODEL WINKELCONCEPT (BEKNOPT)



*) DKW – droge kruidenierswaren

RAPPORT STAP 1

OPZET ONDERZOEK

Deze presentatie behelst de opzet, de uitkomsten en de conclusies van het onderzoek naar de haalbaarheid en de vorm voor een winkel-model voor Voedselbank Utrecht.

Het onderzoek is opgebouwd in twee fases: Verkenning en Uitwerking

Verkenning

- Interview met opdrachtgever Jan Zwarts, Voedselbank Utrecht
- Bezoek aan Voedselbank Rotterdam en interview met Susan Vermunt
- Bezoek aan Voedselbank Haaglanden en interview met Lian Kaat
- Bezoek en gesprekken Voedselbank Utrecht

Uitwerking

- Analyse en conclusies
- Advies m.b.t. vervolg

VERKENNING

- **Interview met opdrachtgever Jan Zwarts, Voedselbank Utrecht**
- Bezoek aan Voedselbank Rotterdam en interview met Susan Vermunt
- Bezoek aan Voedselbank Haaglanden en interview met Lian Kaat
- Bezoek aan uitgiftepunten Voedselbank Utrecht.

VERKENNING: UITKOMSTEN INTERVIEW JAN ZWARTS

Aanleiding voor onderzoek naar draagvlak en mogelijkheden tot winkel-concept voor Voedselbank Utrecht:

Zelf kiezen geeft zelfwaarde. De aanname is dat bij Voedselbanken het ontvangen van levensmiddelen in een krat gaat schuiven naar het zelf kiezen door deelnemers*)/ klanten.

De eerste Voedselbank in Nederland is in 2002 opgericht in Rotterdam. Het idee was bij de oprichting “gooi geen eten weg maar geef het aan mensen die het nodig hebben”. In benadering van de Voedselbank is nog steeds aan de ene kant het tegen gaan van verspilling en aan de andere kant het helpen van mensen die het nodig hebben.

Tussen Voedselbanken in Nederland bestaan veel verschillen. Voedselbanken zijn lokaal en regionaal georganiseerd. Een voorbeeld van verschillen is dat de ene Voedselbank zich volledig richt op voedsel terwijl een Voedselbank in een ander gemeente ook voorziet in een kledingbank of een dierenvoedselbank.

*) “Deelnemers/ klanten/ cliënten”.

De Voedselbank Utrecht hanteert de term deelnemers. Ander Voedselbanken gebruiken ook de term als klanten of cliënten voor mensen die voor korte of langer termijn door de Voedselbank worden ondersteund. Aan Sparkle Retail Development is niet gevraagd te onderzoeken welke termen de voorkeur verdient. Omdat de Voedselbank Utrecht spreekt over deelnemers wordt in dit rapport deze term gehanteerd. Daar waar betrokken in interviews zelf spreken over klanten worden in het verslag van betreffende interviews deze term gebruikt.

De Voedselbank draait volledig op vrijwilligers. Er zijn geen betaalde krachten. Werven en vasthouden van vrijwilligers is een grote uitdaging. Vrijwilligers zitten voor een groot deel zelf tegen het deelnemersniveau aan.

De oude/ huidige situatie bij de uitgifte van voedsel is dat vrijwilligers – de coördinatoren – het aanbod van levensmiddelen verdelen over kratten. Doel is om per krat 30 VE's mee te geven. De deelnemer haalt (de inhoud van het) het krat op. De coördinator bepaalt dus wat de deelnemer de komende week eet. Eigen voorkeuren van deelnemers worden op geen enkele manier meegenomen bij het samenstellen van kratten.

De benadering van de Voedselbank – gooi geen eten weg, maar geef het aan mensen die het nodig hebben – leidt tot het principe dat alle levensmiddelen die worden uitgedeeld door giften zijn binnengekomen. Dit model staat eigen inkoop door de Voedselbank in principe niet toe.

Het aanbod aan levensmiddelen van de Voedselbank is echter grillig en wijkt structureel af van de behoefte van deelnemers. Momenten met te weinig pasta of rijst, momenten met te weinig bakolie, regulier vlees in een wijk waar vooral halal gegeten wordt.

VERKENNING: UITKOMSTEN INTERVIEW JAN ZWARTS - VERVOLG

Deze disbalans in aanbod en minimale behoefte geldt niet voor elke Voedselbank in dezelfde mate. Een deel van het aanbod wordt verdeeld door regionale DC's. Utrecht is bijvoorbeeld aangesloten bij het regionale DC Rotterdam van Voedselbanken Nederland. De verdeling van binnengekomen giften wordt beheert door Voedselbanken Rotterdam. Bij de Voedselbank Utrecht bestaat het idee dat voor Utrecht beter zou zijn om aangesloten te zijn bij Arnhem.

Een voorbeeld van een disbalans is het gebrek aan sla-olie in de eerste fase van de Oekraïne-oorlog. Heel Nederland had te kort, deze producten bereikten ook niet meer de Voedselbanken.

Voedselbanken kopen daarom – tegen de eigen regels in – ook zelf levensmiddelen in om aan een minimale behoefte te voldoen.

Voedselbank staan voortdurend met elkaar in contact via email, telefoon, whatsapp om tekorten aan voedingsmiddelen aan te vullen of om een bestemming te vinden voor overvoorraden.

Ontwikkelingen binnen Voedselbank Utrecht/ regio Utrecht t.a.v. uitgifte-punten/ winkelconcepten.

- Het uitgifte-punt Ondiep wordt dit jaar opgeheven - ivm logistiek.
- Overvecht probeert winkelconcept uit te werken. Puntensysteem - zoeken naar oplossingen
- De Bilt: nieuw opgestart.
- Houten heeft ook winkelsysteem, met 45 deelnemers.
- Leidsche Rijn valt niet meer onder voedselbank Nederland. Was een van de eerste met winkelconcept. Briljant coördinator Sabiet Balwant Gir.

VERKENNING: UITKOMSTEN INTERVIEW JAN ZWARTS - VERVOLG

Achtergrondinformatie:

Voedselbanken hebben drie grote uitdagingen

- Voldoende aanbod aan levensmiddelen
- Voldoende vrijwilligers
- Voldoende financiële middelen

In Utrecht wordt de intake van deelnemers gedaan door sociaal juridische dienst-vrijwilligers: U Centraal.

- Wie komt in aanmerking?
- Elke drie tot zes maanden op controle; komt de deelnemer nog in aanmerking?
- Is er andere hulp nodig?

Amsterdam heeft ca 5.000 gezinnen als deelnemer

Den Haag heeft ca 4.000 gezinnen als deelnemer

Utrecht heeft ca 728 gezinnen, ca 3.000 personen als deelnemer:

Heel actief gewerkt om financiële situatie te verbeteren, verplicht om mee te werken aan het verbeteren van de eigen situatie: jij als deelnemer moet er zelf uit zien te komen.

In Nederland zijn 172 lokale Voedselbanken aangesloten bij Voedselbank NL. Een lokale Voedselbank heeft gewoonlijk meerdere uitgiftepunten. Voedselbank NL heeft 7 districts DC's. Deze DC's leveren gedurende de week één levering aan lokale aangesloten Voedselbanken. Naast goederenstroom wordt er centraal (vrijwel) niets geregeld.

Utrecht heeft in totaal acht uitgifte-punten, elk uitgiftepunt heeft een eigen team.

Uitgiftepunten worden gewoonlijk betrokken/ gebruikt tegen nul-tarief in buurthuizen en kerken.

Centrale punten worden gehuurd uit budget Voedselbank NL (met subsidie-aanvragen om de kosten te drukken).

VERKENNING

- Interview met opdrachtgever Jan Zwarts, Voedselbank Utrecht
- **Bezoek aan Voedselbank Rotterdam en interview met Susan Vermunt**
- Bezoek aan Voedselbank Haaglanden en interview met Lian Kaat
- Bezoek aan uitgiftepunten Voedselbank Utrecht.
- Conclusies verkenning en opzet vervolg onderzoek.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK ROTTERDAM

Bij de Voedselbank Rotterdam hebben wij gesproken met Susan Vermunt. Susan is bestuurslid en bij de Voedselbank Rotterdam verantwoordelijk voor de Voedselbank-supermarkten en client-registratie.

Voedselbank Rotterdam beschikt op dit moment over drie uitgifte-punten in de vorm van een keuze-concept: het winkelconcept.

- Crooswijk: drie dagen per week open - middelgroot - 750 klanten
- Zuid: vijf dagen per week open - groot - 1000 klanten
- Spangen: klein - 350 klanten

Er is gekozen voor het supermarkt-concept omdat dit een menselijker oplossing is. De logistiek wordt met dit model. Meerdere uitgifte-punten worden vervangen door één supermarkt. De eerste supermarkt in Spangen verving bijv. 4 uitgifte-punten.

Vereenvoudigd en uiteindelijk wordt er minder weggegooid. Het uiteindelijke doel is om volledig over te gaan op het winkel-model en om in de toekomst geen uitgifte meer te doen dmv kratten.

- In het winkelconcept worden klanten gezien en behandeld als klanten. Klanten die binnen hun puntenbudget hun eigen keuzes maken uit het aanbod van die dag.

Klanten hebben elke een vaste dag en een vast tijdsblok waarin zij langs kunnen komen. Deze momenten zijn in overleg te wijzigen, bijv. o.b.v. werkroosters kunnen ook individuele afspraken gemaakt worden voor ruimere bezoekvensters.

De VB Rotterdam heeft een studie laten doen door Wageningen University. Een aantal uitkomsten:

- Cliënten zijn meer tevreden met het aanbod en de mogelijkheid om zelf te kiezen heeft de voorkeur boven het ontvangen van een krat.
- De grotere afstand dat klanten moeten afleggen om bij de supermarkt te komen geeft gemopper.
- Supermarkten zijn langer en meer dagen open dat uitgifte punten wat als positief wordt ervaren.
- Tijdslots per uur, ontstaan in corona-tijd voldoen prima.

De winkelmanagers spelen een centrale rol in het afstemmen van aanbod vs presentatie in de winkel en het toekennen van punten aan de verschillende producten/ productgroepen. Elke dag kijken de winkelmanagers naar het aanbod vs aantal klanten. Managers kijken naar verdeling van assortiment per dag en het aantal punten dat wordt toegekend.

Managers zijn daarmee cruciaal voor het goed functioneren van de afstemming van aanbod en vraag. Managers zijn voor de VB het moeilijkst te werven.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK ROTTERDAM - VERVOLG

Klanten kunnen uit het aanbod van dat moment kiezen op basis van een punten-systeem. Het puntensysteem is gebaseerd op de grootte van het huishouden:

- 1-2 persoonshuishouden
- 3-4 persoonshuishouden
- 5-6 groter persoonshuishouden
- 11-12 persoonshuishouden (gelijk aan 5-6 persoonshuishouden met extra punten voor vlees).

VOEDSELBANK.NL
Rotterdam

1-2P

KLEIN HUISHOUDEN (1-2P)

KLEUR	TYPE PRODUCT	HOEEVEELHEID*	EENHEID
	Brood & broodvervangers	1	stuk
	Kruidenierswaren	4	stuk
	Rijst & pasta	500	gram
	Dranken	1	liter
	Aardappel, groente & fruit	4	porties
	Zuivel	1	liter
	Overig	Volgens instructie op de koeling	
	Vis, vlees & vegetarisch	<250 of 1-2	gram of stukjes
	Kind & baby	Bij de counter	
	Non-food	Bij de counter	

* Hoeveelheden indien voorradig



Het de winkel en het assortiment is ingedeeld in verschillende productgroepen – categorieën:

- Brood en broodvervangers, Kruidenierswaren, Rijst & pasta, Dranken, Aardappel, groente & fruit, Zuivel, Overige, Vis, vlees & vegetarisch, Kind & baby, Non-food

De hoeveelheid unieke producten dat gekozen kan worden is met het puntensysteem vastgelegd. Het aantal items per uniek product (portie) kan wisselen op basis van het aanbod. Voor een blikje tonijn kan gelden: één punt, één blikje. Voor een pot worteltjes kan gelden: één punt, twee potjes.

Afhankelijk van het aanbod kan een deel van het assortiment door klanten worden gekozen bovenop het aantal beschikbare punten. Voor een ander deel van de het assortiment kunnen regels gelden per artikel en dus onafhankelijk van het aantal

Bij binnenkomst checkt een medewerker (vrijwilliger) of de klant inderdaad op de lijst staat, of de klant in het juiste tijdsblok komt en of er nog iets anders te bespreken is met de klant. De klant krijgt daarna een geplastificeerde kaart met het aantal beschikbare punten per categorie.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK ROTTERDAM - VERVOLG

Vlees wordt bij binnenkomst ingevroren en krijgt een extra sticker met houdbaarheid op de verpakking.



Als dingen niet lopen:

- NVWA: speciale richtlijnen (ook inspectie) voor code-beheer.
- Vb DKW: jaar naar code nog meegeven.
- Vb pastinaak: wat kun je ermee.
- Vb oliebollenmix: kun je ook cake van maken.
- Alles wat daarna overblijft: moet gestort worden.
- Geen overall inzicht in doorstroom (whatsapp groep).
- Wat over is gaat deels ook naar gaarkeukens.

De winkel:

In Crooswijk is de winkel drie dagen per week van 10:00. - 16:00 open. Vrijwilligers starten op basis van rooster om 08:30 of 09:00 en werken tot 16:00 of 16:30. Voor openingstijd, tussen 08:30 wordt de winkel gevuld en worden computers aangezet. Na het sluiten van de winkel moet er nog worden opgeruimd, schoongemaakt.

De winkels werken met vaste vrijwilligers in een ochtend en een middagshift. Als vrijwilligers minimaal 8 uur in een week gewerkt hebben mogen zij zelf shoppen o.b.v. een puntenbudget voor een 1-2 persoonshuishouden

Bedrijfsvrijwilligers zijn welkom op de donderdagmiddag. Hier wordt in bezetting van medewerkers rekening mee gehouden. Voorheen hielpen deze vrijwilligers ook op het DC maar is verschoven naar winkels.

De winkel zoals die in Crooswijk wordt gehuurd. De VB betaalt voorziening zoals elektra, het interieur, meubels etc.. Dit wordt gefinancierd d.m.v. sponsoring.

Bij de inrichting en indeling van de winkel, zowel aan de buitenzijde als de binnenzijde zijn een aantal factoren meegewogen:

- Het gevoel dat het een winkel is.
- Een VB winkelconcept is een menselijker oplossing.
- Geen schaamte – op de pui staat groots dat het een Voedselbank-winkel betreft. De pui en buitenzijde van het pand heeft een verzorgde uitstraling.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK ROTTERDAM - VERVOLG

- Privacy – voorkomen dat passanten naar binnen kunnen kijken. Zorgen dat klanten niet kunnen meekijken op computerschermen.
- Tafels om aan te zitten, met een kop koffie/ thee en met de mogelijkheid tot een gesprek met vrijwilligers of ondersteunende organisaties of instanties.
- Een kinderhoek.
- Een indeling en inrichting die duidelijk lijkt op een winkel.
- Een prettig klimaat.
- Winkelmanden om de boodschappen in te doen.
- Balies om te checken of het totaal van de verzamelde boodschappen overeenkomst met het puntenbudget.
- Een plek om meegebrachte tassen op te hangen.
- Zichtlijnen in de winkel, overzicht.
- Winkels moeten beschikken over stellingen, koelingen en vriezers. En daarnaast ook over koelcapaciteit in magazijn.

Een groot voordeel van het werken met een winkelconcept is dat klanten ook non-food aangeboden krijgen, als bijvoorbeeld persoonlijke verzorgingsproducten. Bij uitgifte van kratten is het mixen van food en non food niet toegestaan en blijft non food daarom achterwege.

Aandachtspunten:

- Altijd voldoende vrijwilligers – vrijwillig maar niet vrijblijvend. Vrijwilligers houden zich niet altijd of even goed aan de afgesproken regels. Managers zien hierop toe.
- Bevoorrading kan een issue zijn – Crooswijk loopt goed andere winkels hebben meer issues hiermee.
- Aantrekken van managers en ontwikkelen, afspreken en inbedding van beleid: benadering is om beleid over de winkels gelijk te trekken, wat lastig is bij meer dan 10 managers.
- Idem voor de baliemedewerkers op dezelfde manier.
- Overdracht tussen managers.

Klanten mogen geen vrijwilligers worden. In verleden wel gehad – helaas ook voorbeelden van dubbele agenda - stelen - beroerde sfeer. Cliënten bieden wel aan om hulp te bieden. Het antwoord is: zorg dat je geen client geen meer bent, dan ben je van harte welkom.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK ROTTERDAM - VERVOLG

Achtergrondinformatie:

De Voedselbank Rotterdam is de oudste Voedselbank in Nederland en bestaat 21 jaar. VB Rotterdam is ook de grootste VB in Nederland (rol van regionaal distributiepunt meegerekend).

De regionale VB bedient 7000 huishoudens van voedsel (Gouda, Vlaardingen, Schiedam - totaal 35 voedselbanken). In Rotterdam zijn dit 2500 HH. In het verleden waren er 27 distributiepunten voor kratten. Bij het supermarktmodel vervallen meerdere distributiepunten voor één supermarkt. De reistijd wordt gemiddeld langer. In sommige gebieden biedt dit geen uitkomst. Voor uitgifte-punt in Hoogvliet moet nog een oplossing worden bedacht.

Intake - beoordeling - financiële situatie door hulpverlener (in principe één systeem)

- Proberen menselijk mee om te gaan.
- Hulpverleners kennen richtlijnen.
- Voedselbank beslist
- Toekenning half jaar - daarna herbeoordeling.
- Daarna opnieuw aanvraag.
- Na drie jaar stopt het. (Beslissen met hart).

Registratie van cliënten gebeurt in een centraal VBNL systeem: Voedselbank.nu. Alle aangesloten VB's gebruiken dit systeem. Dit systeem kan lastig worden aangepast aan Supermarkt Concept. Het systeem wordt beheerd door één persoon bij VBNL.

Van alle voedsel verspilling gaat 1,8% naar voedselbank.

DKW - landelijk aanbod - regionale verdeling, regionaal: groente/ fruit. Lokaal: bakker/ slager => t liefst ophalen ("picnic autootje" dinsdag/ donderdag). Regionale bakker Rotterdam – Uljee.

Druk op verspilling is issue voor Voedselbanken. Retailers en producenten zijn allen bezig om verspilling en overproductie terug te dringen. Het aanbod voor de VB staat hiermee onder druk.

Spullen komen binnen bij DC. Vanuit het DC wordt aanbod verdeeld o.b.v. inschatting - wat komt er in komt moet er ook weer uit - in balans. Ingaande en uitgaande goederen worden geregistreerd in DC: wat komt binnen, wat gaat uit. Op winkel-/ distributiepunt-niveau wordt dit niet geregistreerd.

Voor de Voedselbank geldt: wat er binnenkomt móét op. Alles wat overblijft bij de VB moet alsnog worden weggegooid. Dit gaat niet alleen tegen de principes van de VB in, maar kost uiteindelijk ook geld.

VERKENNING: **BEZOEK VOEDSELBANK ROTTERDAM - VERVOLG**

Achtergrondinformatie:

De VB Rotterdam doet niet aan uitgifte van kleding - wel samenwerking met de kledingbank. Cliënten van de VB Rotterdam mogen 2x per jaar naar de kledingbank. Voorheen was dit een persoonlijke verwijzing, met administratieve last voor medewerkers van de VB. Dit is verschoven naar registratie bij kledingbank zelf. Daarnaast heeft de kledingbank ook eigen klantengroep.

In Rotterdam ook geen inzameling en uitgifte van speelgoed.

Stichting jarige Job. Er bestaat nog wel een samenwerking mar de uitgifte verloopt niet meer via de Voedselbank.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK ROTTERDAM – FOTO'S



VOEDSELBANK.NL
Rotterdam

1-2P

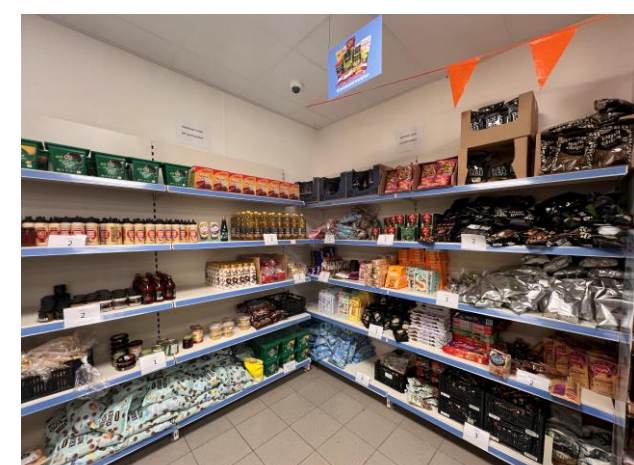
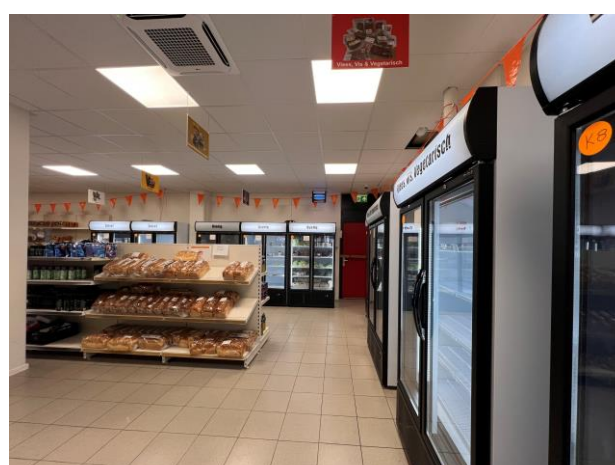
KLEIN HUISHOUDEN (1-2P)

KLEUR	TYPE PRODUCT	HOEEVEELHEID*	EENHEID
	Brood & broodvervangers	1	stuks
	Kruidentierswaren	4	stuks
	Rijst & pasta	500	gram
	Dranken	1	liter
	Aardappel, groente & fruit	4	porties
	Zuivel	1	liter
	Overig	Volgens instructie op de koeling	
	Vis, vlees & vegetarisch	<250 of 1-2	gram of stukjes
	Kind & baby	Bij de counter	
	Non-food	Bij de counter	

* Hoeveelheden indien voorradig



VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK ROTTERDAM – FOTO'S



VERKENNING

- Interview met opdrachtgever Jan Zwarts, Voedselbank Utrecht
- Bezoek aan Voedselbank Rotterdam en interview met Susan Vermunt
- **Bezoek aan Voedselbank Haaglanden en interview met Lian Kaat**
- Bezoek aan uitgiftepunten Voedselbank Utrecht.
- Conclusies verkenning en opzet vervolg onderzoek.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK HAAGLANDEN

Bij de Voedselbank Haaglanden hebben wij gesproken met Lian Kaat. Lian bestuurslid en bij de Voedselbank Haaglanden verantwoordelijk voor o.a. de Voedselbank-supermarkten.

Lian is sinds een jaar bestuurslid bij Voedselbank Haaglanden. Haaglanden was al gestart met twee winkels. Observatie van Lian was dat de winkels uitstraling misten, het aangeboden assortiment werd gepresenteerd in archiefkasten en er ontbrak een passend systeem voor de check out: de controle op het pakket aan levensmiddelen dat de klanten zelf hadden gekozen.

Inmiddels heeft Lian hier met het team grote stappen in gezet. Zowel aan de buitenzijde van de winkel als op gebied van inrichting en winkelproces zijn er grote stappen gezet. Lian heeft zich daarbij mede laten inspireren door de ervaringen en de benadering van Voedselbank Rotterdam.

De ervaring in Haaglanden leert dat er ongeveer 300 gezinnen/klanten nodig zijn om in de basis een goede winkel te openen als vervanging van een groter aantal uitgifte-punten.

Een belangrijke constatering is dat een winkel per saldo minder efficiënt is op gebied van vrijwilligers-uren op het uitgiftepunt. Voor de uitgifte van kratten aan 150 klanten/ gezinnen is een uitgiftepunt 4 uur open. Een winkel is hiervoor 2 dagen open. Daarbij wordt gerekend met 15 klanten per uur die de winkel kunnen bezoeken.

Een voorbeeld is Zoetermeer met twee uitgiftepunten: het uitgiftepunt aan de westkant van Zoetermeer wordt een winkel-concept. Voor een deel van de cliënten aan de oostkant van Zoetermeer is de afstand naar de geplande winkel aan de westkant te groot. Tegelijk zijn er te weinig cliënten om ook in het oosten van Zoetermeer een winkel te openen.

Bij de overgang van uitgiftepunten naar winkels is belangrijk dat de lokale Voedselbank gelijk denkt vanuit de eindplaat – waar zitten de toekomstige winkels, welke uitgiftepunten komen te vervallen. Bij het openen van de eerste winkel moet je al weten wat de eindplaat wordt.

Rond het sluiten van uitgiftepunten hangt veel emotie. Bij de vrijwilligers, maar ook bij de politiek. Het sluiten van een uitgiftepunt wordt soms aangrepen om in de gemeenteraad aandacht te vragen voor mogelijke verschraving van de ondersteuning van hulpbehoevenden.

Richting vrijwilligers is het belangrijk om zo snel mogelijk over de voorgenomen plannen te communiceren. De ervaring leert dat soms hele teams op uitgiftepunten stoppen met het vrijwilligerswerk en dat voor een nieuwe winkel ook een heel nieuw vrijwilligersteam geworven moet worden. Overigens hebben niet alle vrijwilligers weerstand tegen de overgang naar een winkel-model.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK HAAGLANDEN - VERVOLG

Bij het goed runnen van een Voedselbank zijn een aantal factoren van bovenliggend belang:

Prio 1 = Voedselverwerving

- Behoefte aan vers
- Behoefte aan non-food zoals maandverband (Voedselbank werkt hierin ook als uitgiftepunt voor de gemeente) babyverzorging, incl babyvoeding, wasmiddelen, schoonmaakmiddelen.

Prio 2 = distributie en systemen

Prio 3 = ontwikkelen en uitrollen van winkelconcept

- Aanbieden van keuze gaat verspilling tegen
- Winkelconcept is menswaardig
- Minder verborgen verspilling (thuis weggooien van ontvangen producten)
- Mensen nemen geregeld ook minder mee dan ze feitelijk mogen en geven aan dat ze met hun eigen selectie van producten voldoende hebben.

Prio 4 = fondsen

Een dilemma is waar je de lat legt voor deelname aan het ondersteuning door de Voedselbank. Slechts 5% van arme gezinnen wordt bereikt, en sommige mensen komen slechts 2 maanden in aanmerking voor ondersteuning.

Bij het omzetten van uitgiftepunten naar een winkelconcept is een van de vragen hoeveel winkels er komen, waar die gevestigd worden en welke uitgiftepunten daarvoor komen te vervallen. Worden dat enkele grotere winkels of meerdere kleinere winkels. Bij de afweging spelen factoren als kosten van de winkels, complexiteit en kosten van distributie, werven en vasthouden van voldoende vrijwilligers, reisafstanden en hulp bij reizen voor klanten, een rol. In het algemeen is de conclusie dat de weerstand onder deelnemers lager is bij een fijnmaziger netwerk van winkels.

Tips:

- Het boek lezen over de oprichting van de eerste Voedselbank.
- Ook met penningmeester gaan praten.
- Zorg ervoor dat er mensen zijn die een winkel kunnen runnen.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK HAAGLANDEN – FOTO'S



VERKENNING

- Interview met opdrachtgever Jan Zwarts, Voedselbank Utrecht
- Bezoek aan Voedselbank Rotterdam en interview met Susan Vermunt
- Bezoek aan Voedselbank Haaglanden en interview met Lian Kaat
- **Bezoek aan uitgiftepunten Voedselbank Utrecht.**
- Conclusies verkenning en opzet vervolg onderzoek.

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT

Bij de Voedselbank Utrecht hebben wij een bezoek gebracht aan:

- Voedselbank uitgiftepunt Oost, gesproken met Walter Kronenburg, coördinator
- Voedselbank uitgiftepunt Kanaleneiland, gesproken met Frans Peelen, invaller voor coördinator
- Voedselbank Winkel Overvecht, gesproken met Nico Jongerius, coördinator.

Twee van de drie bezochte uitgiftepunten van de Voedselbank Utrecht geven de product uit volgens de “oude methode”, door middel van voorgesorteerd pakketten van houdbare producten en een uitstalling van verse producten, waar deelnemers zelf een keuze uit kunnen maken.

De derde bezochte locatie is een winkelconcept.

Het uitgeven van goederen door middel van traditionele uitgiftepunten is op het eerste gezicht een geoliede machine. In een multi-functionele ruimte, waar de voedselbank een ochtend of middag per week gebruik van maakt wordt in een dagdeel een uitgiftepunt opgebouwd, gedraaid en weer afgebroken. In het geval van Kanaleneiland daarna weer veegschoon opgeleverd tbv het zaalvoetbal wat daarna de ruimte gebruikt.

Voor zowel Oost als Kanaleneiland geldt dat houdbare goederen verdeeld per krat binnen komen. Een krat is een eenheid bedoeld voor 1 en 2 personen. Voor grotere gezinnen worden meerdere kratten gecombineerd.

In Oost worden de goederen uit de kratten in tassen klaargezet, voor elk type huishouden. In Kanaleneiland worden alleen voor de grootste gezinnen de goederen uit de kratten in tassen klaargezet. Deelnemers met kleinere gezinnen, 1 – 4 personen, kiezen van de uitgestalde kratten (6 kratten naast elkaar op tafels) een of twee kratten die de deelnemer het meeste aanspreken.

Bij het uitstallen van de kratten wordt de inhoud gecheckt. Energy drinks worden eruit gehaald (uitspraak: waarom worden die nu meegegeven, ze weten toch dat die niet uitgegeven mogen worden...) en ook de vegetarische rookworst wordt apart gehouden (niemand wil die, en wil dat wel wil kan zelf kiezen een apart krat).

Verse goederen worden geïnventariseerd en geordend op tafels.

Voor groente en fruit geldt: alle deelnemers lopen langs de tafels en worden door vrijwilligers geholpen met het kiezen uit het aanbod obv toegewezen hoeveelheid (budget).

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT

Ook hier worden voor de grootste gezinnen (Kanaleneiland) tassen klaargezet met groente en fruit.

Voor vlees, vis, vega en vleeswaren/ kaas geldt dat alle deelnemers ongeacht gezinsgrootte zelf een keuze maken uit het aanbod, o.b.v. toegewezen budget. Dit budget wordt per keer bepaald o.b.v. het totale aanbod. Dit laatste is een complexe rekensom waarbij rekening wordt gehouden met voorkeuren per gezin. O.b.v. het totale aanbod wordt ingeschat hoeveel van de verschillende productgroepen meegegeven kan worden.

Koel

pakketsoort	1-2 pers	3-4 pers	5-6 pers	7-10 pers	totaal
Standaard	20 ¹⁹	2	1	1	24 ²³
halal	13	12	18 ¹⁵	5	48 ⁴⁵
vega	2	0	0	0	2
geen varken	5	1	0	0	6 ³⁸
vis	3	1	0	0	4
totaal	43⁴²	16	17¹⁶	6	82⁸⁰

Jarig: 2 standaard 3 Halal
x

Gedurende de uitgifte wordt de voorraad in de gaten gehouden, wat kan leiden tot het bijstellen van de uit te geven hoeveelheid per huishouden.

In Oost worden alle goederen verpakt in tassen en klaargezet voor deelnemers, dus niet alleen de houdbare producten, maar ook de verse producten. Voor elke deelnemer/ huishouden worden tassen gemerkt met naam en grootte van huishouden. Het vullen van de tassen begint bij houdbaar en verschuift daarna richting vers voor het vullen van de tassen richting het uitgifte moment.

Daar waar deelnemers uit Kanaleneiland nog regie hebben op de keuze in vers, is dat bij

De werkzaamheden per uitgiftepunt zijn op de uitgifte dag strak geregisseerd. De ruimte wordt gereed gemaakt voor ontvangst van deelnemers en uitgifte van goederen. Tafels worden klaargezet incl. hulpmaterialen zoals tassen.

De vrijwilligers hebben allemaal een strak geregisseerde rol waarbij iedereen elkaar ook helpt. De belangrijkste verdeling van rollen:

- Voorbereiding en ontvangst van deelnemers + deelname check
- Voorbereiding van en uitgifte van houdbare goederen

VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT

- Voorbereiding van en uitgifte van groente en fruit
- Voorbereiding van en uitgifte van vlees, vis, vega, kaas etc

In Oost kijkt het team kritisch mee op de inhoud van de kratten en vult aan uit eigen voorraad waar nodig (vb rijst en deegwaren).

De inhoud van de kratten is een bijna lukrake combinatie van goederen. Sommige kratten spreken deelnemers aan, andere kratten bevatten producten die een stuk minder in de smaak vallen.

Dit betreft soms producten waar de gemiddelde consument echt niet op zit te wachten. Deze producten worden door deelnemers vaak uit het krat gehaald en terzijde gelegd. Andere deelnemers kunnen hier weer uit kiezen om hun krat(ten) verder aan te vullen.

Naast de inhoud van de kratten zijn er ook goederen die deelnemers als extra kunnen meenemen, bijvoorbeeld bevrijdingssoep (tomatensoep).

Veelgestelde vraag zijn: “is dit vegetarisch” en “is dit halal”.

Sommige deelnemers laten bij voorbaat een deel van de inhoud van een krat achter omdat ze vermoeden dat dit producten betreft die niet halal zijn.

Nieuwe deelnemers zijn bij het uitgiftepunt in Kanaleneiland even onwennig maar pakken snel de routine op.

Voedselbank Utrecht Overvecht

Dit uitgiftepunt is een winkelconcept dat goed te vergelijken is met de VB winkels zoals in Rotterdam en Den Haag.

Het uitgiftepunt maakt deel uit van NOA - Natuurlijk, Open, Aandachtig, voor iedereen, een locatie waar ook andere voorzieningen laagdrempelig beschikbaar zijn. Naast de Voedselbank zijn ook het Leger des Heils, ROC Midden Nederland, UW, Werkwinkel en WIJ3.0 rond een gemeenschappelijke ruimte gevestigd. Zo kunnen bijvoorbeeld deelnemers van de Voedselbank op een laagdrempelige manier worden geïntroduceerd bij bijv. de werkwinkel.

Het motto van de Voedselbank Overvecht is Warm, Welkom en Waardig

De locatie is in januari 2024 geopend.

De benadering van het winkelconcept is in zekere mate vergelijkbaar met dat in Den Haag en Rotterdam. In een ruimte die aandoet als een winkel kunnen deelnemers als klant hun eigen keuze maken.

VERKENNING: **BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT**

In het houdbare gedeelte zijn deelnemers min of meer vrij om een keuze te maken o.b.v. hun eigen puntenbudget. Bij verse afdelingen worden deelnemers geholpen door vrijwilligers van de Voedselbank.

Deelnemers van de Voedselbank melden zich in de centrale ruimte van NOA en krijgen een volgnummer. Bij de opening van de winkel geeft een elektronisch bord aan wie naar binnen mag. Een van de vrijwilligers ziet op deze manier toe op de drukte in de winkel en stuurt de stroom van deelnemers. Vergelijkbaar met traditionele uitgiftepunten verloopt het kiezen van houdbare artikelen relatief snel en ontstaan mogelijk opstoppen aan het einde bij verse artikelen.

De route door de winkel verloopt van houdbare artikelen, naar groente en fruit, gekoelde groente en fruit (verse maaltijden, gesneden groente, maaltijdpakketten etc), vervolgens kaas en zuivel, verse sappen, daarna vlees, vleeswaren en als laatste brood.

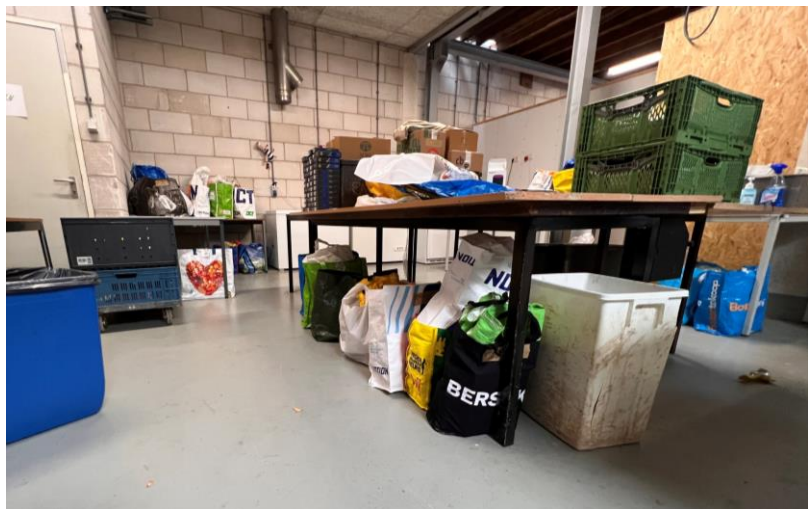
In het houdbare gedeelte is het assortiment van punten voorzien. Bij groente, fruit en het verse assortiment zijn de producten niet voorzien van puntenaantallen. Begeleiding door vrijwilligers is hierdoor essentieel. Deelnemers kunnen het assortiment goed zien, kunnen hun eigen keuze maken maar kunnen niet zelf alles pakken.

De winkel is meerdere dagen per week open: maandag, woensdag en donderdag tussen 12:30 en 16:00. Deelnemers komen volgens afspraak naar de locatie (dag en tijdslot).

In het magazijn staat de voorraad van de winkel. Deels houdbare artikelen die in voorraad zijn (veel komt ook met vaste stroom binnen en wordt direct in de winkel verwerkt).

In het magazijn staat ook een koelcel en een vrieskast. In de vrieskast wordt vlees bewaard. Vlees wordt in de winkel gekoeld aangeboden (anders dan in bijv. Rotterdam en Den Haag waar vlees in de winkel bevroren wordt aangeboden.)

VERKENNING: **BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT OOST**

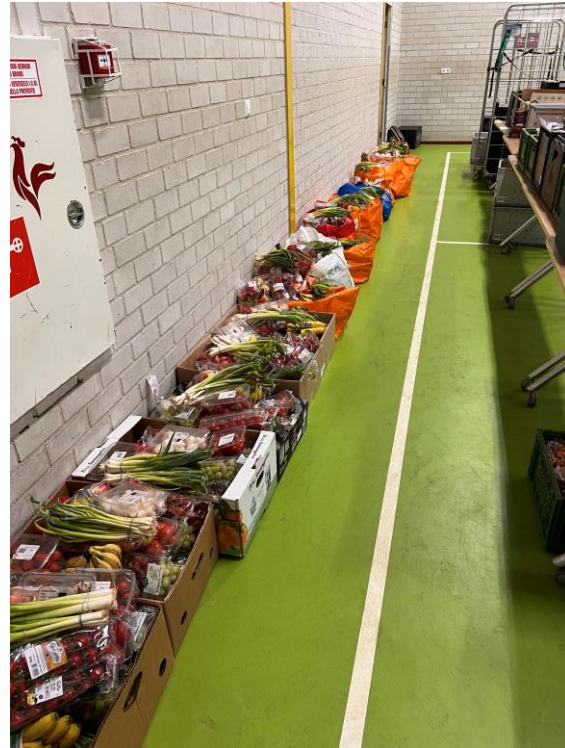


VERKENNING: **BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT OOST**

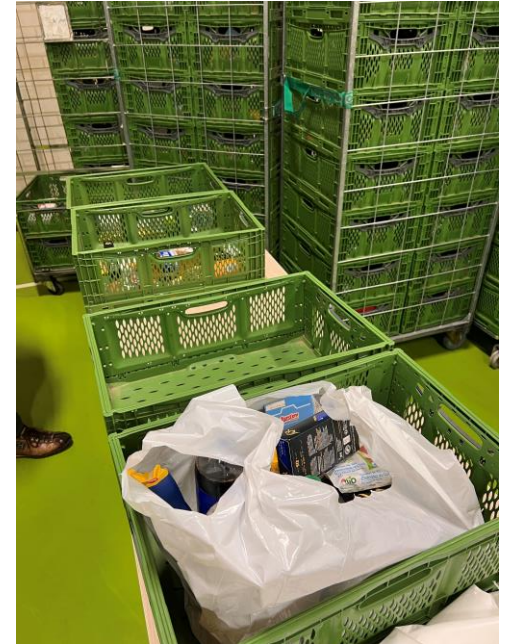
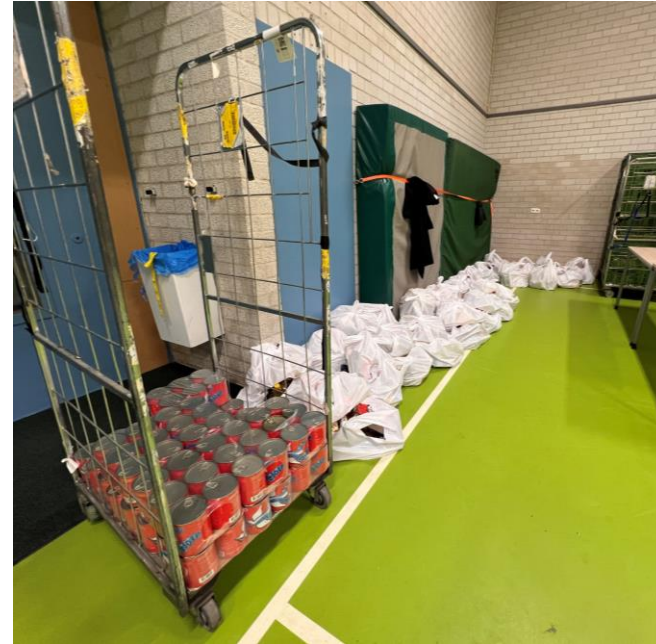


26 april 2024						
Naam	Staat	per	orig	afzet	merkaten	Wijderheden 14.00 uur
Luchth						
Duine						
er landp						
Capotte						
Kachoven	De Blandicaat 36.7	SL72ND	Widmolen			
van Dug						
Kindels						
yd Inverp						
S.L. Bover						
H Dag						
Schape						
J.G. Tamming						
N. Dab						
Scheer						
Reinvoeren						

VERKENNING: **BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT KANALENEILAND**



VERKENNING: **BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT KANALENEILAND**

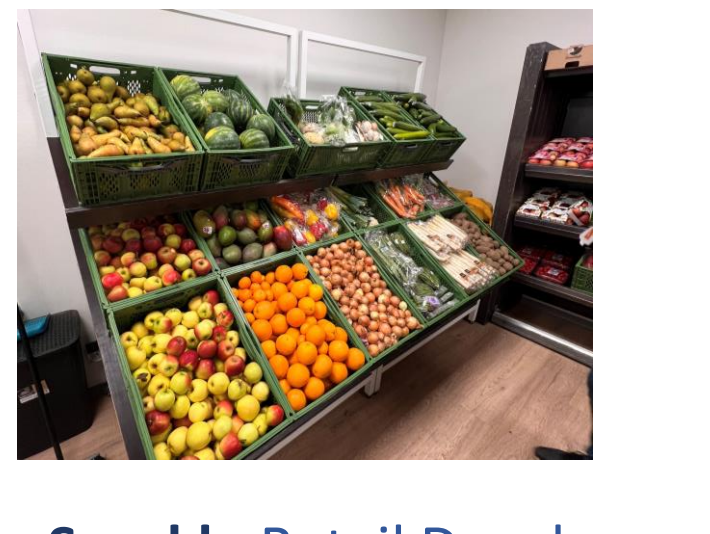


VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT OVERVECHT



1	10 punten	1 mei 2024
2	14 punten	1 mei 2024
3-4	17 punten	1 mei 2024
5-6	20 punten	1 mei 2024
7-8	22 punten	1 mei 2024
INTAKE	Marchje	
BROOD	Sjaam	
GROENTE	Marina, marie	
ZUIVEL	Ton	
MEES	Ibrahim	
WINKEL	Reynoud, Toos, Isabel	
STUUR	Vanessa	

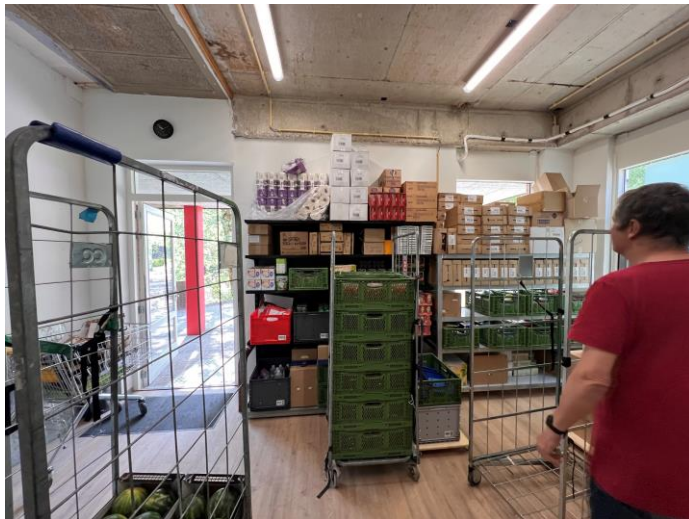
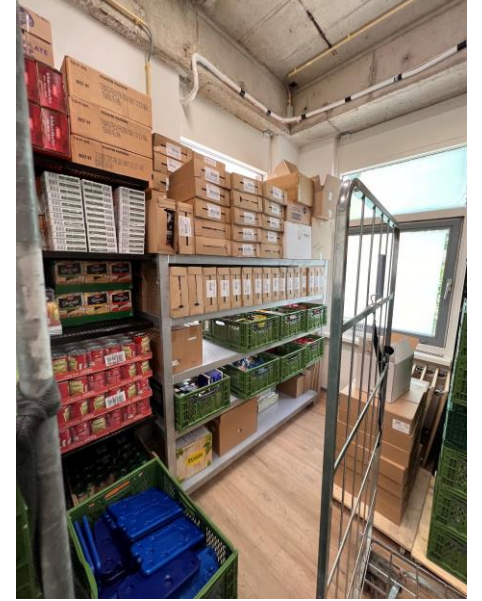
VERKENNING: **BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT OVERVECHT**



VERKENNING: BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT OVERVECHT



VERKENNING: **BEZOEK VOEDSELBANK UTRECHT OVERVECHT**



BEVINDINGEN EN CONCLUSIES

UITWERKING

- **Bevindingen en conclusies**
- Advies voor vervolg

BEVINDINGEN EN CONCLUSIES

Bij de start van het onderzoek is allereerst een uitgebreid interview afgenomen met Jan Zwarts. Jan heeft nogmaals zijn doel gedeeld en veel achtergrondinformatie gegeven over de Voedselbank Utrecht en Voedselbanken in het algemeen.

Een van de conclusies was dat een bezoek aan Voedselbank Rotterdam en een interview met Susan Vermunt en een bezoek aan Voedselbank Haaglanden en een interview met Lian Kaat goed inzicht zouden geven op de ontwikkeling op gebied van winkels van de Voedselbank.

In het uiteindelijke rapport wordt van beide bezoeken en interviews een uitgebreid verslag opgenomen. De eerste conclusie op basis van de bezoeken en interviews is dat voor het concept “winkel voor de Voedselbank” reeds een schaalbaar model is ontwikkeld en getest, dat als basis kan dienen voor Voedselbanken die nog niet werken met winkels.

Schaalbaar betekent: het concept werkt en kan worden uitgerold. Dat betekent niet dat de bezochte voorbeelden niet verder ontwikkeld kunnen worden.

Een van de zaken die opvielen bij de interviews, winkelbezoeken en onderzoek o.a. via internet, is dat elke lokale Voedselbank deels vanuit eigen kracht en vooral eigen inzichten en overtuiging een invulling geeft aan het winkelconcept. Van elkaar leren, maar ook kijken hoe het concept in de eigen situatie toegepast kan worden. Er is geen uniforme aanpak, wat ook niet het doel is. De vraag is wel of elke lokale invulling van het winkelconcept even goed werkt. Het risico is dat elke Voedselbank het wiel weer opnieuw uitvindt en onvoldoende gebruik maakt van de learnings die elders zijn opgedaan.

CONCLUSIES

Onderstaand volgen de conclusies en inzichten t.a.v. een winkelconcept in vergelijking met uitgiftepunten.

De belangrijkste conclusies en inzichten

- Deelnemers kiezen zelf uit het aanbod, zelf kiezen uit het aanbod is menswaardig.
- Het aantal uitgiftepunten daalt, voor elk te openen winkelpunt wordt een groter aantal uitgiftepunten gesloten.
- Logistiek wordt eenvoudiger. Minder ritten naar minder punten.
- Een belangrijk deel van het vrijwilligerswerk op het DC vervalt. Kratten worden niet meer centraal samengesteld.
- Het runnen van een winkelconcept is aanzienlijk complexer dan het runnen van uitgiftepunten.
- Uitgiftepunten zijn elke week beperkt open, bijv. 4 uur per week, met een kleiner vrijwilligersteam.
- Winkels hebben een langere openingstijd, meerdere dagen per week, met een groter vrijwilligersteam.
- Bij uitgifte d.m.v. kratten mogen bij levensmiddelen geen non-food producten worden toegevoegd (warenwet). In een winkelconcept kunnen non-food producten eenvoudig worden toegevoegd aan het assortiment, in aparte presentaties.

Conclusies en inzichten per onderwerp

Deelnemers:

- Het selectieproces voor deelname aan het programma valt buiten de scope van dit onderzoek. De voorwaarde om deelnemer te worden en gebruik te kunnen maken van de diensten van de Voedselbank zijn gelijk bij uitgiftepunten en winkels.
- Voor de meeste deelnemers zal de verandering van uitgiftepunt naar winkelconcept betekenen dat zij verder moeten reizen om bij de winkel te komen. Uit de interviews is niet gebleken dat dit in de praktijk tot problemen leidt.
- Uitgiftepunten zijn beperkt geopend. Winkels zijn per week langer geopend. Hoewel winkels slottijden hanteren voor winkelbezoek wordt hier flexibel mee omgegaan.
- Doordat deelnemers als klant in de winkel het aanbod kunnen afstemmen op eigen behoefte en voorkeur kan gesteld worden dat klanten beter in hun eigen behoefte worden voorzien.
- Doordat deelnemers in een winkel geen producten zullen kiezen die zij thuis toch niet gebruiken daalt de verborgen verspilling bij deelnemers thuis.
- Een aantal deelnemers neemt minder mee dan feitelijk is toegestaan – zij hebben voldoende aan het pakket dat zij zelf kiezen.

CONCLUSIES

- In opdracht van Voedselbank Rotterdam heeft de Universiteit Wageningen onderzoek gedaan de beleving en waardering van winkelconcepten voor de Voedselbank. Volgens de geïnterviewden kwam hier een positief beeld uit. (Wij hebben geen inzicht gehad in het rapport.)

Goederenstroom

- Er is geen verschil tussen een winkelconcept en de uitgifte van kratten op gebied van inzameling van goederen - tot en met het ontvangst en registratie van de producten op het lokale DC/ verzamelpunt. Op een van de volgende pagina's is de stroom van goederen weergegeven.
- Belangrijk verschil is de goederenstroom vanaf het lokale DC richting uitgiftepunten/ winkels.
Bij verdeling door middel van kratten worden de producten op het lokale DC/ verzamelpunt door vrijwilligers verwerkt en verdeeld in kratten.
Bij de verdeling door middel van een winkelconcept worden de goederen herverdeeld op ladingdragers waarbij een goede verdeling in goederen tussen de winkels wordt beoogd. De goederen gaan vervolgens naar de winkels om vervolgens uitgestald te worden.

Fondsenwerving

- Belang van fondsenwerving neemt toe. Uitgiftepunten zijn beperkt open, gewoonlijk op locaties die om niet gebruikt kunnen worden (buurthuizen, kerken).
- Een winkelconcept heeft meer ruimte nodig, is meer dagen en meer uren per week geopend. In de meeste gevallen zal hiervoor een ruimte gehuurd moeten worden, al dan niet met subsidie van gemeente.
- Naast de huur moeten ook fondsen beschikbaar komen voor inrichting, onderhoud en nutsvoorzieningen.

Uitgiftepunten

- Uitgiftepunten vormen efficiënte punten voor de uitgifte van producten. In korte tijd wordt door een kleine groep vrijwilligers een grote groep deelnemers geholpen.
- Voor een vergelijkbare groep deelnemers moet een winkel meer uren open zijn. Een winkel kan met oog op begeleiding en toezicht per uur minder deelnemers bedienen dan een uitgiftepunt.
- Uitgiftepunten verschillen aanmerkelijk onder elkaar in benadering van het verdelen en klaarzetten van producten voor deelnemers.

Winkelconcept

- Elke Voedselbank-winkel vervangt meerdere uitgiftepunten.
- Een winkel kan per uur een maximaal aantal klanten ontvangen – aantal afhankelijk van grootte en inrichting van de winkel.

CONCLUSIES

- Per uur kan een winkelconcept aanzienlijk minder klanten ontvangen dan bij uitgifte van kratten door een uitgifte-punt.
- Toezicht is nodig – deelnemers gaan aan het einde van het winkelbezoek langs een controlepunt, vergelijkbaar met een check-out. Hier wordt gecontroleerd of de deelnemers binnen hun puntenbudget blijven.
- Een winkel heeft een entreezone gecombineerd met een uitgangszone en een winkelgedeelte. Klanten worden toegelaten tot het winkelgedeelte om producten te verzamelen en worden geacht om na de controle het winkelgedeelte weer te verlaten.
- Een winkelconcept vereist een eenvoudig en helder systeem voor het toekennen van een “puntenbudget” aan de hand waarvan deelnemers zelf kunnen kiezen uit het aanbod.
- Toezicht op het verzamelen van boodschappen is nodig, voor hulp en voor het voorkomen van misbruik.
- Klanten moeten wegwijs gemaakt worden als zij gebruik maken van het winkelconcept. Vrijwilligers op de winkelvloer zijn nodig om klanten te helpen bij het boodschappen doen.
- Toename van complexiteit t.a.v. handhaving warenwet. Navolging van warenwet-eisen vindt bij de uitgifte van kratten plaats in het lokale DC. Bij een winkelconcept zijn de warenwet-eisen ook van toepassing op het omgaan met goederen in de winkels.
- Belangrijkste succesfactoren voor het slagen van een winkelconcept:
 - Goed bereikbare locatie.
 - Locatie geschikt voor het runnen van een winkelconcept.
 - Een geschikt winkel-operatiemodel: wie doet wat wanneer hoe.
 - Een winkelmanager die de winkel-operatie kan aansturen.
 - Voldoende vrijwilligers.
- Inrichting en voorzieningen benodigd voor het slagen van een winkelconcept (minimaal):
 - Ontvangstpunt: aanmelden en controle van deelname en tijdslot.
 - Plek om zelf meegebrachte tassen/ trolleys te plaatsen.
 - Manden voor het verzamelen van producten door klanten.
 - Ruimte om aangevoerde producten bij aankomst op te slaan (kan winkel zelf zijn, mits voldoende ruimte).
 - Een entree en uitgang van de winkel. Deelnemers worden tot het winkeldeel toegelaten na de check op deelname/ tijdslot en verlaten de ruimte na controle door een vrijwilliger.
 - Communicatie van richtlijnen voor klanten.
 - Stellingen om producten op te presenteren.
 - Gekoelde opslag (gekoelde voorraad magazijn).
 - Koeling(en) voor presenteren van gekoelde producten.
 - Diepvries voor presenteren van diepvriesproducten.
 - Plek voor controle van verzamelde producten “check-out”.
- Aanvullende inrichting en voorzieningen:
 - Punt met koffie en thee (buiten het feitelijke winkelgedeelte) is een welkome en passende voorziening (voor sociale contacten en wachten voordat de winkel betreden mag worden.)

CONCLUSIES

- Stoelen, tafels, zitgelegenheid (buiten het feitelijke winkelgedeelte) – ook geschikt voor gesprekken met vrijwilligers/ organisaties die deelnemers op andere wijze ondersteunen.
- Plek voor kinderen om zich te vermaken – kinderen mogen de feitelijke winkel niet in.

Geschikte ruimte

Onderstaande een aantal minimale eisen.

- Ruimte heeft een winkel en een niet winkelgedeelte
- Het winkelgedeelte bestaat uit de feitelijke winkel en magazijn en eventueel een kantoor/ pauzeruimte voor vrijwilligers.
- Het niet winkelgedeelte is bedoeld voor ontvangst, controle en evt als wachtruimte voor deelnemers.
- Ruimte is afsluitbaar.
- Ruimte is in beheer bij de Voedselbank.
- Ruimte is hoog genoeg, goed verlicht, daglicht heeft altijd voorkeur.
- Ruimte heeft een zichtbare entree, bij voorkeur een eigen entree of een duidelijke entree vanuit een gedeelde ruimte (zoals VB Overvecht).
- Afmeting is sterk afhankelijk van het aantal deelnemers dat bediend gaat worden. Om een goede uitstalling te kunnen maken van goederen lijkt een ruimte van ca 60m² voor het winkelgedeelte een ondergrens (ook afhankelijk van verhouding wand/ vloer).
- Gladde vloer geschikt voor belasting met rolcontainers.

- Klimaatbeheersing, geschikt om temperatuur binnen redelijke grenzen te houden: niet te koud (voldoende aangenaam voor vrijwilligers en deelnemers) niet te warm: te warm voor vrijwilligers en deelnemers, bederf/ smelten etc van producten.

Vrijwilligers

- Vrijwilligers zijn, net zoals voor de bestaande uitgiftepunten van essentieel belang voor het reilen en zeilen van de Voedselbank. De werkzaamheden van vrijwilligers rond de uitgifte van producten verandert sterk. Bij een situatie van een uitgiftepunt zoals vergelijkbaar met Rotterdam en Den Haag is feitelijk geen sprake meer van het overhandigen van producten door vrijwilligers aan deelnemers. In een volledig winkelconcept kiezen en pakken deelnemers zelf.
- De rol van het runnen van een winkelpunt dat meerdere dagen in de week open is, is complexer en vergt meer en andere vaardigheden van een coördinator.
- Ervaring leert dat bij de overgang van uitgifte naar winkel vrijwilligers stoppen en nieuwe vrijwilligers geworven moeten worden. In sommige gevallen zijn hele teams van uitgiftepunten gestopt en moest de werving van nul af aan beginnen voor het nieuw te openen winkelpunt.
- Vrijwilligers meenemen in de gedachtevorming en besluitvorming van de transitie van uitgiftepunt naar winkelconcept is essentieel.

CONCLUSIES

Verspilling achter de voordeur

- Door producten zelf te kiezen uit het bredere aanbod mag verwacht worden dat deelnemers hun keuze beter kunnen aanpassen op hun behoefte dan bij voorgesorteerde kratten. Dit hangt overigens af van de exacte wijze van uitgifte van goederen. In het model dat in Kanaleneiland wordt gehanteerd kiezen deelnemers een of twee kratten uit meerdere kratten en deselecteren uit het aanbod in een krat producten die niet passen of niet gewenst zijn. Voor de grootste gezinnen worden tassen klaargezet, zij maken geen voorkeuze uit het aanbod in kratten.
- Voor verse producten geldt dit minder omdat ook bij de traditionele uitgifte deelnemers een geholpen keuze kunnen maken uit het aanbod.

Aanvullende voorzieningen

- Vanuit het functioneren van een winkelconcept geredeneerd vormen aanvullende voorzieningen geen noodzakelijke voorwaarde voor het slagen van de winkel.
- Vanuit het oogpunt van de deelnemers is een aanbod van laagdrempelig bereikbare hulp van andere instantie een uitkomst. Deelnemers van de voedselbank hebben vaak ook andere hulp nodig om grip op hun persoonlijke situatie te krijgen, zoals hulp richting betaald werk.

- Verschillende voorbeelden van winkels van de Voedselbank hebben hier een verschillende oplossing voor. Van een open, gedeelde ruimte met tafels en stoelen, waar deelnemers in gesprek kunnen gaan met vertegenwoordigers van hulpinstanties, tot een “hulp-verzamellocatie” waar diverse organisaties gevestigd zijn en brede maatschappelijke en geestelijke hulp geboden wordt. NOA in Utrecht is hier een mooi voorbeeld van.
- Het delen van een ruimte of aanhaken op aanvullende voorzieningen kan wellicht het verkrijgen van een geschikte ruimte makkelijker maken en/ of het beheer van de winkel beheersbaarder maken.

Sturen op gezonder assortiment

- Uit de gesprekken is gebleken dat er verschillende opvattingen zijn met betrekking tot het sturen van aanbod van goederen en/ of keuze van goederen door deelnemers met het oog op een gezond voedingspatroon.
- Zowel bij de traditionele uitgiftepunten als bij een winkelconcept kan een Voedselbank de keuze maken om bepaalde “ongewenste” goederen niet aan te bieden.
- Een puntensysteem en spelregels rond het puntensysteem kan bijdragen tot het maken van bewuste keuzes door deelnemers. Zoals in Rotterdam en Den Haag krijgen deelnemers punten voor bepaalde assortimentsgroepen. Punten kunnen niet volledig besteed worden aan minder gezonde of ongezonde producten.

CONCLUSIES

- In een winkelconcept kan het aanbod van minder gezonde of ongezonde producten gereguleerd worden: welke producten krijgen een plek op het schap en welke niet. Vergelijkbaar met traditionele uitgifte: welke producten komen in een krat en welke niet.
- Door een puntenbudget toe te kennen aan specifieke minder gezonde producten, bijvoorbeeld koek, kan door middel van het aantal punten per artikel invloed worden uitgeoefend op het aandeel minder gezonde producten binnen de totale basket.
Bijvoorbeeld:
 - Een kilo appels – 1 punt binnen een totaal van 8 punten voor groente en fruit
 - Een pak koek: - 2 punten binnen en totaal van 4 punten voor koek, snoep, suikerwerk

BEVINDINGEN EN CONCLUSIES

Uitgangspunt voor deze conclusies is dat een winkelconcept past bij deze tijd. Een winkelconcept helpt deelnemers met het maken van eigen keuzes en vormt een menswaardige vorm van helpen met levensmiddelen.

Daarom gaat dit rapport uit van de intentie om over te gaan op een winkelconcept.

Hieronder de belangrijkste overwegingen, belangrijkste barrières, belangrijkste potentiële knelpunten voor de overgang op een winkelconcept.

1. Draagvlak bestuur voor invoeren van winkelconcept.
2. Een bestuurslid of vrijwilliger die “de kar trekt”.
3. Het winkelconcept voor een Voedselbank hoeft niet te worden uitgevonden. Er zijn voldoende voorbeelden die een goede basis vormen voor het opzetten van een lokaal winkelconcept.
4. Afweging en keuze voor het inrichten van het winkelnetwerk – aantal en locatie.
5. Oplossing voor uitgiftepunten die buiten het winkelnetwerk vallen.
6. Voldoende vrijwilligers voor winkelconcept, kwaliteit vrijwilligers winkelconcept.
5. Besturingsmodel voor winkelconcept: manager en groep vrijwilligers.
6. Financiële middelen om locaties te huren, in te richten.
7. Goede communicatie met vrijwilligers en deelnemers.
8. (Transport-)oplossingen voor deelnemers die de winkel lastig kunnen bereiken.
9. Een winkelconcept past bij deze tijd. Een winkelconcept helpt deelnemers met het maken van eigen keuzes en vormt een menswaardige vorm van helpen met levensmiddelen.
10. Naar mate winkels professionaliseren en meer en meer op echte winkels gaan lijken (voorbeeld Rotterdam) zullen deelnemers ook meer en meer verwachten dat er een stabiel aanbod in de schappen ligt.
11. Lokale Voedselbanken experimenteren met winkelconcepten. Er wordt goed rondgekeken naar bestaande voorbeelden maar het wiel wordt ook steeds weer opnieuw uitgevonden. Er kan meer worden gedaan met proven concepts. Voedselbank Nederland kan hier een grotere rol in pakken.

UITWERKING

- Bevindingen en conclusies
- **Advies voor vervolg**

ADVIES VOOR VERVOLG

Aanname is dat een voorziening als die van de Voedselbank van levensbelang blijft voor een grote groep deelnemers.

- Start met het ontwikkelen van “de eindplaat”: wat is de verdeling van winkels over vijf of tien jaar, en wat is de transitie van uitgiftepunten.
- Ontwikkel oplossingen voor deelnemers met een te grote reisafstand tot een winkelconcept.
- Ontwikkel een benadering waarbij een deel van de producten altijd beschikbaar zijn in de winkels en minder afhankelijk is van het wisselende aanbod van producten.
- Leer van voorbeelden van bestaande winkelconcepten – wiel niet opnieuw uitvinden.
- Ontwikkel best cases die voor alle voedselbanken beschikbaar zijn (VB Nederland).
- Ontwikkel eenvoudige materialen als hulpmiddelen (VB Nederland).
- Oefen en leer van Utrecht Overvecht.

Nico Meyer
Puccinilaan 1
2151GC Nieuw-Vennep
Tel 06 23 691 619
Email: Sparkle-retail@outlook.com

Sparkle
Retail Development