



VOEDSELBANKEN.NL

MEEdeeler

Nieuwsbrief vol vitamines voor de voedselbanken

Voorwoord

Een bord vol kansen, zegt het voort

Tijdens ons congres, en uit de reacties in de aanloop daarnaartoe, blijkt dat ons verhaal over 'een bord vol kansen' aanspreekt: het laat zien dat we meer doen dan voedselhulp alleen. Bij jullie én in het netwerk om ons heen. Dat netwerk is ontzettend belangrijk. We werken samen met honderden organisaties en naast onze eigen intakers zijn er naar schatting nog een kleine tweeduizend mensen van andere organisaties die intakes doen. Het is voor onze klanten van het grootste belang dat die mensen weten hoe we werken, wat onze criteria zijn en wat onze

ambitie is. Om dat proces te verbeteren wordt vanuit 'Onder de Radar' op dit moment gewerkt aan allerlei hulpmiddelen om die informatievoorziening te verbeteren. Want onze hulp begint met voedsel maar uiteindelijk proberen we daarmee mensen verder te brengen. En dat lukt. Gemiddeld hebben klanten 1,5 jaar onze hulp nodig. 31% van de mensen is zelfs binnen een half jaar niet meer afhankelijk van de voedselbank. Een bord voedsel is dus écht een bord vol kansen. Geweldig dat jij daar een bijdrage levert. En.... zegt het voort, zegt het voort.

Inhoudsopgave:

Voor een bord vol kansen:

Congres SPECIAL	2/7
Armoedebat in de Tweede Kamer	8
Verhalen van de werkvloer	9
Uitgeven van melkproducten na de houdbaarheidsdatum	10
Nieuwe samenwerking tussen Voedselbanken Nederland en Proudies!	10
Wetenschappers helpen de voedselbank	11
Geslaagde actie in samenwerking met Albert Heijn	11
Duurzame koelbus zoekt nieuwe bestemming	12
Soupalicious: goede, gezonde soep voor je klanten	12
'Een dikke 10 voor deze cursus!'	12
Nieuwtjes van andere voedselbanken	13



Henk Staghout
Voorzitter Voedselbanken Nederland



Team 'Onder de Radar'

5.000 nieuwe klanten dankzij landelijke campagne 'Ook voor jou'

Voor het eerst in de geschiedenis organiseerde Voedselbanken Nederland dit voorjaar een landelijke campagne: 'Ook voor jou'. Met deze campagne wilden we mensen bereiken die onze hulp nodig hebben, maar de weg naar de voedselbank nog niet weten te vinden. Uit onderzoek blijkt namelijk dat 7 van de 10 mensen die baat hebben bij de voedselbank ons niet bereikt. Vaak komt dit door schaamte of onwetendheid.

De campagne is inmiddels afgerond en het resultaat mag er zijn: 5.000 meer mensen worden nu door de voedselbanken ondersteund. Daarnaast hebben we veel geleerd over hoe we samenwerken, hoe we communiceren én over de behoeften van onze klanten. Daar mogen we samen trots op zijn!



"Ik ben blij dat we zoveel nieuwe mensen hebben bereikt. We begrijpen nu nog beter hoe we het makkelijker kunnen maken om hulp te vragen. Dat geeft vertrouwen voor de toekomst." – Letty Broere, bestuurslid Klanten

De campagne

De hoofdboodschap van de campagne was: 'Kom naar de voedselbank, wij zijn er om jou te helpen'. We vertelden ook dat nieuwe klanten direct vier weken boodschappen meekrijgen. De boodschap werd landelijk en lokaal verspreid via posters, flyers, banners, social media, tv, radio en kranten. Dankzij deze brede aanpak waren voedselbanken in heel Nederland extra zichtbaar.

Wat leverde het op?

- In totaal kwamen er 10.704 aanmeldingen binnen.
- Daarvan komen 2.000 huishoudens in

aanmerking voor langere hulp. Dat zijn samen ongeveer 5.000 mensen die wekelijks worden geholpen.

We ontdekten ook dat er verschil is tussen aanmelden en daadwerkelijk hulp ontvangen. Sommige mensen wilden zich niet officieel inschrijven, maar maakten wel gebruik van de eerste vier weken hulp. Anderen hebben genoeg aan af en toe ondersteuning. Dit geeft ons waardevolle inzichten voor de toekomst.

Belangrijke leerpunten

De campagne leverde niet alleen nieuwe klanten op, maar ook veel leerervaringen:

- Het aanmeldproces via de website is eenvoudiger gemaakt, met duidelijke informatie en met Steffie (www.steffie.nl) terug als hulpmiddel voor mensen die moeite hebben met taal.
- Social media advertising werkte erg goed en was makkelijk bij te sturen.
- We kregen er honderden nieuwe volgers bij op Facebook, Instagram en LinkedIn.
- We hebben geleerd hoe we webinars kunnen inzetten.
- Er is beter zicht op de 'witte vlekken': gebieden waar we nog geen of weinig hulp kunnen bieden.
- Interne communicatie blijft een belangrijk aandachtspunt in onze decentrale organisatie.

De campagne is afgerond, maar we blijven werken aan meer zichtbaarheid en betere samenwerking. Zodat we nog meer mensen kunnen helpen die onze steun nodig hebben.

Voor een bord vol kansen

Wat heeft deze middag jullie opgeleverd, vroeg dagvoorzitter Roelof Hemmen aan de driehonderd aanwezigen. Op een groot scherm verschenen veel woorden.

Eruit sprongen: Actie, Groente, Oma Dina en Inspiratie. Het was het sluitstuk van een enerverend congres op 7 oktober in Utrecht met de titel 'Een bord vol kansen. Ook voor jou'.

Centraal stond de vraag: hoe kunnen we mensen niet alleen een bord eten geven, maar vooral nieuwe kansen om zo snel mogelijk volgende stappen te zetten in hun leven.



Henk Staghouter:

‘Er is verschil tussen een bord vol eten en een bord vol kansen’

‘Klanten van de voedselbank maken gemiddeld anderhalf jaar gebruik van voedselhulp. Bijna de helft van de klanten is binnen een jaar niet meer afhankelijk van de voedselbank, en 31 procent zelfs al binnen een half jaar niet meer. Maar achter al deze cijfers en percentages gaan mensen schuil. Hen helpen bij herstel lukt, omdat we verder kijken dan naar voedsel alleen.’

Op het congres ‘Een bord vol kansen’ benadrukt Voedselbanken-voorzitter Henk Staghouter hoe belangrijk het is om samen te werken en structuur aan te brengen in het brede veld van hulpverleners. ‘We verwijzen naar andere hulporganisaties, vergemakkelijken het contact met elkaar, werken samen met tandartsen en opticiens. Die samenhang aanbrengen is essentieel, juist omdat wij mensen helpen die zelf het overzicht niet hebben. Samen maken we letterlijk het verschil tussen een bord eten of een bord vol kansen.’

Staghouter doet een beroep op de politiek om het belang van de voedselbank en andere hulporganisaties te erkennen en hun rol structureel op te nemen in het armoedebestrijd. ‘Niet als onderdeel van de overheid, maar als serieuze gesprekspartner.’

Staghouter doet een beroep op de politiek om het belang van de voedselbank en andere hulporganisaties te erkennen en hun rol structureel op te nemen in het armoedebestrijd. ‘Niet als onderdeel van de overheid, maar als serieuze gesprekspartner.’

Nieuwe initiatieven

De campagne ‘Je bent welkom’ heeft zijn vruchten afgeworpen, constateert Staghouter. ‘Sinds de zomer mogen we vijfduizend nieuwe monden voeden. We hebben ook geleerd dat er in het kader van Onder de radar nog veel te winnen valt.’ ‘Daarom wordt gewerkt aan een nieuwe intake-leerlijn en wordt gekeken naar de digitale toegankelijkheid van de website, ook voor laaggeletterden. Verder wordt een programma ontwikkeld om voedselbanken te ondersteunen bij het opbouwen van lokale samenwerking.’

Henk Staghouter: ‘Erken ons als serieuze gesprekspartner’

(foto: Peter van Dinther)



Olcay Gülsen werd ongewild ervaringsdeskundige

Voedselbankambassadeur Olcay Gülsen kan zich één moment nog als de dag van gisteren herinneren. Hoe zij als kind met schroom de lerarenkamer binnenliep om te vertellen dat ze geen lunch bij zich had. Reactie van één van de leraren: Heb je alweer geen lunch bij je? 'Ik schaamde me kapot', vertelt Olcay op het congres Een bord vol kansen.

'Ik kom uit een gezin met diepe armoede en veel geweld. Daar was op school geen begrip voor. Ik had op school een medestander nodig die een arm om me heen sloeg. Die was er niet, in ieder geval niet op school.' Gelukkig was daar Oma Dina, de buurvrouw die letterlijk wel een arm om haar heen sloeg. Olcay: 'Ze zag wat er thuis gebeurde, ze vroeg me of ik mijn lunchtrommel niet

'vergeten' was, terwijl ze wist dat er geen lunchtrommel was. Ik kreeg van haar eten mee. Ze zag me op te kleine schoenen rondlopen, maar vroeg discreet 'zullen we nieuwe schoenen gaan kopen, want je bent binnenkort jarig'. Dat binnenkort was overigens over een half jaar.'

Oma Dina zag me staan, ze luisterde naar me. Dat is mijn boodschap op dit congres: laten we allemaal medestanders zijn die oog hebben voor elkaar. Kijk echt naar de mensen en doe dat zonder te oordelen. Heb een luisterend oor. Toon oprechte empathie. Gülsen is ongewild ervaringsdeskundige geworden. Als geen ander weet ze wat armoede ook op langere termijn met je doet. 'Voor de buitenwereld was ik succesvol, maar ik was niet gelukkig. Ik betaalde dat met een

Congres SPECIAL



Olcay Gülsen: 'Toon oprechte empathie' (foto: Peter van Dinther)

burn-out. Ik weet hoe het is. Daarom wil ik nu mensen helpen die in dezelfde situatie zitten als waar ik vroeger in zat. Daarom ben ik met hart en ziel ambassadeur van de voedselbank.'

Hans Spekman:

'We moeten kinderen van de armoede redden'

'Kinderen slapen in auto's en in garageboxen. Zestig procent van de mensen die het moeilijk hebben zijn werkende armen. Vaak combineren ze meerdere banen om nog enigszins rond te kunnen komen. Stapelbanen. Wat denk je dat dit met kinderen doet? Zij zijn het meest weerloze slachtoffer van armoede. We moeten juist de kinderen van de armoede redden. Zij zijn het belangrijkste.'

Hans Spekman, directeur van het Jeugdeducatiefonds, schudt op het congres Een bord vol kansen, de cijfers en voorbeelden uit zijn mouw. 'Mensen die verschillende banen hebben zitten de ene maand net boven de bijstandsnorm en de andere maand er onder. En dan vragen hulpverleners 'wat is jouw inkomen'. Hoezo wat is jouw inkomen? Welke norm wil je toepassen.'

Hoe dan ook, het gaat ten koste van kinderen. 'We hebben onder-

zoek gedaan naar het leerverlies van kinderen als ze tussen de middag niet gezond lunchen. Per dag gaat hierdoor dertig minuten aan effectieve leertijd verloren. Samen met het Rode Kruis helpen we daarom 400 duizend kinderen. Er wordt gezonder gegeten, ouders ervaren minder stress en de kinderen zitten energiever in de klas. Dat gezonder eten vertaalt zich ook in een ander schooladvies. Een substantieel deel van de kinderen krijgt in plaats van een VMBO-advies een Havo/VWO-advies.'

De wereld vergroten

'We gaan ook op schoolreis met de kinderen. We willen de wereld voor kinderen vergroten. We gingen een keer met een groep van Apeldoorn naar de musical Frozen. Je hebt het hier over kinderen die nooit hun eigen buurt uitkomen. Er was een kind bij dat nog nooit een koe had gezien, een kind dat nota bene in Apeldoorn woont.'

Kunnen we er wat aan doen, vraagt Spekman zichzelf en de zaal. 'Ja, we kunnen er wat aan doen, maar dan moeten we het systeem veranderen. Het kind moeten we daarbij centraal stellen. Alle instanties hebben reden om iets niet te doen. Los dat op. Werk bovendien vanuit de praktijk. Als een professional zegt dat iemand hulp nodig heeft, regel het dan, en wel meteen.'

Een doorn in het oog zijn de inkomensverklaringen die instanties – ook de voedselbank – telkens opnieuw vragen. Hoe is het mogelijk, vraagt Spekman zich af. 'Steeds meer mensen hebben tegen wil en dank een flexibel inkomen. Zeg dan maar eens iets over je inkomen. Veel belangrijker nog vind ik dat je mensen vertrouwt, zo zit ik er zelf in.

Als iemand zegt dat hij hulp nodig heeft, vertrouw diegene. Dat is een andere grondhouding.'

Hans Spekman: 'Ik ga uit van vertrouwen'

(foto: Peter van Dinther)



Rob Baan:

‘Er is groente genoeg beschikbaar’

Foodinnovator Rob Baan is in gevecht met de overheid. Hij vindt het belangrijk dat de medewerkers van zijn bedrijf gezond eten. Daarom biedt hij zijn mensen een gezonde lunch aan met veel groente. Dat klinkt mooi. Dat vond de belastingdienst ook en presenteerde Baan een forse belastingaanslag. Tot aan de Hoge Raad heeft Baan de aanslagen aangevochten en uiteindelijk gelijk gekregen. Vervolgens is de wet aangepast. Baan gaat opnieuw het gevecht aan.

Baan spreekt op het congres ‘Een bord vol kansen’. Hij toont zich een warm pleitbezorger van meer groenten en fruit in de pakketten van de voedselbank. Toch nog even terug naar de gezonde lunch op het werk. ‘We hebben het effect laten uitzoeken. Een gratis gezonde lunch tussen de middag levert de werkgever per euro een factor 3 rendement op. Alleen al in de vorm van minder ziekteverzuim.’

En voor klanten van de voedselbank is het niet anders, zegt Baan. ‘Groente en fruit eten is gezond. Ik geef de gezonde schoollunch als voorbeeld. In de provincie Limburg



Rob Baan: ‘Geef mensen een hengel in plaats van vis’
(Foto: Peter van Dinther)

hebben we het effect door Deloitte laten onderzoeken. Het effect is duidelijk. Stel dat het de staat 1 miljard euro kost om ouders te ondersteunen die dat voor hun kinderen niet kunnen betalen, dan levert dat op termijn

Congres SPECIAL

5 miljard euro op. Minder gezondheidsproblemen, betere opleidingskansen, een betere baan en vervolgens wordt er weer meer belasting betaald.’

Maak recepten

Baan roept de bestuurders van de voedselbanken op om groente en fruit massaal toe te voegen aan het pakket. ‘Maak recepten, geef ze mee, kook voor ze en laat ze proeven. Zet desnoods een snijmachine op de locatie. De tuinbouw in Nederland is 35 miljard euro groot. Je maakt mij niet wijs dat de voedselbanken niet aan voldoende groente kunnen komen. De helft van je voeding moet uit groente bestaan.’

‘Het is belangrijk dat mensen weten waar ons voedsel vandaan komt. Daarom vind ik dat elk kind een schooltuin moet hebben. De Alliantie Schooltuinen is daarom een nieuwe hobby van me. We moeten kinderen afhelpen van de verslaving om alles uit automaten te halen. In het kader van ‘Geef mensen een hengel in plaats van vis’ pleit ik voor de volkstuinten. Ook daar zie ik een rol voor de voedselbank.’

Martin Pragt:

‘Opgegroeid in een zwijgcultuur’

Zijn gezicht is niet bekend, zijn stem des te meer. Hij is Tommie uit Sesamstraat. Zijn naam is Martin Pragt. Als zoon van een Indiëganger en een gewezen non is hij opgegroeid in armoede en met een groot geheim. Op zijn zeventiende wilde hij van een toren springen, maar vroeg zich af of hij wel gevonden zou worden. ‘Dat is het moment dat ik heb gezegd: mijn leven moet anders.’

Martin Pragt spreekt op het congres ‘Een bord vol kansen’ als ervaringsdeskundige en docent sociale uitsluiting en armoede. Eerst dat geheim: zijn jongere broertje was op jonge leeftijd overleden. Daar werd niet over gesproken. Nooit. Er werd thuis gezweven. Mijn overbuurmeisje vertelde me later dat ik twee maanden in het raam heb staan wachten op mijn broertje. Ik heb mezelf de schuld gegeven van zijn dood. Zo erg dat ik tot mijn zeventiende in mijn bed plaste en me daar diep voor schaamde.’

De conrector van mijn school is op een gegeven moment naar mijn ouders gestapt. Hij vroeg mijn vader en moeder hem te helpen. ‘Het gaat niet goed op school, ik

moet hem straffen, maar ik wil dat niet. Ik wil snappen wat er aan de hand is’. Toen heeft mijn moeder voor het eerst in mijn leven verteld over het geheim. De conrector zei dat hij het broekplassen geen probleem vond. Hij zei: ‘jij bent belangrijk voor me, ik wil je bij me houden’.

SOS

De ervaringsdeskundige werd docent sociale uitsluiting en armoede. Hij doceert over de SOS-methode, Signaleer, Ondersteun en Stimuleer. Pragt: ‘Signaleren betekent ook kijken naar angst, pijn en schaamte. Signaleer het probleem achter de vorm. Ondersteunen is wat de voedselbank doet. Het is van wezenlijk belang mensen te helpen. Stimuleren heeft alles te maken met de vraag: waar zit de kracht van mensen, wat zijn belemmeringen en wie hebben we nodig om die kracht te ontwikkelen.’

‘Ik werd in Aalten aangesproken door de wethouder. Ons armoedebeleid werkt niet, zei hij. Kun jij als ervaringsdeskundige ons helpen? We zijn huisbezoeken gaan houden bij mensen. Een babbeltje, gezellig, met een kop koffie erbij. Vervolgens zijn we bij elkaar



Martin Pragt: ‘Heb het lef aan te bellen’
(Foto: Peter van Dinther)

gaan zitten om ervaringen te delen. Daar kwamen honderd punten uit die in het gemeentelijke beleid zijn verwerkt. Het gaat goed nu.’

‘Hoe zijn we zo ver gekomen dat problemen letterlijk achter de voordeur verdwijnen. Je kunt het hebben over de schaamte van de ander, je kunt beter nadenken over je eigen schaamte om het met de ander over zijn of haar schaamte te hebben. Woont er bij jou in de buurt een vreemd figuur? Heb het lef om aan te bellen. Misschien gooit hij de deur dicht, misschien ook niet. Stop met adviseren en stel jezelf kwetsbaar op.’

4x een Bord vol tips van voedselbanken uit het land

Tijdens het congres een Bord vol Kansen op 7 oktober vertelden vier voedselbanken over hoe zij ervoor zorgen dat onze hulp meer is dan voedsel alleen. Hun verhalen delen we hier.

1. Voedselbank Venlo stimuleert gezonde keuzes met 'De Gezonde Tas'

Mensen met een laag inkomen schulden leven 15 jaar korter in goede gezondheid en sterven 5-8 jaar eerder dan mensen met een hoog inkomen. Voeding speelt een belangrijke rol bij het veroorzaken van deze verschillen. Daarom lanceerde Voedselbank Venlo de 'Gezonde Tas' waarbij mensen zelf gezondere keuzes gaan maken.

Daarvoor zijn 4 interventies ontwikkeld die elkaar versterken:

- Gezonde producten jaarrond op voorraad: Zorg dat je in je assortiment voldoende keuze aan producten uit de Schijf van Vijf hebt. Het jaarrond beschikbaar hebben van voldoende groente & fruit.



(Fotografie: Peter van Dinther)

Congres SPECIAL

- Gezonde producten op ooghoogte: Het op ooghoogte plaatsen van producten uit de Schijf van Vijf vergroot de kans op gezonde keuze.
- Schapkaartjes. Bij producten uit de Schijf van Vijf zijn herkenbare schapkaartjes geplaatst. De winkelbegeleiding verleidt de klant daarbij tot gezondere keuzes door middel van motiverende gespreksvoering.
- Recepten en proeverijen. Iedere maand is er een nieuw recept voor een gezonde maaltijd beschikbaar in het Nederlands, Engels en Arabisch. Maandelijks organiseren we een proeverij waarbij we klanten inspireren door het maandrecept live te koken en te laten proeven.

Resultaten Gezonde Tas: in 2024 halen we ruim 60% in de behoefte volgens de Schijf van Vijf. In 2025 verwachten we ruim 80% te behalen.

Een bord vol tips van Voedselbank Venlo

- Werk samen met het onderwijs.
- Vraag de gemeente om subsidie voor de inzet van een diëtist / adviseur gezondheidsinterventies.
- Neem vrijwilligers écht mee in het 'waarom' achter een verandering

Sfeerimpressies tijdens het congres



(Fotografie: Johan Hahn)

2. 'Noaberkracht' in Almelo belangrijker dan de bekendheid van de voedselbank

'Sinds we hebben aangegeven dat we het als voedselbank zelf gaan doen, is de relatie met de gemeente verbeterd. Het klinkt tegenstrijdig, maar het is echt zo.' Aan het woord is Henny Ganseman van Voedselbank Almelo.

Het Almelse armoedepact met 65 organisaties waarin de voedselbank opereerde, bleek te groot en te ingewikkeld. 'Beroeps- en vrijwilligersorganisaties hebben vaak verschillende agenda's', zegt Ganseman. 'Daarom zijn we als voedselbank zelf een klein, effectief netwerk begonnen met onder andere woningcorporaties, moskee, raad van kerken en schuldhulp maatje; partijen die direct iets voor onze klanten kunnen betekenen.'

Deze partners mogen namens de voedselbank hulp aanbieden. 'Wij vragen alleen naam, contactgegevens en gezinssamenstelling. Verder werken we op basis van vertrouwen: wie hulp vraagt, zal het nodig hebben.'

'Zij komen al achter de voordeur'

Het voordeel van deze directe samenwerking: deze organisaties komen al 'achter de voordeur'. Mensen hoeven zelf geen stap naar de voedselbank te zetten, waardoor de drempel verdwijnt.

'Wij blijven even uit beeld', legt Ganseman uit. 'Het gaat om de hulp, niet om ons.'

Zo kunnen mensen anoniem wennen aan ondersteuning. Van daaruit groeit het contact met ons vanzelf. Want vanuit de hulp ontstaat vertrouwen, vanuit vertrouwen een relatie en vanuit die relatie brengen wij mensen in contact met bijvoorbeeld schuldhulpmaatje.'

Deze kleinschalige, gerichte aanpak werkt en krijgt ook erkenning van de gemeente. 'In nieuw beleid is afgesproken dat bij een afspraak met de armoedeconsulent direct ook een aanvraag voor voedselhulp kan worden gedaan.'

Een bord vol tips van Voedselbank Almelo:

- Kies partners die al 'achter de voordeur' komen, die lokaal gebonden zijn en die je vertrouwt; bouw daar een hele sterke band mee op
- Cijfer jezelf als organisatie weg, het gaat om de hulp niet om ons
- Vertrouw op vertrouwen; anderen mogen hulp toezeggen, anderen mogen in ons systeem aanmelden

Congres SPECIAL



(Fotografie: Peter van Dinther)

3. Voedselhulp is in Achtkarspelen een middel om in gesprek te komen, geen doel

Bij Voedselbank Achtkarspelen 'werken' geen 'intakers' of 'screeners', maar relatiebeheerders. Voorzitter Engbert van Esch benadrukt: 'Met die relatie begint het.' De organisatie ziet zichzelf steeds meer als hulpinstantie in plaats van puur verstrekker van levensmiddelen.

Vanuit het principe burgers voor burgers wordt gewerkt aan vertrouwen: vrijwilligers richten zich in gesprekken met klanten op het vergroten van hun bestedingsruimte, onder meer door samen te kijken welke andere instanties extra steun kunnen bieden.

De voedselbank investeert in samenwerking met gebiedsteams, schuldhulpverleners en eerstelijnszorg.

Zelfmelders wachten vaak langer

Professionals als consultatiebureaus en zorgverleners signaleren vaak als eerste problemen, waardoor een klein, actiegericht netwerk is ontstaan. De resultaten zijn opvallend: 60% meer klanten in één jaar, waarbij inmiddels tweederde via het netwerk binnenkomt. Dit betekent dat mensen eerder

hulp krijgen; zelfmelders wachten namelijk vaak langer.

Zo kan sneller gewerkt worden aan herstel richting de toekomst, waarbij ook de leefomgeving wordt beoordeeld. Is deze omgeving onvoldoende steunend, dan kan het zijn dat we voedselhulp bieden, ook als de officiële criteria niet gehaald worden.

Het uitgangspunt: niemand mag door een gebrek aan steun te geïsoleerd raken om vooruit te komen. Zo wordt voedselhulp een middel, niet een doel, met duurzame verbetering als eindpunt.

Een bord vol tips van Voedselbank Achtkarspelen

- Zet relaties centraal, niet intake-procedures
- Profileer als hulporganisatie, niet alleen als voedselverstrekker
- Breng de leefomgeving van de mens in beeld
- Hoe gaat het is eigenlijk de enige vraag die relevant is



(Fotografie: Peter van Dinther)

4. Op Walcheren hoef je maar één keer je verhaal te doen. Het gevolg? 30% meer klanten

Ooit was de hulpverlening op Walcheren een boemeltrein. Als je hulp nodig had vanwege armoede, kon je instappen in de ene wagon, je verhaal doen, uitstappen en dan in de volgende wagon weer hetzelfde doen. Inmiddels is dat boemeltreintje vervangen door een snelle, aaneengesloten intercitty, vertelt Emmy de Kraker - Pauw trots.

Voedselbank Walcheren organiseert regelmatig bijeenkomsten met lokale organisaties die met potentiële klanten werken. Dat groeide snel groot en is nu weer klein gemaakt in de vorm van werkgroepen. Centraal staat steeds 'wat kunnen we concreet doen om mensen beter te helpen?'

Niet steeds je verhaal opnieuw hoeven doen, is daarin een heel belangrijke. 'Nu is het zo dat waar iemand zich ook meldt voor hulp, die persoon maar één keer het verhaal hoeft te vertellen.'

Welke informatie is echt nodig?

Cruciaal daarbij is goede afstemming over welke informatie nodig is en gedeeld mag worden en vooral wat je juist niet vraagt. 'Want we hebben niet zoveel nodig om te kunnen helpen. En we mogen er ook wel op vertrouwen dat er vanuit de relatie vanzelf meer informatie komt gedurende de duur van

de hulp'. Zo is er maar één keer een lage drempel in plaats van tientallen hoge. 'Daarnaast werken we hard aan het zo menselijk mogelijk houden en maken van het contact. We helpen vrijwilligers én klanten om ambassadeur te zijn in hun contacten en zorgen dat potentiële klanten zoveel als mogelijk namen en nummers van vrijwilligers hebben. Want dat is het unieke van de voedselbank, we zijn burgers voor burgers, dan moeten we mensen niet het gevoel van een instantie geven met allerlei info@ mailadressen of algemene nummers met keuzemenu's.

Het resultaat? 100 klanten meer dan vorig jaar en geen zomerdip. 'De combinatie van samenwerking, menselijkheid en het principe van 'maar één keer je verhaal vertellen' verlaagt de drempel voor hulp aanzienlijk en versterkt het herstelproces van de klanten.'

Een bord vol tips van Voedselbank Walcheren

- Organiseer dat mensen maar één keer hun verhaal hoeven doen
- Help vrijwilligers én klanten om ambassadeur te zijn
- Zorg voor contact tussen mensen onder mekaar, niet tussen mens en organisatie

Congres SPECIAL



(Fotografie: Peter van Dinther)

- Begin klein en concreet zodat je resultaat kunt boeken, bouw het van daaruit verder uit

Sfeerimpressies tijdens het congres



(Fotografie: Peter van Dinther)

Armoededebat 14 oktober: samen in gesprek over bestaanszekerheid

Afgelopen dinsdag 14 oktober organiseerden Voedselbanken Nederland, Leger des Heils, Humanitas, Armoedefonds en Stichting Urgente Noden Nederland gezamenlijk een Armoededebat in de Kennisloods in Rijswijk. Met dit debat wilden we armoede en bestaanszekerheid nadrukkelijk weer op de politieke agenda zetten, juist in de aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen.

Bij de voedselbanken in Nederland, en bij onze partnerorganisaties, zien we dagelijks de gevolgen: gezinnen die zonder ontbijt naar school of werk gaan, mensen die de verwarming uitlaten vanwege de energierekening, of die uit schaamte geen hulp durven te vragen. Dit kan en moet anders.

Politiek in gesprek met de praktijk

Tijdens het Armoededebat gingen (kandidaat) woordvoerders van Politieke partijen van links tot rechts met elkaar in gesprek over vragen die voor ruim een miljoen Nederlanders het verschil maken tussen leven en overleven:

- Hoe voorkomen we dat huishoudens onder het sociaal minimum belanden?
- Wat is er nodig zodat iedereen in Nederland rond kan komen en de basis kan betalen zoals zorg, energie, verzorgingsproducten en voedsel?
- Is een gecoördineerde landelijke aanpak van armoede nodig en komt de minister voor armoedebeleid terug?

Tijdens het debat werd armoede en de aanpak ervan expliciet centraal gesteld. Hoe doorbreken we het taboe en de onzichtbaarheid rondom armoede? Het werd een inspirerende middag waarbij ook duidelijk werd dat de partijen niet echt heel ver van elkaar afstaan als het gaat over dit thema.



De deelnemende Tweede Kamerleden aan het Armoede debat

(Fotografie: Tobias Keunecke)

Marktkraam met maaltijddozen groot succes

Het is alweer bijna december. Een maand waarin veel gegeven wordt. Maar ook een maand waarin voedselbanken soms bedolven worden onder de opbrengst van hartverwarmende acties van scholen, kerken en verenigingen. De producten zijn zeer welkom, maar het kost ook vaak extra ruimte, tijd en mankracht. Astrid Sainsbury van Voedselbank Gooi en Omstreken, zag dit dilemma en bedacht een nieuwe manier van inzamelen: de maaltijddozen. Ze vertelt hoe ze met dit idee bijna drieduizend euro ophaalt in één dag.

Astrid begon in 2018 als vrijwilliger en is de afgelopen vier jaar coördinator winkelacties. 'Wij doen graag mee aan acties van supermarkten. Maar landelijke acties zijn voor ons lastig', legt Astrid uit. 'We hebben bijvoorbeeld niet genoeg vrijwilligers om naar alle 16 AH's in onze regio te sturen. Toen we drie jaar geleden een uitnodiging kregen om deel te nemen aan de kerstmarkt in een winkelcentrum dichtbij, bedacht ik wat we hiervoor wél konden organiseren.'

Een nieuw idee

Zo ontstond het idee van een marktkraam met maaltijddozen. Astrid: 'Ik gebruikte de lege dozen van AH-verspakketten en die vulde ik met houdbare producten voor een complete maaltijd, bijvoorbeeld chili con carne of pasta. De dozen zagen er aantrekkelijk uit en de inhoud was duidelijk zichtbaar. De prijzen lagen tussen de 2,50 en 5 euro. Mensen konden dit concept bij ons kopen en afrekenen via het gehuurde pinapparaat. Dit idee sloeg aan en de vrijgevigheid van mensen was ongekend.'

Het opgehaalde geld wordt besteed op die momenten als het echt nodig is. Dat maakt het systeem flexibel, zowel in timing als in keuze van producten. Astrid: 'Je hebt nu ook veel minder vrijwilligers nodig, omdat er niets uitgesorteerd hoeft te worden. Voor de marktkraam zijn zelfs maar twee mensen nodig. Ook de supermarkten zijn enthousiast. We staan met de kraam buiten voor de deur, dus in de winkels is er geen gedoe meer met het vullen van kratten met ingezamelde producten. Bovendien hebben we afgesproken dat we op een later moment bij hen producten zullen inkopen.'

Van houdbaar naar vers

Omdat de vraag naar vers eten groot is bieden ze sinds dit voorjaar ook verse producten aan in de dozen. Astrid: 'In de week voor Pasen had ik een oer-Hollandse maaltijd met bloemkool samengesteld, verkrijgbaar in drie varianten. Voor 3 euro kocht je een bloemkool met een zakje saus, voor 5 euro zat er een zak aardappelen bij en voor 8 euro ook nog een portie gehakt. Mensen associeerden vers met gezond en dat sprak extra aan. Ze gaven gul. Dus daar gaan we zeker mee door.'

Zo groeide het idee van Astrid uit tot een nieuwe manier van inzamelen, die in de praktijk heeft bewezen ook zeer succesvol te zijn. Met simpele middelen boek je veel resultaat. Dus collega's: Maaltijddozen: Ook voor jou?

Tekst: Corine Lamers

Verhalen van de werkvloer



Zelf aan de slag?

Overweeg je om ook een vergelijkbare actie te organiseren? Vraag je je af hoe je dat aanpakt, hoe je een pinapparaat regelt en wat er nog meer bij komt kijken? Neem dan contact op met Astrid Sainsbury via winkelacties@voedselbankgooi.nl. Ze helpt je graag verder.

Vertel jouw verhaal!

Beste vrijwilliger, waarom zet jij je in voor de voedselbank? Hoe kwam je ermee in contact? Hoe bevalt het en wat maak je allemaal mee? Doe je soms wat extra's voor je klanten? Zoveel vrijwilligers, zoveel mooie verhalen. Daar zijn we naar op zoek. Ben jij of ken jij iemand met een bijzonder verhaal, laat het ons weten. Mail een korte toelichting naar meedeler@voedselbankennederland.nl en wij nemen contact met je op. Wie weet staat jouw verhaal de volgende keer wel in deze rubriek. Dankjewel alvast!!

Uitgeven van melkproducten na de houdbaarheidsdatum



Voedselbanken mogen veel producten uitgeven na de houdbaarheidsdatum (THT).

Infoblad nr. 76 van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) geeft hiervoor richtlijnen. In de nieuwe versie van Infoblad 76 is ook de mogelijkheid opgenomen om beperkt houdbare melkproducten uit te delen na THT. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen producten die tot één dag na THT mogen worden uitgedeeld en producten die tot vijf dagen na THT aan de klant mogen worden gegeven.



Verse melk, slagroom en desserts op basis van zuivel staan genoemd als producten die tot één dag na THT mogen worden uitgedeeld, mits er geen bederf is.

Om welke producten gaat het hier?

Verse (gepasteuriseerde) melk is duidelijk, maar desserts (toetjes) zijn er in veel soorten. Voorbeelden zijn vla, pap, (luchtige) pudding of mousse en rijstdessert. Slagroom betreft verse slagroom, maar ook producten als verse kookroom mogen hiertoe worden gerekend.

Infoblad 76 geeft ook aan waar je op kunt letten om vast te stellen of het product niet is bedorven. Als de producten bij maximaal 7 °C zijn bewaard, dan is de kans heel klein dat er één dag na THT sprake is van bederf. In gesloten verpakkingen is zulk bederf bovendien meestal niet te zien. Het openen van de verpakking om een product beter te beoordelen zal dus alleen gebeuren als er een vermoeden is dat het product mogelijk niet meer goed is. Ook bij ontvangst van een flinke lading kun je ter controle een paar verpakkingen openen en nader beoordelen. Het belangrijkste is dat onze klanten deze producten snel consumeren.

In de volgende Meedeler zullen we aandacht besteden aan de producten die tot vijf dagen na THT mogen worden weggegeven. Heb je vragen? Neem contact op met de regionale adviseur voedselveiligheid.

HAK: code LR



Zoals bekend ontvangen de voedselbanken veel producten van HAK.

Deze producten zijn vaak niet geëtiketteerd. Op de rand van het deksel staat een code. Om die code te begrijpen is er een infobulletin op Voedingsbodem getiteld: "HAK allergenen en product-informatie".

In die code staan ook twee etters die aangeven wat de houdbaarheid van het product is. We hebben van HAK informatie gekregen dat de letters 'LR' betekenen dat het product in 2025 is geproduceerd en dat de THT/houdbaarheidsdatum van die producten eind 2028 is. Het genoemde infobulletin is ook geactualiseerd.

Allergeneninformatie voor klanten zichtbaar maken



De voedselbanken delen regelmatig producten uit waarbij de etikettering over allergenen ontbreekt of onjuist is. We moeten

er dan zelf voor zorgen dat die ontbrekende allergeneninformatie bekend wordt gemaakt aan onze klanten. Dat kan door een aanvullend etiket of door een flyer op het mededelingenbord. Het kan echter ook voorkomen dat deze informatie niet zichtbaar aanwezig is. De klanten moeten dan in de gelegenheid worden gesteld om er bij een vrijwilliger naar te vragen. Aan voedselbanken en uitdeelpunten waar de allergeneninformatie niet direct zichtbaar is voor de klanten is ons advies om een brief of bordje op te hangen met de volgende tekst:

Heeft u een allergie?

U kunt allergeneninformatie opvragen bij een van onze vrijwilligers.

Nieuwe samenwerking tussen Voedselbanken Nederland en Proudies!

Proudies is een internet platform (www.proudies.nl) waarop activiteiten en informatie wordt aangeboden voor mensen die (bijna) met pensioen zijn.

Bij Proudies ontdek je alles wat deze levensfase te bieden heeft – met frisse blik, nieuwsgierigheid en plezier.

Verrassende cultuur- en reistips, van persoonlijke verhalen tot de nieuwste inzichten over gezond en vitaal ouder worden.

is hét online platform voor iedereen die actief en bewust in het leven wil blijven staan. Inschrijven is gratis en je ontvangt dagelijks inspiratie die past bij wie jij bent en wat jij

PROUDIES

belangrijk vindt. Want stilzitten? Dat kan altijd nog.

Voedselbanken Nederland gaat gebruik maken van het vacature deel van de Proudies site om zo nieuwe vrijwilligers te werven, met name voor coördinerende en specialistische vacatures.

Speciaal voor vrijwilligers van de voedselbank biedt Proudies 25% korting op het Proudies-Abonnement. Daarmee krijg je extra zaken

zoals toegang tot online cursussen, live lezingen en een warme community van gelijkgestemden.

Gebruik voor het afsluiten van zo'n abonnement de kortingscode:

VoedselbankxProudies

Veel plezier allemaal.

Wetenschappers helpen de voedselbank

-Een gulle gift en advies voor op de werkvloer-

Bij zijn afscheid van Tilburg University ontving hoogleraar Hein Fleuren naast felicitaties ook donaties van zijn gasten. Van dat bedrag schonk hij € 2000 aan Voedselbanken Nederland (zie foto hiernaast). Een mooi gebaar, waar wij erg blij mee zijn. Net als met de samenwerking die hij en zijn collega-hoogleraar Frans Cuijssen de afgelopen jaren met ons hebben opgebouwd. Tijd voor een nadere kennismaking met deze twee betrokken wetenschappers.

Hoe komen jullie bij de voedselbank terecht?

Hein legt uit: 'Met ons vak, de econometrie, maken we rekenmodellen die bijvoorbeeld in de logistiek, financiën of marketing worden toegepast. Daarmee kunnen we bedrijven rijker maken, maar wij wilden ook iets betekenen voor de samenleving. Ik had ervaring met internationale projecten rond voedsel en armoede. Zo ontstond het idee om met onze vakkennis meer te gaan doen op het gebied van voedselzekerheid, ook dichterbij huis.' Hein werd in 2018 mede-oprichter en directeur van het Zero Hunger Lab: een onderzoeksinstituut dat wetenschappelijke inzichten koppelt aan concrete adviezen voor mensen in de praktijk.

Toen ontstond ook het contact met de voedselbank. 'We hebben vijf jaar geleden de samenwerking gezocht met Voedselbank Den Bosch, in het kader van een afstudeer-project,' vertelt Frans. 'We wilden nagaan hoeveel mensen er binnen deze regio in armoede leefden en wie daarvan hulp zocht bij de voedselbank. Hierdoor kwamen we ook in gesprek met Voedselbanken Nederland en is er een hechte samenwerking ontstaan.'

Wat hebben jullie kunnen betekenen?

Frans: 'We hebben voor jullie bijvoorbeeld



Van links naar rechts: Pieter Nijman, Hein Fleuren, Letty Broere en Frans Cuijssen

een model gemaakt waarmee je kunt bepalen op welke manier je een grotere financiële donatie het beste kunt besteden. Koop je voedsel of een vrachtwagen, of toch liever eerst een koelkast?' Hein: 'Het leuke van dit project was dat zo'n twee derde van de voedselbanken ons gegevens aanleverde voor het ontwikkelen van het model. Daarnaast zijn onze aanbevelingen groten-deels overgenomen en in de praktijk gebracht.'

Ook voor het programma 'Onder de Radar' is onderzoek gedaan door het Zero Hunger Lab, waarvan Frans nu sinds een jaar directeur is. Er is onder andere gekeken naar de mogelijkheden om de aanmeldingsdrempel te verlagen. De landelijke campagne 'Ook voor jou' die hierop volgde, zorgde inderdaad voor een grote toename van het

aantal aanmeldingen. Maar veel mensen verschenen vervolgens niet op hun afspraak. Wat de vraag opriep: wat kunnen hiervan de oorzaken zijn? Frans vertelt dat deze vraag centraal zal staan in een vierjarig promotie-onderzoek dat binnenkort bij hen start. Want pas als je begrijpt welke factoren bij het no-show-fenomeen een rol spelen, kun je er misschien wat aan doen.

Het Zero Hunger Lab breidt door deze continue stroom van onderzoeken haar kennis over voedselzekerheid steeds verder uit, waardoor ook wij in de toekomst nog veel waardevolle adviezen tegemoet kunnen zien. Ondertussen zorgen we er bij de voedselbank voor dat de gift van Hein een goede bestemming krijgt.

Tekst: Corine Lamers

Geslaagde actie in samenwerking met Albert Heijn

De bijzondere actieweken vanuit de 'Oranje-appeltjes' en 'Op een lege maag kun je niet leren, zijn alweer even achter de rug. Albert Heijn heeft 50.000 kilo appeltjes gedoneerd en we willen graag ook de andere resultaten delen.

De totale productopbrengst van de winkels in week 37, inclusief de Atriumactie onder Albert Heijn-collega's van het hoofdkantoor

en donaties van leveranciers, komt uit op 366.436 producten. Daarnaast heeft de nationale statiegeldactie in de winkels in week 37, in totaal euro 23.505,50 opgebracht.

Een mooi resultaat om op terug te kijken. In het voorjaar van 2026 komt er weer een actie en dan gaan we proberen dit te evenaren! Wordt vervolgd.



Duurzame koelbus zoekt nieuwe bestemming

Voedselbank Almere biedt een Ford Transit (bestelwagen, gesloten opbouw) te koop aan, voorzien van een koelunit op eigen accu en zonnepaneel. Ideaal voor gekoeld transport zonder afhankelijk te zijn van netstroom.

De bus is goed onderhouden, heeft een kilometerstand van ongeveer 29.000 km en slechts lichte krasschade rechtsachter.

- Voertuigcategorie: Bedrijfsauto (N1)
- Kenteken: VNS-43-R
- Merk/type: Ford Transit FCD
- Prijs: op aanvraag.

Hebben jullie binnen de organisatie of regio interesse? Neem dan contact op met Voedselbank Almere via directie@voedselbankalmere.nl of 036 7505085. We zien hem graag bij een collega-voedselbank terug op de weg.



'Een dikke 10 voor deze cursus!'

Chauffeurs van elektrische voertuigen kregen deze maand een gratis veiligheidstraining bij Bovag. Zoals we in augustus aankondigden in de Meedeler, nam Voedselbanken Nederland dit initiatief om de veiligheid van vrijwilligers en andere weggebruikers te vergroten. Samen maken we de overstap naar duurzame mobiliteit veiliger en professioneler.

De aanvullende training geeft de chauffeurs waardevolle handvatten. Ze verrijnden hun rijgedrag en het bewustzijn van de specifieke

eigenschappen van een EV-bestelbus is door de cursus groter geworden.

Enthousiaste reacties

Dit hoorden we van deelnemers na de cursus: 'Een prima ontvangst in Zwolle'; 'in het voorstelrondeje kregen we een goede uitleg over wat de cursus voor ons zou gaan betekenen'; 'we maakten een route door Zwolle onder prettige begeleiding van de instructeur'; 'prima rijproef afgelegd en geslaagd'; al met al een dikke plus voor de rijschool en de instructeur'; van mij krijgt deze dag een dikke 10!'



Soupalicious:

goede, gezonde soep voor je klanten

Het concept van Soupalicious is eenvoudig én krachtig: voor elke kom soep die wordt verkocht in bedrijfsrestaurants of horeca-zaken, wordt er een kom soep gedoneerd aan de lokale voedselbank. Zo kocht de gemeente Eindhoven bijvoorbeeld 300.000 kommen soep voor haar bedrijfsrestaurant en dat betekende ook 300.000 kommen soep voor Voedselbank Eindhoven!

Willen jullie zo'n initiatief ook voor jullie voedselbank opzetten? Dat kan heel eenvoudig. Want Soupalicious ondersteunt je met een voorbeeldbrief die je kunt sturen naar gemeenten of bedrijven voor wie dit interessant kan zijn. Van daaruit onderhoudt Soupalicious het contact met geïnteresseerde partijen.

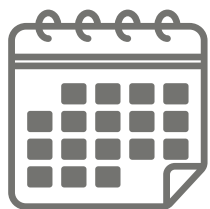
Samen creëren we een win-win: medewerkers en gasten van afnemers genieten van topkwaliteit soep, bedrijven hebben een goed verhaal en klanten ontvangen gezonde, voedzame soep.

Over Soupalicious

Opgericht in samenwerking met Voedselbanken Nederland. Soepen samengesteld uit hoogwaardige restgroenten op basis van recepten van sterrenkoks en geleverd in blik. Binnenkort wordt de 5 miljoenste kom soep geleverd aan de voedselbank. Neem contact op en ontdek hoe je Soupalicious in jullie regio kunt aanbieden: milco@soupalicious.nl, 06 3197 4082, www.soupalicious.nl Zo zorgen we samen dat gezonde soep op het bord komt van de mensen die het hard nodig hebben.



Marielle Sas, voorzitter van Voedselbank Amsterdam, omringd door blikken van Soupalicious.



Communicatie & evenementen kalender



Evenement	Communicatiemoment/datum	Waar
Veiligheidstraining voor chauffeurs elektrische voertuigen	18 oktober	Eindhoven
'Inspiratiesessie voedselverwerpers'	20 oktober van 11.00 tot 14.30 uur	Houten
Workshop Voedselveiligheid - vervolg cursus handboek Voedselveiligheid)	21 oktober	Houten
Cursus Handboek Voedselveiligheid in de praktijk	4 november 10.30 tot 15.30 uur	Houten
Workshop Plaagdierbeheersing en Hygiëne & Schoonmaak	18 november bij Voedselbank Voorne aan Zee	Hellevoetsluis
Kwaliteitsworkshop Groente en Fruit Drenthe	19 november 9.30-16.00	
ALV	29 november	La Vie Utrecht
Kwaliteitsworkshop Groente en Fruit Utrecht	10 december 9.30-16.00 uur	

Nieuwtjes van andere voedselbanken

Tevreden over Voedingsbodem?

Voedingsbodem is het digitale platform waar voedselbanken informatie kunnen vinden over alle aspecten van het werk van de voedselbank. Wil je iets weten over voedselveiligheid, toelatingscriteria of bestemmings-reserves? Dan vind je het daar. In de chat op Voedingsbodem kun je vragen stellen aan collega's en kun je reageren op vragen van anderen. Bijna alle voedselbanken hebben minimaal één account op Voedingsbodem, in principe kan elke vrijwilliger die bij een voedselbank werkt Voedingsbodem raadplegen, zodra hij/zij een account heeft aangemaakt.

In 2022 hielden we voor het eerst een

tevredenheidsonderzoek onder voedselbanken, dat leverde veel suggesties op die we voor een groot gedeelte hebben overgenomen. Nu, drie jaar later, willen we jullie opnieuw vragen om je ervaringen met ons te delen en met suggesties te komen voor verbetering. Voedingsbodem heeft zich doorontwikkeld en ziet er heel anders uit dan drie jaar geleden.

Binnenkort ontvangen alle voedselbanken en iedereen die nu een account heeft op Voedingsbodem een mail met een link naar een korte vragenlijst. Jullie reacties helpen ons om Voedingsbodem zo goed mogelijk aan te laten sluiten op jullie wensen.

Oproep aan de communicatie vrijwilligers

Houd jij je bezig met communicatie voor jouw lokale voedselbank? Wil je met collega's uit het land ideeën en content delen, van elkaar leren en elkaar ontmoeten? Doe dan mee met de Communicatiecommunity van de voedselbank!

De eerste bijeenkomst vindt online plaats via Teams, op woensdag 29 oktober om 10.00 uur. Zorg dat je erbij bent. Je bent dan ook als eerste op de hoogte van nieuws, campagnes en handige tips. Meld je aan via: <https://forms.office.com/e/Wxfkp5WMEJ>

Colofon

Deze nieuwsbrief is een uitgave van Voedselbanken Nederland.
 Redactie: Mireille Derks, Corine Lamers, Rutger Buhrs
 Vormgeving: Walter Luykenaar
 Met dank aan: bestuursleden Voedselbanken Nederland en vele andere vrijwilligers bij de voedselbanken.
 © Vereniging Voedselbanken Nederland
 Meidoornkade 19, 3992 AG Houten
 E-mail: welkom@voedselbankennederland.nl
www.voedselbankennederland.nl
voedingsbodem@voedselbankennederland.nl
 Overname van artikelen in andere publicaties is toegestaan. Vermelding van Nieuwsbrief Voedselbanken Nederland als bron wordt daarbij op prijs gesteld.
Deadline voor het aanleveren van kopij is elke 10e van de maand!



LinkedIn